

JANINE MARQUES PASSINI LUCHT

GÊNEROS RADIOJORNALÍSTICOS:

Análise da Rádio Eldorado de São Paulo

Universidade Metodista de São Paulo
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social
São Bernardo do Campo - SP, Junho de 2009.

JANINE MARQUES PASSINI LUCHT

GÊNEROS RADIOJORNALÍSTICOS:

Análise da Rádio Eldorado de São Paulo

Tese apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de Doutora. Orientador: Prof. Dr. José Marques de Melo.

Universidade Metodista de São Paulo
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social
São Bernardo do Campo - SP, Junho de 2009.

FICHA CATALOGRÁFICA

L963g	Lucht, Janine Marques Passini Gêneros radiojornalísticos : análise da rádio Eldorado de São Paulo / Janine Marques Passini Lucht. 2009. 204 f. Tese (doutorado em Comunicação Social) --Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. Orientação : José Marques de Melo 1. Radiojornalismo 2. Gêneros radiojornalísticos 3. Rádio Eldorado - São Paulo (SP) I. Título. 301.161	CDD
-------	--	-----

JANINE MARQUES PASSINI LUCHT

GÊNEROS RADIOJORNALÍSTICOS: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo

Tese apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de Doutora.

Área de Concentração: Processos Comunicacionais

Data da defesa: 10 de junho de 2009.

Resultado: Aprovada

BANCA EXAMINADORA

José Marques de Melo
Universidade Metodista de São Paulo

Prof. Dr. _____

Anamaria Fadul
ECA-USP

Prof^a. Dr^a. _____

Luciano Maluly
ECA-USP

Prof. Dr. _____

Maria Crisitna Gobbi
Universidade Metodista de São Paulo

Prof^a. Dr^a. _____

Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Universidade Metodista de São Paulo

Prof. Dr. _____

Dedico este trabalho ao meu marido Richard, que incentivou a realização deste sonho. Com ele divido uma vida cheia de amor, respeito, admiração, amizade e companheirismo. Assim, aprendo todos os dias a ser uma pessoa melhor.

E ao querido Arthur, fonte eterna de amor, inspiração e alegrias!

Agradecimentos

Ao professor Doutor José Marques de Melo, que com sua competência e humildade, cativa e inspira a todos seus alunos. Ter a oportunidade de conviver com ele por si só já teria feito o doutorado valer a pena!

A toda a equipe da Rádio Eldorado, em especial a Cal Francisco, pela acolhida e pelo suporte ao tornar esta pesquisa possível.

Ao IBOPE, na pessoa do Flávio Ferrari e de sua equipe, que me atenderam com rapidez e eficiência na disponibilização de informações tão importantes.

A banca de qualificação (Prof^a. Dr^a. Anamaria Fadul e Prof. Dr. Luciano Maluly) pelas contribuições valiosas para a realização deste trabalho.

Sumário

Introdução.....	16
Capítulo 1 – Os gêneros jornalísticos no rádio.....	24
1.1. O rádio brasileiro.....	24
1.2. A origem dos gêneros.....	26
1.3. Os gêneros jornalísticos.....	28
1.4. Gêneros Radiojornalísticos: as classificações existentes.....	35
Capítulo 2 – Os formatos e a nova classificação.....	54
2.1. Conceituando formatos.....	54
2.2. Tipos de Programas.....	56
2.3. Modalidades de Emissão.....	58
2.4. A nova classificação.....	60
2.5. Descrição dos Formatos.....	61
2.5.1. Gênero Informativo.....	62
2.5.1.1. Nota.....	62
2.5.1.2. Notícia.....	62
2.5.1.3. Flash	63
2.5.1.4. Manchete.....	63
2.5.1.5. Boletim.....	63
2.5.1.6. Reportagem.....	63
2.5.1.7. Entrevista.....	64
2.5.2. Gênero Opinativo.....	65
2.5.2.1. Editorial.....	65
2.5.2.2. Comentário.....	66
2.5.2.3. Resenha.....	66

2.5.2.4. Crônica.....	67
2.5.2.5. Testemunhal.....	67
2.5.2.6. Debate.....	67
2.5.2.7. Painei.....	67
2.5.2.8. Charge Eletrônica.....	68
2.5.2.9. Ouvinte.....	68
2.5.2.10. Rádio-conselho.....	69
2.5.3. Gênero Interpretativo.....	70
2.5.3.1. Coberturas Especiais.....	70
2.5.3.2. Perfil.....	71
2.5.3.3. Biografia.....	71
2.5.3.4. Documentário Radiofônico.....	72
2.5.3.5. Divulgação Técnico-científica.....	72
2.5.3.6. Enquete.....	72
2.5.4. Gênero Utilitário.....	74
2.5.4.1. Trânsito.....	74
2.5.4.2. Previsão do Tempo.....	75
2.5.4.3. Roteiro.....	75
2.5.4.4. Serviço de Utilidade Pública.....	75
2.5.4.5. Cotação.....	76
2.5.4.6. Necrologia.....	76
2.5.4.7. Indicador.....	76
2.5.5. Gênero Diversional.....	78
2.5.5.1. História de Vida.....	79
2.5.5.2. <i>Feature</i> Radiofônico ou história de interesse humano.....	79
2.5.5.3. <i>Fait Divers</i> radiofônico.....	79
Capítulo 3 – A Composição da audiência em São Paulo.....	82

3.1. O IBOPE.....	82
3.2. Panorama atual do rádio no Brasil.....	83
3.3. Estatísticas.....	84
3.4. Dados gerais de rádio.....	87
3.5. Dados geográficos.....	88
3.6. Faixa horária.....	91
3.7. Dias da semana.....	93
3.8. Perfil.....	94
Capítulo 4 – A emissora analisada: Rádio Eldorado AM – 700 KHz.....	96
4.1. A força do Grupo Estado.....	96
4.2. 50 anos de história.....	98
4.3. Rede Eldorado.....	101
4.4. Equipe.....	101
4.5. Premiações.....	103
4.6. Projetos Sociais: cidadania e meio ambiente.....	104
4.7. Perfil do ouvinte Eldorado.....	105
4.8. Dados regionais da Rádio Eldorado AM.....	107
4.9. Faixa horária.....	108
4.10. Dias da semana quanto à audiência na Rádio Eldorado AM.....	111
4.11. A programação.....	112
4.12. A programação da Eldorado quanto aos gêneros radiojornalísticos.....	114
Capítulo 5 – Aplicação da nova classificação e análise dos resultados.	117
5.1. <i>Corpus</i> de análise.....	117
5.2. Características dos programas analisados	118
5.3. Programa: Jornal da Eldorado 1ª edição.....	119
5.4. Programa: Panorama Eldorado.....	120
5.5. Programa: São Paulo de Todos os Tempos.....	121

5.6. Levantamento quantitativo dos formatos.....	122
5.7. A análise quantitativa.....	123
5.8. Jornal da Eldorado: A análise quantitativa.....	125
5.9. Panorama Eldorado: A análise quantitativa.....	132
5.10. São Paulo de Todos os Tempos: A análise quantitativa.....	138
Capítulo 6 – Exemplos práticos para o dia-a-dia das redações.....	144
Considerações Finais.....	154
Referências Bibliográficas.....	158
Sites consultados na Internet.....	169
Apêndice I – Planilhas de decupagem dos programas analisados.....	170
Anexo I – Laudas originais do Jornal Eldorado 1ª edição (26 e 27 de junho de 2008).....	194
Anexo II – CD.....	204

Lista de Ilustrações

QUADROS

Quadro 1 – Panorama dos formatos radiojornalísticos.....	52
Quadro 2 – Tipos de programas e os gêneros mais adequados a cada um deles.....	57
Quadro 3 – Classificação dos gêneros jornalísticos segundo JMM.....	60
Quadro 4 – Classificação dos gêneros radiojornalísticos segundo a autora....	61
Quadro 5 – Tempo de duração dos diferentes formatos informativos.....	64
Quadro 6 – Tempo de duração dos diferentes formatos opinativos.....	69
Quadro 7 – Tempo de duração dos diferentes formatos interpretativos.....	73
Quadro 8 – Tempo de duração dos diferentes formatos utilitários.....	77
Quadro 9 – Tempo de duração dos diferentes formatos diversionais.....	80
Quadro 10 – Programação, de segunda a domingo, da Rádio Eldorado AM.....	113
Quadro 11 – Presença dos gêneros radiojornalísticos na programação da emissora.....	115
Quadro 12 – Universo da pesquisa.....	117

FIGURAS

Figura 1 – Divisão política de São Paulo.....	88
---	----

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem dos programas quanto aos gêneros.....	116
Gráfico 2 – Análise comparativa em relação ao número de ocorrências.....	124
Gráfico 3 – JE: Comparação boletim, entrevista e reportagem quanto ao tempo.....	125
Gráfico 4 – JE: Comparação flash, manchete, nota e notícia quanto ao tempo.....	126
Gráfico 5 – PE: gênero informativo.....	133
Gráfico 6 – PE: gênero opinativo.....	134
Gráfico 7 – PE: gênero utilitário.....	136
Gráfico 8 – SPTT: todos os gêneros e formatos.....	139
Gráfico 9 – SPTT: gênero interpretativo quanto ao tempo.....	141

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Dados gerais da audiência de rádio na Grande São Paulo.....	87
Tabela 2 – Configuração das Zonas Geográficas.....	89
Tabela 3 – Audiência na Grande São Paulo conforme as Macrorregiões.....	90
Tabela 4 – Audiência na Grande São Paulo quanto à faixa horária.....	92
Tabela 5 – Audiência na Grande São Paulo quanto aos dias da semana.....	93
Tabela 6 – Perfil da audiência na Grande São Paulo.....	95
Tabela 7 – Perfil da Eldorado AM.....	107
Tabela 8 – Dados regionais Eldorado AM.....	108
Tabela 9 – Faixa horária Eldorado AM.....	110
Tabela 10 – Dias da semana Eldorado AM.....	111
Tabela 11 – Comparativo dos gêneros radiojornalísticos por programa.....	123
Tabela 12 – JE: formatos presentes no gênero informativo.....	127
Tabela 13 – JE: formatos presentes no gênero opinativo.....	128

Tabela 14 – JE: formatos presentes no gênero interpretativo.....	129
Tabela 15 – JE: formatos presentes no gênero utilitário.....	130
Tabela 16 – JE: formatos presentes no gênero diversional.....	131
Tabela 17 – PE: formatos presentes no gênero informativo.....	133
Tabela 18 – PE: formatos presentes no gênero opinativo.....	134
Tabela 19 – PE: formatos presentes no gênero interpretativo.....	135
Tabela 20 – PE: formatos presentes no gênero utilitário.....	136
Tabela 21 – PE: formatos presentes no gênero diversional.....	137
Tabela 22 – SPTT: formatos presentes no gênero informativo.....	139
Tabela 23 – SPTT: gênero opinativo.....	140
Tabela 24 – SPTT: gênero interpretativo.....	141
Tabela 25 – SPTT: gênero utilitário.....	142
Tabela 26 – SPTT: gênero diversional.....	142

Resumo

A tese de doutorado insere-se no âmbito da Processos Comunicacionais, tendo como projeto temático a Midiologia Comparada. Tem como objetivo propor uma nova classificação para os gêneros radiojornalísticos, a partir do levantamento e da análise comparativa da bibliografia existente sobre o tema, confrontando-a posteriormente com a programação efetiva de três programas de uma das mais tradicionais emissoras segmentadas em jornalismo de São Paulo: a Rádio Eldorado AM. Quanto à metodologia, primeiramente efetuamos uma análise de conteúdo, a fim de compreender a utilização de tais formatos dentro de gêneros estabelecidos e, assim, propor uma nova classificação dos gêneros jornalísticos brasileiros no rádio, conforme o objetivo geral deste estudo. Num segundo momento realizamos o levantamento da ocorrência dos formatos jornalísticos nos três programas radiofônicos analisados. Ao final, concluímos que os gêneros radiojornalísticos não têm sido bem explorados pelos veículos ditos *all news* e *talk and news*.

Palavras-chave: radiojornalismo, gêneros e formatos radiojornalísticos, Rádio Eldorado.

Resumen

La tesis de doctoramiento se incluye en el ámbito de la Comunicación Masiva, teniendo como proyecto temático la Midiología Comparada. Tiene por objetivo proponer una nueva clasificación para los géneros periodísticos en el radio, a partir del levantamiento y del análisis comparativo de la bibliografía existente sobre el tema, la confrontando posteriormente con la programación efectiva de tres programas de una de las más tradicionales emisoras segmentadas en periodismo de Sao Paulo: la Radio Eldorado AM. El primer momento, de carácter cualitativo, hace un análisis de contenido, buscando comprender la utilización de tales formatos dentro de los géneros establecidos y, así, proponer una nueva clasificación de los géneros periodísticos brasileños en el radio, conforme el objetivo general de este estudio. El segundo, cuantitativo, hace el levantamiento de la ocurrencia de los formatos periodísticos en los tres programas radiofónicos analizados.

Palabras-llave: radio periodismo, géneros y formatos periodísticos, Rádio Eldorado.

Abstract

This thesis is part of the mass communication field of knowledge. The focus is within media studies and the goal is to create a new classification strategy for journalistic genres on Brazilian radio. The method for this study begins with an analysis of current literature on the subject from which classification categories were defined. These categories were then applied to the actual content of three programs on Radio Eldorado AM Sao Paulo, one of the most traditional journalistic broadcasters in Brazil.

Keywords: Media studies, Journalism genres and formats, News radio, Broadcast journalism, Rádio Eldorado.

Introdução

Desafios do meio rádio no Campo da Comunicação

O campo da comunicação na América Latina é relativamente recente, se comparado a países como Alemanha, Estados Unidos e França. No Brasil, começou a se desenvolver a partir dos anos 50, ganhando força a partir da década de 90, quando a comunidade passou a ser respeitada internacionalmente.

Conforme Maria Immaculata Vassalo Lopes, a crescente autonomia do campo da Comunicação se dá paralelamente à crescente autonomização da organização cultural nas sociedades contemporâneas, ou seja, “a constituição da cultura de massas e de seus principais agentes, os meios de comunicação” (LOPES, 1999:11).

Um dos responsáveis por esse reconhecimento foi Luiz Beltrão, um dos pioneiros do pensamento comunicacional brasileiro. Beltrão, aliás, foi quem primeiro sistematizou em livro as práticas jornalísticas, a partir de apontamentos de aulas ministradas aos alunos do primeiro Curso Superior em Jornalismo na Região Nordeste (instalado na Universidade Católica, no Recife, em 1961), dando origem à obra “*Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo*”, publicada pelo CIESPAL em 1963. O trabalho acadêmico e o interesse em contribuir para o fortalecimento do campo jornalístico, levaram-no, nas décadas seguintes, a publicar três obras de suma importância para a categoria: A imprensa informativa - Técnica da notícia e da reportagem no jornal diário (1969); Jornalismo Interpretativo (1976) e Jornalismo Opinativo (1980).

A trilogia inspira pesquisadores até hoje, tendo sido superada por um de seus alunos mais ilustres, José Marques de Melo, que conseguiu identificar na imprensa brasileira a ocorrência de mais dois gêneros jornalísticos: o utilitário e o diversional. Mas isso só aconteceu recentemente e ainda não foi publicado em livro. A obra *Jornalismo opinativo*¹ é um estudo sobre a identidade do jornalismo brasileiro, tendo como foco a análise dos gêneros jornalísticos, especialmente os opinativos, e os

¹ O livro *Jornalismo Opinativo* é resultado da tese de livre docência do autor, apresentada à Universidade de São Paulo (USP) no início da década de 1980. Foi publicado pela primeira vez com o título a “A opinião no jornalismo brasileiro”.

mecanismos usados pelos agentes sociais para interferir na direção ideológica dos fluxos informativos. Nela, Marques de Melo (2003) observa a ocorrência de dois gêneros na categoria jornalismo: Informativo, Opinativo, Interpretativo, Utilitário e Diversional. A classificação proposta pelo pernambucano é recente, uma vez que seus primeiros estudos sobre o tema consideravam apenas a existência dos dois primeiros: informativo e opinativo (2003, p 65).

Além da tese de livre-docência, Marques de Melo também tem orientado extensa produção acadêmica nos cursos de Pós-Graduação em que atua, gerando outros trabalhos voltados à produção teórica sobre gêneros. Prova disso são os livros *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo* (1992) e a pesquisa *Gêneros e formatos na Comunicação massiva periodística: um estudo do jornal "Folha de São Paulo" e revista "Veja"* (DIAS et al., 1998).

No entanto, a atual classificação dos gêneros jornalísticos é baseada na mídia impressa, tendo sofrido poucas alterações nas últimas décadas. Embora de extrema importância tanto para o ensino quanto para a prática do jornalismo, são raros os pesquisadores que se interessam pelo tema. Em decorrência disso, possivelmente, ainda existam tantos conflitos na literatura corrente quanto à conceituação do que são gêneros e formatos afinal.

Os estudos sobre gêneros jornalísticos iniciaram há mais de 150 anos. Para José Marques de Melo (2003), a primeira classificação remonta ao início do século XVIII, quando o editor inglês Samuel Breckley optou pela separação entre *news* e *comments* no Daily Courant:

Desde então, a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas, em decorrência das transformações tecnológicas que determinaram as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações naturais com que se defronta e a que se adapta a instituição jornalística em cada país ou em cada universo geocultural (MARQUES DE MELO, 2003:42)

Todavia, as mídias eletrônicas, como o rádio e a TV, principalmente, não têm despertado o interesse dos pesquisadores a fim de atualizar os conceitos vigentes.

Desta forma, replica-se na academia antigas e desatualizadas classificações dos gêneros no meio impresso, adaptando-as de forma improvisada para o rádio e TV.

Embora o início dos estudos sobre textos jornalísticos remonte aos anos de 1850, foi apenas nos anos 1950 que a academia, inicialmente a europeia, sistematizou estudos e classificações baseadas em gêneros a partir de disciplinas específicas, como ocorreu na Universidade de Navarra, sob os cuidados do professor Martínez Albertos (SEIXAS, 2004: 02).

Diante disso, a presente pesquisa pretende rejuvenescer os conceitos e responder à pergunta: qual a classificação dos gêneros radiojornalísticos mais adequada aos dias de hoje? A resposta, encontrada pela autora do trabalho, torna este estudo pioneiro e de extrema importância tanto para o ensino de jornalismo quanto para o campo da comunicação.

A esfera pedagógica e a prática radiojornalística

O desafio das grandes cidades como São Paulo, com distâncias cada vez maiores e trânsito caótico, proporciona a valorização do tempo gasto dentro do automóvel, por exemplo. Mais do que “desestressar”, o ouvinte/motorista necessita de informações úteis e rápidas que possam ajudá-lo a enfrentar melhor aquela situação. Prova disso foi o recente lançamento de uma rádio focada na questão do trânsito, a 92.1 FM, patrocinada pela Rede SulAmérica de Seguros. O serviço, neste caso, deixou de ser coadjuvante e foi transposto para o alto da pirâmide, como razão de ser da estação.

Isso nos faz pensar o quanto determinados formatos (muitas vezes discriminados pelos próprios produtores das notícias ou então nos bancos escolares) têm sido negligenciados do ponto de vista da relevância, atratividade e retenção de ouvintes/consumidores (razão primeira da existência de qualquer emissora).

Com este trabalho, portanto, pretendemos contribuir para o esclarecimento acerca dos gêneros e formatos no rádio brasileiro, elaborando um “retrato” do panorama atual dos elementos praticados no dia-a-dia das redações.

Os próximos passos: a implantação do rádio digital

Embora atrasado, o rádio brasileiro também se prepara para ingressar no sistema digital. O padrão tecnológico ainda não foi definido², mas estudos apontam a qualidade da recepção e a possibilidade de transmissão simultânea - pela mesma emissora - de diferentes conteúdos, incluindo textos, como fundamentais para o avanço tecnológico.

Diante de tamanha transformação tecnológica, pesquisadores têm procurado compreender de que forma tanta capacidade de transmissão será aproveitada. Uma das alternativas apontadas é investir em produção de conteúdo, já que uma mesma emissora poderá transmitir, ao mesmo tempo, sinais de jornalismo, esporte e música, por exemplo: é a chamada “multiplataforma de conteúdo”. Neste sentido, o professor doutor Luciano Maluly (2007), do curso de jornalismo da ECA/USP defende que a superação dos desafios face à convergência dos meios, caminha pela inovação dos formatos.

Nesse momento de revitalização da linguagem, o rádio necessita fortalecer-se, ou seja, experimentando ou construindo a partir do modelo já existente. Desta forma, julgamos fundamental esta pesquisa, na medida em que pretende se aprofundar no “fazer jornalístico”, reclassificando os formatos existentes e contribuindo, assim, para o ensino de jornalismo no país.

Questões metodológicas

Nesta pesquisa são formuladas as seguintes hipóteses: as atuais classificações dos gêneros jornalísticos no Brasil não satisfazem as exigências do meio rádio; há muita disparidade entre o que é ensinado na academia e a prática jornalística de mercado. Além disso, os emissores de conteúdo jornalístico, aqui

² A escolha do padrão tecnológico a ser adotado para a implantação do rádio digital no Brasil ainda não foi feita. O Ministério das Comunicações aguarda relatórios finais das instituições envolvidas na discussão para encaminhar à Casa Civil da Presidência da República sua recomendação de padrão. Especialistas afirmam que a decisão deve ser pelo “sistema híbrido”. Pelo modelo, o padrão IBOC (In Band On Channel) norte-americano seria adotado para AM e FM e o padrão europeu DRM (Digital Radio Mondiale) para ondas curtas.

compreendidos como os pauteiros, repórteres, produtores e apresentadores, não se atêm à classificação dos gêneros jornalísticos ao realizarem o trabalho cotidiano.

Com relação ao objetivo geral da tese, propusemos uma nova classificação para os gêneros radiojornalísticos, a partir do levantamento e da análise comparativa da bibliografia existente sobre o tema, confrontando-a posteriormente com a programação efetiva da Rádio Eldorado (700AM), uma das principais emissoras segmentadas em jornalismo de São Paulo. Quanto aos específicos, pretendíamos apresentar o estado da arte sobre o tema “gêneros radiojornalísticos”; comparar e/ou sistematizar as classificações existentes (ambos são atendidos no primeiro capítulo); mapear a ocorrência dos gêneros radiojornalísticos na Rádio Eldorado (700AM), uma das principais emissoras segmentadas em jornalismo de São Paulo; fazer um levantamento da programação atual da emissora escolhida, demonstrando o tipo de programação, a porcentagem de jornalismo empregada e a divisão por gêneros e contribuir para o fortalecimento do ensino de jornalismo especialmente nas escolas brasileiras.

Quanto à metodologia, a presente pesquisa insere-se no âmbito da Processos Comunicacionais, na modalidade radiofônica (tendo como suporte o rádio), na categoria jornalismo. Tem como projeto temático a Midiologia Comparada.

Desta forma, os programas Jornal Eldorado, Panorama Eldorado e São Paulo de Todos os Tempos foram acompanhados quanto aos seus processos de produção. Apenas o primeiro foi assistido diretamente do estúdio, para que a pesquisadora pudesse interagir com os produtores, repórteres, editores e apresentadores. Ao mesmo tempo, os programas foram gravados para posterior decupagem e análise.

A principal técnica de pesquisa adotada é a análise de conteúdo, considerada híbrida por unir o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais (BAUER, 2002). Desta forma, apresenta dois focos: o primeiro, de caráter qualitativo, busca compreender a utilização de tais formatos dentro de gêneros estabelecidos e, assim, propor uma nova classificação dos gêneros jornalísticos brasileiros no rádio, conforme o objetivo geral deste estudo. O segundo, quantitativo, fará o levantamento da ocorrência dos formatos jornalísticos em três programas radiofônicos analisados.

A classificação dos gêneros jornalísticos que norteia esta pesquisa e que serviu como ponto de partida para a tese foi a proposta por Marques de Melo (2006) e que reconhece a existência de cinco gêneros: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. Desta forma, ampara-se na definição de Marques de Melo (2003), Peñaranda (2000) e Camps & Pazos (1996) para compreender o significado de gêneros. Quanto aos formatos, consideramos que são tipos de emissões que caracterizam determinado gênero jornalístico, obedecendo a critérios de estilo, conteúdo e estrutura. Ao mesmo tempo que também pode ser sinônimo de estratégia de programação de determinada emissora, seja ela de rádio ou televisão.

Quanto ao *corpus* e os instrumentos de análise, nesta pesquisa a amostra foi constituída do acompanhamento e da gravação de três programas da Rádio Eldorado: O Jornal Eldorado (segunda a sábado, das 5h30 às 10h), o Panorama Eldorado (segunda a sexta, das 10h às 12h) e o São Paulo de Todos os Tempos (domingos, das 6h às 8h). Cada programa teve duas edições acompanhadas. Ao todo, portanto, serão mais de 15 horas de gravação, em seis edições. A escolha aleatória do mês para a investigação observa a não ocorrência de grandes eventos ou catástrofes durante o período, tais como a tragédia do voo 3054 da Tam em Congonhas – SP; os Jogos Pan-americanos; o desabamento das obras do Metrô Linha Amarela e a visita do Papa Bento XVI ao estado de São Paulo, por exemplo.

Além do critério IBOPE, também podemos embasar a escolha da emissora por ser uma das mais antigas da capital (completou 50 anos em 2008) e pelo caráter pioneiro na criação de um novo estilo de jornalismo de serviços com a implantação das transmissões aéreas, a bordo de um helicóptero, orientando os ouvintes a escolher as melhores alternativas para o trânsito.

Cabe aqui ressaltar que as unidades de registro serão compreendidas como “unidades de análise” para que possam ser contadas de fato. E embora seja o menor elemento de uma análise de Conteúdo, é também um dos mais importantes.

Quanto às técnicas, utilizaremos a gravação de programas, pesquisa bibliográfica e entrevistas semi-estruturadas com os jornalistas responsáveis pela veiculação da informação.

Estrutura da tese

No capítulo 1 veremos o estado da arte sobre os gêneros no mundo, sua origem e as classificações existentes, compiladas pela autora em uma tabela, que contribui didaticamente para o aprendizado sobre o tema.

No capítulo 2 dedicamo-nos ao estudo dos formatos, definidos pela pesquisadora como “tipos de emissões que caracterizam determinado gênero jornalístico, obedecendo a critérios de estilo, conteúdo e estrutura”. Também focamos nossos esforços numa tipificação dos programas, já que muitos deles causam confusão para os estudantes da área, devido à repetição de nomenclatura, como por exemplo: boletim e radiodocumentário. Além disso, abordamos as modalidades de emissão: ao vivo, gravada e com participações de platéia. E, enfim, apresentamos a nova classificação dos gêneros radiojornalísticos, divididos em cinco gêneros e 33 formatos. Cada um deles foi detalhado ao longo do capítulo, para que todos possam compreender como ele é feito, para que serve e em que circunstâncias deve ser utilizado. Ao término de cada gênero, mostramos uma tabela com a indicação de tempo padrão de emissão, que servirá de base para os iniciantes na área.

O terceiro capítulo é resultado da necessidade de conhecer de forma mais profunda a composição da audiência em São Paulo. Como os dados foram obtidos junto ao IBOPE, julgamos necessário demonstrar a competência e fidedignidade do material utilizado, para em seguida mostrarmos o panorama atual do rádio no Brasil. As estatísticas são bastante completas e enriquecidas com dados gerais de rádio, tais como universo atendido pelo meio rádio, a audiência conforme as macrorregiões da grande São Paulo, faixa horária, dias da semana e perfil geral dos ouvintes.

A Rádio Eldorado AM foi o objeto do quarto capítulo da tese. Desta forma, primeiro analisamos a composição da audiência da emissora, cujos dados foram fornecidos à pesquisadora pelo IBOPE. Em seguida, debruçamo-nos sobre a Rádio Eldorado AM, para entender um pouco mais sobre a força do Grupo Estado, que integra a emissora; seus cinquenta anos de história, completados em 2008; a composição da Rede Eldorado; sua equipe; premiações recebidas pelo time de profissionais e projetos sociais implementados pela emissora, nas áreas de

cidadania e meio ambiente. Parte do conteúdo refere-se aos dados coletados pelo IBOPE, como perfil do ouvinte Eldorado; dados regionais da Rádio Eldorado AM; audiência quanto à faixa horária e aos dias da semana, e a programação da emissora.

Por se tratar de uma tese bastante didática e formatada para ser utilizada por estudantes de comunicação e profissionais do mercado, no capítulo 5 optamos por demonstrar a aplicação da nova classificação e a consequente análise dos resultados. Como se sabe, o *corpus* de análise contém a gravação de duas edições de cada um dos seguintes programas: Jornal Eldorado, Panorama Eldorado e São Paulo de Todos os Tempos, num total de 17 horas de gravação. Primeiramente, abordamos as características de cada um deles, para em seguida fazer o levantamento quantitativo dos formatos em cada edição. Outro dado relevante, obtido a partir da decupagem das gravações, foi o tempo dedicado a cada formato em segundos. Essa comparação mostrou que alguns formatos, embora apareçam em pequeno número, são bastante representativos quanto ao tempo, justificando sua importância.

Por fim, o capítulo 6 mostra como o modelo pode ser aplicado na prática. Foram coletados exemplos do *corpus* de análise que se adequavam a alguns formatos e, assim, pode-se demonstrar as diferenças entre eles e de que forma eles se complementam.

Capítulo 1

Os gêneros jornalísticos no rádio

“Pido siempre a quien hace radio que piense como si estuviera haciendo cine. Así, sonido, música y palabra serán luz, cámara y acción” (Walter Alves)

1.1. O rádio brasileiro

O rádio brasileiro experimentou diversas fases desde a primeira transmissão em 7 de setembro de 1922. Idealizado para ser essencialmente educativo, no início tinha nas longas palestras e concertos sua matéria-prima. Naquela época, ainda não era diário, nem contava com grandes equipes para produzir programas com uma linguagem específica. Linguagem essa que demorou para ser construída. Durante muito tempo, as emissoras conviveram com o chamado “*gillete-press*”, numa alusão ao fato de que as notícias irradiadas eram recortadas dos jornais impressos e, assim, tinha-se o noticiário radiofônico. A experiência do Repórter Esso trouxe agilidade à informação, contando com o material enviado por agências de notícias, especialmente americanas. Eram os primeiros passos a caminho de uma pretensa “objetividade jornalística” (Klöckner, 2003).

Mais democrático entre os meios de comunicação de massa, o rádio cativa o ouvinte por sua simplicidade, é rápido em relação a outros meios, custa pouco e proporciona a interatividade com o receptor. Sônia Virgínia Moreira observa que o rádio brasileiro permite distinguir seis tipos de usos: “comercial (grande maioria), o educativo, o cultural (ambos minoria), o comunitário, o religioso e o político” (MOREIRA, 2002:15). Aliás, este último tem se sobressaído especialmente nas duas últimas décadas, em que personagens públicos ganham notoriedade e acabam por conquistar cargos políticos em decorrência de seus programas.

Ao contrário dos Estados Unidos, o rádio no Brasil surgiu com o propósito de propagar cultura e educação (o que incluíam longas palestras e execuções de músicas clássicas durante a programação). Apenas uma década depois de sua

implantação tornou-se comercial. E nos anos seguintes, padeceu da forte influência do Estado (idem: 66).

As primeiras leis específicas para a difusão do País foram criadas durante o governo de Getúlio Vargas, entre 1930 e 1945, já que ele próprio era um adepto do meio como forma de propagar seus ideais³. O uso da publicidade só foi autorizado em 1932, trazendo uma nova perspectiva para o rádio da época. A partir dos investimentos, foi possível criar novas atrações e fortalecer o entretenimento.

Ao longo da história midiática, portanto, o rádio surgiu como ameaçador do jornal e do cinema, conquistou seu apogeu na década de 40 do século passado, experimentou o começo do declínio com o surgimento da TV nos anos 50, encontrou uma via alternativa com a mobilidade proporcionada pelo transistor e com a nova segmentação a partir da Freqüência Modulada para, mas recentemente, viver semelhante assombro com a chegada e fortalecimento da Internet.

Nesse panorama, os profissionais e teóricos do meio vêm buscando alternativas para que o rádio não perca sua importância, nem seu apelo junto aos ouvintes. A saída parece estar na diferenciação. Hoje, segundo o Mídia Dados 2008, o rádio mantém estável a participação na verba publicitária do país e não ultrapassa os 4,5%. Em apenas poucos anos, a Internet deve ultrapassá-lo como o 4º meio que mais recebe investimentos, atrás da televisão, dos jornais e das revistas.

É por isso que cada mídia deve, pouco a pouco, buscar seu lugar e compreender melhor sua vocação. A Internet, por exemplo, encontra no gênero interpretativo sua razão de existir, como demonstra Gerson Moreira Lima (2002). Enquanto os jornais e revistas semanais deveriam fortalecer os formatos opinativos, por exemplo.

São muitas as limitações impostas ao meio rádio tradicional (RODRIGUEZ: 2001): a unisensorialidade (somente o ouvido é estimulado); a ausência do interlocutor (ainda hoje é pequena a parcela de ouvintes que entram em contato com a emissora, seja por meio de cartas, telefones ou *e-mails* em relação à audiência total); a fugacidade; a atenção dividida com os outros afazeres e o imediatismo (a

³ Sobre este tema, o uso político do rádio por Getúlio Vargas, consultar HAUSSEN, Doris Fagundes. Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001, 2ª edição.

impossibilidade de voltar a um ponto de interesse buscando melhor compreensão, a exemplo do que acontece com jornais, revistas e sites de Internet.

Por suas especificidades, tais como a linguagem oral, a penetração nos lares, a mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia (ORTRIWANO, 1985:78), o rádio ainda hoje desfruta de ampla vantagem perante os outros meios, especialmente à medida que o rádio digital for consolidado.

1.2. A origem dos gêneros

Desde a Grécia antiga há a necessidade de classificar os gêneros. Platão propôs a classificação binária, dividida entre os gêneros “sério” (epopéia e tragédia) e o gênero “burlesco” (comédia e sátira) (MEDINA, 2001:45). Em seguida, o próprio filósofo incrementou sua classificação, passando a reconhecer três modalidades. A nova classificação baseava-se na

“variação das relações entre estrutura e realidade, à luz do conceito de *mimesis*, ou seja, da imitação: gênero mimético ou dramático (tragédia e comédia); gênero expositivo ou narrativo (dítirambom, noma, poesia lírica) e gênero misto, constituído da associação das duas classificações anteriores (epopéia) (MEDINA, 2001:45).

Do latim, a palavra gênero deriva de *genus/generis* (família/espécie) e não tem ligação com as palavras gene e genética (do grego *gênesis*: geração, criação).

Por definição, Longman (1995) indica que *Genre* é “*a particular type of art, writing, music, etc which has certain characteristics that all examples of this type share*” (p.589). Diferente da palavra *Gender*, que denota a diferença entre “*males and females*” (p.587).

No Aurélio, a noção de gênero pode ser compreendida a partir de duas explicações: 1. maneira, modo, estilo; 2. estilo, natureza ou técnica. Este parece ser o caminho percorrido por Bahktin (1986:60), ao afirmar que os gêneros comunicacionais são “tipos relativamente estáveis de expressões lingüísticas desenvolvidas em situações comunicacionais específicas, que se refletem na forma, no conteúdo e na estrutura”. Para o autor, são fatores que determinam a configuração dos gêneros comunicacionais os estilísticos (formas de expressões

individuais ou coletivas) e os orgânicos (adequação funcional às diferentes esferas da atividade humana, entre elas a jornalística). Para Bahktin, os gêneros da comunicação são secundários, ao contrário dos gêneros da comunicação oral, como as conversas de salão ou entre familiares, por exemplo, que se configuram como primários. Além disso, ressalta o autor, são determinados pelo suporte da mídia, ao condicionarem o uso dos códigos de expressão lingüística.

Já Tzvetan Todorov questiona a importância de se ter os gêneros como objeto de estudo, uma vez que os gêneros (pelo menos na literatura) “parecem desagregar-se” (1981:45). Mais adiante, o autor conclui que “não foram os gêneros que desapareceram, mas os gêneros-do-passado que foram substituídos por outros” (p.47). Desta forma, Todorov conclui que “um novo gênero é sempre a transformação de um ou vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação” (p.48). Esse possível embaralhamento é a tese defendida recentemente pelo francês Jean Michel Utard, baseado no estudo do desenvolvimento da informação sobre as redes digitais. Segundo o autor, por suas imensas potencialidades, a Internet poderá “apagar as fronteiras naturais de informação tais como nos propõem as mídias clássicas” (UTARD,2003:66). O resultado seria um sistema em mutação, com diferentes suportes utilizados.

Ao mesmo tempo em que assume que o gênero é a caracterização da mensagem, considerada como um produto, tendo uma dimensão estrutural (classe e código) e outra de processo (traço histórico), Utard questiona a classificação estática a que os gêneros estão submetidos. Para ele, existem dois casos a serem analisados:

Primeiro, a tentativa taxonômica fundada em critérios materiais (textos curtos/longos); critérios sintáticos; semânticos e, por fim, critérios enunciativos. Segundo, assumiria os gêneros como tipos de discurso, quer dizer, de construções hipotéticas que levam em conta, além das características textuais, elementos que relevam da situação da enunciação e do dispositivo de comunicação (UTARD, 2003:70).

Embora façam sentido as posições defendidas por Todorov e Utard, neste trabalho seguimos a linha de Lorenzo Gomis, uma vez que encaramos os gêneros como fundamentais para o exercício da prática jornalística, do ensino das técnicas e da fruição, à medida que uma classificação dos gêneros proporciona uma mesma

linguagem, um mesmo código com os quais tanto o produtor quanto o receptor possam se entender.

Los géneros son particularmente importantes para la formación de los periodistas y para la organización del trabajo en una redación, puesto que los profesionales se entienden entre sí gracias a los géneros y saben lo que se espera de ellos en cada caso particular (GOMIS apud PILAR & HERRERA: 1989, 140)

1.3. Os gêneros jornalísticos

Os estudos sobre gêneros jornalísticos iniciaram há mais de 150 anos. Para José Marques de Melo (2003), a primeira classificação remonta ao início do século XVIII, quando o editor inglês Samuel Breckley optou pela separação entre *news* e *comments* no Daily Courant:

Desde então, a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas, em decorrência das transformações tecnológicas que determinaram as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações naturais com que se defronta e a que se adapta a instituição jornalística em cada país ou em cada universo geocultural (MARQUES DE MELO, 2003:42)

Todavia, as mídias eletrônicas, como o rádio e a TV, principalmente, não têm despertado o interesse dos pesquisadores a fim de atualizar os conceitos vigentes.

Desta forma, replica-se na academia antigas e desatualizadas classificações dos gêneros no meio impresso, adaptando-as de forma improvisada para o rádio, televisão e Internet.

Em uma perspectiva histórica, segundo Marques de Melo (2003), o jornalismo acompanhou o desenvolvimento das sociedades européias, atendendo a um requisito básico da sociabilidade: o da informação. Apesar disso, as primeiras *gazetas* e os *avisos* do século XV e, mais tarde, do séc. XVI, não configuravam como sendo jornalismo, uma vez que não atendiam ao princípio da periodicidade, o que só vem a acontecer a partir do séc. XVII.

Os primeiros gêneros estruturados – o informativo e o opinativo – tiveram início na Inglaterra e na França, respectivamente. Mas foi nos Estados Unidos que o gênero informativo ganhou força e destaque, quando a imprensa acelerou o ritmo

produtivo, convertendo a informação em mercadoria. O autor observa que Raymond Nixon avaliou o processo jornalístico à luz do esquema proposto por Lasswell/Wright e encontrou evidências de que a instituição jornalística assumia diferentes papéis: ao observar a realidade, registrando os fatos e informando à sociedade, praticava o jornalismo informativo; ao reagir diante das notícias, emitindo opiniões, exercia o jornalismo opinativo; ao orientar além de apenas informar, fazia o jornalismo interpretativo e, por fim, ao preencher os momentos de ócio das pessoas, praticava o jornalismo diversional.

Na década de 60 do século passado, o norte-americano Fraser Bond já delimitava o espaço por onde o jornalismo deveria transitar, apresentando quatro razões fundamentais para sua existência: informar, interpretar, orientar e entreter. Porém, naquela época, o próprio autor classificava as matérias jornalísticas de noticiário ou página editorial, sendo o primeiro uma mescla dos gêneros informativo (notícia, reportagem, entrevista) e diversional (história de interesse humano). Já o segundo tinha em sua essência elementos do gênero opinativo (editorial, caricatura, coluna e crítica).

No Brasil, os gêneros jornalísticos tornaram-se objeto de pesquisas a partir da década de 1960, com os primeiros estudos sistemáticos de Luiz Beltrão. O mestre pernambucano observou a ocorrência dos gêneros informativo (1969), interpretativo (1976) e opinativo (1980).

No entanto, daqueles tempos até hoje, pouco avançamos rumo a uma classificação genuinamente brasileira dos gêneros jornalísticos. José Marques de Melo aponta a existência de mais três gêneros: o interpretativo, o diversional e o utilitário (2006). Mas isso só aconteceu recentemente e ainda não foi publicado em livro. A obra *Jornalismo opinativo*⁴ é um estudo sobre a identidade do jornalismo brasileiro, tendo como foco a análise dos gêneros jornalísticos, especialmente os opinativos, e os mecanismos usados pelos agentes sociais para interferir na direção ideológica dos fluxos informativos. Nela, Marques de Melo observa a ocorrência de dois gêneros na categoria jornalismo: Informativo e Opinativo (2003:65). A

⁴ O livro *Jornalismo Opinativo* é resultado da tese de livre docência do autor, apresentada à Universidade de São Paulo (USP) no início da década de 1980. Foi publicado pela primeira vez com o título a "A opinião no jornalismo brasileiro".

classificação com cinco gêneros proposta pelo alagoano é recente e ainda não foi publicada em livro.

Além da tese de livre-docência, Marques de Melo também tem orientado extensa produção acadêmica nos cursos de Pós-Graduação em que atua, gerando outros trabalhos voltados à produção teórica sobre gêneros, em especial os impressos. Prova disso são os livros *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo* (1992) e a pesquisa *Gêneros e formatos na Comunicação massiva periódica: um estudo do jornal "Folha de São Paulo" e revista "Veja"* (DIAS et al., 1998).

Barbosa Filho (2003), em dissertação de mestrado⁵, elaborou um panorama dos gêneros em geral no rádio brasileiro, sem abordar especificamente os jornalísticos. Para ele, os gêneros, quando relacionados à área de comunicação,

“podem ser entendidos como unidades de informação que, estruturadas de modo característico, diante dos seus agentes, determinam as formas do que representam num determinado momento histórico” (2003:61).

O conceito de gênero interpretativo, por sua vez, está longe de ser consolidado. Pesquisadores brasileiros, como Luiz Beltrão e, mais tarde, Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro conseguiram estabelecer parâmetros que configurassem o gênero. A conclusão parece estar ligada ao fato de que para haver interpretação é preciso antes farto material para análise, uma vez que o referido gênero não pretende emitir juízo de valor e sim situar o leitor para que possa compreender os fatos em sua totalidade, com uma análise embasada e com projeções substanciais para o futuro. Beltrão afirma que nem sempre isso é possível, uma vez que os proprietários de jornais não estão dispostos a investir em qualidade. Embora Marques de Melo contraponha este argumento ancorado na opinião do jornalista Clóvis Rossi que exalta as qualidades dos acervos de pesquisa dos grandes jornais brasileiros, sabemos que a realidade nos demais veículos é outra, especialmente naqueles pequenos e de regiões periféricas, que pagam pouco e não investem em qualidade pessoal, material nem em infraestrutura.

⁵ Este trabalho foi orientado pela prof^a. Dr^a. Anamaria Fadul, no Instituto Metodista de Ensino Superior de São Bernardo do Campo/São Paulo, em 2003.

Por seu turno, o jornalismo diversional firmou-se como gênero a partir do “novo Jornalismo” norte-americano, capitaneado por Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote, graças à mistura de sensibilidade, envolvimento afetivo e profunda observação dos protagonistas das notícias e ambientes em que atuam, conforme Marques de Melo. Exemplo disso é o livro *A sangue frio*, de Capote, que levou cinco anos para ficar pronto. Vale ressaltar aqui que o gênero diversional até hoje não encontra eco nos grandes jornais brasileiros porque prescinde de tempo para ser executado a contento. A rapidez do processo jornalístico nem sempre é amiga da qualidade e do requinte necessário.

Quanto ao jornalismo opinativo, Marques de Melo é categórico ao afirmar que a objetividade jornalística é um mito, uma vez que “acepção de neutralidade, imparcialidade e assepsia política” são frutos da imposição norte-americanas de fábricas de notícia. Ao fazer tal afirmação, o autor deixa transparecer porque é um dos pesquisadores mais respeitados do campo da comunicação. A crítica a um dos pilares do jornalismo – a suposta objetividade – é embasada em argumentos decisivos e suas contribuições devem ser respeitadas. Enquanto no ensino de graduação os professores ainda se mostram empenhados em fortalecer tal mito, Marques de Melo parece chefiar um exército de profissionais que se depara com dilemas éticos todos os dias, quando, por exemplo, são cobrados pelas chefias para cobrir determinado fato e não outro, ou dar mais ênfase a este personagem e não àquele. Ainda dentro da questão da subjetividade, sabemos o quanto cada experiência pessoal pode interferir na “editorialização” de uma matéria, uma vez que cada profissional é diferente do colega, tem vivências específicas e opiniões diferentes acerca dos fatos.

Um olhar atento sobre os primeiros estudos sobre gêneros jornalísticos revela certa semelhança de abordagem. Lia Seixas (2004), por exemplo, observou que as propostas de classificação dos gêneros jornalísticos de Luiz Beltrão (1980), José Marques de Melo (1985)⁶ e Martínez Albertos (1991) têm em comum os seguintes critérios: 1) finalidade do texto ou disposição psicológica do autor, ou ainda

⁶ Seixas referencia o livro de Marques de Melo datado do 1985, a primeira edição com a versão da tese de livre docência do autor, mas a obra consultada para esse projeto é a edição de 2003, a terceira edição que, no entanto, não passou por atualização ou revisão do conteúdo, exceto acréscimo de seções de teor pedagógico, como “Tópicos para reflexão e debate” contendo temas para discussão extraídos do teor de capítulo encerrado e a lista de obras afins anexada ao final do livro, o que deixa à mostra a vertente pedagógica da obra.

intencionalidade; 2) estilo; 3) modos de escrita, ou morfologia, ou natureza estrutural; 4) natureza do tema e topicalidade; e 5) articulações interculturais (cultura). Tais características levaram a autora a afirmar que:

A maioria dos autores que trabalhou na classificação de gêneros jornalísticos esteve baseada na separação entre forma e conteúdo, o que gerou a divisão por temas, pela relação do texto com a realidade (opinião e informação) e deu vazão ao critério de intencionalidade do autor, que realiza uma função (opinar, informar, interpretar, entreter). A função, ao invés de ser vista como ‘intenção’ do autor, deve ser trabalhada como cumprimento dos poderes, papéis e estatuto implicado no contrato de leitura de determinada prática social discursiva (gênero) (SEIXAS, 2004:03).

Os “serviços informativos” são o alvo de Rodriguez (2001), ao defender os princípios éticos que regem o fazer radiofônico: objetividade, veracidade, imparcialidade e clareza. Segundo o autor, existem quatro formatos que, cada um a sua maneira, servem para atingir os objetivos propostos. São eles: 1) **flash**: é a notícia imediata, sem perda de tempo, com os primeiros detalhes que chegam às mãos da equipe. Será ampliada nos programas subsequentes; por sua urgência e importância, pode interromper qualquer programa; 2) **avance**: como o nome sugere, é o adiantamento resumido dos temas, notícias ou notas que serão abordadas no próximo noticiário; 3) **boletim**: recapitulação das notícias chegadas à redação entre os jornais de meia em meia hora e 4) **panorama de notícias**: é o programa de maior extensão de tempo, com cerca de 60 minutos, normalmente irradiado nos horários nobres (6h, 12h, 18h e meia-noite). Incorpora notas redigidas pela própria equipe de redação, das agências de notícias, falas dos cronistas do exterior, correspondentes, etc.

Para Peñaranda, “*los géneros son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace*” (2000:01). O autor ampara-se no boliviano Erick Torrico, quando este argumenta que os gêneros são

“espécies que reúnen aquellos mensajes que son formalizados de modo tal que constituyen una familia, o sea a los que tienen lazos de parentesco en su esencia y en su entorno y que, precisamente por ello, se diferencian de los demás” (apud Peñaranda: 2000:01).

Camps & Pazos (1996) também observam que as fronteiras entre os gêneros jornalísticos são cada vez mais ambíguas, proporcionando, inclusive, a aparição de subgêneros. Como forma de exemplificar tal tendência, citam o uso do neologismo “crononota”, uma mistura de crônica e nota, bastante freqüente na Argentina, segundo os autores. Para eles, a ambigüidade e a inter-relação dos gêneros são decorrentes de diversos fatores, como por exemplo, as mudanças nos modelos de comunicação, o efeito *zapping* (os leitores lêem menos à medida que se acostumam com a linguagem audiovisual), a maior velocidade na difusão das notícias, através da rádio e da televisão, a consolidação dos meios multimídia, como o CD-Rom e a Internet e as novas tecnologias usadas na área gráfica.

Nesta pesquisa, julgamos importante apresentar os formatos propostos por Sibila Camps & Luis Pazos, por terem grande semelhança com os formatos utilizados na imprensa brasileira e também por estarem em consonância com os rumos teóricos que esta pesquisadora vem trilhando. Vale ressaltar que para os autores argentinos as nomenclaturas diferem um pouco: o que para eles constituem os gêneros, neste trabalho são compreendidos como formatos. Desta forma, os gêneros seriam: 1) **Crônica**: relato preciso de um fato mediante a informação pura, sem interpretação, nem opinião; 2) **Crônicas para agências noticiosas**; 3) **Boletins para rádio e televisão**; 4) **Nota**: narração de um fato ou de uma situação, mediante técnicas de redação que permitem maior liberdade no modo de transmitir a informação; 5) **Nota colorida**: conta uma história ou descreve uma situação, dando ênfase ao modo como se desenvolve, ao invés de primar pela informação. Neste caso, os recursos de redação são mais literários do que jornalísticos; 6) **Testemunhal**: matéria em que se agrupam as declarações de várias pessoas em relação a um mesmo fato, situação ou pessoa. Seria o equivalente ao que chamamos de “enquete” ou “fala-povo”; 7) **Reportagem/entrevista**: é a transcrição textual – através de perguntas e respostas – de uma entrevista cara a cara com uma pessoa/fonte. É necessário ser fiel às idéias do entrevistado, respeitando sua maneira de se expressar; 8) **Gêneros biográficos**: incluem a biografia propriamente dita, o perfil, a necrologia e a história de vida. Todos estes formatos compreendem diferentes formas de informar acerca da vida e/ou aspectos mais destacados de uma pessoa; 9) **Coluna de opinião**: é a interpretação pessoal que um jornalista faz de um fato ou fenômeno determinado. Inclui o editorial, a coluna fixa e as notas de

opinião, 10) “**Gacetilha**”: é o anúncio de uma atividade – cultural, política, social – através de informação sucinta, precisa e objetiva. Seria o correspondente ao “*release*”, 11) “**Apostillas**” ou “**chapas**”: são informações consideradas de menor importância, breves, redigidas em um só parágrafo e separadas visualmente entre si, porém publicadas como um material único, mesmo quando não estão referidas ao mesmo tema , 12) “**Agendas, carteleras y guías**”: breves anúncios de utilidade pública; 13) **Cronologias e antecedentes**: consistem da enumeração concisa, por ordem de datas, de uma série de fatos vinculados a um mesmo tema e, por fim, 14) **Carta de leitores**: é uma seção fixa, onde se publicam informações ou opiniões enviadas pelos leitores do veículo (CAMPS & PAZOS: 1996:130-153).

1.4. Gêneros Radiojornalísticos: as classificações existentes

A literatura existente sobre o meio rádio já não pode ser considerada escassa. Passados mais de 80 anos desde sua implantação no Brasil, o rádio tornou-se parte do cotidiano de milhões de brasileiros, seja no campo ou na cidade. Cada um a sua maneira, os ouvintes descobriram neste veículo barato (tanto do ponto de vista da produção quanto da fruição) um aliado na busca por informação, companhia e divertimento.

A produção teórica sobre o rádio pode ser dividida em manuais profissionais voltados especialmente a estudantes (BARBEIRO & LIMA:2003; PARADA:2000; FERRARETTO:2000; PRADO,M.:2006; PRADO, E.:1989; ORTRIWANO:1985; ANDRADE LIMA: 1970); manuais das próprias emissoras (KLÖCKNER:1997; PORCHAT:1993); livros que resgatam a história do veículo e/ou dos profissionais que nele trabalharam (TAVARES: 1999; HAUSSEN:2003; NUNES:2001; SAROLDI & MOREIRA: 2005; GOLDFEDER:1980; CASÉ: 1995; SILVA, M.:2000) ou obras teóricas que, em geral, comparam o sistema brasileiro ao de outros países (MOREIRA:2002; MEDITISCH, 2005; SILVA, J.: 2007) apenas para citar os trabalhos de maior destaque.

De todas as obras publicadas até o momento, porém, apenas “Gêneros Radiofônicos”, de André Barbosa Filho, propõe-se a analisar os gêneros no rádio. No entanto, embora seja bastante completo nessa abordagem, elencando e discorrendo sobre os formatos que compõem cada um dos sete gêneros admitidos pelo autor, a saber, jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e, por fim, gênero especial, furta-se da oportunidade de classificar o gênero jornalístico, ou melhor, radiojornalístico⁷, contribuindo, assim, para o fortalecimento da pesquisa na área. Também deixa de realizar uma aproximação empírica, buscando encontrar e sistematizar a ocorrência dos gêneros e formatos no rádio brasileiro.

No livro, originário de sua dissertação de mestrado defendida no Instituto

⁷ Neste momento cabe ressaltar a diferença entre radiofônico e radiojornalístico: o primeiro refere-se a todos os gêneros praticados no rádio e o segundo, apenas àqueles que contemplam os preceitos jornalísticos, a saber: imediatismo, instantaneidade, universalidade, proximidade, mobilidade.

Metodista de Ensino Superior de São Bernardo do Campo⁸ (SP), atual UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), Barbosa Filho (2003) observa que os gêneros estão determinados “em razão da função específica que eles possuem em face das expectativas da audiência” (2003:89). Assim, descreve cada um dos formatos (neste trabalho consideraremos a seguir apenas os classificados por ele como jornalísticos: 1) **nota** (informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso); 2) **notícia** (modulo básico da informação); 3) **boletim** (pequeno programa informativo, com, no máximo, cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e constituído por notas e notícias e, às vezes, por pequenas entrevistas e reportagens); 4) **reportagem** (amplia o caráter minimalista do jornalismo e oportuniza aos ouvintes uma noção ampla mais aprofundada a respeito do fato narrado); 5) **entrevista** (uma das principais fontes de coleta de informação, está presente direta ou indiretamente, na maioria das matérias jornalísticas), 6) **comentário** (cria ritmo e amplia o cenário sonoro do receptor, visto que propicia a presença de diferentes vozes na programação), 7) **editorial** (é o anúncio de opinião não-personalizada e retrata o ponto de vista da instituição radiofônica), 8) **crônica** (tem relação direta com a atualidade e ligação com uma circunstância favorável. Transita entre a fronteira entre jornalismo e literatura), 9) **radiojornal** (congrega e produz outros formatos jornalísticos, como as notas, notícias, reportagens, comentários e crônicas) 10) **documentário jornalístico**, 11) **mesas-redondas ou debates** (são espaços de discussão coletiva em que os participantes apresentam idéias diferenciadas entre si), 12) **programa policial** (tem como objetivo cobrir os acontecimentos e fatos policiais, por meio de reportagens, entrevistas, comentários e notícias), 13) **programa esportivo** (é a divulgação, cobertura e análise dos eventos esportivos. Veiculado no formato de notícias, comentários, reportagens, entrevistas, mesas-redondas), e 14) **divulgação técnico-científica** (tem a função de divulgar e, conseqüentemente, informar a sociedade sobre o mundo da ciência, com roteiros apropriados e linguagem que seja acessível à maioria da população).

Vale ressaltar aqui a distinção que o autor faz entre o gênero jornalístico e o de serviço. Para ele, o gênero de serviço é basicamente informativo,

“de apoio às necessidades reais e imediatas de parte ou de toda a população ao alcance do sinal transmitido pela emissora de rádio”.
(BARBOSA FILHO, 2003:134-135).

⁸ A referida dissertação de mestrado foi orientada pelo Prof. Gino Giacomini Filho.

Ora, se o gênero de serviço é calcado em informação, ele não deveria estar integrado ao jornalístico? Conforme André Barbosa Filho, o motivo para a separação em dois gêneros distintos é que o de serviço distingue-se do jornalístico por seu caráter de “transitividade”, que indica movimento, circulação, trânsito e, conseqüentemente, provoca no ouvinte uma reação sinérgica, ao reagir à mensagem. A explicação não convence, na medida que as emissoras do tipo *all news* e *news – talk* se valem, cada vez mais, das matérias ditas “de serviço”. Prova disso são as coberturas aéreas, para o trânsito em diversos horários, tão fundamental quanto a meteorologia, roteiro cultural, notas de utilidade pública, etc.

Em manual lançado recentemente, a jornalista, professora e blogueira Magaly Prado aborda o fazer radiofônico na forma de verbetes, que vão desde dicas sobre texto e postura do repórter até macetes sobre determinadas técnicas. Em meio a tudo isso, explica os formatos jornalísticos presentes no rádio com maior frequência, sem, todavia, adotar esta nomenclatura nem classificá-los quanto aos gêneros a que pertencem. Desta forma, aborda: 1) os **noticiários** (principal programa de jornalismo da emissora); 2) **boletins**, que são pequenos programas, programetes ou “pílulas”, emissões de curta duração; 3) **sonora** (o mesmo que entrevista em rádio), pode ser gravada ou ao vivo; 4) **entrevista no estúdio ou por telefone** (esta, em geral, é feita pelo apresentador do programa); 5) **reportagem** externa; 6) **mesa de debate** (três ou quatro convidados discutem, de diferentes pontos-de-vista, determinado assunto); 7) **enquetes** (coleta de opiniões da população, é um recurso bastante utilizado); 8) **especiais** (programas que abordam temas de grande interesse, como por exemplo, 40 anos de carreira de tal ator); 9) **tributos** (programas especiais sobre pessoas já falecidas); 10) **biografias** (perfil de determinada personalidade pública, geralmente feito antes do falecimento); 11) **comentários** (sobre este item a autora não tece qualquer hipótese conceitual, limitando-se a advertir para que o radialista não emita comentários sem critérios); 12) **testemunhais** (aparece quando a autora fala do segmento esportivo. Ressalta que não se deve deixar levar pela emoção ao narrar uma partida de futebol, por exemplo); 13) **trânsito** (fundamental nas grandes cidades. A cobertura de trânsito, para ser bem feita, precisa apresentar rotas alternativas para o ouvinte/motorista); 14) **temperatura** (fundamental no rádio. Muitos ouvintes ligam-no só para escutar a previsão); 15) **retrospectiva** (reúne os principais acontecimentos do ano, em todas

as áreas); 16) **policiais** (aqui antecedido pela palavra gênero – é a principal atração de emissoras populares, com forte presença da interpretação eloquente do radialista); 17) **cartas** (fonte de pauta para a produção. Especialmente nos programas policiais, a maioria dos crimes relatados chega por meio de cartas enviadas pelos ouvintes); 18) **cotações** (de moedas estrangeiras, principalmente do dólar americano e das bolsas de valores); 19) **educativos**; 20) **sitcom radiofônica** (programa curto, em que uma história de ficção é contada); 21) **radionovela ou radioteatro**; 22) **peça radiofônica**; 23) **radiodocumentário** (aborda um determinado tema em profundidade. Baseia-se em pesquisa de dados e de arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante (PRADO, 2006:05-66).

Com relação aos formatos, Magaly Prado os divide em:

- 1) Programas curtos - admite tanto o uso do humor quanto boletins de comentaristas e colunistas;
- 2) Ao vivo – divididos em programação ao vivo e cobertura externa ao vivo;
- 3) Gravados – com platéia, com poucas pessoas, com convidados especiais e “fala, ouvinte!”;
- 4) Consultores – têm horário determinado para entrar no ar, são pessoas que dominam o assunto que vão abordar, nem sempre têm sua participação remunerada;
- 5) Interativos – com a participação ativa dos ouvintes;
- 6) Perguntas e respostas – pingue-pongue, coletiva ou exclusiva.

Os estudos mais avançados sobre o tema parecem ser os provenientes de países *hispano-hablantes*, como Espanha, por exemplo.

María del Pilar e Susana Herrera (2005) bem observaram que os atuais estudos sobre os gêneros radiofônicos são escassos e confusos. Ao mesmo tempo em que tentam dirimir as arestas existentes entre os autores, utilizam-se de denominações errôneas, contribuindo para a “*pérdida de un marco normativo*”, que acaba por confundir inclusive os próprios apresentadores de programas de rádio

(2005:1). Em sua revisão de literatura, encontram em Arturo Pérez Merayo⁹ subsídios para embasar sua tese, a de que os gêneros radiofônicos são como traços construtivos que dão estrutura formal aos conteúdos do discurso da rádio:

{Gêneros radiofônicos} se entienden como modos de armonizar los distintos elementos del lenguaje radiofónico de manera que la estructura resultante pueda se reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica (MERAYO, apud PILAR & HERRERA, 2005:2).

Daí reconhecem que os gêneros cumprem três funções básicas: primeira, são formas de representação da realidade e servem como sistemas de referências que se modificam e evoluem constantemente; segunda, os gêneros são também ferramentas para o trabalho dos jornalistas e instrumentos úteis da pedagogia do exercício profissional e, por fim, a terceira função é a de que os gêneros atuam como modelos de enunciação, ou seja, fornecem um conhecimento que permite superar ou modificar os esquemas tradicionais (PILAR & HERRERA, 2005:02). De qualquer forma, as autoras ressaltam que os gêneros não apenas são úteis para os produtores de determinada mensagem como também para os consumidores/receptores).

Do alto de sua experiência como profissional de jornalismo e professor, Heródoto Barbeiro, em parceria com Paulo Rodolfo de Lima, elaborou um Manual de Radiojornalismo focado em produção, ética e internet. Bastante interessado na ética diária e na postura do profissional, o livro também aborda terminologia e jargões da profissão. Em meio a tudo isso, dedicam algumas páginas para abordar com mais profundidade a reportagem e a entrevista. A primeira, segundo os próprios autores, é a principal fonte de matérias exclusivas da rádio jornalística e a segunda, tem o poder de transmitir o que o jornalismo impresso nem sempre consegue: a emoção. Porém, assim como em outros manuais, ignora os demais formatos radiofônicos e sua respectiva classificação em gêneros (BARBEIRO & LIMA, 2003).

Na obra “Rádio: o veículo, a história e a técnica”, Ferraretto (2000) propõe-se a consolidar os pilares do “fazer” jornalístico, abordando desde questões técnicas até elementos históricos que nortearam o desenvolvimento do meio. Ao discorrer sobre a técnica radiofônica, procura descrever os gêneros jornalísticos no rádio,

⁹ Pérez, Arturo Merayo. Para entender la radio – **Estructura del proceso informativo radiofónico**. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 2000.

sem, todavia conceituá-los. Admite a ocorrência de três gêneros: informativo, interpretativo e opinativo; também observa que no rádio tais gêneros “adquirem formas específicas” (2000:201). Por exemplo, para Ferrareto, o informativo “retrata o fato com o mínimo de detalhes”. Pode aparecer tanto na notícia quanto em boletins do repórter. Porém, neste caso, o autor observa que pode haver interpretação.

Já o gênero interpretativo tem, na visão do autor, o objetivo de “situar o ouvinte dentro do acontecimento” (2000:201), o que ocorre mediante a ampliação qualitativa das informações a serem repassadas ao público, ou seja, comparando os fatos, remetendo-os ao passado, fazendo conexões com outros acontecimentos e projetando-os para o futuro. O autor ressalta que o texto manchettato permite o uso de recursos interpretativos, ao situar o ouvinte nos níveis histórico, geográfico e social. Permite, ainda, o uso de expressões informais e até adjetivos e chavões, normalmente evitados na linguagem jornalística.

Quanto ao gênero opinativo, Ferrareto divide a programação radiofônica entre “informativos” e “de entretenimento”. No primeiro grupo, segundo o autor, estão os noticiários (síntese noticiosa, radiojornal, edição extra, toque informativo e informativo especializado), programas de entrevista, programas de opinião, mesas-redondas (painel e debate) e os documentários. Já no segundo grupo estão os programas humorísticos, os de dramatização, os programas de auditório e, por fim, os programas musicais.

No entanto, embora se refira aos formatos, especificando cada um deles, o conceito do termo utilizado por Ferrareto difere do adotado neste trabalho. A saber, para o autor gaúcho, formato “representa uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das idéias” (2000:61), enquanto para nós, formato são tipos de emissões que obedecem critérios de estilo, conteúdo e estrutura. Para o autor, os formatos “puros” constituem-se dos informativos, musicais, comunitários, educativo-culturais e místico-religiosos. Já os “híbridos” têm a participação do ouvinte ou o misto música-esporte-notícia.

O manual de Marcelo Parada é simples e objetivo. Assim como a maioria dos livros deste tipo, também não apresenta nenhuma classificação dos gêneros radiofônicos. E se bem explica como funciona uma rádio, oferecendo dicas sobre texto e edição, além de instigar os jovens a procurar emprego em emissoras de

rádio, não aprofunda a questão crucial dos formatos, ponto de partida para o bom “fazer jornalístico”. Trata apenas dos formatos mais comuns, como a notícia, a reportagem, trânsito e estradas. Sobre notícia limita-se a elencar princípios norteadores, com base no autor Andrew Boyd. São eles: proximidade, relevância, imediatismo, interesse, drama, entretenimento (hora certa, emergências, denúncias, atos do governo), conflitos e debates, saúde, reclamações de ouvintes, “dá pra resolver”, previsão do tempo, esportes, trânsito e estradas (PARADA, 2000:24-27).

Quanto à reportagem, Marcelo Parada insiste que é de responsabilidade de todos na emissora, para que seja “viva e quente” e “não anódina e burocrática”. Ele também reforça que a reportagem deve ser fruto de um esforço coletivo, do envolvimento e do trabalho em equipe (idem, 2000:29).

Por seu turno, Raúl Peñaranda (2000) busca no boliviano Erick Torrico e no chileno John Müller inspiração para compor sua própria classificação, sendo que, ao contrário dos autores citados, admite a existência de quatro e não três gêneros. São eles: 1) os **informativos**, cuja função básica são os relatos dos fatos, de forma “fria”, sem incluir opiniões; representados pelos formatos: nota ou notícia, crônica, entrevista e perfil; 2) os **opinativos**, que serve para expor idéias e opiniões ao invés de repercutir os fatos. Comumente, as opiniões, segundo o autor, estão amparadas em valores, idéias e sentimentos de quem redige a matéria e não necessariamente em fatos. Este segundo gênero teria como representantes os seguintes formatos: editorial, coluna ou artigo, caricatura de opinião, o comentário, a crítica ou resenha e a carta; 3) o meio termo entre os gêneros informativos e opinativos seria ocupado pelo **gênero interpretativo**, o qual inclui ao mesmo tempo opiniões subjetivas, enfoques e visões específicas dos temas abordados. Configura-se por apresentar grande quantidade de dados contextuais e visões dicotômicas para em seguida oferecer conclusões e dar elementos suficientes para que o leitor compreenda melhor os fatos. Tem como formatos as análises e as reportagens, segundo Peñaranda; 4) por fim, o autor inclui o gênero entretenimento, que tem como objetivo apenas “divertir e distrair” (2000:6) e jamais relatar os fatos e emitir juízos de valor. É composto pelos formatos: tiras cômicas e caricaturas, palavras-cruzadas, jogos, horóscopo, etc.

A dosagem certa no uso e na disposição na grade de programação dos gêneros jornalísticos precisa ser feita com esmero para que atinja um nível louvável.

Com esta idéia Fernando Curado Ribeiro (1964) introduz sua “classificação” dos gêneros radiofônicos. Cabe ressaltar, mais uma vez, que a noção de gênero utilizada pelo autor difere da adotada por esta pesquisadora. Talvez por isso não concordemos com alguns dos formatos incluídos por ele na lista, como música clássica e “ligeira”, definitivamente puro entretenimento, sem conteúdo jornalístico.

Eis a classificação: informações; reportagens; palestras; conferências didáticas; entrevistas; programas “distrativos”; crônicas sociais; crônicas econômicas; crônicas financeiras; crônicas políticas; crônicas religiosas; comunicados da bolsa; previsões meteorológicas; cultura física; desportos; rádio escolar; emissões dramáticas; emissões literárias; rádio-teatro; música clássica; música ligeira; folclore e, finalmente, variedades.

A dificuldade em definir a “fórmula” do que é um programa de rádio e que elementos o compõem fazem parte das inquietações de Atorresi (1995) ao falar dos gêneros radiofônicos. A autora divide os programas em três grandes grupos: informativos, de opinião e de entretenimento, ressaltando que é fundamental conhecer o público, seja ele compreendido como “geral” ou “específico de um setor”. Ou seja, a autora compreende que a especialização dos conteúdos (ou a segmentação dos mercados) trouxe consigo uma nova possibilidade de emissão radiofônica, seja em programas com temática adulta ou para amantes do cinema ou teatro, por exemplo. Mas embora admita a existência dos três gêneros é bastante enfática ao afirmar que:

Los géneros de opinión no tienen un lugar diferenciado importante. La radio parece dedicarse a explotar las ventajas de la inmediatez, instantaneidad y simultaneidad dejando el espacio del análisis a los medios escritos. (...) En radio (...) la decodificación del mensaje está condicionada: se da de una sola vez o no se da. Por eso es que las argumentaciones complejas y largas no se llevan bien con este medio que prefiere la información al minuto y, como mucho, un juicio breve y contundente respecto de lo que se há informado (1995:28-29).

Fica bastante claro que para Ana Atorresi o gênero de maior destaque e relevância no rádio é o informativo. Motivo para tal é a instantaneidade de que vive a rádio, uma vez que toda a programação pode ser interrompida a qualquer momento em função de uma notícia de última hora. Além disso, afirma, em geral, toda a programação é pensada a partir dos diversos jornais veiculados ao longo da

programação. Os demais programas são “encaixados” entre estes espaços. Desta forma, admite a existência de práticas distintas por parte dos jornalistas, com estrutura, temática e estilo mais ou menos estáveis. São os seguintes formatos: 1) **flash**: notícia levada ao ar tão logo seja conhecida, por sua importância, pode interromper a programação; 2) **avance** (chamada): tem como objetivo dar uma mostra do que será veiculado em determinado dia e horário. Em geral, utiliza a música característica do programa como fundo musical; 3) **boletim horário ou panorama informativo**: “encontro permanente com a atualidade”. É o noticiário a cada meia hora, com duração de um a cinco minutos; 4) **crônica**: dá menos lugar à reflexão e à análise, ao mesmo tempo em que não possibilita muita edição. Furta-se da volatilidade da mensagem radiofônica e da capacidade de aportar testemunhas fiéis; 5) **diário falado**: carro-chefe de qualquer programação. Inserido em horários nobres, de grande audiência, tem inspiração nos editoriais dos jornais impressos: política nacional, internacional, economia, esportes, etc; 6) **entrevista**: também chamada pelos argentinos de “reportaje”. É um dos formatos mais utilizados no rádio, tanto que muitos programas são construídos inteiramente baseados nela e o 7) **unitário ou documental**: este tipo de programa tem como objetivo “formar” mais do que informar, uma vez que busca levar aos ouvintes determinados aspectos que nem sempre são acessíveis a eles. É produzido em função de um eixo temático, que pode variar a cada semana ou a cada edição.

Já quanto ao gênero de entretenimento, Ana Atorresi dá a receita para um programa de sucesso: *“juegos, concursos, humor, ironía y sátira, música, alguna anéctoda y algún comentario”* (1995:20).

Jimmy Garcia Camargo (1980) dedica um capítulo inteiro do seu livro *“La radio por dentro y por fuera”* para tratar da informação e dos tipos de programas informativos, que segundo ele, é um dos pilares básicos da radiodifusão. Sua divisão em formatos e estilos é a seguinte: 1) **radioperiódico** (nome derivado do jornalismo impresso. Indica notícias dadas de forma regular e diária); 2) **noticiero**: divide as notícias em editoriais); 3) **radiorevista** (diferencia-se do anterior pela forma de apresentar as matérias e comentá-las, avaliá-las, analisá-las, etc); 4) **programas de opinión** (espaço destinado a orientar a opinião pública. Em geral, são conduzidos por *experts* nos assuntos tratados. Pode ser feito como uma mesa-redonda); 5) **avance noticioso/flash informativo** (notícia transmitida assim que se tem

conhecimento dela. Por sua importância, interrompe a programação sempre que necessário. Mais tarde, será ampliada nos programas devidos) e 6) **micronoticiário** (pequena seção informativa, que apresenta de forma regular as notícias mais recentes e importantes a cada meia hora ou hora).

O livro “*Estrategia de los pequeños formatos: una programación buena, bonita y barata*”, escrito pelo brasileiro Walter Alves, integra a coleção “Manuales Didácticos CIESPAL” com um propósito simples, porém demasiado importante: despertar nos amantes do rádio o desejo de produzir cada vez programas de melhor qualidade apesar dos escassos recursos que o meio recebe. Para atingir tal objetivo, Alves defende que os “pequenos formatos” são a solução rápida e simples rumo à qualidade do que vai ao ar. Mas antes de discorrer sobre cada um dos formatos, ele também contempla questões de gestão: como vender uma idéia, por exemplo; os efeitos propiciados pelos sons e musicalidade; elementos que não podem faltar a qualquer produção, como: inteligibilidade, correção, relevância e atração; dicas para melhor escrever para o meio e indicações técnicas, para que os radiojornalistas possam cumprir integralmente com suas funções dentro das emissoras.

Portanto, são mais de vinte os formatos admitidos por Alves (1988): 1) **notícia**: é, talvez, o principal elemento de uma programação. O que mais confere credibilidade e respeito a uma emissora. A tônica que governa a redação deve ser a da imparcialidade (ainda que relativa). Deve ser ágil e concisa. Constituída de: introdução, desenvolvimento e conclusão. Não pode ser transformada em comentário. Para evitar que isso aconteça, deve-se evitar responder ao “por que” do lide; 2) **comentário**: “*escudriña*” a atualidade, dando-a contexto histórico, social, econômico ou qual seja o pano de fundo da questão, com agilidade, inteligência e com muitos exemplos; 3) **editorial**: é a opinião da instituição. Calcado na seriedade, tem um caráter quase solene e deve ser usado com parcimônia; 4) **charla**: é um dos formatos mais nobres, ideal para tratar de assuntos já desgastados por tanto se repetirem nos meios de comunicação de massa. É a narração que permite contar um sucesso com arte e sutileza e, quase sempre, com bastante humor. Pode ser narrada ou ilustrada. Muito próxima da crônica literária, utiliza diferentes linguagens, estilo, tom, intimidade e maneira de apresentar; 5) **charla ilustrada**: semelhante ao que foi retratado acima, porém admite o uso de “ilustração”, ou seja, a fala de um entrevistado. A voz gravada do convidado deve ser, no entanto, bastante curta; 6)

entrevista: pode ser um programa por si só ou parte de um todo. Pode ser ao vivo, com tempo limitado, gravada e depois editada em estúdio e editada e narrada. Não devemos nos esquecer de responder às questões: que, quem, quando, onde, como e por que; 7) **la rueda de prensa:** é o mais caótico dos programas, devido essencialmente ao grande número de emissoras existentes hoje. Em geral, vale mais como informação que o repórter aponta e ilustra com algumas frases gravadas¹⁰; 8) **reportagem:** este formato contempla entrevistas, vox popullii, sons locais, narração e descrição. A linguagem visual tem aqui um papel fundamental. O repórter precisa ter todos os sentidos muito aguçados. Existem três modalidades: direta, ao vivo; editada, sem narrador e a narrada; 9) **debate:** tanto o debate quanto o painel e a mesa-redonda necessitam de um moderador, vários microfones e personagens convidados, em geral especialistas que não recebem por sua participação. No caso do debate propriamente dito, o moderador interage com duas pessoas que representam pontos de vista divergentes e faz com que esses dois se enfrentem; 10) **painel:** os especialistas podem chegar a cinco. Os entrevistadores podem ser até dois. Há acesso do ouvinte do programa com perguntas por telefone¹¹; 11) **mesa-redonda:** é uma discussão informal do tema escolhido. Podem participar de 3 a 5 pessoas, além do moderador; 12) **Vox Populli:** consiste na compilação de pequenas declarações de pessoas na rua. É a palavra do povo, sem adulteração. Seu principal atrativo está na maneira espontânea de expressarem-se. Dá vida a qualquer programa, já que a audiência pode identificar-se com as opiniões irradiadas; 13) **“La Tertulia”:** é um programa comandado geralmente por duas pessoas, de preferência um casal. É um show de variedades, levado com muito humor e intimidade. A música é um ingrediente obrigatório; 14) **“Talk Show”:** é o programa de uma personalidade, principal diferença em relação à Tertúlia; 15) **Programa Musical:** além do acervo musical, a produção necessita de informação sobre os autores e intérpretes, o país a que pertence o grupo, o tipo de instrumento utilizado, o nome do cantor (a), o gênero, etc.; 16) **“Retrato Sonoro”:** consiste em descrever ou contar, sem a necessidade de um narrador, um lugar ou determinada história. Seria como aplicar o meio rádio à linguagem cinematográfica; 17) **Informe documentado:** consiste no tratamento de um tema ou assunto determinado, analisando-o sob distintos ângulos. Existem dois tipos: narrado e dramatizado. No

¹⁰ No entanto, em televisão, por exemplo, existe um programa na TV Cultura de São Paulo chamado “Roda Viva” que coloca, a cada semana, uma personalidade no centro do estúdio rodeado por jornalistas que o sabatinam. Apenas o mediador é fixo.

¹¹ Hoje em dia, com a popularização da Internet, a participação do ouvinte se dá cada vez mais pelos meios digitais.

primeiro, predomina o formato “charla”, com ilustrações, música, poesia, entrevistas, etc. No segundo, as cenas dramáticas. Porém, é a narração que adquire maior força e vida em qualquer tipo de trabalho desta natureza; 18) **Informe dramatizado**: pode-se utilizar uma narração nobre e balanceada, entrevistas, muita música incidental, que de certa forma se referem ao tema, debates e mesas-redondas. Mais que isso, cenas dramáticas representando histórias reais ou fictícias; 19) **Monólogo**: são programas dramáticos, mas com apenas uma voz; 20) **“El Sketch”**: diálogos curtos, cômicos, que podem ser inseridos a qualquer momento na programação; 21) **“La serie a dos personajes”**: é um dos formatos mais úteis, fáceis de produzir e de maior impacto na audiência. Consiste em um protagonista fixo e um coadjuvante, que varia de capítulo a capítulo. Cada episódio é independente do outro. Criam-se situações, aspectos e ângulos diferentes; 22) **“La novela de capítulos cortos”**: a duração de cada capítulo é de, no máximo, 12 minutos. É diária e pode ter um número infinito de capítulos. Necessita de um excelente narrador. A chave para o sucesso é o conflito, a crise; 23) **“Los personajes”** : há um triângulo essencial em cada obra teatral: ator-personagem-público; 24) **Adaptações**: esta técnica requer mais que todo o respeito ao autor.

O argentino-uruguaio Mario Kaplún é, ainda hoje, referência quando o assunto são os gêneros no rádio, embora sua obra date da década de 70 do século passado. O motivo é a escassa literatura a respeito do tema, bastante específico. Embora haja diferenças no que tange a alguns formatos radiofônicos, o autor é adepto da corrente que considera como funções básicas das emissoras de rádio a informação, educação, entretenimento:

La radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Es posible asimismo a través de la radio llevar a una reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica (KAPLÚN: 1987, 128)

Kaplún agrupa os programas de rádio em dois grandes “gêneros”: os musicais e os “falados”. Neste último grupo, ele ainda subdivide em três tipos: a) programas em forma de monólogo; b) em forma de diálogo e c) em forma de drama. Ele considera que o primeiro tipo é o mais comum, constituído pela “charla” radiofônica individual, especialmente pelo baixo custo de produção, ao mesmo tempo em que reconhece ser um formato monótono e limitado. Já no segundo tipo, o “dialogado”,

encontramos produções mais sofisticadas, porém mais atrativas, uma vez que permite uma variedade de vozes, pluralidade de opiniões. Segundo o autor, são doze os formatos encontrados no rádio latino-americano:

1) la charla (expositiva, creativa, testimonial); 2) el noticiario (formato noticia); 3) la nota o crónica; 4) el comentario; 5) el diálogo (didáctico, el radio-consultorio); 6) la entrevista informativa; 7) la entrevista indagatoria; 8) el radioperiódico; 9) la radio-revista (programas misceláneos); 10) la mesa redonda (mesas redondas propiamente dichas, el debate o discusión); 11) el radio-reportaje (en base a documentos vivos, en base a reconstrucciones (relato con montaje)) y, por fin, 12) la dramatización (unitaria, seriada e novelada) (KAPLUN, 1978:131)

O entendimento sobre a linguagem do rádio e sua especificidade pode ser compreendido integralmente pela obra de Gisela Ortrivano (1985). A autora discorre sobre as características intrínsecas ao meio, salientando a importância de determinados elementos como a linguagem oral, penetração, mobilidade (tanto do emissor quanto do receptor), baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia para o fortalecimento do veículo e, com isso, atingir o “objetivo da informação como mensagem radiofônica (que é) manter o ouvinte a par de tudo o que de interesse e atualidade ocorre no mundo” (idem: 89).

Depois de apresentar diversos autores que abordam os conceitos de informação e notícia, Ortrivano (1985) divide a notícia com base no tratamento que recebe na elaboração da mensagem. Desta forma, a notícia pode apresentar-se de duas formas:

- 1) Em sua forma pura, limitada ao relato simples do fato em sua essência;
- 2) Em sua forma ampliada: incluindo-se aí reportagens e comentários, tanto interpretativos quanto opinativos (ORTRIWANO:1985:90).

A autora também afirma que a difusão da informação no rádio pode acontecer de diferentes formas, desde que obedeçam a critérios como: oportunidade, conteúdo e tempo empregado na emissão. Gisela, portanto, classifica as transmissões informativas nas seguintes categorias: 1) **flash** (acontecimento importante que deve ser divulgado imediatamente, em função da sua oportunidade); 2) **edição extraordinária** (neste caso, a notícia é apresentada com mais detalhes, sendo normalmente mais longa que o flash); 3) **especial** (analisa um determinado assunto,

seja por sua grande importância e atualidade, seja por seu interesse histórico); 4) **boletim** (noticiário apresentado com horário e duração determinados, com característica musical de abertura e encerramento, e assuntos que podem abranger tanto o noticiário local quanto o nacional e internacional); 5) **jornal** (apresenta assuntos de todos os campos de atividade, estruturados em editorias); 6) **informativo especial** (informações setorizadas. É o caso dos noticiários esportivos) e 7) **programa de variedades** (intercala informações de interesse presumível do grande público com música, humor, etc.) (idem, 92).

Outra obra clássica sobre rádio publicada no Brasil e adotada em inúmeros países, especialmente da Europa, é “Estrutura da informação radiofônica”, de Emílio Prado. O livro não cita ou reconhece a existência de gêneros jornalísticos nem de uma possível classificação em formatos, mas aprofunda a explanação sobre os formatos básicos, mais utilizados, daí seu mérito num momento em que as obras técnicas sobre rádio eram escassas, como nos anos 80.

Desta forma, o autor discorreu sobre os principais formatos do rádio à época: 1) **notícia** (notícia estrita – especialmente nos serviços de hora em hora; notícia com citações com voz – onde alguns dados são expressos pela voz do protagonista dos fatos ou pela fonte; notícia com entrevista – depois da entrada segue-se uma entrevista, que pode ser breve, com respostas curtas ou simplesmente para explicar o porquê dos acontecimentos); 2) **entrevista** (é formalmente um diálogo que produz uma interação mútua entre o entrevistado e o entrevistador. Está dividida em: direta, ao vivo, ou diferida, ou seja, gravada); 3) **reportagem** (reunião de informações segmentadas sobre determinado fato, que juntas dão uma idéia global do tema. Está dividida em: simultânea, ao vivo e diferida, gravada); 4) **mesa-redonda** (são apresentados diversos pontos de vista sobre determinado tema); 5) **debate** (são apresentadas duas opiniões contrárias. É a forma mais viva da polêmica. Tem como objetivo fornecer dados à opinião pública para que esta forme suas próprias conclusões); 6) **documentário** (neste caso, a polêmica reside no tema, não no enfrentamento. É sempre gravado, em função da necessidade de montagem. O jornalista não exprime opiniões neste caso, mas tem o dever de mostrar todos os lados dos fatos); 7) **crônicas** (normalmente, é a informação dos correspondentes internacionais, que fazem uma narrativa dos fatos noticiosos que foram produzidos no âmbito social e geográfico que cobre; pode também acontecer com os

comentaristas especializados).

Por fim, analisamos a obra brasileira mais antiga sobre o tema “Princípios e Técnicas de Radiojornalismo”, que em 2010 completará 40 anos de sua publicação pelo ICINFORM (Instituto de Ciências da Informação), na coleção Comunicações & Problemas, de Zita de Andrade Lima, viúva de Luiz Beltrão.

O livro, que pretende ser uma manual para a realização radiofônica, aborda os princípios da radiodifusão, os fundamentos do jornalismo oral, a linguagem e o estilo radiofônico, código de sinais de comunicação entre operadores técnicos e apresentadores, mas fundamentalmente, explora a classificação dos gêneros radiojornalísticos vigentes até aquele momento e que, até hoje, não foi superado por nenhum outro pesquisador.

Não obstante a semelhança dos formatos analisados pela autora pernambucana com os observados atualmente, a diferença reside num primeiro estágio quanto à nomenclatura: a saber: para Zita de Andrade o radiojornalismo é dividido nos seguintes gêneros (noticiosos, entrevistas, reportagens, comentários e editoriais, programas de instrução e programas de propaganda). Cada um desses gêneros, por sua vez, é subdividido segundo a oportunidade, horário, conteúdo, linguagem e tempo empregado na emissão (ANDRADE LIMA, 1970:80).

Os **noticiosos** são formados por: 1) **flashes** (informações ligeiras, transmitidas a qualquer momento, interrompendo um programa no ar, referente a uma ocorrência repentina de grande interesse público; 2) **última hora** (informação sobre fato de maior relevância ocorrido nos intervalos dos horários normais de programas jornalísticos; 3) **repórteres** (informações sobre diversos fatos, de âmbito local, nacional e estrangeiro; 4) **informativos especiais** (informações sobre diversos fatos de um mesmo campo de atividade, transmitidas em duas edições e horários certos, com uma duração variável entre 5 e 15 minutos e 5) **jornais falados** (informações distribuídas em seções, como nos periódicos impressos, sobre todos os fatos noticiáveis ocorridos entre uma e outra emissão da espécie. Geralmente, as emissoras têm três edições diárias (entre 6 e 8 horas; entre 12 e 14 horas e entre 22 e 24 horas).

A **entrevista radiofônica**, por seu turno, divide-se em três tipos: 1) **De informação** (é a procura de fatos, de dados objetivos, de matéria de valor

jornalístico, mediante uma conversação com alguém bem informado em qualquer área do conhecimento: política, economia, esporte, educação, ciência, etc.); 2) **De opinião** (é a entrevista em que se busca apresentar idéias, emitir juízos, sugerir soluções. Tem caráter subjetivo) e 3) **Biográfica** (deve expressar o retrato psíquico do entrevistado. Não é o assunto propriamente que interessa, é a maneira como o entrevistado trata o tema, o “como diz”, o “como sente”, o “como reage”).

A **radioreportagem** é, segundo Zita de Andrade Lima (1970):

“O relato circunstanciado de uma ocorrência ou situação em curso, feito através do microfone. (...) é a visão de conjunto e de momento que o agente radiofônico recolhe do acontecimento na sua pureza original, [ou seja], do palco de ação” (1970:105).

Para a autora, as reportagens diretas são divididas em: 1) **Reportagem esportiva** (tem como objetivo primordial transportar o ouvinte para o palco de ação, mediante a narração do repórter. Os sons e ruídos do local da transmissão também cooperam para que o imaginário do ouvinte seja completo. Não cabe ao repórter fantasiar o que vê, aumentando a real emoção do jogo, mas também não pode transmitir monotonia); 2) **Reportagem política** (são as transmissões de comícios, convenções partidárias, manifestações de massa nas ruas, reuniões de comissões técnicas e sessões de assembléias e câmaras, viagens presidenciais e governamentais, atos inaugurais ou início de obras públicas, homenagens, entre outras atividades relativas à política que atraem o interesse do público ouvinte em geral); 3) **Reportagem Policial e de Fatos Diversos** (enquadram-se nessa categoria as “coberturas” de temporais e inundações, incêndios, desastres e agitações de rua, investigações públicas e julgamentos criminais); 4) **Reportagem avulsa** (este tipo de reportagem, segundo a autora, refere-se às coberturas nas áreas religiosas, econômicas, mundanas ou social, culturais e artísticas).

O **radioeditorial** serve para expressar a opinião do grupo concessionário da emissora e, por isso, é muito mais carregado de responsabilidade que o editorial jornalístico, como observa a autora pernambucana. Segundo ela, o radioeditorial “deve ser produzido para analisar um fato ou idéia, chegando a determinadas conclusões, que são transmitidas ao ouvinte em busca de adesões” (1970:129). Já as **crônicas e comentários** primam pela leveza, tendo como objetivo principal o de facilitar ao ouvinte a compreensão dos fatos, esclarecendo conceitos obscuros ou

explicando-lhes.

Os **Programas culturais** compõem-se de programas de divulgação científica ou artística, buscando o aperfeiçoamento do espírito e o progresso da cultura. Andrade Lima observa que esses programas não podem ser confundidos com os educativos, formados por transmissões de cursos, séries de conferências e aulas.

O entretenimento ao público, bastante presente nos meios impressos é a base para o chamado **Radiojornalismo ameno**. O gênero seria composto pelos seguintes formatos: 1) **Programas de horóscopos** (com a análise dos indivíduos nascidos sob os doze signos do zodíaco, apresentam prognósticos e respondem a consultas sobre Astrologia); 2) **Programas de miscelâneas** (informações sobre a data, o tempo e o cotidiano da cidade ou da região: efemérides, previsões meteorológicas, avisos úteis, notícias breves, conselhos de saúde, etc); 3) **Programas de Utilidade Pública** (informações sobre a hora, o tempo, objetos perdidos e achados à disposição dos seus donos, pessoas em trânsito na cidade e que querem localizar parentes ou amigos, interrupções de tráfego ou de outros serviços coletivos, etc. Muitos desses itens são especialmente utilizados em emissoras de pequeno porte, de cidades do interior); 4) **Programas de Consultas do Ouvinte** (uma equipe de redatores contesta perguntas e esclarece dúvidas encaminhadas pelos ouvintes sobre os mais diversos assuntos).

De forma a sintetizar e facilitar o entendimento acerca dos gêneros radiojornalísticos apresentados aqui destacamos, na próxima página, um panorama elaborado pela autora, a partir do que já foi discutido neste primeiro capítulo, contendo o nome dos autores analisados, a data de publicação (do mais recente ao mais antigo) e os formatos admitidos por eles.

QUADRO 1 – Panorama dos Formatos Radiojornalísticos

RODRIGUEZ (2001)	FERRARETTO (2000)	PEÑARANDA (2000)	RIBEIRO (1964)	ATORRESI (1995)	WALTER ALVES (1988)	GISELA ORTRIWANO (1985)	EMÍLIO PRADO (1985)	GARCÍA (1980)	KAPLUN (1978)	ZITA DE ANDRADE (1970)
flash	síntese noticiosa	nota	informações	flash	notícia	flash	notícia	radioperiodico	charla ou locução (expositiva, crítica, testemunhal)	flashes
el avance	radiojornal	notícia	reportagens	avance (chamada)	comentário	edição extraordinária	entrevista	noticiero	noticiário	última hora
el boletín	edição extra	crônica	palestras	boletín horario ou panorama informativo	editorial	especial	reportagem	radiorevista	nota ou crônica	repórteres
el panorama de noticias	toque informativo	entrevista	conferências didáticas	crônica	charla	boletim	mesa-redonda	programas de opinión	comentário	informativos especiais
	informativo especializado	perfil	entrevistas	diario hablado	charla ilustrada	jornal	debate	avance noticioso/flash informativo	diálogo (diálogo-didático e radioconselho ou consultório)	jornais falados
	programa de entrevista	editorial	programas distrativos	entrevista	entrevista	informativo especial	documentário	micronoticiero	entrevista informativa	de informação
	programa de opinião	coluna ou artigo	crônicas sociais	unitário ou documental	la rueda de prensa	programa de variedades	crônicas		radiojornal	de opinião
	mesa-redonda (painel + debate)	caricatura de opinião	crônicas econômicas		el reportaje				radiorrevista, miscelânea ou variedades	biográfica
	documentário	comentário	crônicas financeiras		debate				mesa-redonda (mesa-redonda ou debate ou discussão)	esportiva
	programa humorístico	crítica ou resenha	crônicas políticas		panel				radiorreportagem (com base em documentos vivos ou na reconstrução de fatos)	política
	dramatização (unitária + seriada + novelada)	carta	crônicas religiosas		mesa redonda				dramatização (unitária, seriada ou novela)	policial ou fatos diversos
	programa de auditório	análise	comunicadores da bolsa		Vox Populli					"Avulsa"
	programa musical (linear + mosaico)	reportagem	previsão meteorológica		la tertulia					divulgação científica ou artística
		tiras cômicas	cultura física		talk show					Programas de horóscopos
		caricaturas	desportos		programa musical					programas de miscelâneas
		crucigramas	rádio escolar		el retrato sonoro					programas de utilidade pública
		juegos	emissões dramáticas		informe documentado					programas de consultas do ouvinte
	horóscopo	rádio-teatro		informe dramatizado						
		música clássica		monólogo						
		música ligeira		el "sketch"						
		folclore		La serie a dos personajes						
		variedades		la novela de capítulos cortos						
				los personajes						
				adaptaciones						

Quadro elaborado por Janine Marques Passini Lucht, em maio de 2008.

Sendo assim, finalizamos o referencial teórico a respeito dos gêneros radiofônicos, que tem como objetivo apresentar o “estado da arte” sobre o tema, apresentando desde as primeiras incursões até os estudos mais recentes.

Inicialmente, discutiu-se a origem dos gêneros com um todo, para em seguida analisar os gêneros jornalísticos e as classificações existentes sobre os gêneros radiojornalísticos. De forma sistemática, esta revisão de literatura é apresentada compilada em um quadro, a fim de facilitar a compreensão sobre o tema.

Esta revisão bibliográfica é de suma importância para o próximo passo, a saber, a proposição de uma classificação para os gêneros radiojornalísticos no Brasil, objetivo primeiro desta tese.

Capítulo 2

Os formatos e a nova classificação

2.1. Conceituando formatos

A palavra “formato” tem origem latina e significa “forma”. No Aurélio (FERREIRA,1999:929), quando relativo a rádio e televisão, é uma característica estrutural, estilo ou padrão de apresentação de um programa; relativo a formatação.

De acordo com Rabaça & Barbosa (1995:279), formato é a “estrutura de uma programação, geralmente representada graficamente por um esquema a ser seguido pelos roteiristas e programadores”. Na mesma linha segue Moacir Barbosa (1992:41), ao definir formato como uma “estrutura de uma programação de rádio (ou televisão), geralmente representada graficamente por um esquema a ser seguido pelos roteiristas e programadores”.

Para os americanos Lewis B. O'Donnell, Philip Benoit e Carl Hausman (1990, p. 5), “um formato é essencialmente a disposição dos elementos de um programa, geralmente gravações musicais, em seqüências que vão atrair e manter o segmento da audiência que a emissora pretende atingir”¹². E concluem que tal conceito também pode ser considerado sob a perspectiva de uma estratégia de programação de determinada estação de rádio, com o objetivo de atrair audiência; como um *mix* de todos os elementos sonoros de uma estação, incluindo tipo de música executado e ainda estilo de anúncio e desanúncio (O'DONNELL, BENOIT & HAUSMAN, 1990, p. 295).

A idéia de que os formatos “são as figuras, os contornos, a estrutura; moldes concretos para você realizar o seu programa” é corroborada também pelo manual *Pegando a onda da rádio* (VIOLA, 1999, p. 12), elaborado com o patrocínio da MacArthur Foundation, destinado a um público de baixa renda carioca, atentos às questões das rádios comunitárias.

¹² No original: “a format is essentially the arrangement of program elements, often musical recordings, into a sequence that will attract and hold the segment of the audience a station is seeking”.

O gaúcho Luiz Artur Ferraretto avança um pouco mais, ao afirmar que formato é “uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das idéias” (FERRARETTO, 2000:61). Daí, surge então a divisão proposta pelo autor em formatos puros e híbridos. Sendo que os primeiros englobam o informativo, musical, comunitário, educativo-cultural e místico-religioso, e o segundo, os de participação do ouvinte e do trio música-esporte-notícia. Vale ressaltar a semelhança dos termos escolhidos por Ferraretto com os gêneros assumidos por Barbosa Filho (2003), como visto no capítulo anterior.

Barbosa Filho chama o “conjunto de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado em um ou mais gêneros radiofônicos” de formato radiofônio, desde que “manifestado por meio de uma intencionalidade e configurado mediante de um contorno plástico, representado pelo programa de rádio ou produto radiofônico” (BARBOSA FILHO, 2003:71).

Para Jaime Barroso Garcia (1996), o termo formato designa as variações formais de gênero:

Producto de la mixtura, la transposición, la multicondición, etc, propia del medio y de la actitud contemporánea; pero también, por la necesidad de incorporar, en el caso de los medios audiovisuales, a las características propias del género y vinculadas al contenido, otra consecuencia o exigencia del criterio constructivo (la forma), de la programación, las leyes del mercado (comercialización) y la producción tales como la duración, soporte de producción, técnica de realización, etc. que además de caracterizar el texto en ciertos aspectos formales acaban por incorporarse como auténticas marcas de género (BARROSO, [1996]:194)

Como podemos perceber, o conceito de formato difere um pouco dependendo do veículo ao qual está atrelado. Para se ter uma idéia, em televisão, telenovela é gênero, da categoria entretenimento e o formato é ficção diária. No rádio, temos diversos tipos de programas que podem agregar e/ou combinar os vários formatos existentes. Por exemplo, em um programa do tipo revista, podemos ter reportagens, entrevistas, crônicas e roteiro. Ao mesmo tempo em que o radiojornal terá, além das tradicionais reportagens e notas, boletins, entrevistas, serviço, etc.

Sendo assim, para esta autora, formatos são os tipos de emissões que caracterizam determinado gênero jornalístico, obedecendo a critérios de estilo,

conteúdo e estrutura.

Ao mesmo tempo em que também pode ser sinônimo de estratégia de programação de determinada emissora, seja ela de rádio ou televisão.

Embora muitos críticos sugiram que o formato possa “engessar” a programação e a própria subjetividade inerente ao trabalho jornalístico, acredita-se que tais parâmetros contribuam para padronizar a emissão, facilitando, desta forma, o trabalho tanto do jornalista quanto do público receptor, no caso os ouvintes.

2.2. Tipos de Programas

Não obstante as dificuldades em gerar consenso sobre o conceito de gêneros e formatos na mídia de massa, outro dilema se dá na diferenciação entre o que é formato e o que representa apenas o tipo de programa a ser exibido. Muitos dos formatos que serão apresentados a seguir na classificação proposta pela autora desta tese podem aparecer como um programa em si, ou como parte de outro. Seria como dizer que os formatos são os ingredientes para executar determinada receita. Por exemplo: as frutas podem ser partes de uma sobremesa que leva leite condensado, ovo e manteiga. Mas podem ser ingeridas sozinhas, sem perda da qualidade e do sabor. Assim, a entrevista pode servir de suporte para o repórter conseguir uma informação e pode, em outro espaço, constituir um programa em si.

Quanto aos noticiosos, temos uma variedade de tipos de programas, que diferem principalmente em razão do tempo de irradiação. Outro ponto importante é a tradição que o meio rádio exerce em determinadas regiões do país, como no Rio Grande do Sul, por exemplo. Diferente do Estado de São Paulo, na capital gaúcha as grandes emissoras transmitem em AM, ao passo que na capital paulistana grandes emissoras já utilizam o FM com propriedade para o uso jornalístico.

No caso do tempo de duração de cada programa, temos o radiojornal (mais comum entre os tipos de programas noticiosos), a síntese noticiosa, a edição extra, o toque informativo e o *flash* informativo.

Outra questão se dá quanto ao público a que a emissora e/ou o programa se destinam: em emissoras mais populares há uma maior tendência em ter a

participação do público, seja ao vivo no estúdio ou por carta e telefone. Também há maior probabilidade de existência do formato “rádio-conselho”.

A seguir, apresentamos um panorama dos tipos de programas admitidos neste estudo e como eles se enquadram na classificação de gêneros radiojornalísticos:

QUADRO 2 – Tipos de Programas e os gêneros mais adequados a cada um deles:

Gêneros	Tipos de Programas
Informativo	Radiojornal
	Boletim
	Síntese Noticiosa
	Edição Extra
	Programete/Drops
Opinativo	Mesa-redonda
	Radiojornal
	Programa de participação do ouvinte
Interpretativo	Retrospectica
	Roda de Imprensa (semelhante ao “Roda Viva” da TV Cultura, baseado na entrevista).
	Radiodocumentário
	Especiais
Utilitário	Radiojornal
	Boletim
	Síntese Noticiosa
Diversional	Programas de auditório
	Programa Temáticos (Esportivo, Policial, Cultural, Educativo, etc)
	Radorrevista e/ou de Variedades
	Talk Show (semelhante ao programa da Rádio CBN, conduzido por Dan Stulbach: “Fim de Expediente”)

(Quadro elaborado pela pesquisadora)

2.3. Modalidades de emissão

O “fazer” radiojornalístico requer não apenas competência intelectual por parte dos jornalistas, entre eles apresentadores, repórteres, produtores, redatores e editores, mas também muita técnica.

As possibilidades de emissão são muitas e cada uma delas exige um tipo de cuidado especial. Falamos aqui das inúmeras formas de se levar a informação ao ar, seja no estúdio ou em externa. Cada tipo terá suas implicações:

1. Ao vivo

1.1. No estúdio

1.2. Direto do palco de ação/externa ou cobertura externa ao vivo.

2. Gravada

2.1. Em estúdio

2.2. Direto do palco de ação/externa

3. Com participações

3.1. Com platéia

3.2. Poucas pessoas

3.3. Com convidados especiais

3.4. Pela Internet e/ou telefone

No estúdio, o apresentador precisa estar atento aos sinais da técnica e às informações passadas pelo produtor via ponto eletrônico (quando existente). A dificuldade aumenta ao entrevistar alguém por telefone. É preciso jogo de cintura para manter aquecida a conversa. Isso sem falar nos eventuais problemas com o sinal, seja do telefone fixo ou celular.

Quando a transmissão é feita de alguma externa, seja uma feira temática, um congresso importante ou até mesmo de uma escola, por exemplo, é preciso verificar

com antecedência as condições de acústica, possibilidade de interferência, ruídos, etc. Isso vale também para o repórter que, ao gravar uma sonora, deve escolher um local tranquilo e silencioso para efetuar a tarefa. Os sons locais – tão importantes para “passar” o clima do momento podem e devem ser gravados à parte.

Quando o programa é gravado, tanto o apresentador quanto o entrevistado (quando este for o caso) ficam mais à vontade, pois sabem da possibilidade de voltar atrás se alguma coisa fugir ao planejado. Mas quando há uma platéia, ou seja, quando a gravação é feita em frente ao público (como durante um festival de cinema, por exemplo), esta hipótese desaparece.

A terceira modalidade de emissão que apresentamos é a “com participações”. Um programa só abrirá para participação do público se isso for do interesse da produção. Uma platéia pode exigir mais trabalho da equipe, mas também traz mais calor e emoção à atração. Basta lembrarmos da chamada época de ouro do rádio, quando grandes auditórios ficavam lotados nas tardes de domingo para o show de calouros. Naquele tempo, não havia a competição com a TV e quanto mais gente estivesse no estúdio, mais prestígio tinha o programa, o apresentador e, por conseguinte, seu *casting*. Quando há platéia, ela pode interagir, participar de sorteios, responder a questionamentos, dar sua opinião. Em outros programas, apenas algumas pessoas são convidadas. Já quando a participação do ouvinte é incentivada pelo telefone e/ou Internet (seja enviando perguntas ou gravando depoimentos), a produção precisa dedicar-se a fazer a triagem, sem, no entanto, censurar as participações: é preciso saber dosar tanto falas a favor quanto contra o tema discutido no programa.

Hoje, podemos afirmar que a *web* é a “platéia” moderna. Tantas são as formas de contato e interação entre os produtores da informação e dos ouvintes (via redes de relacionamento como Twitter, Orkut, blogs, sites, etc). Uma realidade que promete revolucionar a maneira como se faz rádio atualmente. Daí a importância que o público receptor desfruta não apenas como ouvintes passivos, mas como demandantes de mais qualidade da informação e, também, como colaboradores, numa espécie de jornalismo cidadão.

2.4. A nova classificação

O objetivo principal desta tese de doutorado é propor uma classificação atualizada dos gêneros radiojornalísticos no Brasil. Para isso, realizamos uma extensa pesquisa bibliográfica, que nos levou à construção de um panorama dos gêneros radiojornalísticos e seus respectivos formatos. A partir daí, unimos a experiência prática à classificação proposta por Marques de Melo (2006) (veja quadro a seguir) – que abarca, principalmente, os meios impressos – e a comparamos com a bibliografia existente sobre o tema referente ao rádio, a fim de sugerirmos a nossa própria teoria.

QUADRO 3 - Classificação Gêneros Jornalísticos, segundo Marques De Melo (2006)

Gêneros	Formatos
Informativo	nota notícia reportagem entrevista
Opinativo	editorial comentário artigo resenha coluna caricatura carta crônica
Interpretativo	dossiê perfil enquete cronologia
Utilitário/Serviço	indicador cotação roteiro serviço
Entretenimento	história de interesse humano História colorida

Ao contrário de outros autores, como Barbosa Filho, por exemplo, que já tentaram feito semelhante, nossa intenção aqui foi estudar apenas os gêneros radiojornalísticos e não todos os radiofônicos, que incluiriam o publicitário, educativo,

religioso e científico, por exemplo.

**QUADRO 4 - Classificação dos Gêneros Radiojornalísticos,
segundo Janine M. P. Lucht (2008)**

Gêneros	Formatos
Informativo	Nota Notícia Flash Manchete Boletim Reportagem Entrevista
Opinativo	Editorial Comentário Resenha Crônica Testemunhal Debate Painel Charge eletrônica Ouvinte Rádio-conselho
Interpretativo	Coberturas especiais Perfil Biografia Documentário radiofônico Enquete Divulgação técnico-científica
Utilitário	Trânsito Previsão do tempo Roteiro Serviço de utilidade pública Cotação Necrologia Indicador
Diversional	História de vida <i>Feature</i> radiofônico (história de interesse humano) <i>Fait divers</i> radiofônico

2.5. Descrição dos formatos

Nesta tese admitimos, portanto, a existência de cinco gêneros radiojornalísticos, a saber: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. A seguir, faremos uma breve explanação sobre cada um desses gêneros para, em seguida, abordar cada um dos formatos que integram os referidos

gêneros, segundo a classificação proposta pela autora.

2.5.1. Gênero Informativo:

É aquele que se limita a narrar os acontecimentos, sem emitir qualquer tipo de juízo de valor, opinião ou interpretação. Para José Marques de Melo (2003, p.65), este gênero estrutura-se “a partir de um referencial exterior à instituição jornalística”: a eclosão dos eventos, ou seja, os formatos do gênero informativo diferenciam-se pela cobertura da imprensa na progressão dos acontecimentos.

Luiz Artur Ferraretto observa que o informativo “retrata o fato com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão como notícia” (2000:201). É, portanto, segundo o autor, o gênero preponderante no radiojornalismo.

Abaixo, os formatos que compõem este gênero:

- **Nota:**

Segundo Marques de Melo, a nota “corresponde ao relato dos acontecimentos que estão em processo de configuração” (MARQUES DE MELO,1992:101). O autor ainda ressalta que, justamente por este caráter imediatista, a nota é mais comum no rádio e na televisão. Seriam aquelas informações de “última hora”, recém chegadas à redação, que mais tarde irão se confirmar e ser ampliadas nos formatos adequados.

- **Notícia:**

Por sua vez, a notícia é a nota ampliada, ou seja, “o relato integral do fato que já eclodiu no organismo social”, conforme Marques de Melo.

Devido ao próprio empobrecimento do meio rádio, com a queda dos investimentos publicitários ou estagnação dos mesmos, na maioria das vezes a notícia é retirada dos jornais do dia (impressos e on line), contrariando as premissas básicas do bom radiojornalismo moderno e perpetuando a controvertida técnica do

“*gilette-press*¹³”.

- **Flash:**

Equivale ao lide da matéria. Tem, em média, de 15 a 30 segundos. É dado pelo repórter, porém não é assinado pelo mesmo. Seu nome aparece na cabeça lida pelo apresentador¹⁴ (ver a seguir).

- **Manchete:**

É o *flash* lido pelo locutor ou pela dupla de locutores. Equivale à cabeça da matéria ou ao lide da notícia, um resumo, normalmente apresentado nos radiojornais de hora em hora. O tempo varia de 5” a 15” geralmente.

- **Boletim:**

Matéria breve do repórter, composta da narração (seja ela escrita anteriormente ou de improviso), sem a utilização de sonora¹⁵.

- **Reportagem:**

Material elaborado pelo repórter, com duração de 3 a 5 minutos geralmente composto pela cabeça ou lide da matéria lida pelo autor, seguido de sonora do entrevistado (ou várias inserções intercaladas com a fala do repórter) mais as ilustrações do palco de ação, ou seja, de sons do local onde ocorreu o fato. Por exemplo: palavras de ordem proferidas durante passeata, barulhos de sirene numa perseguição da polícia, etc.

¹³ É a chamada “recortagem”, do dicionário Rabaça & Barbosa: “expressão que indica pejorativamente o hábito de produzir notícias à base de relises ou de matérias prontas, extraídas de outras publicações, recortando-se e colando-se em laudas o texto original”.

¹⁴ Não confundir “apresentador” com “âncora”: o primeiro é aquele que apresenta as atrações de um programa, introduz os tópicos principais de conteúdo, atua como entrevistador, anuncia os próximos segmentos do programa, etc. Já o segundo, além de apresentador, redige as notícias (ou participa da elaboração das mesmas) e as apresenta com interpretação pessoal, acrescentando informações e angulações até por intermédio de recursos não-verbais (RABAÇA & BARBOSA, 1995:36).

¹⁵ No jargão jornalístico, os termos: “sonora” e “ilustração” equivalem à entrevista.

- **Entrevista:**

A entrevista é uma das formas básicas de que dispõem os jornalistas para a coleta de informações que, mais tarde, servirão como base para a confecção de matérias jornalísticas, seja no corpo da matéria ou em *off*¹⁶. No entanto, enquanto formato, a entrevista deve ser compreendida como um elemento autônomo, fortemente influenciado pela técnica do entrevistador, responsável por comandar o diálogo, uma das formas mais atraentes de comunicação humana, segundo Emílio Prado:

Produce-se uma interação mútua entre o entrevistado e o entrevistador, fruto do diálogo. Esta interação – natural na comunicação humana em nível oral – exerce um efeito de aproximação no ouvinte, que se sente incluído no clima coloquial, ainda que não possa participar (PRADO, 1985:47).

A seguir, procuramos ilustrar na tabela a diferença entre os formatos de acordo com a duração ideal de cada um¹⁷:

QUADRO 5 – Tempo de duração dos diferentes formatos informativos

Nota.....	15” a 30”
Notícia.....	30” a 1’
Flash.....	15” a 30”
Manchete.....	5” a 15”
Boletim.....	1’30” a 3’
Reportagem.....	3’ a 5’
Entrevista.....	Varia (de 5’ a 30’)

¹⁶ Abreviatura de *off-the-record*. Significa informação confidencial prestada ao jornalista, com a condição de não divulgar a fonte, mas que auxilia o profissional a ter um melhor entendimento sobre o assunto em pauta.

¹⁷ Vale ressaltar que a indicação de tempo demonstrada nesta tabela e nas seguintes é apenas uma referência, podendo variar de acordo com a emissora e sua linha editorial.

2.5.2. Gênero Opinativo:

O jornalismo opinativo mereceu uma pesquisa inteira por parte do prof. Dr. José Marques de Melo. O resultado é a sua tese de livre docência, defendida em 1983, na Escola de Comunicações e Artes de São Paulo. Neste trabalho, o autor ressalta que o processo de produção industrial a que os veículos se submeteram, com equipes cada vez maiores de assalariados e colaboradores, “a expressão da opinião fragmentou-se seguindo tendências diversas e até mesmo conflitantes” (2003:102). Autoria e angulação são duas palavras-chave para compreendermos o gênero na visão de Marques de Melo. Ele também ressalta que nas empresas de radiodifusão, em decorrência da agilidade no processo de emissão, o controle à opinião torna-se incompatível com a unificação das mensagens.

Em um plano mais operacional, podemos dizer que o gênero opinativo é aquele que “comenta um fato ou decisão, expondo o pensamento da própria empresa jornalística ou de um especialista” (ERBOLATO, 1991:245).

Confira a seguir, os formatos que integram este gênero:

- **Editorial:**

A maioria dos manuais de jornalismo refere-se ao editorial como texto não assinado, que representa a opinião do veículo.

Luiz Beltrão, na obra “Jornalismo Opinativo”, aponta quatro atributos específicos que identificam o editorial: impessoalidade, topicalidade, consensualidade e plasticidade. Ou seja, o uso da terceira pessoa do singular ou a primeira do plural é fundamental; deve tratar de um tema bastante delimitado; dar mais ênfase às afirmações do que às demonstrações e, por fim, precisa ser flexível, maleável, sem dogmatismo (BELTRÃO, 1980:53-55).

Zita de Andrade Lima (1980:127) observa que, por serem concessões governamentais, os meios eletrônicos (incluídos aí o rádio e a televisão) temem “a uma série de imposições regulamentares e técnicas” a que estão sujeitos tanto o diretor quanto o editorialista.

Na mesma linha, Marques de Melo (2003, p.103-104) defende que o editorial deve ser compreendido numa abordagem um pouco mais ampla:

O editorial reflete não exatamente a opinião de seus 'proprietários nominais', mas o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização. Além dos acionistas majoritários, há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os cofres da organização através da compra de espaço, além de braços do aparelho burocrático do Estado que exercem grande influência sobre o processo jornalístico pelos controles que exercem no âmbito fiscal, previdenciário, financeiro.

- **Comentário:**

Enquanto gênero opinativo, o comentário serve para trazer ângulos obscuros não mostrados na reportagem, por exemplo.

O comentarista difere-se do articulista por sua regularidade de participação dentro de determinado veículo. Na maioria das vezes, os comentaristas integram a folha de pagamento da emissora. Além disso, devem estar aptos a avaliar fatos novos, a partir de sua bagagem anterior e emitir julgamentos rápidos e prever possíveis desdobramentos:

O comentário explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas conseqüências. Nem sempre o comentarista emite uma opinião explícita. Seu julgamento é percebido pelo raciocínio que utiliza, pelos rumos da sua argumentação" (MARQUES DE MELO, 1992:76).

- **Resenha:**

De acordo com a classificação de Marques de Melo (2003:129), a resenha "corresponde a uma apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores". Será a fala do crítico de cinema, discorrendo sobre os lançamentos da semana, por exemplo. Não confundir com roteiro, que é a mera indicação de serviço sobre as sessões, espetáculos e shows.

- **Crônica:**

A crônica é, em geral, uma composição breve, relacionada com cenas do cotidiano e, muitas vezes, faz a crítica social, ou seja, ir a fundo para conhecer os sentimentos do homem. No Brasil, ganhou feição de “relato poético do real”, segundo Marques de Melo (2003). Situa-se na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária (2003:149).

Embora mais corriqueira nos meios impressos, no rádio a crônica ganha espaço especialmente durante as transmissões de futebol, quando experientes apresentadores/narradores são convidados a falar (muitas vezes de improviso) sobre os fatos marcantes ocorridos durante a partida. Grandes nomes do radiojornalismo gaúcho integram o time de “cronistas esportivos”, como Ruy Carlos Ostermann.

- **Testemunhal:**

Enquanto formato radiojornalístico, o testemunhal difere daquele voltado à publicidade, no qual o apresentador enumera as vantagens de determinado produto e “assina” embaixo, recomendando-o, o famoso “*merchand*”. No caso abordado aqui, o testemunhal é uma fala, geralmente do apresentador, que narra fato acontecido consigo e que pode servir de alerta para outras pessoas, como por exemplo: “hoje cedo quando vinha para a emissora percebi que crianças estavam sendo submetidas por adultos a se prostituir”. Parte-se do pessoal para o coletivo. É uma forma de humanizar a transmissão, fazendo com que o apresentador não seja apenas um mero leitor de notas e cabeças das matérias dos repórteres.

- **Debate:**

O debate é a forma mais rica de a emissora oferecer ao ouvinte diversos pontos de vista sobre determinado tema, geralmente polêmico. Necessita de um moderador com experiência, que esteja a par dos assuntos tratados durante o programa, para que possa intervir na hora certa e com propriedade. Deve evitar brigas e discussões, sempre que possível. Muito utilizado para confrontar políticos às vésperas de aprovar uma nova lei, por exemplo.

- **Painel:**

O painel difere do debate por apresentar várias vozes debatendo um mesmo tema, mas não necessariamente contraditórias. Por exemplo, no dia mundial da AIDS, a emissora promove um programa com diversos especialistas que vão falar sobre o tema: um soropositivo, um psicólogo, um agente de saúde, etc. Cada um dará sua contribuição, que irão se complementando. Mesmo que exista algum tipo de controvérsia, o objetivo será sempre o de oferecer ao ouvinte um quadro completo sobre o tema.

- **Charge eletrônica:**

Para Marques de Melo, a charge é “uma crítica humorística de um fato ou acontecimento específico” (1992:52). No caso dos meios impressos, é a reprodução gráfica de uma notícia, já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista.

No caso do rádio, a charge eletrônica substitui os desenhos caricatos ou não por ilustrações (trechos de falas dos próprios personagens), aliados a músicas cujas letras façam alguma referência ao tema em questão. Ainda podem contar com locuções de imitadores. A Rádio CBN de São Paulo vem utilizando bastante este formato no programa comandado por Heródoto Barbeiro, das 6h às 9h da manhã. Como demanda produção e edição prévias, é um formato que não aparece diariamente.

- **Ouvinte:**

A participação do ouvinte é uma das principais fontes de informação de que a emissora dispõe, seja ela de pequeno, médio ou grande porte. Muitas vezes, são eles que trazem informações sobre determinado bairro, fazem denúncias e pedem providências das autoridades.

Também há o tipo de ouvinte que entra em contato para comentar determinada matéria ou fala do apresentador. Hoje em dia, com o avanço da Internet, muitas emissoras mantêm *blogs*, onde “postam” trechos das entrevistas, informações adicionais, fotos de celular enviadas pelos ouvintes, etc., contribuindo, assim, para estreitar a relação entre emissor/receptor.

- **Rádio-conselho:**

Bastante popular em emissoras do interior, o rádio-conselho é um formato que depende de um apresentador com disposição para ouvir, mas, ao mesmo tempo, que tenha algo a oferecer, seja ele um consultor financeiro, um advogado, um psicólogo, por exemplo. Na maioria das vezes, as pessoas entram em contato com a emissora (por carta, *email*, telefone) e contam/relatam seu problema ou dúvida. A produção responsável pelo programa irá selecionar os melhores pedidos e encaminhá-los ao apresentador. Outra opção é “abrir” o telefone e receber as dúvidas na hora. O risco disso é que a situação fuja ao controle. Para evitar que isso aconteça, os cuidados da produção precisam ser redobrados.

QUADRO 6 – Tempo de duração dos diferentes formatos opinativos

Editorial.....	1'30" a 3'
Comentário.....	1'30" a 3'
Resenha.....	1'30" a 3'
Crônica.....	1'30" a 3'
Testemunhal.....	1'30" a 3'
Debate.....	Até 1 hora
Painel.....	Até 1 hora
Charge eletrônica.....	30" a 1'30"
Participação do ouvinte: carta/email /telefone....	Até 3'
Rádio-conselho	Até 5'

2.5.3. Gênero Interpretativo:

A criação do Departamento de Pesquisa e Documentação do Jornal do Brasil, na década de 60, é o marco que caracteriza o surgimento do jornalismo interpretativo em nosso país. É o que afirmam Paulo Roberto Leandro e Cremilda Medina, em livro datado de 1973. Para os autores, este gênero é:

“realmente o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele – não a atitude de valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz em jornalismo opinativo” (1973:16).

No livro *O Estilo Magazine*, encontramos uma clara definição sobre o que é, afinal, interpretar. Segundo Vilas Boas (1996, p. 77), “é dar a informação sem opinar, expondo ao leitor [ouvinte, telespectador] o quadro completo de uma situação atual”. E ele complementa: “o jornalismo interpretativo deve ser um trabalho coordenado. O produto que será publicado é a informação em toda sua integridade. Captada, analisada e selecionada pelo jornalista” (1996, p. 77),

Vilas Boas parece seguir a mesma linha de raciocínio de Luiz Beltrão, que na década de 70 defendia que, ao interpretar, é necessário esquadrihar a entranha da “notícia”, procurando antecedentes melhores e projetar uma visão futura, formulando um prognóstico atilado, sóbrio e inteligente, para não cair em demasia subjetivas (BELTRÃO, 1976:48).

Para Ferraretto, o interpretativo representa “uma ampliação qualitativa das informações a serem repassadas ao público”, a fim de situar o ouvinte dentro dos acontecimentos (2000:201).

A seguir, apresentamos os formatos que compõem este gênero:

- **Coberturas especiais:**

Em dia de coberturas especiais (eleições, copa do mundo, olimpíadas, etc), a emissora muda a programação, destacando parte da equipe para trabalharem em diversos turnos, sempre ao vivo e proporcionar, com isso, a maior e melhor cobertura para os ouvintes. Equivalem ao dossiê do meio impresso, pois reúnem,

num só dia, diversos formatos, dos mais variados gêneros, sempre com o intuito de informar o ouvinte. Desta forma, nas próximas eleições, a rádio X dará início às transmissões ao vivo às 6 horas da manhã com diversas reportagens sobre os candidatos, os números da eleição, curiosidades da campanha, etc.; Intercalará este material com entrevistas no estúdio com cientistas políticos que farão a análise das pesquisas feitas até o momento. A partir do início do horário de votação, o “giro dos repórteres” (cada um acompanhando um candidato), outro na sede do T.R.E. (Tribunal Regional Eleitoral), outro percorrendo a cidade de carro para saber se a ordem está mantida, etc. Desta forma, os mais variados formatos podem ser usados, dependendo da emissora, do tipo de público a que se destina, se é AM ou FM, etc.

- **Perfil:**

Mostra aspectos relevantes de determinada pessoa, normalmente reconhecida do grande público, implicando emissão de juízos de valor. É preciso haver um “gancho” para realizar o perfil, por exemplo: “50 anos de carreira da atriz X”, “consagração no teatro da famosa atriz de televisão”, etc. O que significa que uma mesma pessoa possa merecer diversos perfis ao longo da vida e da carreira. Pode ser acompanhado de dados biográficos, mas estes não serão o cerne da matéria. Para Marques de Melo (2006), o perfil, por ser um formato do gênero interpretativo, requer que o texto seja complementado com informações de diversas fontes. No caso do rádio, a variedade de vozes entrevistadas também contribuirá para o enriquecimento da matéria.

- **Biografia:**

As matérias sobre a morte de alguém são tratadas no formato necrologia. Mas quando a pessoa é conhecida do grande público, seja um político, artista, esportista, etc., a notícia de sua morte vem acompanhada de uma biografia, ocupando, inclusive, a capa ou páginas centrais nos jornais e chamadas de destaque nas emissoras de rádio e televisão. De acordo com Camps & Pazos (1996), deve ser redigida como uma crônica, contendo unicamente informações, com datas precisas, sem juízos de valor – nem por parte do jornalista nem das fontes consultadas – sobre o biografado.

- **Documentário radiofônico:**

Este formato suscita, ainda hoje, inúmeras controvérsias. No entanto, podemos resumir suas características de acordo com Gomes, Melo, & Morais (2001): o caráter atual, o uso de documentos como registro, a não obrigatoriedade da presença de um narrador e a ampla utilização de montagens ficcionais.

Talvez pelo custo de produção deste tipo de programa, ainda não é tão difundido nas emissoras comerciais brasileiras. O mesmo não ocorre nas educativas (estatais ou públicas). Para se ter uma idéia, no início dos anos 2000, a FM Cultura de Porto Alegre, emissora integrante da Fundação Cultural Piratini Rádio e Televisão, veiculava semanalmente o programa “Cultura Documenta”, com duração de 30 minutos. A atração ganhou inúmeros prêmios, sendo diversos em nível nacional.

Como forma de produzir com qualidade, Ferraretto (2000) defende que este formato deve abordar apenas um tema em profundidade:

Baseia-se em uma pesquisa de dados e arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante. Inclui, ainda, recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e a elaboração de um roteiro prévio (FERRARETTO, 2000:57).

- **Divulgação técnico-científica:**

São matérias cujo foco principal é dar conhecimento ao público, de forma clara e objetiva, das inovações tecnológicas e científicas em curso tanto em nível nacional quanto internacional. Hoje, com as facilidades da Internet, os jornalistas têm acesso a inúmeros jornais e revistas sobre os mais diversos temas que podem gerar boas pautas. Também em função da rede mundial de computadores fica mais fácil contatar as possíveis fontes de informação.

Este formato ganha autonomia porque prescinde de produção e edição mais rigorosas e ainda porque utiliza uma linguagem diferenciada, mesmo que não o “cientificês”.

- **Enquete:**

Ouvir a opinião do povo nas ruas sempre é uma boa alternativa para dar mais credibilidade à matéria. Não deve ficar restrita apenas a emissoras populares ou do

interior. Quando atrelada a algum assunto tratado no programa, ajuda o ouvinte a criar sua própria posição a respeito do tema. A maior dificuldade está em conseguir um número razoável de enquetes, que permitam ao editor escolher as melhores. Ainda há muita gente com resistência em dar o depoimento, por isso, o repórter precisa ter muito jogo de cintura.

A pergunta precisa ser sempre a mesma e ficar clara logo no começo da matéria. O nome e a profissão do entrevistado conferem credibilidade ao conteúdo irradiado, mas não são imprescindíveis.

Também pode ser usada com personalidades públicas para repercutir algum fato de relevo como, por exemplo, o aumento da taxa Selic para a economia ou a morte de um artista no contexto cultural brasileiro.

QUADRO 7 – Tempo de duração dos diferentes formatos interpretativos

Coberturas especiais.....	Podem durar o dia todo
Perfil.....	Até 30'
Biografia.....	15' a 30'
Documentário radiofônico.....	De 30' a 1 hora
Divulgação técnico-científica.....	3' a 5'
Enquete.....	1'30" a 3'

2.5.4. Gênero Utilitário:

De acordo com Diezhandino (1994), o jornalismo utilitário surgiu num período de grande desenvolvimento econômico da sociedade norte-americana. Na época, era intensa a vulnerabilidade da população frente às inúmeras mensagens informativas e publicitárias, além da busca incessante de anunciantes pelos veículos de comunicação.

Ainda hoje, muitos autores o confundem com o gênero informativo, por não levarem em conta a especificidade dos temas abordados. Ana Carolina Temer (2002), em pesquisa sobre as notícias e serviços nos telejornais da Rede Globo, observou que apesar do serviço ser considerado algo “menor”, é esse tipo de matéria que ocupa a maior parte do noticiário e que tem a maior estrutura de produção.

Fica claro para nós, portanto, que as matérias do gênero utilitário “são fundamentais para facilitar e causar modificações no cotidiano do receptor” (COSTA & ROSA, 2006:08).

Veja a seguir, os formatos que compõem este gênero:

- **Trânsito:**

Informação obrigatória no rádio moderno. A cada dia, o trânsito nas grandes cidades fica mais caótico. São Paulo, por exemplo, recebe cerca de 800 carros a mais todos os dias. Isso faz com que o rádio sirva como principal fonte de informação para os ouvintes em diversos momentos do dia: há aqueles que ainda estão em casa, preparando-se para sair ao trabalho e precisam escolher a melhor rota; aqueles que trabalham se deslocando durante a jornada e precisam ganhar tempo e ainda na hora de voltar pra casa.

De acordo com Magaly Prado, a cobertura de trânsito talvez seja uma das mais úteis do rádio, desde que bem feita:

Para ser eficiente, a cobertura do trânsito precisa trazer alternativas de rota. Seja na cidade ou na estrada, se em determinado ponto há um congestionamento, o radialista precisa dar a opção do desvio (PRADO, 2006:47).

Na última década, especialmente, as emissoras passaram a contar com a ajuda do “repórter aéreo”, que sobrevoa a cidade a bordo de um helicóptero numa tentativa de visualizar melhor o trânsito e, assim, conseguir ajudar o ouvinte.

- **Previsão do tempo:**

Nos últimos tempos, a previsão do tempo tornou-se mais precisa e os ouvintes passaram a confiar nos boletins meteorológicos emitidos ao longo da programação. Isso proporciona a comodidade de o ouvinte saber o que esperar do clima naquele dia, se deve colocar esta ou aquela roupa, se deve levar um casaco, se vai chover, a melhor alternativa para evitar alagamentos é a via tal, por exemplo. Por isso, muitas emissoras, além da emissão de boletins meteorológicos, ainda repetem a temperatura incessantemente, para atrair este tipo de ouvinte.

- **Roteiro:**

São, segundo Marques de Melo (2006), dados indispensáveis para o consumo de bens simbólicos. Normalmente, é a indicação de filmes e peças teatrais que estão em cartaz na cidade. Em emissoras populares, aparecem também as indicações do “capítulo de hoje” da novela das oito, por exemplo.

Informações que prestam um serviço à população ouvinte, sem emitir comentários ou juízos de valor sobre o conteúdo dos mesmos. Neste caso, ver “resenha”.

- **Serviço de utilidade pública:**

Antigamente, quando não havia telefone fixo nem celular, as pequenas cidades brasileiras comunicavam-se por meio do rádio. As informações eram passadas para o apresentador, que “mandava os recados”: “José avisa a mãe que o trem vai atrasar!”, “Jandira espera o segundo filho para agosto”, “Manoel vem visitar no próximo mês” e assim por diante. Hoje, esta realidade está bastante diferente, embora não seja impossível encontrarmos Brasil adentro muitas localidades que ainda dependem do chamado “rádio-poste”. Porém, hoje, a prestação de serviços ganhou *status* e conquistou inclusive grandes emissoras, tanto AM quanto FM.

São as notas sobre “o que funciona no feriado”, “data limite para entregar a declaração do imposto de renda”, “solicitação de doadores de sangue”, etc.

- **Cotação:**

Muitos ouvintes acompanham diariamente as cotações da bolsa de valores e das principais moedas estrangeiras (dólar e euro). De grande importância também são as informações sobre os pregões nos Estados Unidos (Dow Jones e Nasdaq) e na Europa (Londres, Paris, Frankfurt). Normalmente, estas informações são fornecidas até o fechamento das bolsas, no final da tarde.

Dependendo do público-alvo e da segmentação da emissora, pode cobrir também o preço de grãos (soja, milho, feijão, por exemplo) e da arroba do boi gordo.

- **Necrologia:**

Informa sobre a morte de uma pessoa, dando detalhes sobre quando e onde ocorreu, com que idade, qual foi a causa. Inclui uma pequena biografia ou perfil. Dependendo da causa da morte e da relevância da personalidade, deve-se dedicar maior espaço para esclarecer as circunstâncias em que ocorreu o fato.

Não confundir com anúncios pagos de convite para enterro e/ou missa de 7º dia.

- **Indicador:**

Bastante comum no meio impresso, especialmente nas revistas femininas, é representado por aquelas matérias que ajudam o público a apreciar melhor determinados bens de consumo. São, portanto, as avaliações feitas pela redação de determinado tipo de produto (“Nós testamos!” ou “Quanto custa”), como xampus e cremes.

No rádio, o indicador configura-se como matérias em que a equipe de reportagem sai às ruas, por exemplo, para comparar o preço do combustível nas bombas de diferentes postos de abastecimento.

QUADRO 8 – Tempo de duração dos diferentes formatos utilitários

Trânsito.....	Até 1'30"
Previsão do tempo.....	1' a 3'
Roteiro.....	1'30" a 3'
Serviço de utilidade pública.....	30" a 1'30"
Cotação.....	1' a 3'
Necrologia.....	30" a 1'
Indicador.....	1'30" a 3'

2.5.5. Gênero Diversional:

O gênero diversional é o quinto e último analisado nesta tese e, embora bastante corriqueiro nas redações jornalísticas (aqui compreendidas no sentido amplo), ainda não adquiriu *status* consolidado na academia. Por isso, encontramos na literatura brasileira muita disparidade sobre o conceito e também muito preconceito sobre o termo “entretenimento”. Para que não haja confusão com o entretenimento puramente para divertir (e não com fundo jornalístico), optamos neste trabalho por manter o nome utilizado por José Marques de Melo, ou seja, aos formatos que buscam divertir e entreter, damos o nome de diversional.

Surgido no final do século XX, foi uma necessidade jornalística de disputar espaço na mídia dominada pelo entretenimento.

Segundo Mário Erbolato (1991), jornalismo diversional é o que apresenta matérias ricas em detalhes, “que descreve os ambientes, os personagens e as ações procurando também descobrir os sentimentos dos que participam da história”(1991:245). Para Marques de Melo (2003:29), o diversional serve para “preencher os momentos de ócio das pessoas ou comunidades, oferecendo informações não necessariamente utilitárias”.

Na visão de José Marques de Melo (2003), Luiz Beltrão encara “o jornalismo como uma coisa séria, onde não há lugar para a brincadeira, para a diversão” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 60). Ainda conforme Marques de Melo, Beltrão considera que a atividade deva ser comprometida com a “promoção do bem comum”. Para isso, “deve ater-se ao universo estrito do real, da verdade, da atualidade” (idem, ibidem), o que, não exclui a presença do entretenimento nos meios de comunicação, desde que em espaços apropriados para tal fruição estética.

Como vimos não há definição quanto aos termos “diversional” e “entretenimento” e muitos autores ainda o tratam como sinônimo de jornalismo literário, literatura de realidade e novo jornalismo, entre outros.

Confira a seguir quais os formatos que compõem este gênero:

- **História de vida:**

Este formato é mais amplo do que a biografia ou o perfil, pois pode incluir, de acordo com Camps & Pazos (1996), dados inéditos, informações sobre aspectos íntimos, além de descrição física, forma de se vestir, opção sexual, se é viciado em algo, suas crenças, costumes, família, onde mora (bairro, cidade), onde foi criado, recordações de infância, momento mais feliz da vida e o mais triste, enfim, uma série de itens que podem vir juntos mas não necessariamente. Mas, ao gravar a entrevista e conseguir as respostas a todos os questionamentos citados acima, o jornalista obtém o mais importante: capta gestos, entonações, olhares, ritmos vocais que, mais tarde, serão transpostos ao texto dando o requinte necessário ao material que o transformará em algo prazeroso de ser escutado.

- **Feature radiofônico ou história de interesse humano:**

O termo “*feature*” vem do latim “*facere*” ou “*factura*”. No inglês virou “*fashion*” e, a partir daí, com o passar dos séculos, “*feature*”. De sentido amplo, no jornalismo anglo-saxônico ganhou a definição de um noticiário que apresenta a informação mais trabalhada e exposta de forma interessante e atrativa (SCHACHT & BESPALHOK, 2004:06).

O formato é ainda pouco utilizado no Brasil, embora bastante conhecido na Europa. Mescla diversos recursos sonoros com informações reais para estimular a fantasia do ouvinte. Baseia-se em material jornalístico, com todo o rigor necessário, mas flerta com elementos típicos da peça radiofônica: “formato do gênero entretenimento, como a entonação vocal na leitura de um texto, com cenas completas construídas em estúdio, faz uma ponte com o teatro” (idem, 2004:03). A duração é longa: cerca de 20 a 30 minutos, o que requer altos custos de produção.

- **Fait divers radiofônico:**

O termo foi introduzido por Roland Barthes, na obra *Essais Critiques* (1964) e abrange fatos diversos que cobrem escândalos, curiosidades e bizarrices. Etimologicamente, a expressão remete “à notícia do dia ou ao fato do dia”, conforme Fábria Dejavite (2001). Isso quer dizer que o termo está relacionado às notícias

variadas, que não se enquadram nas editoriais tradicionais (economia, política, cultura, esportes, por exemplo), mas não deixam de ser importantes para “a promoção e a ‘alimentação’ do entretenimento no noticiário” (idem: 06). Ainda segundo a autora, o *fait divers* traz consigo “uma carga de interesse humano: curiosidades, fantasias, impacto, raridade, humor, espetáculo; provocando sensações e impressões” (idem: 13).

Segundo Rabaça & Barbosa, *fait divers* “é toda e qualquer notícia que implique rompimento insólito ou extraordinário do curso do cotidiano dos acontecimentos”. Podendo ser expresso pelo crime passional, a briga de rua, o atropelamento, o assalto, etc. Para facilitar o entendimento, os autores ainda dão os seguintes exemplos: “ganhou na loteria 40 vezes” ou “médico mata paciente com estetoscópio” (1995:255). São, também, “notícias com alto poder de atração para o leitor”, de acordo com o Manual da Folha de São Paulo (1992:142). Daí a idéia de alguns autores, como Claude-Jean Bertrand (apud DEJAVITE, 2001:02), ao afirmar que “a fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e é cada vez menor”.

QUADRO 9 – Tempo de duração dos diferentes formatos diversionais

História de vida.....	5' a 15'
<i>Feature</i> radiofônico ou história de interesse humano.....	20' a 30'
<i>Fait divers</i> radiofônico.....	3' a 5'

Este capítulo é fundamental nesta tese, uma vez que apresenta os conceitos de formato radiojornalísticos aceitos pela academia e o conceito proposto pela pesquisadora.

Além disso, traz a classificação proposta pela autora, objetivo principal deste trabalho.

Para atingirmos um dos objetivos secundários, a saber, contribuir para o ensino de jornalismo e a prática da profissão, procuramos explicar cada formato, dando inclusive exemplos reais coletados durante a programação da Rádio Eldorado

AM de São Paulo, que compõe a amostra selecionada para o estudo¹⁸.

O próximo capítulo tratará da composição da audiência em São Paulo, fundamental para compreendermos melhor o ouvinte de rádio, especialmente o paulistano.

¹⁸ Para uma aproximação mais profunda, verificar o capítulo 6.

Capítulo 3

A composição da audiência em São Paulo

O objetivo deste capítulo é dimensionar a audiência de rádio na Grande São Paulo, analisando a sua composição, a partir de informações estatísticas elaboradas pelo IBOPE, contribuindo, desta forma, para uma maior compreensão do perfil dos ouvintes no Brasil. Para atingirmos esse objetivo, faz-se necessário explicar o porquê da escolha deste instituto de pesquisa como principal fonte de dados para este capítulo da tese.

3.1. O IBOPE

Por volta do início da década de 40 do século passado o Rádio desfrutava de seu auge, a chamada “época de ouro”. No entanto, embora fosse o principal meio de comunicação de massa do país, os proprietários de emissoras de rádio pouco conheciam sobre quem estava ouvindo as transmissões. Foi então que, em 1942, Auricélio Penteado, dono da Rádio Kosmos de São Paulo, decidiu aplicar no Brasil as técnicas de pesquisa aprendidas nos Estados Unidos com George Gallup, a fim de aferir como andava a audiência de sua emissora. O resultado apontou que a Rádio Kosmos era a última no *ranking* de audiência do rádio. Mas antes de parecer uma notícia desestimulante para o empresário, ele enxergou nela uma oportunidade de negócio.

Assim, o IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, foi criado e é hoje uma multinacional brasileira de capital privado, única empresa latino-americana a figurar no *ranking* da revista norte-americana *Advertising Research Foundation* (ARF) que enumera as 25 maiores organizações globais de pesquisa. Em maio de 2009 comemora seu 67º aniversário de fundação. Ao longo de sua história, especializou-se em pesquisas de mercado, mídia e opinião pública com resultados reconhecidos pela qualidade e credibilidade. Prova disso é que a palavra

“IBOPE” pode ser encontrada como verbete de dicionário no Brasil, como sinônimo de pesquisa e de prestígio.

Hoje, o IBOPE é formado por duas empresas: o IBOPE Media e o IBOPE Inteligência. A primeira é responsável pelas pesquisas de mídia, consumo e investimento publicitário. Já o IBOPE Inteligência realiza análises de cenário e de comportamento de mercado e de sociedade, “auxiliando os clientes na elaboração de estratégias, decisões táticas e nos processos de inovação, principalmente por meio de pesquisas de opinião e de mercado”, conforme o site institucional da empresa.

3.2. Panorama atual do rádio no Brasil

Mais democrático entre os meios de comunicação de massa, o rádio cativa o ouvinte por sua simplicidade, é rápido em relação a outros meios, custa pouco e proporciona a interatividade com o receptor. Em grandes cidades como São Paulo, com distâncias cada vez maiores e trânsito caótico, o rádio proporciona a valorização do tempo gasto dentro do automóvel, por exemplo. Mais do que “desestressar”, o ouvinte/motorista necessita de informações úteis e rápidas que possam ajudá-lo a enfrentar melhor aquela situação. E essa busca por informações e entretenimento deverá ser incrementada com a chegada efetiva do novo sistema digital, já em andamento na televisão do País.

Embora atrasado - o padrão tecnológico ainda não foi definido¹⁹ -, o meio deve recobrar suas forças com a melhoria na qualidade da recepção e a possibilidade de transmissão simultânea - pela mesma emissora - de diferentes conteúdos, incluindo textos, como fundamentais para o avanço tecnológico, de acordo com estudos realizados até o momento. Diante de tamanha transformação tecnológica, pesquisadores têm procurado compreender de que forma tanta capacidade de transmissão será aproveitada. Uma das alternativas apontadas é investir em produção de conteúdo, já que uma mesma emissora poderá transmitir,

¹⁹ A escolha do padrão tecnológico a ser adotado para a implantação do rádio digital no Brasil ainda não foi feita. O Ministério das Comunicações aguarda relatórios finais das instituições envolvidas na discussão para encaminhar à Casa Civil da Presidência da República sua recomendação de padrão. Especialistas afirmam que a decisão deve ser pelo “sistema híbrido”. Pelo modelo, o padrão IBOC (In Band On Channel) norte-americano seria adotado para AM e FM e o padrão europeu DRM (Digital Radio Mondiale) para ondas curtas.

ao mesmo tempo, sinais de jornalismo, esporte e música, por exemplo: é a chamada “multiplataforma de conteúdo”. Neste sentido, o professor doutor Luciano Maluly (2007), do curso de jornalismo da ECA/USP, defende que a superação dos desafios face à convergência dos meios caminha pela inovação dos formatos.

Porém, a realidade ainda não é tão “cor-de-rosa”. As estatísticas são bastante pessimistas e revelam a necessidade de o rádio, além de recriar uma linguagem específica para o meio, fortalecer-se, seja experimentando ou construindo a partir do modelo já existente.

3.3. Estatísticas

Sabe-se que o rádio é o veículo de comunicação de massa com maior presença junto ao público brasileiro. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, do IBGE²⁰, referente a 2006, indica que 87,9% das residências brasileiras possuem pelo menos um receptor de rádio. Apesar de expressivo, o número teve ligeira queda em relação ao ano anterior (88%), enquanto a TV e o computador mantiveram o crescimento (de 91,4 para 93% e 18,6 para 22,1%, respectivamente). No estado de São Paulo, este número sobe para 92,3%.

A evolução dos domicílios com rádio no Brasil, de 1970 a 2005, mostra que o percentual de posse de aparelhos passou de 58,9% para 88%.

De acordo com o perfil dos consumidores do meio rádio, traçado pelo Grupo de Mídia de SP, em 2007, as mulheres correspondem a 53% da audiência radiofônica. Dentre as classes econômicas com maior número de ouvintes, estão as classes “C” e “D”, com 38 e 23 por cento, respectivamente. A classe B2 tem 16%, B1 11%, A2 7%, A1 3% e E 2%. A faixa etária que mais consome rádio é a dos 20/29 anos (22%), seguida da faixa dos 30/39 anos (19%) e dos 40/49 (17%).

O total de emissoras em funcionamento no país é de 3.766, sendo que dessas, 55% são em Freqüência Modulada (FM). Na região Sudeste são 1.366, sendo 829 FM’s e 537 AM’s.

²⁰ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: www.ibge.gov.br

O Brasil ocupa a 15ª posição no ranking²¹ de investimentos publicitário do mundo, segundo o relatório anual Mídia Dados 2007, com o equivalente a 373 milhões de dólares, ou 4,2% do total.

As previsões do Zenith Optimedia, unidade do Publicis Group, revelam que o volume publicitário global somará US\$ 553,1 bilhões entre 2006 e 2010. Desse montante, o Brasil responderá por US\$ 14,2 bilhões, bem mais do que o registrado em 2007, elevando assim o mercado brasileiro da 9ª posição para a 7ª do ranking.

O relatório apresenta também o investimento por mídia no período 2006-2010, revelando que o rádio deve ter um crescimento absoluto de US\$35,84 bilhões em 2006 para US\$ 41,25 bilhões em 2010. No entanto, ao analisarmos o percentual que estes valores representam, temos queda de 8,3% para 7,6% no período. Como era de se esperar, a Internet deve praticamente dobrar o *share* em 4 anos, enquanto TV, revista, cinema e outdoor permanecem estáveis. O jornal, segundo as previsões, deve ter ligeira queda, de 28,5% para 23,9%.

Já de acordo com levantamento do Instituto de Pesquisas IBOPE, foram investidos, em 2006, quase 40 milhões de reais em publicidade (R\$ 39.821.859,00). Do total, 36% (ou R\$ 14.462.370,00) foram aplicados na capital econômica do país, a cidade de São Paulo. Numericamente, o valor é superior ao investido em 2005, quando a verba publicitária destinada à capital do estado de São Paulo foi de pouco mais de 12 milhões e 500 mil reais. Porém, percentualmente, 2006 demonstrou queda em relação a 2005, passando de 37% para 36%.

Ao analisarmos o “bolo publicitário”, cabe ao rádio uma pequena fatia: apenas 3% do total investido em 2006, ou R\$ 1.040.637,00, percentual mantido desde 2005. De acordo com o Projeto Inter-meios²², o faturamento do meio rádio na primeira metade de 2007 atingiu R\$ 327 milhões, contra R\$ 358 milhões do mesmo período de 2006, uma queda superior a 8 por cento (8,8%). O faturamento oficial do meio, ainda conforme o Inter-meios, foi de R\$ 726,6 milhões, o equivalente a 4% do total nacional.

²¹ Fonte: *Zenith Optimedia: Advertising Expenditure Forecasts* – dez 2006.

²² O Projeto Inter-meios foi criado em 1990 e hoje reúne mais de 350 veículos e grupos de comunicação. Juntos, eles representam aproximadamente 90% do investimento em mídia do país.

Nem a tradição do meio (lá se vão 87 anos desde a chegada do rádio no Brasil, em sete de setembro de 1922) pode deter o avanço de outros meios como a TV por assinatura, que já tem 8% de participação nas verbas.

O rádio, hoje, só perde para a mídia exterior. Aliás, vale ressaltar que para os próximos anos as estatísticas podem ser alteradas em função da aplicação da Lei Cidade Limpa²³, configurando uma oportunidade mercadológica para o rádio. Outro desafio será começar a contabilizar os investimentos em Internet, à medida que o novo meio cresça e passe a disputar cada vez mais verbas no mercado publicitário brasileiro.

A seguir, apresentaremos um levantamento completo realizado pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), entre dezembro de 2007 e fevereiro de 2008, na Grande São Paulo, que aborda dados sobre o meio rádio. Serão analisados aqui, além dos dados gerais de rádio e dados geográficos, a faixa horária, os dias da semana e o perfil da audiência.

²³ A lei nº 14.223, de 6 de dezembro de 2006, de São Paulo, ficou conhecida como a Lei Cidade Limpa, já que tem como objetivo principal eliminar a poluição visual na cidade. A lei proíbe qualquer tipo de publicidade externa, como *outdoors*, painéis em fachadas de prédios, *backlights* e *frontlights*.

3.4. Dados gerais de rádio

O levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística refere-se ao período de dezembro de 2007 e fevereiro de 2008. Realizado entre os dias 1º de fevereiro e 29 de fevereiro de 2008, entrevistou 240 pessoas por dia.

De acordo com o IBOPE, o universo total de indivíduos com mais de 10 anos de idade (ambos os sexos) é de 15.747.770 na praça São Paulo. Destes, 11,71% ouviram rádio no período analisado, o correspondente a 1.844.127 mil ouvintes. O índice de audiência registrado para as rádios FM foi de 9,57% ou 1.506.541,95 pessoas. Já para a rádio AM, o índice é bem menor, de 2,14%, o que corresponde a 337.585,56 ouvintes.

Acompanhe a tabela a seguir:

TABELA 1 - Dados Gerais da Audiência de Rádio na Grande São Paulo

DADOS GERAIS DE RÁDIO			
	TODOS OS DIAS		
	TODOS OS LOCAIS		
	05-05		
	GRANDE SAO PAULO		
	GSP - SEXO AMBOS		
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008		
EMISSORA	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #	UNIVERSO 10 ANOS +
GSP - TOTAL RADIO	11,71	1.844.127,51	15.747.770,00
GSP - AM-TOTAL AM	2,14	337.585,56	15.747.770,00
GSP - FM-TOTAL FM	9,57	1.506.541,95	15.747.770,00

3.5. Dados geográficos

São Paulo é a capital econômica do Brasil e uma das maiores regiões metropolitanas do mundo. Com área de 1,5 mil km², população superior a 11 milhões de pessoas e taxa de crescimento projetada em 0,5% ao ano, conforme estatísticas da SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados).

Oficialmente, o município está dividido em 31 subprefeituras, cada uma delas, por sua vez, divididas em distritos. As subprefeituras estão oficialmente agrupadas em nove regiões (ou "zonas"), levando em conta a posição geográfica e história de ocupação. Confira a figura com a divisão política de São Paulo:



Figura 1 – Divisão política da capital São Paulo.

Fonte: <http://images.google.com.br>

Com o intuito de analisar a composição da audiência em São Paulo, os institutos de pesquisa dividem a cidade em regiões, formadas por diversos bairros

e/ou vilas. No caso do IBOPE, cujas informações serviram de base para esta tese, temos a seguinte configuração dos dados geográficos:

TABELA 2 – Configuração das Zonas Geográficas

Zona Geográfica	%
Zona Centro: Bela Vista, Bom Retiro, Brás, Cambuci, Consolação, Liberdade, Pari, República, Santa Cecília E Sé.	0,09
Zona Norte: Brasilândia, Cachoeirinha, Casa Verde, Freguesia do Ó, Jaçana, Jaragua, Limão, Mandaqui, Perus, Pirituba, Santana, Tremembé, Tucuruvi, Vila Guilherme, Vila Maria E Vila Medeiros.	0,04
Zona Leste: Água Rasa, Aricanduva, Artur Alvim, Belém, Cangaíba, Carrão, Cidade Líder, Cidade Tiradentes, Ermelino Matarazzo, Guaianazes, Iguatemi, Itaim Paulista, Itaquera, Jardim Helena, José Bonifácio, Lajeado, Móoca, Parque do Carmo, Penha, Ponte Rasa, São Lucas, São Mateus, São Miguel, São Rafael, Sapopemba, Tatuapé, Vila Curuça, Vila Formosa, Vila Jacui, Vila Matilde E Vila Prudente.	0,03
Zona Sul: Campo Belo, Campo Grande, Campo Limpo, Capão Redondo, Cidade Ademar, Cidade Dutra, Cursino, Grajau, Moema, Ipiranga, Itaim Bibi, Jabaquara, Jardim Angela, Jardim Paulista, Jardim São Luis, Marsilac, Morumbi, Parelheiros, Pedreira, Sacomã, Santo Amaro, Saúde, Socorro, Vila Andrade E Vila Mariana.	0,05
Zona Oeste: Alto de Pinheiros, Anhanguera, Barra Funda, Butantã, Jaguará, Jaguaré, Lapa, Perdizes, Pinheiros, Raposo Tavares, Rio Pequeno, São Domingos, Vila Leopoldina E Vila Sônia.	0,04
Zona Periferia (Norte + Leste): Arujá, Biritiba-Mirim, Caieiras, Cajamar, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itaquaquecetuba, Mairiporã, Mogi das Cruzes, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Susano.	0,02
Zona Periferia Sul: Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Santo André, São Bernardo do Campo E São Caetano Do Sul.	0,03
Zona Periferia Oeste: Barueri, Carapicuíba, Cotia, Embu, Embu-Guaçu, Itapeverica da Serra, Itapevi, Jandira, Juquitiba, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Santana de Parnaíba, São Lourenço Da Serra, Taboão da Serra e Vargem Grande Paulista.	0,02

Enquanto a média de audiência em São Paulo é de 11,71%, conforme vimos na tabela sobre os dados gerais de rádio, a região Leste alcança índice de 12,36% (ou 398.290.580 ouvintes), num universo de 3.223.568.000 habitantes. Em seguida aparece a zona Norte, com 11,85% (199.745.540 ouvintes) de 1.685.011.000 habitantes. A Periferia Norte e Leste é a terceira região de São Paulo com mais ouvintes: 11,75% (ou 272.489 de ouvintes) de 2.318.072.000 12 pessoas.

A Periferia Sul ocupa a 4ª posição, com 11,60% (ou 251.271.290) de 2.166.893.000; a Zona Oeste aparece logo em seguida, registrando 11,57% (ou 91.677.600 ouvintes) de uma população de 792.113.000.

O sexto lugar pertence à Zona Sul: 11,60% (ou 251.271.290 ouvintes) de 2.166.893.000. A penúltima posição é ocupada pela Periferia Oeste: 11,26% (ou 236.104.040 ouvintes) de um universo de 2.097.603.000 moradores da região. E, por fim, o Centro tem o menor índice de audiência registrado pelo levantamento do IBOPE para o período de dezembro de 2007 a fevereiro de 2008: 11,12% (ou 45.882.400 ouvintes) de 412.592.000 pessoas.

Acompanhe a tabela a seguir:

TABELA 3 - Audiência na Grande São Paulo conforme as macrorregiões

DADOS REGIONAIS									
Universo: 15.747.770	05-05								
	TODOS OS DIAS								
	TODOS OS LOCAIS								
	GRANDE SAO PAULO								
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008								
		GSP - TOTAL RADIO			GSP - AM-TOTAL AM			GSP - FM-TOTAL FM	
PÚBLICO	IA%	IA#	UNIV#	IA%	IA#	UNIV#	IA%	IA#	UNIV#
GSP - ZONA CENTRO	11,12	45.882,40	412.592,00	2,20	9.086,53	412.592,00	8,92	36.795,87	412.592,00
GSP - ZONA NORTE	11,85	199.745,54	1.685.011,00	2,32	39.163,56	1.685.011,00	9,53	160.581,98	1.685.011,00
GSP - ZONA LESTE	12,36	398.290,58	3.223.568,00	2,57	82.819,95	3.223.568,00	9,79	315.470,64	3.223.568,00
GSP - ZONA SUL	11,42	348.666,93	3.051.918,00	2,12	64.794,09	3.051.918,00	9,30	283.872,85	3.051.918,00
GSP - ZONA OESTE	11,57	91.677,60	792.113,00	2,41	19.125,49	792.113,00	9,16	72.552,11	792.113,00
GSP - ZONA PERIFERIA (N + L)	11,75	272.489,12	2.318.072,00	1,46	33.824,96	2.318.072,00	10,30	238.664,16	2.318.072,00
GSP - ZONA PERIFERIA SUL	11,60	251.271,29	2.166.893,00	2,48	53.763,42	2.166.893,00	9,11	197.507,87	2.166.893,00
GSP - ZONA PERIFERIA OESTE	11,26	236.104,04	2.097.603,00	1,67	35.007,57	2.097.603,00	9,59	201.096,47	2.097.603,00

A partir da análise numérica dos dados, podemos inferir que a Zona Leste e a Zona Norte apresentam maior audiência por serem as regiões que concentram a maioria da população de baixa renda. Em seguida aparecem as Periféricas Norte + Leste e Sul, que também reúnem a população das classes D/E. Por sua vez, o Centro tem o menor índice, o que pode ser explicado por ser esta uma região comercial.

3.6. Faixa horária

Com relação à faixa horária, o levantamento do IBOPE analisa de três formas a audiência na Grande São Paulo . Primeiro, apresenta o total englobando o rádio AM e o FM; em seguida apresenta dados apenas de AM e, por fim, de FM.

Desta forma, o maior consumo do meio rádio, considerando-se tanto as rádio AM's quanto as FM's, concentra-se no horário entre as 10h e as 11h da manhã, com 24,48% do total de 3.854.893.350 ouvintes. O segundo horário mais ouvido é o das 11h ao meio-dia, com 23,58% ou 3.713.341.900 ouvintes e, em terceiro, o das 9h às 10h, com 22,15%, o equivalente a 3.488.534.810 ouvintes.

Ainda no quadro geral, os horários que menos atraem a preferência dos ouvintes é o das 4h às 5h da madrugada, com 0,97% dos ouvintes (153.413.680 pessoas), seguido das 3h às 4h, com 1,43% (224.405.93).

Quando a pesquisa refere-se apenas às emissoras AM, a faixa horária que mais atrai ouvintes é a das 9h às 10h (7,13%), seguida das 10h às 11h (5,05%) e por 11h ao meio-dia (4,23%). Os dados contrariam o senso comum de que o "horário nobre" do rádio seria das 6h às 8h e das 18h às 20h. O horário das 10h às 11h e das 11h ao meio dia também é o mais concorrido no rádio FM, tendo recebido 19,43% e 19,35% respectivamente no levantamento do IBOPE. A diferença, como se vê, é a elevação do índice, que chega a duas casas decimais, com audiência absoluta três vezes maior. Para se ter uma idéia, o horário mais ouvido no rádio AM atinge cerca de um milhão e cem mil pessoas, enquanto a hora mais assistida no FM tem mais de três milhões de ouvintes.

TABELA 4– Audiência na Grande São Paulo quanto à Faixa Horária**FAIXA HORÁRIA**

Universo: 15.747.770	TODOS OS DIAS					
	TODOS OS LOCAIS					
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008					
	GRANDE SAO PAULO					
	GSP - TOTAL RADIO		GSP - AM-TOTAL AM		GSP - FM-TOTAL FM	
	GSP - SEXO AMBOS		GSP - SEXO AMBOS		GSP - SEXO AMBOS	
DAY PARTS	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #
05-05 BL.1H	11,71	1.844.127,51	2,14	337.585,56	9,57	1.506.541,95
05:00/05:59	2,54	399.560,02	1,12	176.647,93	1,42	222.912,09
06:00/06:59	6,11	962.579,14	2,51	395.068,10	3,60	567.511,03
07:00/07:59	9,84	1.549.721,25	3,58	564.293,92	6,26	985.427,33
08:00/08:59	15,68	2.469.212,64	4,73	744.091,05	10,95	1.725.121,59
09:00/09:59	22,15	3.488.534,81	7,13	1.123.016,94	15,02	2.365.517,87
10:00/10:59	24,48	3.854.893,35	5,05	795.875,62	19,43	3.059.017,72
11:00/11:59	23,58	3.713.341,90	4,23	666.768,25	19,35	3.046.573,65
12:00/12:59	20,63	3.249.355,49	3,05	480.320,46	17,58	2.769.035,03
13:00/13:59	19,14	3.013.525,02	2,51	395.037,35	16,63	2.618.487,67
14:00/14:59	20,50	3.228.348,58	2,70	424.912,47	17,80	2.803.436,11
15:00/15:59	20,35	3.205.002,17	2,24	352.079,49	18,12	2.852.922,68
16:00/16:59	18,80	2.961.054,30	2,07	325.497,57	16,74	2.635.556,74
17:00/17:59	15,39	2.424.219,32	1,76	276.467,70	13,64	2.147.751,62
18:00/18:59	13,01	2.048.084,21	1,45	229.078,67	11,55	1.819.005,54
19:00/19:59	10,44	1.643.464,25	1,15	181.664,03	9,28	1.461.800,22
20:00/20:59	9,25	1.456.319,44	1,10	173.462,94	8,15	1.282.856,50
21:00/21:59	7,78	1.224.583,81	1,03	162.271,66	6,75	1.062.312,15
22:00/22:59	6,71	1.056.902,36	1,12	176.319,05	5,59	880.583,31
23:00/23:59	5,05	795.328,05	0,94	148.418,27	4,11	646.909,78
00:00/00:59	3,24	509.980,55	0,60	94.202,89	2,64	415.777,66
01:00/01:59	2,31	363.049,03	0,43	67.082,92	1,88	295.966,10
02:00/02:59	1,68	264.181,01	0,34	53.362,89	1,34	210.818,13
03:00/03:59	1,43	224.405,93	0,29	46.128,98	1,13	178.276,95
04:00/04:59	0,97	153.413,68	0,32	49.984,40	0,66	103.429,28

3.7. Dias da semana

Quanto aos dias da semana, no cômputo geral (englobando AM e FM), de segunda a sexta é quando são registrados os maiores índices de audiência, com 11,98% ou 1.886.506.44 ouvintes, em nível absoluto. O sábado aparece em segundo, com 11,36% ou 1.788.808,17 ouvintes. O menor índice foi registrado no domingo, com 10,72% ou 1.687.552.200 pessoas.

Ao analisarmos somente o rádio AM, a proporção mantém-se: maior audiência de segunda a sexta, índice de 2,23% (350.398.77 ouvintes) e menor audiência no domingo, com índice de 1,88% (296.785.69).

Já com relação ao rádio FM, a diferença está na quantidade de ouvintes por dias da semana, cujo índice beira os dois dígitos. A exemplo do que ocorre nos outros dois levantamentos, a frequência de segunda a sexta se mantém em primeiro lugar, com 9,75% (ou 1.536.107.67 ouvintes) e o domingo é o menos atraente, com 8,83% (ou 1.390.766.52).

Observe a tabela abaixo:

TABELA 5– Audiência na Grande São Paulo quanto aos Dias da Semana

DIAS DA SEMANA						
Universo: 15.747.770	TODOS OS LOCAIS					
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008					
	GSP - SEXO AMBOS					
	05-05					
	GSP - TOTAL RADIO GRANDE SAO PAULO		GSP - AM-TOTAL AM GRANDE SAO PAULO		GSP - FM-TOTAL FM GRANDE SAO PAULO	
	DIA DA SEMANA	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #	IA% (índice de audiência%)
SEG. A SEX.	11,98	1.886.506,44	2,23	350.398,77	9,75	1.536.107,67
SÁBADO	11,36	1.788.808,17	2,00	314.319,42	9,36	1.474.488,75
DOMINGO	10,72	1.687.552,20	1,88	296.785,69	8,83	1.390.766,52
SAB. E DOM.	11,04	1.738.180,19	1,94	305.552,55	9,10	1.432.627,63
SEG. A SÁB.	11,88	1.870.223,40	2,19	344.385,54	9,69	1.525.837,85

3.8. Perfil

Ao analisarmos o perfil do ouvinte de rádio, o levantamento do IBOPE referente ao período de dezembro de 2007 e fevereiro de 2008 mostra que a classe A corresponde a menos de cinco por cento (4,98%) do total da audiência do meio em São Paulo, ocupando a 4ª e última posição em relação à situação econômica dos ouvintes. A classe B é a segunda que mais ouve rádio: 35,92%. A classe C compõem a audiência mais ativa (45,33%), enquanto as classes D/E respondem por 13,77% do total.

Do total de ouvintes, quase 60 por cento (59,17%) têm ocupação, enquanto o restante, ou 40,83% está desempregado.

Quanto ao sexo, as mulheres são maioria na composição da audiência: 54,96% e os homens somam 45,04% do total.

Com relação à faixa etária, quase 30 por cento dos ouvintes têm idade entre 40 e 60 anos. Dos 40 aos 49 anos, a participação no segmento é de 17,05%. Já de 50 a 59 anos, o percentual é de 12,64%. A faixa etária que menos ouve rádio é a dos 10 aos 14 anos de idade, com 7,29%.

Confira os dados na próxima página:

TABELA 6 – Perfil da audiência na Grande São Paulo

PERFIL			
Universo: 15.747.770	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008		
	TODOS OS DIAS		
	TODOS OS LOCAIS		
	05-05		
	GRANDE SAO PAULO		
	GSP - TOTAL RADIO	GSP - AM-TOTAL AM	GSP - FM-TOTAL FM
PÚBLICO	PS% (Participação no Segmento%)	PS% (Participação no Segmento%)	PS% (Participação no Segmento%)
GSP - CLASSE A	4,98	4,55	5,08
GSP - CLASSE B	35,92	35,71	35,96
GSP - CLASSE C	45,33	43,77	45,68
GSP - CLASSE DE	13,77	15,97	13,27
GSP - CONDICAÇÃO OCUPADO	59,17	48,04	61,66
GSP - CONDICAÇÃO NÃO OCUPADO	40,83	51,96	38,34
GSP - IDADE 10/14	7,29	1,68	8,54
GSP - IDADE 15/19	10,41	1,89	12,32
GSP - IDADE 20/24	11,58	2,22	13,68
GSP - IDADE 25/29	10,83	3,35	12,51
GSP - IDADE 30/34	9,61	4,98	10,65
GSP - IDADE 35/39	9,16	6,88	9,67
GSP - IDADE 40/49	17,05	18,73	16,67
GSP - IDADE 50/59	12,64	25,73	9,71
GSP - IDADE 60+	11,42	34,54	6,24
GSP - SEXO FEMININO	54,96	61,62	53,47
GSP - SEXO MASCULINO	45,04	38,38	46,53

Neste capítulo vimos a composição da audiência em rádio na Grande São Paulo, com base no levantamento feito pelo IBOPE entre dezembro de 2007 e fevereiro de 2008. Apresentamos, além de dados gerais sobre o meio, dados geográficos, faixa horária, dias da semana e perfil do ouvinte. No próximo capítulo trataremos especificamente da Rádio Eldorado AM, discorrendo sobre sua história, a programação e a audiência.

Capítulo 4

A emissora analisada: Rádio Eldorado AM – 700 KHz

Este capítulo discorre sobre a emissora objeto deste estudo: a Rádio Eldorado AM, escolhida principalmente por sua importância no cenário nacional – em 2008 comemorou 50 anos no ar – e por integrar um dos mais renomados grupos de comunicação do Brasil, o Grupo Estado. Critérios de audiência, perfil e segmento também foram analisados, além de sua programação. Em adição, este capítulo faz um mapeamento da programação da emissora quanto à porcentagem de jornalismo empregado e sua distribuição quanto aos gêneros jornalísticos.

4.1. A força do Grupo Estado

A Rádio Eldorado integra o chamado Grupo Estado, do qual também fazem parte outras doze unidades de negócios, com destaque para os jornais OESP (OESP) e Jornal da Tarde; O Estado de São Paulo Mídia Ltda., e as empresas: Agência Estado Ltda., editora Listas Telefônicas e Revistas e Guias Setoriais de Mercado. Desta forma, o Grupo atua nos segmentos de jornalismo – nas esferas de mídia impressa, radiodifusão, serviços de informação, publicidade (anúncios, classificados, guias de empresas) -, entretenimento (produção fonográfica, programação musical, shows e sites), serviços gráficos e de distribuição²⁴.

De acordo com o balanço de 2007, publicado no Relatório de Responsabilidade Corporativa (com selo do GRI²⁵ – *Global Reporting Initiative*) trouxe diversos motivos para comemoração: as receitas operacionais líquidas do grupo cresceram 6,6% - de R\$ 727,8 milhões em 2006 para R\$ 776,1 milhões em 2007. O relatório, que engloba todas as áreas de atuação da *holding*, destaca os bons resultados obtidos pelas emissoras de rádio, tanto AM quanto FM: crescimento

²⁴ Fonte: Relatório de Responsabilidade Corporativa 2007.

²⁵ O Grupo Estado é a única empresa de mídia a ter este selo no País. O relatório tem tiragem aproximada de 354 mil exemplares.

em suas receitas de 9,2% de 2006 para 2007. O resultado é consequência do aumento de 23% na audiência da FM e de 9% na AM.

Já quanto aos empréstimos e financiamentos, houve redução significativa de quase 30%, passando de R\$ 296.790 em 2006 para R\$ 189.681 em 2007.

Ainda conforme o Relatório de Responsabilidade Corporativa 2007, o Ebitda (*Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*), sigla em inglês que significa o lucro antes do resultado financeiro, da equivalência patrimonial, do resultado não operacional, dos impostos, da depreciação e da amortização, apresentou melhora de cerca de 20%.

O Grupo Estado está sediado no Bairro do Limão em São Paulo, mas mantém filiais em importantes estados brasileiros, como: Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Brasília, Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Nestes dois últimos, aliás, opera com afiliadas da Rádio Eldorado (a Rádio Guarujá de Florianópolis/SC e a Rádio Clube AM 1430, de Curitiba/PR). Apesar da abrangência, mais de 95% dos funcionários da *holding* atuam em São Paulo.

Tanta pujança desperta o interesse dos concorrentes em adquirir uma das principais empresas do Grupo, conforme noticiou o Meio & Mensagem de 30 de junho de 2008. Segundo a revista, o Jornal OESP estaria sendo cobiçado pelas Organizações Globo e pela Editora Abril.

4.2. 50 anos de história

Fundada em quatro de janeiro de 1958, a emissora foi criada por Julio de Mesquita Filho e Francisco Mesquita, ambos diretores do jornal OESP à época. Queriam, com isso, “usar este veículo para também transmitirem as suas idéias democráticas, em seu objetivo de bem servir ao Brasil, os mesmos que o Estadão já defendia há oitenta e três anos”.

Contextualmente, o final da década de 50 foi marcado por inúmeras mudanças significativas na vida da sociedade – não só a brasileira, mas também de todo o mundo:

O final da década de 1950 foi marcado pelo início da corrida espacial entre soviéticos e norte – americanos com projetos de espaçonaves que levaram os nomes de Sputnik e Mercury, se instituindo naquele período o que se chamou de guerra fria. Ao mesmo tempo um surto desenvolvimentista invadia o Brasil que passou a fabricar veículos automotores em série, com o país abraçando as idéias do então presidente Juscelino Kubstcheck de Oliveira que defendia o crescimento de cinquenta anos em cinco. No ramo das comunicações a televisão brasileira dava os primeiros passos e o rádio deixava para trás os tradicionais programas musicais de auditório, passando a transmitir programas unicamente em estúdio, mas faltando o necessário ecletismo e digamos até, certo *glamour*²⁶.

O tal *glamour* inspirou a Rádio Eldorado desde o início de suas transmissões. A decisão estratégica foi oferecer aos ouvintes “uma programação eclética, de qualidade (...), com locutores com vozes de veludo, que transmitiam serenidade e formação intelecto-cultural”. Para atingir esse objetivo, os equipamentos da nova emissora eram modernos e contavam “com três estúdios, observados os mais modernos requisitos técnicos e acústicos”. Além destes estúdios, a Eldorado tinha um grande auditório com trezentas poltronas.

Entre os locutores diferenciados estava o então jovem Boris Casoy, hoje um renomado âncora de televisão. Na época, ele foi responsável também pela primeira reportagem externa da emissora. O repórter cobriu a eleição indireta para presidente, via Congresso Nacional, em 1964, do marechal Castelo Branco, em Brasília.

²⁶ Texto extraído de material fornecido pela própria emissora Eldorado.

Com a chegada dos “anos de chumbo” no Brasil, a Rádio Eldorado implantou o Jornal de Trinta Minutos, que se transformou no Jornal Eldorado de hoje, com duas edições de meia hora, no período da manhã, e uma terceira edição no período noturno. Na área esportiva, passou a transmitir, ao vivo, as corridas de cavalo direto do *Jockey Clube*.

A primeira rádio em Freqüência Modulada em São Paulo foi a Eldorado FM, em 92,9 MHz. Naquela época a emissora integrava um projeto que se denominou Pró – Música. Como estava na moda ouvir som ambiente em escritórios e elevadores na década de 60, mas ainda não existiam aparelhos receptores em FM no Brasil, a Eldorado oferecia os aparelhos e sonorizava os ambientes, vendendo assinaturas como as empresas de televisão a cabo fazem hoje. Com a entrada no mercado dos receptores em FM, a Eldorado FM foi implantada nos moldes de emissora aberta, mas sempre com um diferencial, o som estéreo na qual também foi pioneira.

Com a abertura política a partir de 1980 e o fim do regime militar, a cobertura radiojornalística ganha destaque. As notícias “invadem” a programação, sendo veiculadas em todos os horários. Quase duas décadas depois, em dezembro de 1996, a emissora passa a ter transmissões ininterruptas, com notícias 24 horas por dia. Isso contribuiu para que a emissora se firmasse como “prestadora de serviços”, ao mesmo tempo em que enfrentava o fortalecimento das FM’s.

Em 1989, mais uma vez o caráter pioneiro foi empregado na criação de um novo estilo de jornalismo de serviços com a implantação das transmissões aéreas, a bordo de um helicóptero, orientando os ouvintes a escolher as melhores alternativas para o trânsito. O “repórter aéreo” oficial da emissora é Geraldo Nunes, repórter e apresentador que contabiliza 19 anos na função, mais de 15 mil boletins ao vivo e cerca de 6 mil horas de vôo.

Por seu engajamento cidadão, é reconhecida pelos ouvintes como a “rádio cidadã”. Já comandou a campanha pela limpeza do Tietê, na qual recolheu mais de um milhão de assinaturas, e contra a obrigatoriedade da Voz do Brasil nas rádio privadas. Há dois anos, iniciou a estruturação de uma rede nacional de transmissão. Em junho de 2008, desenvolveu a campanha contra a “nova CPMF” ou CSS

(Contribuição Social da Saúde). O abaixo-assinado virtual hospedado na página *web* da emissora reuniu mais de 75 mil assinaturas em pouco mais de 20 dias²⁷.

“O conteúdo mais inteligente do rádio” e “A rádio dos melhores ouvintes” são dois dos *slogans* utilizados pela emissora para fortalecer seu posicionamento na mente do público-alvo.

Em 1993, a Eldorado foi a primeira emissora do país a utilizar o chamado “ouvinte repórter”, uma iniciativa que incentiva a população a trazer informações para a emissora. Todos os dias recebem cerca de 40 ligações. Mais recentemente, lançou o “bike-repórter²⁸”, que tem o patrocínio de uma Rede de Seguros de Automóveis. Funciona assim: quatro ciclistas circulam pela cidade e relatam, ao vivo e por telefone, a situação do trânsito. Por sua mobilidade, muitas vezes chegam antes da própria CET (Companhia de Engenharia de Tráfego) a acidentes, podendo, assim, instruir os motoristas para encontrar as melhores rotas de fuga para os congestionamentos.

Em 2007, lançou diversos novos programas, entre eles o “Reserva Eldorado”, o “Super Oito” e o “Derrubando Barreiras”, sobre inclusão e o acesso de pessoas com deficiência. Também firmou uma parceria com a ESPN (emissora do Grupo Disney) para a transmissão de futebol, com a cobertura dos principais campeonatos da modalidade: Paulista, Brasileiro e Taça Libertadores da América. A parceria rendeu o “Grande Prêmio da Crítica”, concedido pela APCA, em 2007.

Como meta para 2008, a Rádio Eldorado pretende expandir a Rede para as cinco principais praças brasileiras, em 18 meses. Além de fortalecer o recém criado portal de notícias e entretenimento “Território Eldorado”, uma versão reformulada do site da Rádio, que engloba tanto a emissora AM quanto a FM, hospedado dentro do Limão²⁹ (limao.com.br). No ar desde o dia 16 de julho de 2008, alcançou mais de um milhão de *page views* em menos de dez dias, segundo informações do próprio Grupo Estado.

²⁷ Como o Congresso Nacional decidiu adiar a votação referente à implantação da CSS para depois das Eleições, que ocorreram entre outubro e novembro, a emissora decidiu suspender a campanha durante este “recesso”.

²⁸ Atualmente, quatro pessoas atuam como “bike-repórter” pelas ruas de São Paulo: Renata Falzoni, Arturo Alcorta, Thomaz Cavaliere e Felipe Meireles.

²⁹ O Limão é uma rede social online em que os usuários podem postar vídeos, fotos, áudios e conteúdos temáticos (wikisites). Lançada em novembro de 2007, em apenas 3 meses atingiu 150 mil usuários cadastrados, sendo considerado como um dos lançamentos de rede social na Internet mais bem-sucedidos do mundo, segundo o Relatório de Responsabilidade Corporativa 2007.

4.3. Rede Eldorado

Desde outubro de 2007, a Rede Eldorado começou a ser formada: já são duas emissoras afiliadas até agora, a Rádio Clube AM 1430, conhecida como B2, de Curitiba (PR) e a Rádio Guarujá, de Florianópolis (SC).

A B2 iniciou suas atividades com a criação da Rádio Clube Paranaense Ltda. em 27 de junho de 1924. É a emissora mais antiga do Paraná e a 3ª do Brasil. Em mais de 80 anos de história, caracterizou-se pelas transmissões esportivas e de rádio teatro, o que, na década de 50, projetou-a nacionalmente por meio de seu *cast*, cujas apresentações obtiveram reconhecimento nacional.

Já a Rádio Guarujá integra a Rede Eldorado desde 19 de maio de 2008. É a emissora mais antiga de Florianópolis e a terceira a ser criada em Santa Catarina, há 65 anos. Com uma linguagem mais jovem, direta e objetiva, a emissora tem maior penetração nas classes A e B, com audiência formada principalmente por homens acima dos 25 anos. Tem forte tradição nas transmissões esportivas e em prestação de serviços. Atualmente atinge um público de cerca de 1,5 milhão de ouvintes em 30 municípios.

4.4. Equipe

As Rádios Eldorado AM e FM contam hoje com um quadro de mais de 200 funcionários, entre todos os departamentos: comercial, marketing, jornalismo e área técnica. Só na AM, são cerca de 30 profissionais dedicados ao radiojornalismo, entre a chefia, apresentadores, repórteres, editores, produtores e estagiários.

Dentre a equipe de jornalismo, temos a seguinte estrutura³⁰: **Editora- chefe**: Filomena Salemme; **chefe de redação**: Roque Freitas; **chefia de reportagem**: Cal Francisco (também apresentador) e Luciana Freitas; **produtor- executivo**: Carlos Grecco; **apresentadores**: Ary Pereira Júnior, Caio Camargo, Vanessa Di Sevo, Fernanda Felicioni e Sandra Cabral; **locutores**: César Matheus e Jorge Luiz; **produtores**: Carina Antonini, Valéria Rambaldi, Carolina Dias, Joyce Murasaki,

³⁰ A configuração desta equipe foi observada em julho de 2008.

Renata Okumura, Lucas Francoio, Flávio Perez (esporte); **editores:** Norberto Notari, Thomaz Molina e Douglas Matos; **coordenadores:** Camila Matos, Carolina Dias, Joyce Murasaki e Lucas Francoio; **repórteres:** Camila Tuchlinski, João Vito Cinquepalmi, Leda Letra, Lucas Lagatta, Sandra Riva, Marcela Coimbra e Wellington Carvalho; **repórteres aéreos:** Geraldo Nunes (também apresentador) e Jair Rafael; **apoio à produção e site:** Ana Carolina Cassola, Caroline Dulley e, por fim, **checagem:** Talita Pires.

A emissora também conta com mais de 20 especialistas nas mais diversas áreas do conhecimento, todos personalidades reconhecidas no mercado: os comentaristas da emissora, que exercem função remunerada, segundo a emissora. São eles: Carlos Alberto Di Franco, Ivan Pinto, Bete Nespoli, Milu Vilela, Sonia Racy, Dr. Carlos Alberto Pastore, Luis Carlos Merten, Ubiratan Brasil, Flávia Guerra, Lucia Camargo, Aullus Selmer, Alexandre Garcia, Maílson da Nóbrega, Celso Ming, Geraldo Nunes, Josélia Pegorim, Mario Marinho, Antônio Penteado Mendonça, Mona Dorf, Luiz Tejon, Lilian Pacce, Saul Galvão, Andrea Lago, Tarcísio de Carvalho Pierluigi Piazzi, Josué Leonel, entre outros.

Recentemente, a Eldorado implantou uma extensa Rede de correspondentes internacionais em diversas partes do mundo: na Europa, sediado em Londres, está Renato Roschel; nos Estados Unidos, sediado em Los Angeles, atua Lilian Falabela; da China, Cláudia Trevisan responde pela cobertura da Ásia; pelo Oriente Médio, Gabriel Toueg fala de Israel; pela América Latina, com sede em Buenos Aires, está Marina Guimarães e, por fim, de Genebra, na Suíça, a emissora conta com as informações de Jamil Chade.

4.5. Premiações

Ao longo de cinquenta anos, a Rádio Eldorado conquistou inúmeros prêmios. Dentre eles, destacamos os seguintes:

No levantamento “Veículos mais admirados: o prestígio das marcas”, realizado pela Troiano Consultoria de Marca, a Rádio Eldorado AM/FM está na segunda posição, com IPM (índice de prestígio da marca) de 43 pontos.

Em quase 30 anos de premiações da APCA, a Associação Paulista de Críticos de Arte, a Rádio Eldorado recebeu mais de 25 prêmios, sendo agraciada em quase todas as edições. Em 2007 recebeu três dos sete prêmios concedidos, inclusive o “Grande Prêmio da Crítica” pela institucionalização da parceria com o canal de TV ESPN, do Grupo Disney, para a cobertura esportiva. Os outros dois premiados foram o “Sala dos Professores” e “Plug Eldorado”.

No ano anterior, o vencedor da categoria Iniciativa foi o “Rádio Pára-choque”, veiculado tanto na Eldorado AM quanto na FM.

Em 2005, os programas "Boletim Chic" e "Trip Eldorado" receberam o Prêmio Melhores do ano da APCA. O "Boletim Chic", apresentado pela consultora de moda Gloria Kalil, foi o vencedor da categoria "revelação". Já o "Trip Eldorado", comandado pelo editor da revista *Trip* Paulo Lima conquistou o reconhecimento na categoria "variedades".

No campo do jornalismo, os últimos anos também foram prodigiosos quanto a premiações para os radiojornalistas: a equipe destacou-se em diversas oportunidades, entre elas o 6º Prêmio Ethos de Jornalismo 2006, na categoria Mídia Eletrônica Rádio, em reconhecimento à série de cinco reportagens sobre os 15 anos do Código de Defesa do Consumidor; o Vladimir Herzog 2006, para Geraldo Nunes, pelo documentário sobre os “30 anos da morte de Vlado” e o 5º Prêmio Docol Ministério do Meio Ambiente para a série de três reportagens do repórter Daniel Almeida sobre a “Água”.

4.6. Projetos Sociais: cidadania e meio ambiente

Ser reconhecida como a “rádio-cidadã” é, ao mesmo tempo, causa e consequência de um longo trabalho em prol da cidade em que atua. A emissora diz basear todas as suas ações em ética, crença nos direitos humanos, respeito ao meio ambiente e participação ativa na vida comunitária. O resultado disso são inúmeros cases de sucesso, de ações implantadas pelas duas emissoras de rádio do Grupo Estado, como o Pintou Limpeza, o projeto Tietê, o Planeta Eldorado e o Trânsito - Eldorado Cidadania. Mais recentemente, a emissora apostou no Derrubando Barreiras, no Eldorado SocioAmbiental e no Bosque Eldorado.

O projeto Pintou Limpeza, criado há oito anos e veiculado pelas duas emissoras (as rádios Eldorado AM e FM) traz dicas e alertas no ar para os ouvintes sobre o compromisso de colaborar com a limpeza da cidade e estimular a consciência ambiental por meio da coleta seletiva e consumo consciente. Mobilizadas pelas informações divulgadas, diversas empresas (escolas, hospitais e entidades assistenciais) se propuseram a fazer o trabalho de coleta seletiva e destinação correta dos materiais recicláveis recebidos da população do entorno de forma voluntária. Com a colaboração dessas entidades, hoje existem mais de 15 Postos de Entrega Voluntária (PEVs) do Projeto Pintou Limpeza espalhados pela cidade.

A Campanha de Despoluição do Rio Tietê foi criada em 1990, em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica, a partir de um programa especial, em co-produção com o serviço brasileiro da BBC de Londres, mostrando ao mesmo tempo a degradação do Tietê e a história de sua população ribeirinha, enquanto a equipe da BBC entrava ao vivo, direto do rio Tamisa, contando como foi possível despoluir esse importante rio londrino. Além de diversas entrevistas com técnicos e ambientalistas, a Eldorado produziu uma música-tema para a campanha e vinhetas que entravam na programação com depoimentos de personalidades sobre a importância de despoluir o Tietê, além de palestras em escolas e coberturas de eventos e conferências que falavam sobre o rio. A sociedade respondeu ao chamado com mais de um milhão de assinaturas ao abaixo-assinado iniciado durante a campanha. A partir da repercussão da Campanha, a Fundação SOS Mata Atlântica criou, em 1991, com apoio da Rádio Eldorado, o Núcleo União Pró-Tietê,

que tem como objetivo desenvolver projetos, apoiar iniciativas para a recuperação do rio, fortalecer a gestão participativa e a conservação dos recursos hídricos.

A acessibilidade universal inspirou, em 2 de julho de 2007, a criação do Programa “Acesso Para Todos”, comandado pela vereadora Mara Gabrielli, que é tetraplégica. “O conceito do programa extrapola a questão da deficiência. Falamos de acesso universal”³¹, afirma Mara. Isso significa derrubar as barreiras - físicas e comportamentais - que impedem que todas as pessoas exerçam seu direito de ir, vir e permanecer. No ar toda a segunda-feira, a partir das 16 horas, dentro do Observatório Eldorado, o programa tem duração de 30 minutos. A apresentadora aborda os convidados para falar das dificuldades que as pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida - como gestantes, obesos e idosos - enfrentam para circular e poder usufruir tudo que a cidade oferece.

Os exemplos acima são apenas algumas das iniciativas das Rádios Eldorado AM e FM para manter e fortalecer o reconhecimento do público em ser uma “rádio cidadã”. Trabalhos pioneiros que contribuem para o fortalecimento da imagem da emissora, o que é revertido em mais audiência e maior retorno publicitário para a empresa.

4.7. Perfil do ouvinte Eldorado

Conforme dados do Ipsos Marplan/EGM (consolidado de janeiro e dezembro de 2007) publicados eletronicamente do Mídia Kit³² da Rádio Eldorado AM, o perfil geral da audiência é bastante qualificado: 88% do público tem 30 anos ou mais, sendo que 12% têm entre 10 e 29 anos. O levantamento foi realizado na Grande São Paulo, tendo como filtro ambos os sexos com mais de 10 anos, que ouviram a Eldorado nos últimos 30 dias/de 2ª a 6ª feira e entrevistou 167 mil pessoas.

As classes A/B respondem por 73% de todos os ouvintes, sendo A: 28% e B: 45%. A renda familiar é superior a 10 salários mínimos para 24% dos ouvintes.

³¹ O depoimento foi retirado do site da emissora.

³² Material utilizado pelo departamento comercial dos veículos para apresentá-los aos anunciantes/profissionais de mídia das agências de publicidade.

Quase um terço dos ouvintes (25%) possuem curso superior completo. Quase 60 por cento são economicamente ativos (58%). Quanto aos assuntos de interesse e hábitos de lazer, a pesquisa indica que: 89% têm interesse por atualidades e assuntos do momento; 81% acreditam que sua vida será melhor no futuro; 66% acessaram a Internet nos últimos 30 dias; 61% costumam ler livros como parte do lazer e, por fim, 35% lêem, compreendem e falam o idioma inglês. Com relação aos hábitos de consumo, os dados mostram que: 90% dos entrevistados possuem casa/apartamento próprio; 41% possuem cheque especial; 23% possuem cartão de crédito internacional e 25% possuem aplicações financeiras.

Já de acordo com o levantamento do IBOPE, com 16.248.161 pessoas com idade acima de 10 anos, moradores da Grande São Paulo, entre os meses de maio e julho de 2007, a Rádio Eldorado ocupa a terceira posição entre as principais emissoras *all news* e *news-talk* de São Paulo, atrás da CBN e da BandNews. No entanto, está apenas na 28ª posição no *ranking* geral. A Eldorado atinge 10.237 ouvintes por minuto, alcançando 0,52% de participação.

Outro levantamento realizado pelo IBOPE, entre dezembro de 2007 e fevereiro de 2008 entrevistou 240 pessoas por dia, totalizando quase sete mil questionários no total.

O documento constata que o perfil da Rádio Eldorado AM de São de Paulo é composto majoritariamente pela classe B, com 55,60% de participação no segmento, seguido da classe A, com 21,35% e da classe C, com 18,48%. As classes D/E respondem por apenas 4,57%, o que comprova o posicionamento da emissora ao comunicar que é “a emissora de quem decide”.

Quanto à faixa etária, a parcela da população mais presente entre os ouvintes é a com idade de 60 anos ou mais, correspondendo a 45,82% do total. Em seguida, aparecem ou ouvintes com idade entre 50 e 59 anos, com 14,85%. Crianças (10 a 14 anos), jovens (20 a 24 anos) e adolescentes (15 a 19 anos) são os que menos ouvem a Eldorado: 0,39%, 0,37% e 1,60% respectivamente.

Com relação ao sexo, as mulheres são maioria entre os ouvintes da Rádio Eldorado AM. Podemos dizer que praticamente há duas mulheres para cada homem ouvinte: elas são 63,70% contra 36,30% deles. Confira a tabela a seguir:

TABELA 7 - Perfil da Eldorado AM

	TODOS OS DIAS
	TODOS OS LOCAIS
	05-05
	GRANDE SAO PAULO
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008
	GSP - AM-ELDORADO AM
PÚBLICO	PS% (Participação no Segmento%)
GSP - CLASSE A	21,35
GSP - CLASSE B	55,60
GSP - CLASSE C	18,48
GSP - CLASSE DE	4,57
GSP - CONDICAO OCUPADO	46,44
GSP - CONDICAO NAO OCUPADO	53,56
GSP - IDADE 10/14	0,39
GSP - IDADE 15/19	1,60
GSP - IDADE 20/24	0,37
GSP - IDADE 25/29	6,06
GSP - IDADE 30/34	2,95
GSP - IDADE 35/39	5,28
GSP - IDADE 40/49	14,85
GSP - IDADE 50/59	22,68
GSP - IDADE 60+	45,82
GSP - SEXO FEMININO	63,70
GSP - SEXO MASCULINO	36,30

4.8. Dados regionais da Rádio Eldorado AM

Do universo de 15.747.770 pessoas da Grande São Paulo analisado pelo IBOPE, a Zona Sul é a região da cidade que mais possui ouvintes da Rádio Eldorado AM: 1.598.650 pessoas, o equivalente a 0,05% do índice total de audiência. A segunda região que mais concentra ouvintes no período analisado é a Leste, com 1.091.350 ouvintes e a terceira maior é a Norte, com 645.050 ouvintes. A proximidade com a sede da emissora, no Bairro do Limão, pode ser a explicação para que a Zona Norte tenha tantos ouvintes em comparação com outras regiões de igual ou superior poder aquisitivo.

Acompanhe a tabela abaixo:

TABELA 8 - Dados Regionais Eldorado AM

Universo: 15.747.770	05-05		
	TODOS OS DIAS		
	TODOS OS LOCAIS		
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008		
	GRANDE SAO PAULO		
	GSP - AM-ELDORADO AM		
PÚBLICO	IA%	IA#	UNIV#
GSP - ZONA CENTRO	0,09	355,37	412.592,00
GSP - ZONA NORTE	0,04	645,05	1.685.011,00
GSP - ZONA LESTE	0,03	1.091,35	3.223.568,00
GSP - ZONA SUL	0,05	1.598,65	3.051.918,00
GSP - ZONA OESTE	0,04	330,79	792.113,00
GSP - ZONA PERIFERIA (NORTE + LESTE)	0,02	520,34	2.318.072,00
GSP - ZONA PERIFERIA SUL	0,03	626,95	2.166.893,00
GSP - ZONA PERIFERIA OESTE	0,02	316,65	2.097.603,00

4.9. Faixa Horária

A faixa horária com o maior número de ouvintes é entre 7h e 8h da manhã, com 14.984.390 ouvintes, o equivalente a 0,10% do índice de audiência. Em seguida, aparece o horário das 11h ao meio-dia (14.924.600), que em números absolutos, é superior à faixa das 10h às 11h (14.832.130), embora ambas registrem 0,09% de IA³³.

Das 9h às 10h, o levantamento do IBOPE registrou a audiência de 11.342.560 pessoas e 11.031.680, das 8h às 9h.

Do meio-dia à uma da tarde, a audiência cai, mas ainda registra quase 9 milhões de ouvintes (8.835.120).

No resto da tarde, os índices reduzem-se, variando entre quatro e cinco milhões de ouvintes.

³³ IA: índice de audiência; IA ABS: índice de audiência absoluto.

A audiência volta a subir no chamado “horário nobre” do rádio, a saber, entre as 18h e as 19h. O intervalo supera os seis milhões de pessoas (6.090.830). A justificativa para a elevação do índice é que esta é a hora em que a maioria das pessoas têm seus expedientes no trabalho encerrados e, portanto, começam a se dirigir para casa, seja escutando rádio no carro ou em aparelhos portáteis dentro dos coletivos (ônibus, metrô, trem, etc).

No período analisado pelo IBOPE, a faixa horária entre 4h e 5h da madrugada obteve audiência inexpressiva, caracterizando o que os institutos de pesquisa costumam chamar de “traço”, ou seja, não há o que registrar ou a quantidade foi insuficiente e irrelevante.

Confira os dados na tabela da próxima página:

TABELA 9 - Faixa Horária Eldorado AM

Universo: 15.747.770	TODOS OS DIAS	
	TODOS OS LOCAIS	
	GSP - DEZ/2007 A FEV/2008	
	GRANDE SAO PAULO	
	GSP - AM-ELDORADO AM	
	GSP - SEXO AMBOS	
DAY PARTS	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #
05-05 BL.1H	0,03	5.485,13
05:00/05:59	0,01	1.847,32
06:00/06:59	0,04	6.317,53
07:00/07:59	0,10	14.984,39
08:00/08:59	0,07	11.031,68
09:00/09:59	0,07	11.342,56
10:00/10:59	0,09	14.832,13
11:00/11:59	0,09	14.924,60
12:00/12:59	0,06	8.835,12
13:00/13:59	0,03	5.352,48
14:00/14:59	0,03	4.078,90
15:00/15:59	0,03	4.363,89
16:00/16:59	0,03	5.346,49
17:00/17:59	0,04	5.798,79
18:00/18:59	0,04	6.090,83
19:00/19:59	0,03	4.623,39
20:00/20:59	0,01	1.261,84
21:00/21:59	0,01	1.422,14
22:00/22:59	0,02	3.109,08
23:00/23:59	0,02	2.491,88
00:00/00:59	0,00	466,16
01:00/01:59	0,01	1.185,55
02:00/02:59	0,01	1.561,01
03:00/03:59	0,00	375,47
04:00/04:59	0,00	0,00

4.10. Dias da semana quanto à audiência na Rádio Eldorado AM

Considerando-se o índice de audiência absoluta, podemos constatar que o sábado é o dia da semana que mais atrai os ouvintes: 6.798.140 pessoas. Percentualmente, o número equivale a 0,04% do universo total.

Em seguida, aparece a junção de sábado e domingo, com quase seis milhões de ouvintes (5.966.220). Em terceiro, a combinação segunda a sábado: 5.543.610 ouvintes. Logo após, de segunda a sexta, com 5.292.700 ouvintes e, por fim, o domingo, com 5.134.300 pessoas.

Observe a tabela abaixo:

TABELA 10 - Dias da semana Eldorado AM

GSP - DEZ/2007 A FEV/2008		
05-05		
TODOS OS LOCAIS		
GSP - SEXO AMBOS		
GRANDE SAO PAULO		
GSP - AM-ELDORADO AM		
DIA DA SEMANA	IA% (índice de audiência%)	IA (índice de audiência ABS) #
SEGUNDA A SEXTA	0,03	5.292,70
SÁBADO	0,04	6.798,14
DOMINGO	0,03	5.134,30
SABADO E DOMINGO	0,04	5.966,22
SEGUNDA A SÁBADO	0,04	5.543,61

4.11. A programação

A programação tornou-se 24 horas por dia em dezembro de 1996. Um ano antes, a emissora havia sido totalmente informatizada, o que trouxe agilidade à Eldorado, mas também uma redução de 70% no quadro de pessoal da rádio.

No entanto, nem todos os programas vão ao ar ao vivo, o que só acontece a partir das 5h, com o “De olho na cidade”, apresentado por Geraldo Nunes. Com isso, especialmente durante a madrugada, a grade reprisa muitas atrações irradiadas ao longo do dia. Para que isso aconteça, um profissional edita o conteúdo (limpando referências a horários, temperatura, etc.) para adequá-lo ao novo horário. É o que acontece, por exemplo, com o “Panorama Eldorado” e o “São Paulo de todos os tempos”.

Outro dado relevante é que a programação sofre alterações constantes. Desde o início da pesquisa, a grade foi alterada inúmeras vezes.

Confira a seguir o quadro com a programação, de segunda a domingo, da Rádio Eldorado AM:

Quadro 10³⁴ - Programação da Rádio Eldorado AM:

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00h00	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Bate Bola	Espaço Informal	Palavra de Quem Decide	Revista Eldorado
01h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Planeta Eldorado
02h00	São Paulo de Todos os Tempos	Plug Eldorado	São Paulo de Todos os Tempos	Planeta Eldorado	Pesquisa Brasil	São Paulo de Todos os Tempos	Movimento Eldorado
03h00		Planeta Eldorado		Plug Eldorado	Espaço Informal		Pesquisa Brasil
04h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Revista Eldorado
05h00	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	Plug Eldorado
05h30	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	São Paulo de Todos os Tempos
06h00							Planeta Eldorado
07h00							Movimento Eldorado
08h00							
09h00							AE Investimentos
09h30							
10h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Palavra de Quem Decide	Leitura de Domingo
11h50	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras		Letras e Leituras
11h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Pesquisa Brasil	Leitura de Domingo
12h00	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Planeta Eldorado	São Paulo de Todos os Tempos
13h00	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Derrubando Barreiras	
13h30						Pais & Filhos	
14h00							
14h30	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Plug Eldorado	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro
15h00	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro (Série B)	
16h10							
16h30	Derrubando Barreiras		Pais & Filhos			Jogo de Futebol	Jogo de Futebol
17h00	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Bate Bola	Bate Bola
18h00							
19h00							
19h30							
20h00	Prime Time	Prime Time	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro		Pesquisa Brasil	
20h30							Pais & Filhos
21h00			Jogo de Futebol	Jogo de Futebol	Prime Time	Planeta Eldorado	Plug Eldorado
21h30							
22h00				2º tempo de outro jogo		São Paulo de Todos os Tempos	Leitura de Domingo
22h30					Bate Bola		
23h00				Sportscenter			
23h30			Bate Bola				

³⁴ Este quadro foi elaborado pela autora a partir das informações contidas no Portal Território Eldorado, referentes à semana de 18 a 22 de agosto de 2008.

4.12. A programação da Rádio Eldorado quanto aos gêneros radiojornalísticos

Conforme vimos no capítulo 2, há muita confusão entre os autores quanto aos formatos e gêneros, especialmente no rádio. Além disso, muitos deles confundem o que é formato e um tipo de programa, por exemplo. As diferentes classificações geram confusão para quem pretende aplicá-las da melhor forma. Por isso, à página 59, apresentamos um quadro (nº 2) com os tipos de programas mais comuns e as possíveis combinações com os formatos.

A seguir, utilizando cores, delineamos a programação da Rádio Eldorado AM quanto à presença dos gêneros radiojornalísticos: azul (informativo), verde (opinativo), laranja (interpretativo), amarelo (utilitário) e lilás (diversional).

Quadro 11³⁵ - Programação da Rádio Eldorado AM quanto aos gêneros

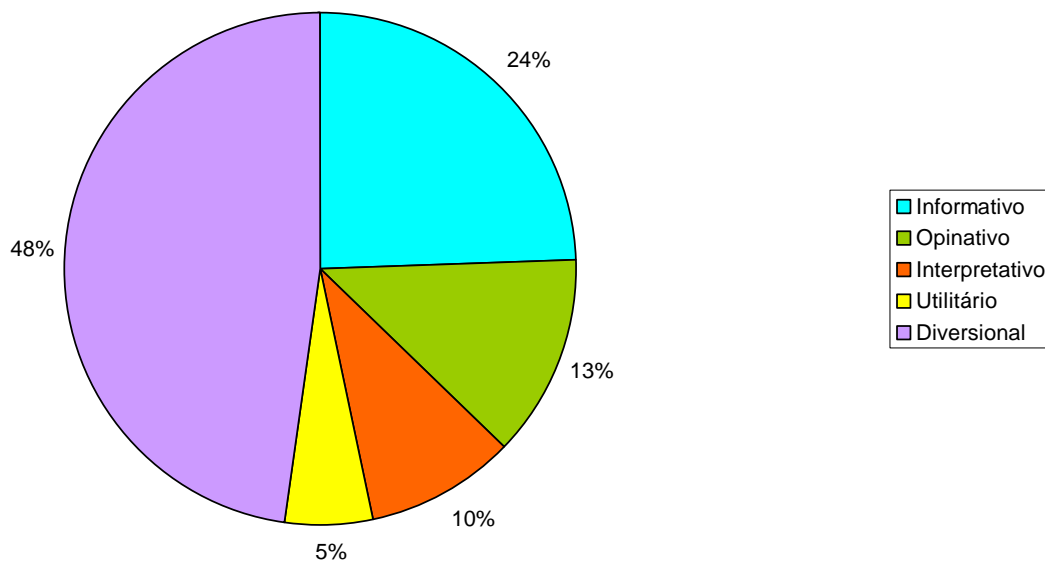
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00h00	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Bate Bola	Espaço Informal	Palavra de Quem Decide	Revista Eldorado
01h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Planeta Eldorado
02h00	São Paulo de Todos os Tempos	Plug Eldorado	São Paulo de Todos os Tempos	Planeta Eldorado	Pesquisa Brasil	São Paulo de Todos os Tempos	Movimento Eldorado
03h00		Planeta Eldorado		Plug Eldorado	Espaço Informal		Pesquisa Brasil
04h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Revista Eldorado
05h00	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	De Olho na Cidade	Plug Eldorado
05h30	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	Jornal Eldorado	
06h00							Planeta Eldorado
07h00							Movimento Eldorado
08h00							
09h00						Leitura de Domingo	
9h30							Leitura de Domingo
10h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Palavra de Quem Decide	Letras e Leituras
11h50	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Letras e Leituras	Pesquisa Brasil	Letras e Leituras
11h00	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado	Panorama Eldorado		Pesquisa Brasil
12h00	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Eldorado Notícias	Planeta Eldorado	São Paulo de Todos os Tempos
13h00	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Eldorado Esportes	Derrubando Barreiras	
13h30						Pais & Filhos	
14h00						Plug Eldorado	
14h30	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Agência Estado no Ar	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro (Série B)	Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro
15h00	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal	Espaço Informal		
16h10	Derrubando Barreiras		Espaço Informal			Espaço Informal	Espaço Informal
16h30		Pais & Filhos		Jogo de Futebol	Jogo de Futebol		
17h00	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Jornal Eldorado 2ª Edição	Bate Bola	Bate Bola
18h00			Abre o Jogo - Campeonato Brasileiro				
19h00				Revista Eldorado	Revista Eldorado	Revista Eldorado	
19h30			Pesquisa Brasil				
20h00	Prime Time	Prime Time		Jogo de Futebol	Jogo de Futebol	Prime Time	São Paulo de Todos os Tempos
20h30			Sportscenter				
21h00	Bate Bola	Bate Bola		Bate Bola	Bate Bola		
21h30			Bate Bola			Bate Bola	Bate Bola
22h00	Bate Bola	Bate Bola		Bate Bola	Bate Bola		
22h30			Bate Bola			Bate Bola	Bate Bola
23h00	Bate Bola	Bate Bola		Bate Bola	Bate Bola		
23h30			Bate Bola			Bate Bola	Bate Bola

³⁵ Este quadro foi elaborado pela autora a partir das informações contidas no Portal Território Eldorado, referentes à semana de 18 a 22 de agosto de 2008.

Como podemos observar, o gênero diversional está presente em quase metade da programação. Isso se deve – em grande parte - à recente parceria da emissora de rádio com a ESPN, do Grupo Disney, emissora de TV especializada em coberturas esportivas. O gênero informativo ocupa a segunda posição na grade, com quase um terço do conteúdo irradiado. A opinião está presente em mais de dez por cento dos tipos de programas, seguido do gênero interpretativo. Programas especialmente utilitários são minoria, equivalente a apenas 5% do total que vai ao ar na emissora toda a semana.

Percentualmente, a grade de programação fica assim caracterizada, conforme o gráfico 1:

Porcentagem dos programas quanto aos gêneros



Capítulo 5

Aplicação da nova classificação e análise dos resultados

Este capítulo inicia com a descrição do *corpus* de análise, a saber, composto de quase 20 horas de gravação dos três principais programas jornalísticos da Rádio Eldorado AM, emissora objeto deste estudo. Em seguida, apresenta o levantamento quantitativo dos formatos utilizados para compor cada programa, seguindo a classificação proposta pela autora na tese. E, para concluir, traz a análise dos resultados obtidos.

5.1. Corpus de análise

Nesta pesquisa a amostra foi constituída do acompanhamento e da gravação de três programas da Rádio Eldorado: O **Jornal Eldorado** (segunda a sábado, das 5h30 às 10h), o **Panorama Eldorado** (segunda a sexta, das 10h às 12h) e o **São Paulo de Todos os Tempos**³⁶ (domingos, das 6h às 8h), entre os dias 21 e 28 de junho de 2008. Cada programa teve duas edições acompanhadas: dias 26 e 27 de junho de 2008; 24 e 26 de junho de 2008 e 21 e 28 de junho de 2008, respectivamente. Ao todo, portanto, foram 17 horas de gravação, em seis edições, conforme demonstrado a seguir no Quadro sobre o universo da pesquisa.

QUADRO 12 – Universo da Pesquisa

Emissora: Rádio Eldorado	Horário	Número de programas
Jornal Eldorado	Segunda a sábado, das 5h30 às 10h.	2
Panorama Eldorado SP de todos os tempos	Segunda a sábado, das 10h às 12h.	2
	Domingo, das 6h às 8h.	2
Total	17 horas de gravação	6 edições

³⁶ Ao longo do trabalho os programas analisados podem ser reconhecidos pelas siglas JE (Jornal da Eldorado), PE (Panorama Eldorado) e SPTT (São Paulo de Todos os Tempos).

A escolha aleatória do mês para a investigação observa a não ocorrência de grandes eventos ou catástrofes durante o período, tais como a tragédia do voo 3054 da Tam em Congonhas – SP; os Jogos Pan-americanos; o desabamento das obras do Metrô Linha Amarela, a visita do Papa Bento XVI ao estado de São Paulo e o Caso Isabella, por exemplo.

Além do critério IBOPE, também embasamos a escolha da emissora por ser uma das mais antigas da capital (completou 50 anos em janeiro de 2008), por integrar o Grupo Estado - um dos mais importantes conglomerados jornalísticos do Brasil - e pelo caráter pioneiro na criação de um novo estilo de jornalismo de serviços com a implantação das transmissões aéreas, a bordo de um helicóptero, orientando os ouvintes a escolher as melhores alternativas para o trânsito.

O programa Jornal Eldorado, bem como os demais, teve seu conteúdo analisado quantitativamente, com base no levantamento das unidades de registro. Mas foi o único acompanhado ao vivo, no estúdio, pela autora deste projeto, por ser o “carro-chefe” da emissora. O objetivo desta ação era o de verificar os modos de produção da equipe.

5.2. Características dos programas analisados

A partir de agora, faremos a descrição de cada um dos programas objetos deste estudo:

5.3. Programa: Jornal da Eldorado 1ª edição

Jornal Eldorado

“Carro-chefe da Eldorado AM, o Jornal Eldorado apresenta o noticiário local, nacional e internacional. Com a apresentação de Caio Camargo, traz informações do mercado financeiro. A prestação de serviços tem como destaques Geraldo Nunes acompanhando o trânsito com o helicóptero da Eldorado e Josélia Pegorim atualizando as informações meteorológicas de meia em meia hora. Tudo isso, mais os destaques dos maiores jornais do país, informações dos correspondentes estrangeiros e a participação do Ouvinte-Repórter, exclusividade da Eldorado”.

O Jornal da Eldorado é uma produção do departamento de jornalismo da Rádio Eldorado, com o apoio das redações do Jornal O Estado de São Paulo, do Jornal da Tarde e da Agência Estado. Veiculado de segunda a sábado, das 5h30 às 10 da manhã. Até as nove da manhã entra em rede com a Eldorado FM. É apresentado por Caio Camargo, com o apoio do locutor-noticiarista Jorge Luís.

Por ser o radiojornal de maior importância na emissora, toda a equipe trabalha para produzir material atualizado para o programa. Diariamente, recebe cerca de 150 *emails* de ouvintes, com sugestões, opiniões, etc.

O programa está estruturado da seguinte maneira: as manchetes são lidas pela dupla, a cada meia hora, no chamado “Giro de Notícias”, sendo que nas horas cheias, há a participação dos repórteres com *flashes* ao vivo, na maioria das vezes. O restante do tempo é composto de reportagens, comentários e entrevistas, além da previsão do tempo e das informações do trânsito.

5.4. Programa: Panorama Eldorado

Panorama Eldorado

“O Panorama Eldorado é o programa que traz ao ouvinte o melhor do jornalismo cultural, com destaque para o lazer, entretenimento, história e pautas de comportamento. Apresentado por Vanessa Di Sevo, de segunda a sexta-feira, das 10h às 12h, apresenta entrevistas e reportagens com personalidades das mais diversas áreas culturais estão nos 700khz. No Panorama espaço para os principais eventos da cidade, as exposições, os grandes lançamentos e agenda cultural do dia. O programa conta ainda com críticos fixos, que semanalmente estão no Menu Eldorado, sempre às 11h20”.

O Panorama Eldorado tem duração de duas horas, veiculado de segunda a sexta-feira, com reprises nas madrugadas. Vanessa Di Sevo comanda a atração, fortemente baseada em entrevistas ao vivo, por telefone.

Embora trate de cultura e entretenimento, sempre há espaço para o jornalismo da Eldorado, que entra com boletins e reportagens sobre os assuntos mais importantes do dia e também com a cobertura do esporte.

Além da participação dos comentaristas fixos, no quadro Menu Eldorado, o Panorama conta também com a participação diária de Mona Dorf no quadro “Letras e Leituras”, com duração de dez minutos, sempre às 11h50.

5.5. Programa: São Paulo de Todos os Tempos

São Paulo de Todos os Tempos

“As histórias da cidade e os paralelos entre o passado e o presente estão no programa semanal São Paulo de Todos os Tempos. Em reportagens e entrevistas com personalidades marcantes, historiadores e pesquisadores, Geraldo Nunes mostra um pouco do que já foi a cidade de São Paulo, e a influência do passado na formação da realidade que se vive hoje, sempre aos sábados, das 22h à meia-noite. Tudo recheado com gravações de arquivo, ilustrando as explicações sobre os “bons tempos” com música, comerciais e programas musicais de época”.

O programa São Paulo de Todos os Tempos comemora quase quinhentas edições desde o seu lançamento e, recentemente, foi premiado com o “Colar do Centenário” concedido pelo Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo. A condecoração foi criada em 1895 com o objetivo de promover o estudo e o desenvolvimento da história e geografia no Estado de São Paulo e ocupar-se de questões e assuntos literários, artísticos e científicos que possam interessar ao Brasil.

Baseado em muita pesquisa (documental e musical), o SP de Todos os Tempos é um rico espaço para resgatar a história da cidade e também da sociedade em geral – do Brasil e do mundo -.

O primeiro programa analisado, do dia 21 de junho de 2008, sobre o *rock’n’roll*, por exemplo, trouxe a íntegra de um programa veiculado há anos na próxima emissora. Tendo a música como pano de fundo, o locutor vai contando a evolução dos ritmos, o surgimento de bandas e tendências.

5.6. Levantamento quantitativo dos formatos

Ao todo, foram analisados três programas da Rádio Eldorado, escolhidos buscando uma possível “diversidade” de estilo, o que provavelmente, na visão da pesquisadora, poderia trazer surpresas quanto ao emprego de uma maior variedade de formatos radiojornalísticos.

Os resultados foram compilados e catalogados em tabelas, conforme a classificação proposta pela autora quanto aos gêneros radiojornalísticos e seus respectivos formatos.

Cabe aqui ressaltar que as unidades de registro foram compreendidas como “unidades de análise” para que pudessem ser contadas de fato. Desta forma, a presente pesquisa baseou-se no conceito de unidade de informação, proposto por Violette Morin, no livro *“Tratamiento Periodístico de la Información”* (1974), opondo-se aos métodos que levam em conta a superfície de impressão (no caso, tempo de irradiação) ou o custo de espaço publicitário.

Segundo a autora, a unidade aleatória não tem medida espacial, uma vez que está isolada no “espírito” e não na “letra”. Essa ausência de medida coincide com a impossibilidade de quadricular a página do jornal, por exemplo, onde os signos – títulos, fotos, desenhos, artigos – não têm em si nenhuma medida comum de superfície. No entanto, “a unidade de informação não tem uma superfície sem medida” (1974:25).

Conforme Morin, a unidade de informação é extraída do texto para designar elementos persistentes de uma informação a outra e objetiva enumerar aquilo que se repete através daquilo que se modifica. Ou seja, tomando como exemplo a seção de cartas do leitor de *Veja*, ela pode ser entendida como uma única UI, uma vez que a intenção se repete em todas as notas. Ao mesmo tempo, algumas páginas são contabilizadas como “coluna”, mesmo contendo diversas notas distintas e descontínuas entre si, entrevistas e notícias.

Para efeitos de codificação, apresentamos ao final do trabalho o formulário proposto para a realização da análise de conteúdo sobre a ocorrência dos gêneros e formatos jornalísticos no rádio brasileiro (ver Apêndice I).

5.7. A análise quantitativa

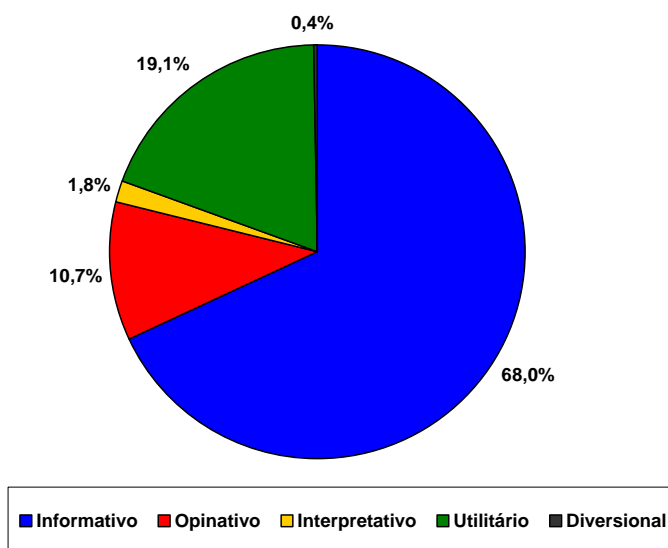
No total, portanto, foram observadas 560 (quinhentas e sessenta) unidades de informação, sendo 436 no Jornal da Eldorado, 89 no Panorama Eldorado e 35 no São Paulo de Todos os Tempos.

De modo geral, o emprego dos formatos mantém-se nos diversos programas. Cada edição possui uma espécie de “esqueleto” básico para a produção, que precisa ser preenchido com quadros fixos e alguns formatos fixos, como a entrevista, a palavra dos comentaristas, o momento do ouvinte, etc.

O gênero informativo obteve o maior número de registros: 381; seguido pelo utilitário, 107; o opinativo, 60; o interpretativo, 10 e, finalmente, o diversional, com apenas duas ocorrências. Percentualmente, a comparação entre os gêneros encontrados no *corpus* de análise traz o informativo como o mais presente entre os três programas, totalizando 68% dos registros. Em seguida, o utilitário aparece com 19,1%, número obtido apenas com os registros do Jornal da Eldorado e do Panorama Eldorado. Em terceiro, ficou o gênero opinativo, com 10,7%. Os gêneros interpretativo e diversional são praticamente inexistentes (1,8% e 0,4% respectivamente).

Tabela 11 – Comparativo dos Gêneros Radiojornalísticos por programa

ANÁLISE COMPARATIVA EM RELAÇÃO AO Nº DE OCORRÊNCIAS									
		Gênero							
		Informativo	Opinativo	Interpretativo	Utilitário	Diversional	Total	%	
Programa	Jornal Eldorado	300	49	2	85	0	436	77,9%	
	Panorama Eldorado	58	4	3	22	2	89	15,9%	
	SP de todos os Tempos	23	7	5	0	0	35	6,3%	
	Total	381	60	10	107	2	560	100,0%	
	%	68,0%	10,7%	1,8%	19,1%	0,4%	100,0%		

Análise Comparativa em relação ao Nº de Ocorrências**Gráfico 2:** Análise comparativa em relação ao número de ocorrências

5.8. Jornal da Eldorado: A análise quantitativa

No total, registramos 436 Unidades de Informação no Jornal da Eldorado ou 77,9% de todas as ocorrências observadas no *corpus* de análise. Dessas, 300 foram registradas no gênero informativo, sendo 159 na edição do dia 26/06/08 e 141 na do dia 27/06/08. O tempo (medido neste trabalho em segundos) serve como justificativa para a alta incidência desses formatos: como o objetivo primeiro é o de informar, deixando de lado as análises e opiniões de especialistas, as matérias raramente ultrapassam os 60 segundos. Com isso, o tempo de produção é pulverizado entre diversas vozes, assuntos e diferentes abordagens.

Dentre os formatos observados, os *flashes* e manchetes lideram com 139 registros (31 e 108, respectivamente), seguido de perto pela notícia: 93 ocorrências. A explicação pode ser em função do grande número de edições do jornal a cada meia hora, que a emissora chama de “Giro dos Repórteres”. Como não é considerado um programa à parte, contabiliza todas as emissões para o JE. É o que dá agilidade ao programa que, por ser muito longo (4h30min), acaba sendo bastante repetitivo.

Os boletins, as reportagens e entrevistas também são bastante utilizadas: 64 registros no total (38, 22 e 04, respectivamente) e ao verificarmos o tempo em segundos, compreendemos sua importância enquanto formato radiojornalístico. Observe o gráfico a seguir:

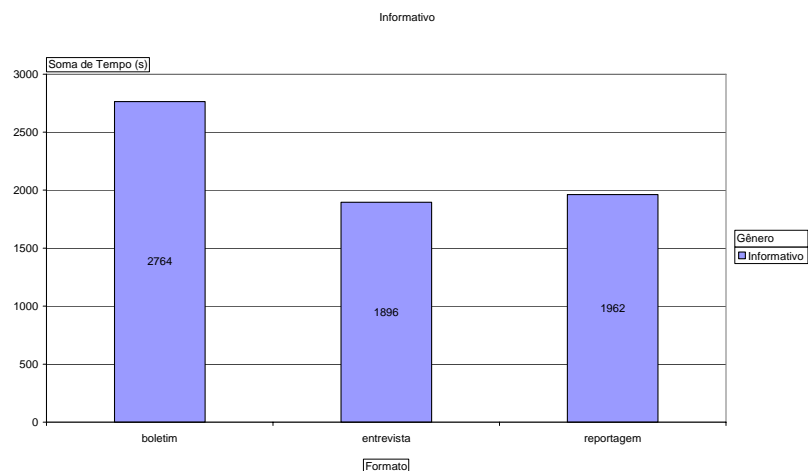


Gráfico 3 - JE: Comparação boletim, entrevista e reportagem em tempo.

Em relação ao tempo, medido neste trabalho em segundos, os formatos: flash, manchete, nota e notícia somaram 8475 segundos, apenas 22% superior ao tempo registrado nos demais formatos do gênero.

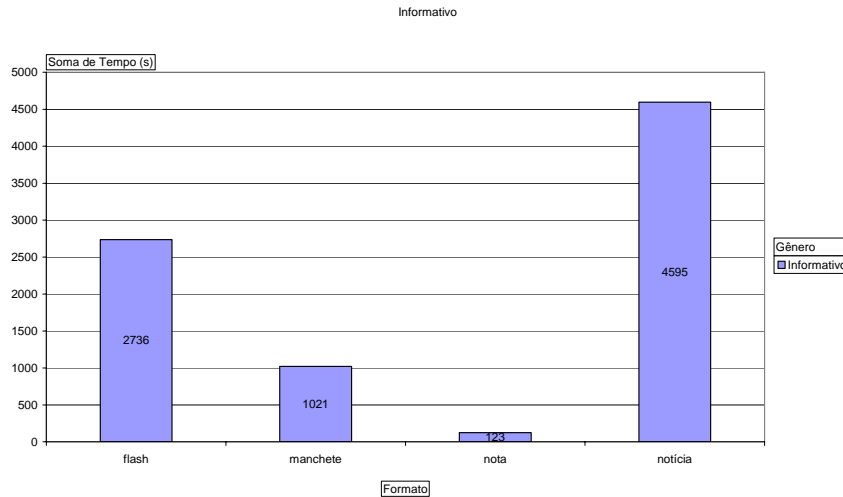


Gráfico 4 - JE: Comparação flash, manchete, nota e notícia quanto ao tempo

A inexistência do uso da nota na edição do dia 26/06/08 e a raridade na do dia 27/06/08 é motivo de surpresa para a pesquisadora. No primeiro programa analisado não registramos nenhuma nota, fato que vai de encontro ao que preconizam os manuais de rádio, uma vez que o veículo tem como principal argumento de “venda” o caráter imediatista e a agilidade na transmissão de informações. Como, então, seus repórteres, produtores e apresentadores não conseguem dar “furos” jornalísticos? Sim, porque a nota é o formato que mais se aproxima da idéia de divulgar um fato em primeira mão, já que é adequado para aqueles momentos em que a notícia ainda não ocorreu completamente. Nas palavras de Marques de Melo, “os fatos que ainda não eclodiram na sociedade”. É, portanto, a antecipação de algo que está para acontecer.

Tabela 12 – JE: formatos presentes no gênero informativo

Gênero Informativo								
Jornal da Eldorado	nota	notícia	reportagem	boletim	flash	manchete	entrevista	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	46	11	17	20	63	2	159
Edição nº 2: 27/06/08	4	47	11	21	11	45	2	141
Total	4	93	22	38	31	108	4	300
%	1,33%	31,00%	7,33%	12,67%	10,33%	36,00%	1,33%	100%

O gênero opinativo obteve 49 UI, ou 11,24% do total. Os registros em cada edição foram equilibrados: 26 no dia 26/06/08 e 23 no dia 27/06/08.

Apesar de a classificação proposta conter dez formatos diferentes, apenas três obtiveram algum registro: comentário, crônica e participação do ouvinte, com 23, 2 e 24 ocorrências respectivamente. De uma forma geral, o comentário tem sido uma das principais “armas” encontradas pelas empresas de comunicação para enfrentar a crise que assola o meio já há alguns anos. Para reduzir despesas, as emissoras passaram a contar com colaboradores, que não recebem salário - apenas prestígio – por contribuir diariamente com suas idéias e opiniões na rádio. Outro formato opinativo bastante utilizado é a participação do ouvinte, que com o avanço da Internet foi revigorado. Hoje, já não chegam mais tantas cartas escritas de próprio punho pelos ouvintes, mas sim *emails*. Se não fosse pela campanha do “Ouvinte Repórter”, na qual os ouvintes ligam, via celular, para informar dicas do trânsito, o telefone já não seria uma forma de contato entre emissores e receptores.

Vale ressaltar que durante o período analisado não houve o registro de nenhum editorial, o que não significa que o formato esteja em desuso, ou seja, vetado pela emissora. Apenas demonstra que naqueles dois dias em que a programação foi acompanhada pela pesquisadora não aconteceu nenhum fato relevante que merecesse um posicionamento declarado da emissora. Já o debate e o painel são dois formatos bastante importantes na composição do gênero opinativo e que não aparecem em nenhum dos programas gravados. Isso demonstra uma falha na construção da grade, já que ambos são ferramentas ideais para ajudar o ouvinte a formar a sua própria opinião, ouvindo diferentes pontos de vista e tendo acesso a informações diferenciadas.

Por seu turno, a charge e a caricatura eletrônica também não foram encontradas no período analisado nesta emissora, embora saibamos que a concorrente faz uso do formato, demonstrando que ele é viável³⁷. Embora pareça difícil de ser executada, a caricatura eletrônica tem como ponto negativo o tempo de produção, que pode ser bastante extenso, já que necessita de estúdio, trechos de áudio armazenados e um senso de humor capaz de reunir tudo, fazer piada da situação e, ao mesmo tempo, instruir o ouvinte e despertar nele um senso crítico sobre os acontecimentos/temas em voga na época.

O rádio-conselho também não registrou nenhuma ocorrência. Isso se deve ao fato de que o formato está mais adequado a outro tipo de programa e de emissora, mais populares, bem diferente do perfil focado pela Rádio Eldorado.

Tabela 13 – JE: formatos presentes no gênero opinativo

Gênero Opinativo											
Jornal da Eldorado	editorial	comentário	resenha	crônica	testemunhal	debate	painel	caricatura/charge eletrônica	participação do ouvinte	rádio-conselho	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	12	0	1	0	0	0	0	13	0	26
Edição nº 2: 27/06/08	0	11	0	1	0	0	0	0	11	0	23
Total	0	23	0	2	0	0	0	0	24	0	49
%		47%		4%					49%		

O gênero interpretativo engloba formatos bastante importantes como os perfis e as biografias. Além disso, ao elaborar as coberturas especiais, as emissoras atraem um público bastante qualificado. Porém, por uma decisão estratégica – o objetivo do trabalho era conhecer a programação regular e não extraordinária - durante o período analisado não houve nenhum grande fato que merecesse um tipo de cobertura especial, como Eleições e Olimpíadas. Dito isso, não surpreende que o resultado seja a inexistência do formato em nossa compilação. A não ocorrência de perfis e biografias também é consequência da falta de necessidade de relatar, ou melhor, de “vasculhar” a vida de personagens públicos, seja porque ninguém tenha morrido no dia ou realizado algum feito que merecesse comemoração como, por

³⁷ Toda sexta-feira, no Jornal da CBN, Heródoto Barbeiro apresenta o resumo da semana na política por meio de uma charge eletrônica, que faz referência à Sucupira, cidade imaginária da novela O Bem Amado.

exemplo, o Centenário da Morte de Machado de Assis.

Chama a atenção o uso da enquete, utilizada em duas ocasiões dentro do mesmo programa (26/06/08) para repercutir a morte da ex-primeira-dama Ruth Cardoso. O formato é bastante útil, fácil e rápido de produzir, sendo realizado na maior parte das vezes por telefone. No entanto, poderia ser mais bem aproveitado escutando o povo nas ruas. Sabemos que São Paulo é uma grande metrópole, o que dificulta o tráfego dos repórteres, mas pelo mesmo motivo, a riqueza de interpretações acerca dos temas em voga seria surpreendente.

Os demais formatos: documentário e divulgação técnico-científica já não eram esperados para o programa Jornal da Eldorado, uma vez que têm uma proposta diferente da do jornalismo diário, conhecido como *hard news*.

Tabela 14 – JE: Formatos presentes no gênero interpretativo

Gênero Interpretativo							
Jornal da Eldorado	coberturas especiais	perfil	biografia	documentário radiofônico	enquete	divulgação técnico-científica	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	0	0	0	2	0	2
Edição nº 2: 27/06/08	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	0	2	0	2
%					100%		

O gênero utilitário, junto com o informativo, é o mais importante para os programas do tipo radiojornal, como o Jornal da Eldorado. Por sua longa duração e também pelo horário em que é irradiado (das 5h30 às 10h da manhã), o formatos utilitários tornam-se imprescindíveis. Muitos ouvintes ligam o rádio ao acordar justamente para saber que roupa vestir (segundo a previsão do tempo) e qual o melhor caminho para ir ao trabalho (trânsito). E como a audiência é rotativa, este tipo de informações nunca fica redundante. Daí o elevado número de ocorrências apenas entre os dois formatos: dos 85 registrados, quase 80% ou 78 registros são referentes à previsão do tempo (19) e trânsito (48).

A cotação é um tipo de formato bastante importante, especialmente em tempos de economia turbulenta como a que estamos vivendo desde o final de ano

de 2008. Porém, a ocorrência registrada foi de 10 matérias ou intervenções de repórteres. Os serviços de utilidade pública, embora bastante importantes na vida dos cidadãos das grandes metrópoles, e os roteiros foram pouco registrados no período, com apenas quatro ocorrências cada um.

Os formatos do tipo indicador e necrologia não foram registrados em nenhum dos dois programas analisados. O primeiro tipo, embora seja composto de matérias bastante interessantes, requer pesquisa de rua, o que muitas vezes inviabiliza a produção. Já a necrologia depende de algum falecimento. No caso, o período analisado foi posterior à morte de Ruth Cardoso, abarcando apenas aqueles formatos que informavam ou interpretavam a falta que a ex-primeira-dama fazia à sociedade brasileira.

Tabela 15 - Formatos presentes no gênero utilitário

Gênero Utilitário								
Jornal da Eldorado	indicador	previsão do tempo	trânsito	roteiro	cotação	serviço/ utilidade pública	necrologia	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	10	24	0	4	2	0	40
Edição nº 2: 27/06/08	0	9	24	4	6	2	0	45
Total	0	19	48	4	10	4	0	85
%		22%	56%	5%	12%	5%		100%

Como era de se esperar, o gênero diversional não obteve nenhum registro dentro do programa Jornal da Eldorado. Apesar de longo, com mais de quatro horas de duração, a atração não conta com os formatos destinados ao entretenimento. Por serem mais elaborados, requerem uma pré-produção e alto investimento que não comporta em um tipo de programa como esse. O resultado, portanto, é o que mostra a tabela abaixo: nenhuma ocorrência em nove horas de programa, em dois dias de emissão.

Tabela 16 – JE: formatos presentes no gênero diversional

Gênero Diversional				
Jornal da Eldorado	feature radiofônico	fait divers	história de vida	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	0	0	0
Edição nº 2: 27/06/08	0	0	0	0
Total	0	0	0	0
%				

A seguir, analisaremos quantitativamente o programa Panorama Eldorado.

5.9. Panorama Eldorado: A análise quantitativa

O programa de variedades da Rádio Eldorado teve 89 Unidades de Informação contabilizadas nas quatro horas dos dois programas analisados. A distribuição quanto aos gêneros seguiu a tendência do JE, com predomínio do informativo e do utilitário, mas apresentou uma diferença: foi o único programa deste estudo que registrou formatos do gênero diversional.

Das 89 ocorrências, portanto, 58 foram do gênero informativo (64,44%); 22 do utilitário (24,44%); quatro do opinativo (4,44%); três do interpretativo (3,33%) e, por fim, apenas duas UI no gênero diversional (2,22%). Os registros mantiveram-se estáveis nas duas edições gravadas, com exceção do gênero informativo do dia 26/06/08, que contabilizou 33 unidades ante 25 do dia 27/06/08.

Apesar de pretender ser um programa voltado à cultura, o PE não apresenta formatos diferenciados dos do Jornal Eldorado. Podemos afirmar que a diferença está na pauta, na editoria e não nos formatos. O resultado disso é que a notícia ocupa quase 57% de todas as UI registradas. Os boletins e as reportagens também são muito importantes para a produção do programa, tendo registrado 10 e sete UI, respectivamente. A entrevista, por seu turno, aparece pouco: cinco no dia 26/06/08 e duas no dia 27/06/08, o que não significa que não sejam importantes na estrutura do programa. Ao contrário, a maior parte do tempo de produção é focada nas entrevistas, especialmente ao vivo e por telefone. Conforme levantamento da pesquisadora, o formato entrevista atingiu quase 8 mil segundos, ou praticamente 75% do total de tempo destinado ao gênero no programa. Já os *flashes* e manchetes pouco são empregados: registramos apenas uma ocorrência e a nota não apareceu nas duas edições.

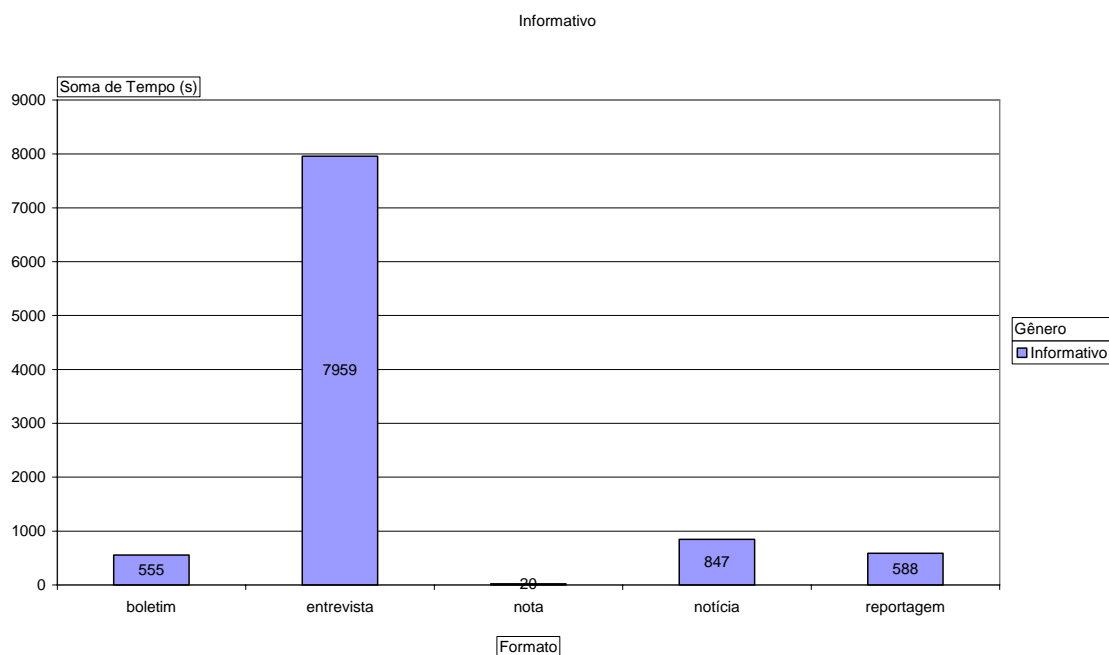


Gráfico 5 - PE: gênero informativo

Tabela 17 – Panorama Eldorado: Formatos presentes no gênero informativo

Gênero Informativo							
Panorama Eldorado	nota	notícia	reportagem	boletim	flash/manchete	entrevista	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	20	3	5	1	5	34
Edição nº 2: 27/06/08	0	13	4	5	1	2	25
Total	0	33	7	10	2	7	59
%	0	55,93	11,86	16,95	3,39	11,86	

O gênero opinativo, para surpresa da pesquisadora, contabilizou apenas quatro registros, dois em cada edição acompanhada. As ocorrências foram assim configuradas: três comentários e uma resenha. A escassez dos formatos opinativos surpreende à medida que a resenha e a crônica, por exemplo, deveriam aparecer como fundamentais no processo de produção de jornalismo cultural. Não há também o formato testemunhal, o que também surpreende, porque a apresentadora, ao se preparar para as próprias entrevistas, poderia ler e/ou assistir aos espetáculos que pretende comentar. Seria uma boa oportunidade para demonstrar porque é a âncora daquele tipo de programa.

Em relação ao tempo, o formato comentário registrou 850 segundos ante 484 segundos de resenha.

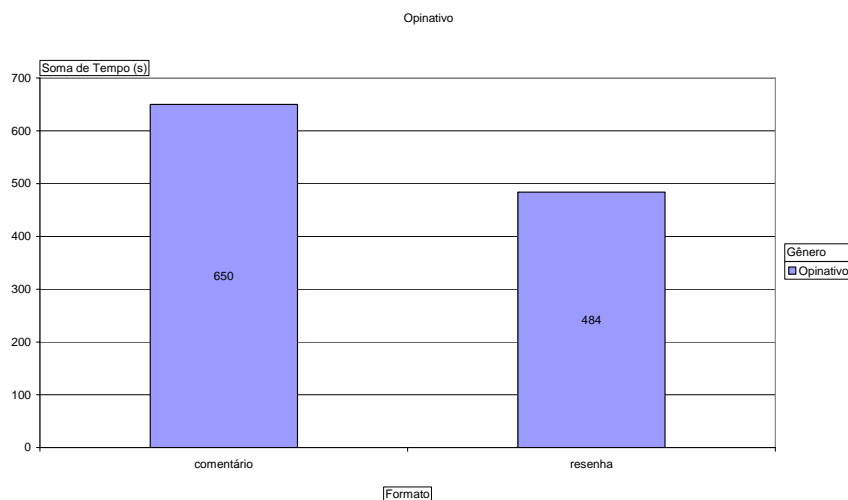


Gráfico 6 - PE: gênero opinativo

Tabela 18 - Formatos presentes no gênero opinativo

Gênero Opinativo											
Panorama Eldorado	editorial	comentário	resenha	crônica	testemunhal	debate	painel	caricatura/charge eletrônica	participação do ouvinte	rádio-conselho	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Edição nº 2: 27/06/08	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Total	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	4
%	0,00	75,00	25,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Sabemos que a interpretação no radiojornalismo é, via de regra, escassa, uma vez que há a necessidade de uma pré-produção eficiente e competente, como no caso dos perfis e das biografias. Podem-se levar dias – ou até semanas – até conseguir os depoimentos de todas as fontes relevantes; para conquistá-las a ponto de obter declarações exclusivas e impactantes, etc. Mas a dificuldade exposta acima não exclui a importância de tais formatos e do quanto as empresas de radiodifusão deveriam investir a fim de obter uma programação diferenciada e de qualidade elevada. No caso do programa Panorama Eldorado, cujas edições dos dias 26 e 27

de junho de 2008 foram acompanhadas, ocorreram apenas três registros no total, sendo uma biografia e duas divulgações técnico-científicas.

Tabela 19 - Formatos presentes no gênero interpretativo

Gênero Interpretativo							
Panorama Eldorado	coberturas especiais	perfil	biografia	documentário radiofônico	enquete	divulgação técnico-científica	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	0	1	0	0	1	2
Edição nº 2: 27/06/08	0	0	0	0	0	1	1
Total	0	0	1	0	0	2	3
%	0,00	0,00	33,33	0,00	0,00	66,67	

O programa Panorama Eldorado vai ao ar das 10h ao meio-dia, de segunda a sexta-feira. É, portanto, um horário de bastante audiência³⁸, uma vez que o público-alvo da emissora (classe A/B, economicamente ativas) passa horas preso no trânsito de São Paulo. Como forma de atrair e manter cativa a audiência, a emissora opta por inserir diversos formatos utilitários no programa que pretende ser “cultural”. É o que acontece com a previsão do tempo, o trânsito, a cotação e notas de utilidade pública. Juntos, esses formatos somam quase 60 por cento das ocorrências. O restante é composto do formato necrologia, com dois registros sobre a morte da cantora Silvinha e sete ocorrências de roteiro, formato imprescindível para o tipo de programa que o PE pretende ser.

³⁸ Sobre audiência da Rádio Eldorado, consultar o capítulo 4.

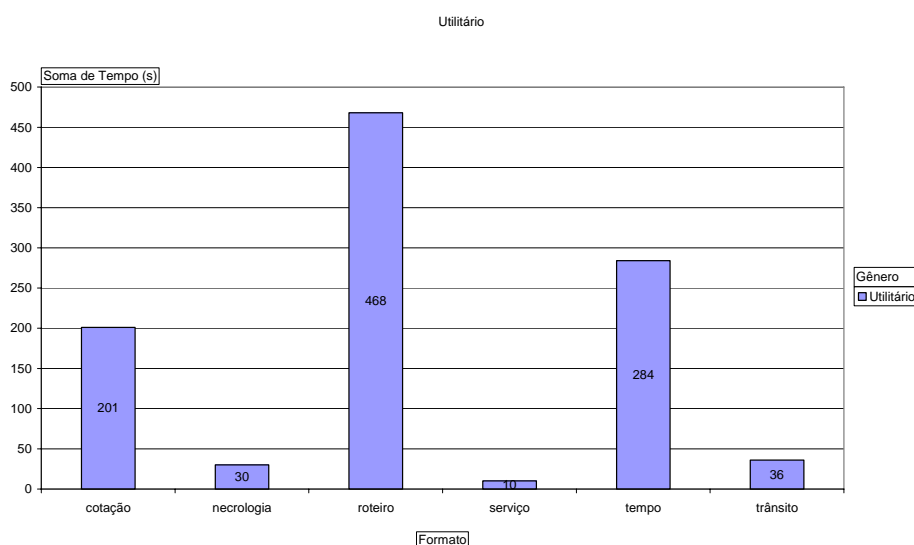


Gráfico 7 - PE: gênero utilitário

Tabela 20 - Formatos presentes no gênero utilitário

Gênero Utilitário								
Panorama Eldorado	indicador	previsão do tempo	trânsito	roteiro	cotação	utilidade pública	necrologia	Total
Edição nº 1: 26/06/08	0	1	2	2	2	1	2	10
Edição nº 2: 27/06/08	0	1	0	5	6	0	0	12
Total	0	2	2	7	8	1	2	22
%	0,00	9,09	9,09	31,82	36,36	4,55	9,09	

O gênero diversional corresponde a apenas 2,22% das UI observadas nas duas edições analisadas do PE, sendo um registro a cada dia. Casualmente, as duas ocorrências referem-se ao *feature* radiofônico. Assim nos referimos por ser um formato bastante raro de ser observado tanto no tele quanto no radiojornalismo brasileiros. Essa escassez mais uma vez se dá em função dos custos de produção. O *feature*, como sabemos, requer um misto de ficção e realidade, uma mescla de informação e dramatização, combinação pouco comum nos dias atuais. Porém, no caso do PE, o formato apareceu como um programete especial sobre os “50 anos da Bossa Nova”, um com Miucha e o outro com Nelson Mota.

Também observamos a ausência das histórias de vida. Mais uma vez, o fator

econômico reaparece. A pauta poderia ser explorada a partir das histórias dos artistas, por exemplo, num quadro fixo, no qual os ouvintes poderiam conhecer um pouco mais a fundo as preferências dos seus ídolos. Diversas emissoras usam este formato mesclado com música, como no “As músicas que fizeram sua cabeça”, da FM Cultura 107,7 de Porto Alegre, RS. Durante uma hora, a apresentadora instiga o entrevistado a relembrar momentos marcantes de sua vida, ao mesmo tempo em que explica porque determinada música foi tão impactante. É um formato barato, simples e rápido de ser executado, mas que pouco aparece nas emissoras de rádio brasileiras.

Já a ausência do *fait divers* não significa que o formato esteja em desuso, muito pelo contrário. A cada dia acompanhamos matérias sobre acontecimentos esdrúxulos, como o caso do pai e da madrasta que mataram a menina Isabella, em São Paulo. Ou o caso da menina de nove anos, estuprada pelo pai em Pernambuco, que acabou grávida de gêmeos. Porém, por coincidência, durante a gravação das duas edições acompanhadas para esta pesquisa, não observamos nenhuma ocorrência.

Tabela 21 - Formatos presentes no gênero diversional

Gênero Diversional				
Panorama Eldorado	feature radiofônico	fait divers	história de vida	Total
Edição nº 1: 26/06/08	1	0	0	1
Edição nº 2: 27/06/08	1	0	0	1
Total	2	0	0	2
%	100,00	0,00	0,00	

A seguir, analisaremos quantitativamente o programa São Paulo de Todos os Tempos.

5.10. São Paulo de Todos os Tempos: A análise quantitativa

Do total de Unidades de Informação contabilizadas em todos os programas para todos os gêneros, apenas 6,25% referem-se ao programa São Paulo de Todos os Tempos. São 35 ocorrências de 560.

Dentre os gêneros, surpreendentemente, o informativo supera o próprio interpretativo, que engloba o documentário: 23 registros contra cinco. Os formatos opinativos marcam sete vezes, enquanto o utilitário e o diversional inexistem. A não ocorrência do primeiro é facilmente explicada pelo fato do programa ser gravado, portanto os formatos ditos “utilitários” perdem a razão de ser. Já o diversional poderia estar presente, tanto no *feature* quanto na história de vida, mas não é o que acontece.

Na tabela comparativa dos gêneros outro fator relevante é a diferença entre os registros do gênero informativo, que no dia 21/06/08 foi de 17 e no dia 28/06/08 de apenas seis, sendo que os formatos predominantes são o *flash* e a manchete. A explicação é que a primeira edição analisada, que tinha como tema a “História do Rock”, reproduziu uma série de programas antigos. Desta forma, o conteúdo foi editado de tal sorte que se configurou como “chamadas” para o que viria a seguir, não sendo, portanto, uma constante neste programa voltado ao documentário.

Já a tabela referente ao gênero informativo revela, além do uso de *flashs* e manchetes, o emprego da entrevista. O número de ocorrências é bastante irrisório: apenas quatro no total (uma no programa sobre Rock e três sobre os 50 anos da Copa de 58). Mas o baixo registro se deve ao fato de as entrevistas serem longas, muitas vezes gravadas no próprio estúdio – e não por telefone – propiciando uma interação maior entre o apresentador/entrevistador e o convidado. Para se ter uma idéia, a entrevista com Luiz Antônio da Silva sobre o Fã-clubes dos Beatles teve duração de quase 25 minutos.

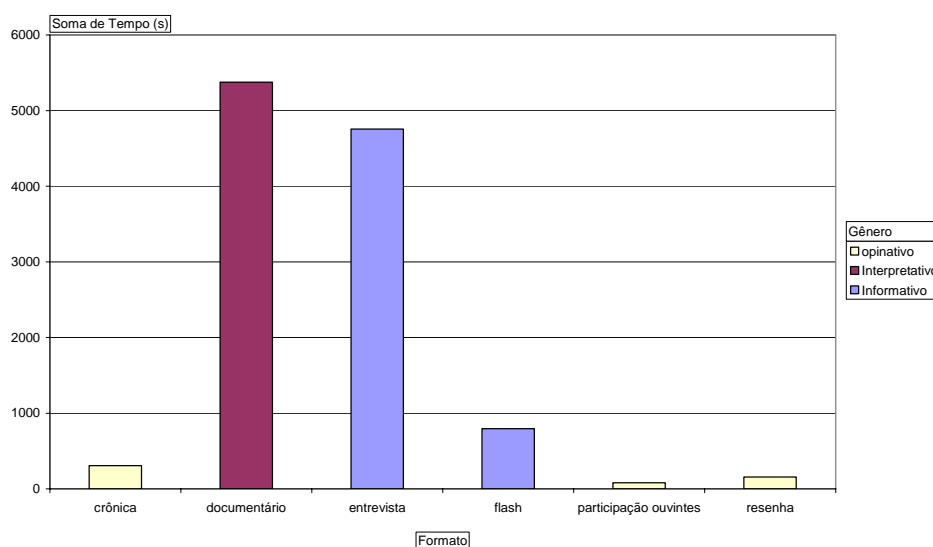


Gráfico 8 – São Paulo de Todos os Tempos: todos os gêneros e formatos

O resumo das informações acima citadas pode ser conferido na tabela abaixo:

Tabela 22 – SPTT: formatos presentes no gênero informativo

Gênero Informativo							
SP Todos os Tempos	nota	notícia	reportagem	boletim	flash/manchete	entrevista	Total
Edição nº 1: 21/06/08	0	0	0	0	16	1	17
Edição nº 2: 28/06/08	0	0	0	0	3	3	6
Total	0	0	0	0	19	4	23
%							

Quanto ao gênero opinativo, não surpreende o não-emprego do formato rádio-conselho, por se tratar de um formato mais propício aos programas ao vivo, já que prescindem da interação com o ouvinte. Daí também a pequena participação do ouvinte: apenas um registro.

Como o programa pretende, em duas horas, esgotar um assunto, analisando-o na sua totalidade, é natural que a resenha e a crônica ganhem espaço. Mas tanto

o comentário quanto a caricatura eletrônica poderiam aparecer como forma de ilustrar e/ou explicar melhor determinado assunto. No caso da charge/caricatura, é a oportunidade de abordar temas áridos, por exemplo, com graça e bom humor, tornando o assunto mais próximo dos ouvintes e melhorando, assim, a compreensão deles.

Por seu turno, o debate e o painel são formatos complexos, que por si só “rendem” um programa independente. Por sua natureza, há a necessidade da presença de vários convidados, sejam todos a favor de uma mesma causa, como é o caso do painel, seja com pontos de vista contrários, como no debate. Desta forma, é muito raro que sejam empregados num programa do tipo documentário.

Tabela 23 - SPTT: formatos presentes no gênero opinativo

Gênero Opinativo											
SP Todos os Tempos	editorial	comentário	resenha	crônica	testemunhal	debate	painel	caricatura/ charge eletrônica	participação do ouvinte	rádio- conselho	Total
Edição nº 1: 21/06/08	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	3
Edição nº 2: 28/06/08	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	4
Total	0	0	1	5	0	0	0	0	1	0	7
%											

Já com relação ao gênero interpretativo, o programa apresenta – como era de se esperar - cinco ocorrências do formato documentário radiofônico, duas na edição do dia 21 de junho e três na do dia 28 de junho de 2008, com 5376 segundos contabilizados.

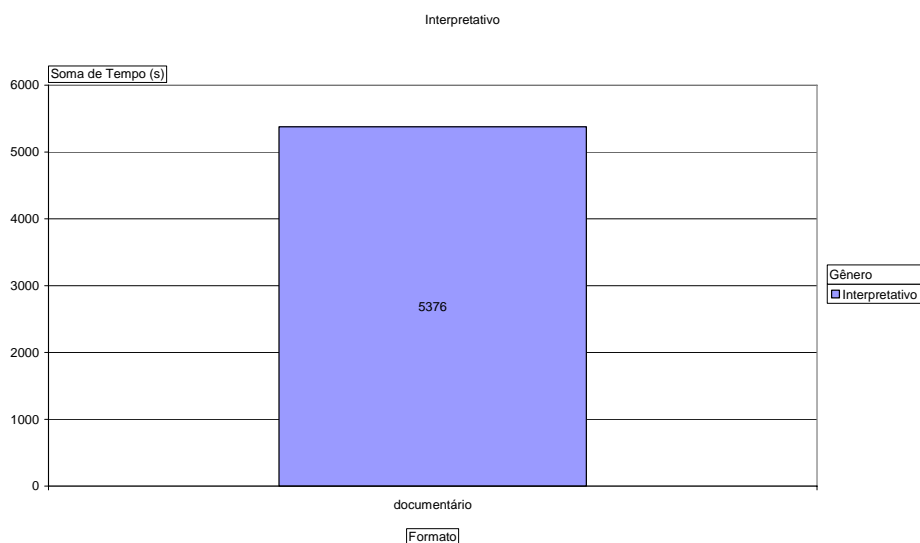


Gráfico 9 – SPTT: gênero interpretativo quanto ao tempo

Porém, não haveria impedimento de que outros formatos coexistissem, tais como o perfil e a biografia. Mas como nenhuma das duas edições tratou de histórias específicas de personalidades, não houve a necessidade de utilizá-los.

A divulgação técnico-científica, por sua vez, também configura, em geral, programetes independentes, não aparecendo nas edições analisadas.

Tabela 24 - SPTT: formatos presentes no gênero interpretativo

Gênero Interpretativo							
SP Todos os Tempos	coberturas especiais	perfil	biografia	documentário radiofônico	enquete	divulgação técnico-científica	Total
Edição nº 1: 21/06/08	0	0	0	2	0	0	2
Edição nº 2: 28/06/08	0	0	0	3	0	0	3
Total	0	0	0	5	0	0	5
%							

Ao contrário dos outros dois programas analisados nesta tese, o SPTT é gravado e vai ao ar às 22 horas de sábado. Isso faz com que a relevância do uso de

formatos utilitários torne-se nula, uma vez que é impossível oferecer informações úteis e atualizadas em um programa preparado com antecedência. Por esta razão, nossa pesquisa não registrou a ocorrência de nenhum dos formatos ditos “utilitários” nas quatro horas de gravação referentes ao programa. Confira a seguir:

Tabela 25 - SPTT: formatos presentes no gênero utilitário

Gênero Utilitário								
SP Todos os Tempos	indicador	previsão do tempo	trânsito	roteiro	cotação	utilidade pública	necrologia	Total
Edição nº 1: 21/06/08	0	0	0	0	0	0	0	0
Edição nº 2: 28/06/08	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	0	0	0	0	0
%								

Como vimos anteriormente, os formatos utilitários seriam inócuos num tipo de programa documentário. No entanto, os formatos do gênero diversional poderiam ser bastante aproveitados, mas não o são. Nos dois programas gravados e analisados, não obtivemos nenhum registro, nem de *feature*, nem de *fait divers*, muito menos de história de vida.

Tabela 26 - Formatos presentes no gênero diversional

Gênero Diversional				
SP Todos os Tempos	feature radiofônico	fait divers	história de vida	Total
Edição nº 1: 21/06/08	0	0	0	0
Edição nº 2: 28/06/08	0	0	0	0
Total	0	0	0	0
%				

Este capítulo descreveu os três programas da Rádio Eldorado AM de São Paulo que serviram de base empírica para este estudo: o Jornal da Eldorado, o Panorama Eldorado e o São Paulo de Todos os Tempos, que juntos compõem o

corpus de análise desta pesquisa. Também apresentou o levantamento quantitativo dos formatos observados em cada programa, classificando-os de acordo com a proposta da autora da tese.

O próximo capítulo apresenta exemplos reais que corroboram esta tese, contribuindo, desta forma, para o aprendizado dos estudantes de comunicação e dos profissionais da área.

Capítulo 6

Exemplos práticos para o dia-a-dia das redações

A idéia deste capítulo é aproximar o leitor do uso prático da classificação dos gêneros e formatos radiojornalísticos, uma vez que tanto se questiona na academia a real importância deste tipo de estudo. Ao pinçar matérias do *corpus* de análise, encontramos exemplos reais de como os formatos são diferentes entre si. Desta forma, pensamos, será mais fácil para o futuro jornalista compreender o uso de cada formato a partir das diferenças entre eles.

Aprofundaremos com dois grandes exemplos: o da morte e enterro da ex-primeira-dama Ruth Cardoso e a morte da cantora Silvinha Araújo.

Deve-se observar a construção dos textos, cujas redações obedecem a uma certa evolução em profundidade, partindo da manchete e do flash, passando pelo boletim e culminando com a reportagem e a enquete.

Vamos ao primeiro conjunto de exemplos:

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 06”

Manchete

LOC: Corpo da ex-primeira-dama Ruth Cardoso será sepultado ao meio-dia no cemitério da Consolação.

Comentário: A manchete é lida pelo locutor e/ou apresentador e corresponde ao lide. Neste caso, responde às perguntas clássicas: quem, o que, quando e onde, informando, mas sem dar maiores detalhes, o que será feito pelo repórter ao longo do programa. O formato precisa ser direto, simples e curto. Serve como o “*teaser*”

publicitário, chamando a atenção do ouvinte para que continue ligado na programação.

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 19”

Repórter: Camila Tuchlinski

Flash

LOC: Celebidades, populares e políticos de diversos partidos compareceram à Sala São Paulo para prestarem a última homenagem à ex-primeira dama Ruth Cardoso. O presidente Lula cancelou todos os compromissos de agenda para participar do velório, junto com a esposa Marisa e uma comitiva de ministros.

Comentário: O *flash* tem as mesmas características da manchete, mas é irradiada pelo repórter, que pode estar ao vivo, do palco de ação ou ter gravado sua “entrada”. No exemplo, além do lide, a repórter pode ampliar as informações, falando sobre o presidente Lula.

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 47”

Notícia:

LOC: O velório da ex-primeira dama e antropóloga Ruth Cardoso ocorreu na Sala São Paulo e reuniu adversários de todos os partidos num ato de ecumenismo político.

O presidente Lula compareceu na companhia da primeira-dama Marisa Letícia, além de sete ministros. Ao chegar, Lula deu um abraço emocionado no ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

FHC recebeu telefonemas de condolências do ex-presidente americano Bill Clinton, da senadora Hillary Clinton e do Rei Juan Carlos da Espanha.

...E a senhora Ruth Cardoso será enterrada hoje, no cemitério da Consolação.

O cortejo sairá da Sala São Paulo às dez horas da manhã e a previsão do sepultamento será para o meio-dia.

Comentário: Ao contrário da nota, a notícia traz informações ampliadas sobre determinado fato. Então, ao invés de apenas dizer: “Morre em São Paulo a ex-primeira-dama Ruth Cardoso”, o locutor e/ou apresentador pode – e deve – ampliar o fato, trazendo informações sobre o velório, pessoas presentes, o estado de emoção do viúvo (no caso o ex-presidente FHC), a repercussão da morte da antropóloga, etc.

Programa: Panorama Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 2’44”

Boletim

LOC: E a ex-primeira-dama Ruth Cardoso será sepultada nesta manhã, quem acompanha é o repórter Wellington Carvalho. Onde você está Wellington?

REPÓRTER (vv): Olá Vanessa, olá ouvinte da rede Eldorado, estou aqui na Sala São Paulo...Vanessa...centro da cidade de SP...

De onde sairá o cortejo do...do...da ex-primeira-dama Ruth Cardoso...ah...estava previsto pra para as dez da manhã...Deve sair daqui a pouco...uma...o público de aproximadamente cem pessoas já aguardam (sic) a saída do corpo da ex-primeira dama...neste momento cerca de 100 pessoas permanecem na Sala São Paulo entre elas a família de Ruth Cardoso, o ex-presidente Fernando Henrique e os filhos Luciana, Beatriz e Paulo Henrique.

Há pouco chegaram aqui também senadores como Álvaro Dias e Eduardo Suplicy. E o deputado Roberto Jefferson, além dos governadores José Serra de SP

e Aécio Neves, de Minas Gerais. O prefeito de SP Gilberto Kassab também está presente.

A saída, portanto, está prevista para as dez horas da manhã... Estava prevista... Deve acontecer em instantes... eeeee...o corpo de Ruth Cardoso deverá ser levado para o cemitério da Consolação em uma van normal do sistema funerário e, segundo assessores do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, não haverá nenhum esquema especial no trânsito.

A... a morte de Ruth Cardoso...lembrando...foi lembrada nesta quinta-feira pelo jornal espanhol *El País*. Para a publicação, a antropóloga foi muito mais do que a esposa de um presidente... Quando neste momento a van funerária que levará o corpo de Ruth Cardoso para o cemitério da Consolação deixa a Sala São Paulo, local onde foi velada desde a manhã de ontem... Aqui com aplausos, o público: aproximadamente cem pessoas, além dos jornalistas presentes, acompanham a saída do corpo de Ruth Cardoso que segue agora para o cemitério da Consolação aqui no centro da capital paulista. Wellington Carvalho, Rede Eldorado.

Comentário: o boletim é uma espécie de reportagem sem sonorais, muitas vezes irradiada ao vivo, do placo de ação, pelo repórter que “cobre” a pauta. Como, dependendo da velocidade com que as ações acontecem, o profissional do rádio não tem tempo de redigir com antecedência sua fala, ela acaba sendo feita de improviso. O repórter pode anotar os tópicos mais importantes e discorrer sobre eles no tempo previsto. Como está ao vivo, pode acontecer de ter de mudar de assunto na hora, como acontece no exemplo apresentado acima. O repórter falava da repercussão no exterior da morte de Ruth Cardoso, quando foi obrigado a interromper o que estava falando para informar que o cortejo começava a sair naquele instante. Outro dado relevante é que, pelo imediatismo e improviso, muitas vezes, o profissional acaba tornando-se redundante, fazendo uso de chavões e até mesmo repetindo um vocábulo inúmeras vezes.

Como atualmente muitas pessoas optam por acompanhar os grandes acontecimentos por meio de vários veículos simultaneamente, ou seja, pelo rádio, TV e Internet, o repórter precisa narrar o que está vendo com fidelidade. Caso ele perca alguma parte importante (como no exemplo acima, o momento em que o

caixão é retirado), ele não pode “recontar” com atraso, como se estivesse sendo ao vivo.

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 1’31”

Repórter: Camila Tuchlinski

Reportagem

LOC: O velório foi realizado em um dos principais espaços para concertos de música erudita da América Latina, a Sala São Paulo.

Celebridades, populares e políticos de diversos partidos, todos queriam prestar a última homenagem à ex-primeira-dama.

O deputado federal do PPS Raul Jungman afirmou que Ruth Cardoso foi muito mais do que esposa do presidente da República.

SONORA: “A imagem que vai ficar é de uma primeira-dama que não sumiu na sombra do presidente da República”

O presidente Lula cancelou todos os compromissos de agenda para comparecer ao velório. Com ele a primeira-dama Marisa Letícia e uma comitiva de ministros.

Visivelmente abatido, Fernando Henrique Cardoso recebeu os cumprimentos ao lado dos filhos Luciana e Paulo.

O senador tucano Tasso Jereissati afirmou que o ex-presidente está abalado.

SONORA: “Isso com certeza é um choque imenso pro presidente Fernando Henrique. A vida dele se complementava com a dela”.

Ruth e Fernando Henrique partilhavam uma vida de 55 anos de casados. Quem acompanhou em parte o convívio íntimo da família foi o governador de Minas Gerais Aécio Neves:

SONORA: “Eles conversavam sem precisar dizer palavras. Eles se entendiam de uma forma diferente, talvez até pelo altíssimo nível intelectual de ambos, pela sensibilidade também aguçada de ambos, era um casal que se complementava”.

O enterro da ex-primeira dama Ruth Cardoso acontecerá no cemitério da Consolação, região central de São Paulo. Camila Tuchlinski, Rede Eldorado.

Comentário: Depois da entrevista, a reportagem é o formato de maior duração e, por isso, permite que o repórter busque ampliar a quantidade de fontes de informações. Esses relatos são usados na forma de sonoras, ou seja, trechos pinçados da entrevista, como forma de ilustrar ou sintetizar o pensamento da fonte. Ao contrário do boletim, que é feito na hora, ao vivo, de improviso, a reportagem é feita quando o repórter retorna à redação. O texto é elaborado com mais cuidado e a edição é feita no estúdio, por profissionais técnicos ou pelo próprio repórter, dependendo da estrutura da emissora.

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 2’30”

Enquete

LOC: O governador de Santa Catarina Luiz Henrique da Silveira lamentou a morte de Ruth Cardoso.

SONORA:

“Pra mim é muito doloroso, porque nós temos uma amizade pessoal que antecede o início da carreira do presidente Fernando Henrique Cardoso. Quando eu era prefeito, os dois como sociólogos balizaram, delinearam meu programa de governo, principalmente voltado para a periferia. De modo que são 30 anos de convivência. A dona Ruth era, além de uma mulher exemplar, uma intelectual brilhante”.

LOC: O presidente do Senado Garibaldi Alves lembrou os programas sociais fundados por Ruth Cardoso:

SONORA:

“Levou à frente um programa de grande alcance que foi o Comunidade Solidária e que por isso mesmo poderia ter sido até uma maior visibilidade, graças a sua cultura, seu preparo, à sua inteligência...mas ela preferiu ficar muito na retaguarda, ajudando o presidente em termos de aconselhamento. Mas se constitui numa perda para todos nós”.

LOC: Para o deputado do Partido Verde Fernando Gabeira, na gestão Fernando Henrique a ex-primeira-dama foi a ponte entre governo e sociedade.

SONORA:

“O papel que ela teve de modernizar a política de assistência social no Brasil, revendo um pouco o papel do governo, fazendo com que o governo fosse apenas uma espécie de intermediário entre os necessitados e também à disposição da iniciativa privada, dos setores internacionais e contribuir para atenuar os problemas sociais”.

LOC: O presidente do conselho deliberativo do Grupo Ethos também lamenta a morte da ex-primeira-dama Ruth Cardoso. Oded Grajev lembra que ela dedicou a vida à causa pública e utilizava a influência que tinha para ajudar o próximo.

SONORA:

“Eu conheci ela há vários anos, é uma dessas pessoas que dedicou sua vida à causa pública. Ela sempre colocou seu talento, sua capacidade de pensar, de articular, e de fazer as coisas, suas influências...sempre olhando o interesse público, sempre olhando o que ser feito para melhorar a vida das pessoas no país, especialmente a das pessoas mais necessitadas”.

LOC: Oded Grajev, do Grupo Ethos, espera que a dona Ruth Cardoso seja sempre um exemplo na sociedade de em relação às causas sociais.

Comentário: Nesse caso, as entrevistas que compõem a enquete foram realizadas durante o velório da ex-primeira-dama Ruth Cardoso, provavelmente pelo mesmo repórter que cobria a pauta. No entanto, na edição, as locuções foram feitas pelo apresentador, que trouxe um resumo das opiniões de políticos e personalidades públicas presentes na Sala São Paulo. A repercussão é importante porque foge às

informações a que todos têm acesso, humanizando o relato, na voz dos amigos pessoais do casal de antropólogos.

Vamos ao segundo exemplo:

Programa: Jornal da Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 30”

Notícia

LOC: Cantora Silvinha Araújo, uma das representantes do movimento musical da Jovem Guarda, nos anos 60, faleceu na noite de ontem. Ela estava internada no Hospital Nove de Julho, em São Paulo, por complicações decorrentes de um Câncer de mama.

Silvinha Araújo tinha 56 anos e era casada com o também cantor Eduardo Araújo, outro integrante da Jovem Guarda.

Ela estava hospitalizada desde o dia 4 de junho. O enterro de Silvinha Araújo será hoje, no Cemitério Horto da Paz, em Itapeccerica da Serra, na Grande São Paulo.

Comentário: de forma rápida e objetiva, o texto da notícia informa sobre a morte da cantora e as causas do ocorrido, além de situar o ouvinte sobre quem foi Silvinha: “uma das representantes do movimento musical da Jovem Guarda, nos anos 60” (...) “tinha 56 anos e era casada com o também cantor Eduardo Araújo, outro integrante da Jovem Guarda”.

Encerra com um pequeno histórico sobre a doença da artista e dá o serviço sobre o enterro.

Programa: Panorama Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 1'30"

Apresentadora: Vanessa Di Sevo

Biografia

LOC: A gente já começa falando que a cantora Silvinha Araújo morreu ontem, por volta das oito e meia da noite, em São Paulo, em decorrência de um Câncer de mama. Ela tinha 57 anos. Silvinha foi diagnosticada com câncer há doze anos...e ela estava internada no Hospital Nove de Julho.

Casada com o compositor Eduardo Araújo, ela deixa dois filhos.

Nascida em Mariana e criada em São João del Rey, cidades mineiras, tornou-se cantora na adolescência. Silvinha ganhou fama na época da Jovem Guarda. Sua voz potente emprestou força a canções como Paraíba, de Luiz Gonzaga e rendeu comparações com nomes como Janis Joplin.

Chegou a vender mais de um milhão de discos na carreira e gravou inúmeros *jingles* publicitários. Nos anos setenta afastou-se da música e voltou a cantar no final da década e ao lado do marido lançou a compilação ao vivo 40 anos de Jovem Guarda.

O corpo da cantora será enterrado hoje no cemitério Horto da Paz, em Itapeverica da Serra, região da grande São Paulo.

Comentário: embora afastada dos palcos há bastante tempo, a morte da cantora Silvinha mereceu destaque jornalístico pela importância que teve nos anos da Jovem Guarda. Daí a necessidade de redigir uma biografia. Quem a conhecia pode relembrar os velhos tempos e quem nunca a ouviu cantar, pode ter contato com o seu trabalho. Por isso, a redação da matéria deve ater-se apenas às informações puras, deixando de lado os juízos de valor e opiniões, seja de amigos, colegas ou do próprio jornalista encarregado da pauta. No caso mostrado acima, a apresentadora abre o programa com o *lead* sobre o falecimento da cantora. Em seguida, dá informações sobre sua vida pessoal (marido e filhos) e sua infância. A apresentadora toma cuidado para não “qualificar” os sentimentos, nem as ações, limitando-se a dizer: “começou a cantar ainda na adolescência”. Informa, também,

do sucesso adquirido na carreira, número de discos vendidos e nome dos sucessos interpretados por ela.

Para encerrar, informa sobre o enterro da cantora.

Programa: Panorama Eldorado

Data: 26/06/2008

Tempo: 18”

Locutor: Everton Passos

Necrologia

LOC: Morreu ontem, em São Paulo, a cantora Silvinha Araújo, um dos ícones da Jovem Guarda. Ela estava internada desde o início do mês para o tratamento de um câncer de mama e faleceu em decorrência de complicações da doença. O corpo da artista vai ser sepultado no cemitério Horto da Paz, em Itapeverica da Serra, nesta quinta-feira.

Comentário: A matéria informa sobre a morte da cantora Silvinha (quem), dá detalhes sobre a causa da morte e quando ela ocorreu. Ao falar que a artista era um ícone da Jovem Guarda demonstra a importância da personalidade. Para encerrar, presta o serviço, informando sobre o enterro (onde e quando).

Vale ressaltar que a matéria exibida acima fez parte do mesmo programa em que a biografia foi veiculada. Ou seja, os formatos não são excludentes, mas sim complementares.

O capítulo que se encerra apresentou, de forma didática, a aplicação da classificação proposta nesta tese para os gêneros e formatos radiojornalísticos. Por meio de exemplos práticos, extraídos do *corpus* de análise da tese, demonstramos os diferentes objetivos de cada texto e as peculiaridades na hora da redação. Esperamos, pois, ter contribuído para o aperfeiçoamento da teoria e da técnica radiojornalística.

Considerações Finais

Interatividade e simplicidade parecem ser dois dos principais quesitos que diferenciam e fortalecem o rádio diante de outros meios, inclusive a Internet. São motivos como esses que fazem do veículo parte do cotidiano de milhões de brasileiros há mais de 80 anos, seja no campo ou na cidade. Cada um a sua maneira, os ouvintes descobriram neste meio barato (tanto do ponto de vista da produção quanto da fruição) um aliado na busca por informação, companhia e divertimento.

Ao longo da história da mídia brasileira, o rádio foi apontado como ameaçador do jornal e do cinema, conquistou seu apogeu na década de 40 do século passado, experimentou o começo do declínio com o surgimento da TV nos anos 50, mas encontrou uma via alternativa com a mobilidade proporcionada pelo transistor e a nova segmentação a partir da Freqüência Modulada. Porém, recentemente, vive semelhante assombro com a chegada e o fortalecimento da Internet.

Nesse panorama, os profissionais do rádio e teóricos do meio vêm buscando alternativas para que o meio não perca sua importância, nem seu apelo junto aos ouvintes. A saída parece estar na diferenciação. Hoje, segundo o Mídia Dados 2008, o rádio não ultrapassa os 4,5% de participação na verba publicitária do país. Em apenas poucos anos, a Internet deve ultrapassá-lo como o 4º meio que mais recebe investimentos, atrás da televisão, dos jornais e das revistas.

Ciente da importância do meio e da atual produção acadêmica sobre ele – que já não pode ser considerada escassa – decidimos trilhar o caminho dos gêneros radiojornalísticos (estes sim, de pouco interesse na academia). Como sabemos, os estudos sobre gêneros jornalísticos iniciaram há mais de 150 anos, na Inglaterra, como aponta José Marques de Melo (2003).

No Brasil, os gêneros jornalísticos tornaram-se objeto de pesquisa a partir da década de 1960, com os primeiros estudos sistemáticos de Luiz Beltrão, que observou a ocorrência dos gêneros informativo (1969), interpretativo (1976) e opinativo (1980). Marques de Melo tem reunido pesquisadores em torno do tema. Mas até agora não havia orientado nenhuma pesquisa sobre os gêneros

radiojornalísticos, matéria de igual importância. Talvez em função disso e da conseqüente falta de material disponível aos professores e alunos de graduação, antigas classificações vêm sendo replicadas na academia, muitas vezes adaptando-as de forma improvisada para o rádio, televisão e Internet.

A fim de dirimir esta lacuna, nesta pesquisa, fomos inspirados pela classificação proposta pelo professor doutor José Marques de Melo, referente ao meio impresso, para tentar demonstrar que o rádio (por sua especificidade e importância já citadas) merecia uma classificação só sua, que pudesse auxiliar não apenas os estudantes de comunicação, mas também aqueles que já estão no mercado e que, muitas vezes, praticam o radiojornalismo no “módulo automático”: replicam o que aprenderam, sem questionar os padrões vigentes.

Neste estudo optamos por estudar apenas uma emissora, a Rádio Eldorado de São Paulo, para tornar factível o resultado. Não obstante, há o interesse da pesquisadora em ampliar, ou melhor, dar segmento ao estudo em momentos posteriores. Assim, seria possível construir um panorama completo dos gêneros radiojornalísticos no Brasil de fato.

Outra escolha metodológica foi em relação ao corpus de análise, que abarcou apenas três programas: o Jornal Eldorado, o Panorama Eldorado e o São Paulo de Todos dos tempos, e não toda a programação da emissora. Isso se deu também em função da qualidade de análise. O esforço seria sobrehumano para gravar e decupar a programação de um dia inteiro ou de uma semana inteira, por exemplo. Mesmo assim, ainda tivemos quase 20 horas de programas para analisar.

A Rádio Eldorado foi escolhida para este estudo – como já dissemos – em função da sua importância entre os grupos de comunicação do País e de sua qualidade e pioneirismo, principalmente quanto ao jornalismo de serviços. A emissora – que em 2008 completou 50 anos de atividade - sempre buscou atrair um público diferenciado, formador de opinião. Para isso, buscou investir em equipamentos modernos (foi a primeira emissora FM de São Paulo), no jornalismo de serviços com a cobertura do trânsito a bordo de um helicóptero e em diversas campanhas sobre meio ambiente e política (contra a obrigatoriedade da Voz do Brasil e contra a nova CPMF).

No entanto, tamanho investimento não tem se refletido em audiência. A emissora registra, segundo levantamento do Ibope realizado no início de 2008 um índice de 0,03% de segunda a sexta na grande São Paulo. A partir desta pesquisa não há como estabelecer as causas desse baixo registro, mas podemos inferir que o estilo bastante tradicional, a repetição incessante de informações, a inconstância da grade de programação podem contribuir para não cativar os ouvintes existentes e, pior ainda, não motivar novos públicos.

Com relação aos gêneros, percebemos que quase metade da programação é voltada para a cobertura esportiva, como comprova o quadro 11, à página 116, contradizendo a própria emissora que se intitula “*all news*”. Daí também o estranhamento que causa o quadro 11 em relação à tabela 11, na página 124, onde o gênero diversional aparece com apenas 0,4%, ou apenas duas, do total de 560 ocorrências registradas no *corpus* de análise. Isso se dá em função de as unidades de informação observadas terem sido extraídas apenas dos três programas de cunho jornalístico citados acima.

O objetivo principal deste estudo, a saber: propor uma nova classificação dos gêneros radiojornalísticos, foi atingido com sucesso. Embora não tenhamos identificado na emissora analisada todos os formatos sugeridos, temos convicção de que eles são apropriados para o momento que o rádio vive no País. Com relação aos objetivos específicos, também obtivemos êxito, uma vez que o primeiro capítulo reuniu boa parte dos estudos feitos nos últimos 30 anos sobre o tema, tendo sido compilados pela autora num grande panorama, em formato de quadro, o que auxiliará tanto pesquisadores quanto estudantes e profissionais na hora de pôr em prática o tema discutido aqui. Os demais objetivos também foram atingidos: mapeamos a ocorrência dos gêneros radiojornalísticos na Rádio Eldorado; fizemos o levantamento da programação da emissora naquele momento e, com isso, demonstramos o tipo de programação, a porcentagem de jornalismo empregada e a divisão por gêneros. Assim, buscamos contribuir para o fortalecimento do ensino de jornalismo especialmente nas escolas brasileiras.

Também as hipóteses que alimentaram este estudo foram confirmadas. São elas: as atuais classificações dos gêneros jornalísticos no Brasil não satisfazem as exigências do meio rádio; há muita disparidade entre o que é ensinado na academia e a prática jornalística de mercado. Além disso, os emissores de conteúdo

jornalístico, aqui compreendidos como os pauteiros, repórteres, produtores e apresentadores, não se atêm à classificação dos gêneros jornalísticos ao realizarem o trabalho cotidiano.

Este estudo levou quase três anos para ser concluído, mas não se encerra aqui. O vasto campo da comunicação dedicado aos gêneros jornalísticos ainda carece de atenção por parte da academia. Nossa contribuição, esperamos, deve servir de incentivo aos jovens pesquisadores que ainda irão se interessar pelo tema e, quem sabe, avançar um pouco mais.

Referências Bibliográficas

60 Anos de História do IBOPE. In: Marktest.com. Disponível em:

<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~228.aspx>. Acesso em: 19/05/2008.

ALENCAR, Ana Maria de. **O que é *fait divers*?** Disponível em:

<http://www.cientalit.letras.ufrj.br/docente/trabalhos/ana_alencar_fait_divers.html> Acesso em: 30/10/2007.

ALVES, Walter. ***Estrategia de los pequeños formatos: Una programación buena, bonita y barata.*** (Manuales didácticos CIESPAL). CIESPAL: Digraf, 1988.

ANDRADE LIMA, Zita de. **Princípios e técnicas de radiojornalismo.** Brasília: Icinform, 1970.

ARMENTIA, José Ignacio; CAMINOS, José María & MARÍN, Flora. ***La selección temática de la crítica de vinos em la prensa española.*** Revista Ámbitos, nº 15, año 2006 (p. 87-127).

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus Editorial, 2004.

ATORRESI, Ana. ***Los géneros radiofónicos*** (Antologia). Buenos Aires: Ediciones Colihue, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**, 4ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 2003

_____. **Os gêneros do discurso.** São Paulo: Martins Fontes, 1992 .

BARBEIRO, Heródoto & LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo.** Produção, ética e Internet. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos.** Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOSA, Moacir. **Dicionário de Rádio e Som.** João Pessoa: Idéia Ed. Ltda., 1992.

BARROSO GARCIA, Jaime. ***Realización de los géneros televisivos.*** Madrid: Síntesis, 1996.

BARTHES, Roland. ***Essais critique.*** Paris: Editions du Seuil, 1964.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. IN: BAUR, Martin W.; GASKEL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.** Petrópolis: Vozes, 2002. P.189-217.

BELTRÃO, Luiz. **Imprensa Informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário.** São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. **Jornalismo Interpretativo: filosofia e técnica.** Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. **Jornalismo Opinitivo**. Porto Alegre, Sulina, 1980.

BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. **Reportagem Externa Radiofônica: A experiência da Emissora Continental na Construção da História do Radiojornalismo Brasileiro**.

Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na UERJ, Rio de Janeiro-RJ, de 5 a 9 de setembro de 2005.

BOND, Fraser. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro, Livraria Agir Editora, 1959.

BONINI, Adair. Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil? **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. 1, p. 205-231, jul./dez. 2003.

BRAUN, Daniela. **Brasil entra na era do rádio digital**. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/AdPortalv5/Imprimir.aspx> Acesso em: 22/09/2005.

BRUNETTI, Vicente. **El Tam-Tam de las Tribus Urbanas: Manual de Comunicación para el oyente de radio**. Asunción, Paraguay: Suiza, 1996.

BURREL, G. & MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis: elements of the sociology of corporate life**. London: Heinemann, 1979.

CAMARGO, Sheila Vieira de. **A produção do real em gêneros do jornal impresso**. São Paulo: Edusp (humanitas), 2004

CAMARGO, Ver Regina Toledo. **O telejornalismo e o esporte-espetáculo**. Tese de doutorado. Universidade Metodista de São Paulo, 1998.

CAMPS, Sibia & PAZOS, Luis. *Los géneros periodísticos*. In: **Así se hace periodismo: manual práctico del periodista gráfico**. Buenos Aires: Paidós, 1996.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus, 1986.

CARDOZO, André. **A Era do Áudio**. In: Revista Info, ano 20, nº 235, de outubro de 2005 (págs 47-75).

CASASÚS, J. M. y NUÑEZ LADEVÉZE, L. **Estilo y géneros periodísticos**. Barcelona: Ariel, 1991.

CASÉ, Rafael Orazem. **Programa Casé: O Rádio Começou Aqui**. Rio de Janeiro: MAUAD Consultoria e Planejamento Editorial Ltda, 1995.

CHANTLER, Paul & HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

CIAFFONE, Andréia. Brasil **com pilha fraca no Radio Lions?** In: Revista Meio & Mensagem, de 02 de junho de 2008a, p.38.

_____. **Grupo Estado fecha ano com menos dívidas**. In: Revista Meio & Mensagem, de 21 de abril de 2008b.

Concessões de rádio e TV na berlinda. In: Revista Meio & Mensagem, de 08 de outubro de 2008, pág. 36.

CONTER, Adriano. **GPR agora é nacional**. In: Revista Meio & Mensagem, de 02 de junho de 2008, pág. 52.

Conteúdo de marca nas ondas do rádio. In: Revista Meio & Mensagem, de 05 de novembro de 2008, pág. 35.

COSTA, Ana Paula Ladeira & ROSA, Gleice D. **Jornalismo utilitário**: um estado da arte do gênero no Brasil. Trabalho apresentado no 1º CONECO (Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação). Rio de Janeiro, 2006.

COSTA, Maria Eugênia Belczk. Grupo Focal. In: DUARTE, jorge & BARROS, Antonio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 180-192.

COSTA, Lailton & PASSINI LUCHT, Janine Marques. **O gênero interpretativo na literatura comunicacional brasileira**. Trabalho apresentado à disciplina “Gêneros da Comunicação de Massa”, ministrada pelo prof. Dr. José Marques de Melo, no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UMESP, São Bernardo do Campo/SO, em junho de 2006.

CUNHA, Mágda Rodrigues. **As iniciativas de Renovação da Síntese Noticiosa no Rádio em Porto Alegre**. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na UnB, Brasília-DF, de 6 a 9 de setembro de 2006.

DAMASCENO, Sérgio. **A nova era do rádio**: depois da telefonia e da TV, o dial brasileiro será digitalizado; padrão Iboc, dos EUA, deve ser a base para a implantação do novo sistema. In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008, p. 24.

DEBRAY, Régis. **Curso de Midiologia Geral**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **O poder do *fait divers* no jornalismo**: humor, espetáculo e emoção. Trabalho apresentado no XXVI Congresso da Intercom, em Campo Grande (MS), 2001.

DIAS, Paulo da Rocha et al. **Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística**: um estudo do jornal “Folha de São Paulo” e da Revista Veja”. Recife: Intercom, 1998. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papaers?xxi-ci/qt03/GT0301.PDF>> Acesso em: 1º/11/2007.

DIEZHANDINO, Maria Pilar. **Periodismo de servicio: la utilidad como complemento informativo em Time, Newsweek y U.S News and World Report, y unos apuntes del caso Español**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1994.

DUARTE, jorge & BARROS, Antonio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. Redação, captação e edição no jornal diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.

ESCOBAR, Cynara & BRESCIANI, Rafael. **Rádios já representam até 13% do bolo publicitário, diz Elias** (Entrevista concedida por Azis José Elias, vice-presidente da Associação das Emissoras de Rádio e Televisão). In: DCI, São Paulo, 31 maio, 1 e 2 junho, 2008. Comércio, p. B-12.

Estadão vira centro das atenções. In: Revista Meio & Mensagem, de 30 de junho de 2008, pág.14.

Estratégias para atrair anunciantes. In: Revista Meio & Mensagem, de 23 de junho de 2008, pág.19.

FALCIANO, Flávio. **Fluxo Internacional da notícia na Rádio CBN de São Paulo.** Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista de São Paulo, 1999.

FARIA, Giovanni & TAVARES, Mariza. **CBN: a rádio que toca notícia.** São Paulo: Senac, 2006.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **A atualidade dos gêneros jornalísticos na imprensa brasileira contemporânea.** In: VI Seminário Internacional de Comunicação: cultura poder e tolerância em um mundo complexo, 2002. VI Seminário internacional de Comunicação: cultura, poder e tolerância em um mundo complexo, 2002. v.1.

FONSECA, Wilson Corrêa Júnior. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

FRANCISCO, José Carlos. **Entrevista concedida à autora na Rádio Eldorado AM,** em São Paulo-SP, no dia 30 de julho de 2008.

_____. **O gênero entrevista no radiojornalismo – CBN x Eldorado: da escrita para a fala.** Dissertação de mestrado em Língua Portuguesa, apresentada à PUC-SP, em outubro de 2006.

GANEM, Paula. **Branded radios em sintonia com o consumidor:** anunciantes patrocinam emissoras para se aproximar de clientes e não-clientes. In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008a, p. 8.

_____. **O bom companheiro.** Em tempo de novas mídias, o rádio mantém a fidelidade do consumidor e atrai anunciantes de todos os portes. In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008b, p. 6 e 7.

_____. **O rádio caiu na rede:** mas anunciantes e agências ainda utilizam pouco os espaços virtuais oferecidos pelas emissoras do dial. In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008c, p. 12.

GARCIA, Jimmy Camargo. **La radio por dentro y por fuera.** CIESPAL: Coleccion Intiyan: 1980.

GOLDFEDER, Mirian. **Por trás das ondas da Rádio Nacional.** São Paulo: Paz e Terra, 1980.

GOMES, Isaltina; MELO, Cristina Teixeira V. de & MORAIS, Wilma. **O documentário jornalístico, gênero essencialmente autoral**. Comunicação apresentada no XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991, 1ª edição,

GOODE, W. & HATT, P.K. **Métodos em pesquisa social**, 6ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

Grupo de Mídia de São Paulo. **Anuário de Mídia 2007**.

Grupo O ESTADO DE SÃO PAULO. Wikipedia: Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/gRUPO_oesp Acesso em: 14/05/2008.

GUIMARÃES, Camila. **Agora, falta a TV digital**. In: Revista Exame, ano 39, nº 21, de 26/10/2005 (págs. 108 e 109).

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCS, 2001, 2ª edição.

HOHENBERG, John. **Manual de Jornalismo**. Ed. Fundo de Cultura. Rio de Janeiro, 1962.

Indústria Global atingirá US\$ 2,2 trilhões em 2012. In: Revista Meio & Mensagem, de 23 de junho de 2008, pág. 14.

Investimento publicitário em jornais cresce 24% no 1º trimestre no país. IN: Folha de São Paulo, SP, 14 de maio de 2008, Dinheiro, p. B10.

J. L. MEURER, Adair Bonini e Désirée (org.) **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Ed. Contexto, 2004.

KAPLÚN, Mario. **Producción de Programas de Radio. El guión – La realización**. Quito: Ediciones Ciespal, 1978.

KINDERMANN, Conceição Aparecida. **A reportagem jornalística no Jornal do Brasil: desvendando as variantes do gênero**. Dissertação apresentação à Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão: 2003.

KLÖCKNER, Luciano. **A notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção**. Porto Alegre, Sulina, 1997.

_____. **O Repórter Esso e a Globalização: uma investigação hermenêutica**. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-graduação da PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), em 2003.

_____. **Radiojornalismo de serviço: o rumo da AM em Tempos de Internet**. XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Manaus, 2000.

KOTSCHO, Ricardo. **Perfil**. In: A prática da Reportagem. 3. ed. São Paulo: Ática, 1998.

LEANDRO, Paulo Roberto. MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente** (o jornalismo interpretativo). São Paulo: Media, 1973.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**: O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 3. ed. São Paulo: Manole, 2004.

LIMA, Gerson Moreira. **Jornalismo Interpretativo**: a alternativa para o dilema imposto pela mídia digital. 2002, 255 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

LONGMAN Dictionary of Contemporary English. 3ª ed. England: Longman Corpus Network, 1995.

LOPES, Maria Immaculata Vassalo. **Pesquisa em Comunicação**. 4ª ed. São Paulo, Edições Loyola: 1999.

LÓPEZ, António Hidalgo. **¿El análisis: um género periodístico?** Revista Ámbitos, nº especial 9-10, Año 2006 (p. 209-223).

_____. **La “historia de vida” periodística, um género poco usual em la prensa española**. Revista Ámbitos, nº 6, de 1º septiembre de 2001 (p. 95-106).

_____. **La necrologia como género periodístico**, p.89-105. [s.d.].

MACDOUGALL, Curtis. **Interpretative journalism**, 4ª ed, Nova Iorque, MacMillan, 1963.

MACHADO, Arlindo. **Pode-se falar em gêneros da televisão?** Revista FAMECOS, nº 10, de junho de 1999. Porto Alegre.

MACHADO, Irene. **Por que se ocupar dos gêneros?** In: Revista Symposium. Ano 5, nº 1, jan/jun 2001, p. 5-12.

MALULY, Luciano Victor Barros. **Conversa permitida** – é pelo debate que se estabelece a diferença do radiojornalismo transmitido pelas emissoras educativas. XI Simpósio de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Ribeirão Preto – SP, de 22 a 24 de maio de 2006.

_____. **Rádio deve espelhar a multiplicidade**. Entrevista concedida a Revista Meio & Mensagem (Especial Rádio), do dia 17/09/2007.

MARANGONI, Nivaldo. **Programação jornalística 24 horas por dia: o pioneirismo da CBN** – Cebtral Brasileira de Notícias. Dissertação de Mestrado. Universidade Metodista de São Paulo, 1998.

MARANHÃO, Carlos. **Para ouvidos especiais**: livro conta como a Eldorado AM e FM, com muito prestígio, pouca audiência e baixa rentabilidade, tornou-se uma das emissoras mais cultuadas da cidade. In: Revista Veja SP, de 1º de outubro de 2008, p. 71 e 72.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 2ª edição revista, 1994.

_____. Composição da Audiência de Rádio em São Paulo. In: **Comunicação Social: teoria e pesquisa**. Petrópolis, Vozes, 1970, p. 247-262.

_____. **Gêneros de Comunicação Massiva**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2006 [Originais do autor].

_____. **Gêneros Jornalísticos na Folha de São Paulo**. São Paulo: FTD, 1992

_____. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora UFRJ, 2001.

MARTINEZ Albertos, Jose Luís. **Curso general de Redacción Periodística**. Barcelona: Paraninfo, 1983.

MARTINS, Marcos Vinícius. **A estação do trânsito**. Entrevista concedida a Paula Ganem, para a M & M, de 08 de setembro de 2008; p. 10 e 11.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. **Gêneros jornalísticos**: repensando a questão. In: Revista Symposium. Ano 5, nº 1, jan/jun 2001, p. 45-55.

MEDITISCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. Florianópolis: Ed. Da UFSC/Ed. Insular, 2001.

_____. **Teorias do Rádio**. Florianópolis: Ed. Da UFSC/Ed. Insular, 2005.

MENESES, João Paulo. **A rádio que temos**. (Blog) Portugal, 2005.

MERAYO, Arturo (coordinador). **La radio em Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva**. Espanha. CS ediciones y publicaciones, 2007.

Mídia em mutação. In: Revista Meio & Mensagem, de 08 de outubro de 2008, pág. 56.

Mídia Kit – Rádio Eldorado AM. Disponível em:
<<http://www.grupoestado.com.br/midiakit/blocos/eldorado.html>> Acesso em: 14/05/2008.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio em transição**: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

MORENO, Pastora Espinosa. **Géneros para la persuasión de prensa: los artículos de opinión del Diálogo El País**. Revista Ámbitos, nº 6, 1º semestre de 2001 (p. 107-121).

_____. **Los géneros periodísticos informativos em la actualidad internacional**. Revista Ámbitos, nº 5, 2º semestre de 2000 (p. 169-190).

MORIN, Violette. **Tratamiento Periodístico de la Información**. Barcelona: Fringraf, 1974

NAVA, Rosa Maria Ferreira Dales. **Saber para Continuar**: a história do departamento de pesquisa e documentação do Jornal do Brasil e a implantação pioneira do jornalismo interpretativo no país. 1996. 132 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) -

Faculdade de Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo (SP).

Novo Manual de Redação da Folha de São Paulo. São Paulo: , 1992.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e Política: do microfone ao palanque.** São Paulo: Annablume, 2001.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. **Introducción al periodismo escrito,** Ariel Comunicación, Barcelona, 1995.

O'DONNELL, Lewis B.; BENOIT, Philip & HAUSMAN, Carl. **Modern Radio Production.** 2nd edition. Califórnia: Wadsworth Publishing Company, 1990.

ORTIZ, Miguel Ángel & VOLPINI, Federico. **Diseño de programas em radio: Guions, géneros y fórmulas.** Barcelona: Paidós, 1995.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** 3^a edição. São Paulo: Summus, 1985.

Para Abert, rádio digital não pode esperar. In: Revista Meio & Mensagem, de 05 de novembro de 2008, pág. 18.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo.** São Paulo: Editora Panda, 2000.

PARRAT, Sonia Fernandez. **El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación.** Zer. revista de estudios de comunicación. n. 11. nov. 2001. Disponível em: < <http://www.ehu.es/zer/zer11web/sferparrat.htm>> Acesso em: 22/05/2006.

PASSINI LUCHT, Janine Marques & COSTA, Lailton. **Gêneros jornalísticos em revista: estudo comparativo de Contigo e Veja.** Trabalho apresentado à disciplina “Gêneros da Comunicação de Massa”, ministrada pelo prof. Dr. José Marques de Melo, no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UESP, São Bernardo do Campo/SO, em junho de 2006.

PEÑARANDA, Raúl U. **Géneros periodísticos: ¿Qué son y para que sirven?** In: Sala de Prensa (web para profesionales de la comunicación iberoamericanas). Año III, Volume 2. Diciembre, 2000. Disponível em: < <http://www.saladeprensa.org/art180.htm>> Acesso em: 27/04/2007.

PEREIRA, Eliane. Prestígio sempre em alta. **Meio & Mensagem.** São Paulo: Ano XXIX, nº 1283, p. 36-37, 5 de novembro de 2007.

PILAR, Maria Martínez del. & HERRERA, Susana. **Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos.** In: Global Media Journal (em espanhol). Volumen 2, número 3, primavera 2005, p. 1-9. Disponível em: http://gmje.mty.item.mx/articulos3/articulo_7.html Acesso em: 29/10/2007.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo da Jovem Pan.** 3^a edição revista. São Paulo: Editora Ática, 1993.

PRADO, Emilio. **Estrutura da Informação Radiofônica.** São Paulo: Summus, 1989.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevir, 2006.

Prestígio sempre em alta. In: Revista Meio & Mensagem, de 05 de novembro de 2008, pág. 36 e 37.

Procedimentos internos. São Paulo: Rádio Eldorado, 1995.

Programas da Rádio Eldorado são agraciados pela APCA. Disponível em:

<http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2006/04/03/imprensa7335.shtml>.

Acesso em: 05/06/2008.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1995.

Rádio Eldorado 50 anos com plantio de árvores. Data: 17/03/2008. Disponível em:

www.portaldapropaganda.com.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id2524&Itemid=50 Acesso em: 29/04/2008.

Rádio Eldorado celebra seus 50 anos com especial sobre Bossa Nova. In: Portal Imprensa, de 06/03/2008. Disponível em:

<<http://portalimprensa.uol.com.br/portal/agenda/2008/03/06/imprensa17691.shtml>> Acesso em: 29/04/2008.

Rádio Eldorado SP comemora 50 anos e pode chegar ao Rio de Janeiro esse semestre. <<http://www.brasilradionews.com.br/2008/01/rdio-eldorado-sp-comemora-50-anos-e.html>> Acesso em: 29/04/2008.

Rádio Eldorado. Wikipedia: Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/R%C3%A1dio_Eldorado_%28S%C3%A3o_Paulo%29> Acesso em: 14/05/2008.

RADIOJORNALISMO. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Radiojornalismo> Acesso em: 23/06/2008.

RAMOS, Jesús & MARIMÓN, Joan. **Diccionario incompleto del Guión Audiovisual: estudio, analisis y métodos para conocer el audiovisual em profundidad**. Barcelona, Editorial Oceano, 2002.

Relatório 2007 de Responsabilidade Corporativa do Grupo Estado. Publicação anual, nº 03. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/rc/2007/>. Acesso em: 1º/07/2008.

REVISTA MEIO & MENSAGEM: Especial Rádio. 17 de setembro de 2007.

RIBEIRO, Fernando Curado. **Rádio: produção – realização – estética**. Lisboa: Ed. Arcádia, 1964.

RODRIGUEZ, Ausberto Jara. **Breve manual de periodismo radiofónico**. Asunción, Paraguay: Expolibro, 2001.

SÁNCHEZ, J. F. y LÓPEZ PAN, F. **Tipologías de géneros periodísticos en España**. Hacia un nuevo paradigma, in: Comunicación y Estudios Universitarios, Revista de Ciências de la Informació, nº 8, CEU San Pablo, Valencia, 1998.

SANCHÉZ, José Luiz Noriega. **La cultura cinematográfica em la prensa escrita. Um estudio de la información, crítica y publicidad de estrenos em el Diáριο El País.** Revista Ámbitos, nº 15, año 2006 (p. 223-255).

SANCHÉZ CALERO, María Luisa. **La información meteorológica como servicio.** Servicio de Publicaciones del Ministerio de Medio Ambiente. Madrid, 2005, 148p.

SANT'ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas.** In: Revista Líbero, do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, p. 75-91. Ano XI, nº 22, dez 2008.

SANT'ANNA, José Paulo. **Crescimento da economia impulsiona publicidade.** In: Revista Meio & Mensagem, de 09 de junho de 2008, p. 16-28.

SANTOS, Cibele. **Bolo publicitário deve somar US\$495 bilhões em 2008.** In: Revista Meio & Mensagem, de 21 de abril de 2008.

São Paulo pode se tornar uma Cidade Limpa. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/portal/a_cidade/noticias/index.php?p=14184> Acesso em: 18/10/2007.

SAROLDI, Luiz Carlos & MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio Nacional: o Brasil em sintonia.** 3ª ed, São Paulo: Jorge Zahar Editores, 2005.

SCHACHT, Rakelly Calliari & BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. **Um gênero entre o jornalismo e a arte: o feature radiofônico.** Trabalho apresentado à sessão de Temas livres, no XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre RS, 2004.

SEIXAS, Lia da Fonseca. **Gêneros jornalísticos digitais: um estudo das práticas discursivas no ambiente digital.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pos/gtjornalismo/home_2004.htm>. Acesso em 27 de abril de 2007.

SILVA, Julia Lucia de Oliveira Albano da. **A oralidade mediatizada.** São Paulo: Annablume, 2007.

SILVA, Maurício F. **Quem me elegeu foi o rádio: como o rádio elege seu representante.** São Paulo: Olhos D'água, 2000.

SILVA, Sandra Regina da. **As novidades do IBOPE para o meio: objetivo é também facilitar o cotidiano dos profissionais de mídia.** In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008a, p. 13.

SILVA, Sandra Regina da. **Rádio ganha fôlego e está otimista: internet agrega valor ao meio e amplia audiência e possibilidade de negócios.** In: Revista M & M, de 08 de setembro de 2008b, p. 14 a 19.

SILVEIRA, Maria Inez Matoso. **Análise de Gênero Textual: concepção socio-retórica.** Maceió: UFAL, 2005

SODRÉ, Muniz & Ferrari, Maria Helena. **Perfil.** In: Técnica de reportagem. SP: Summus, 1986.

SPANNEBERG, Ana Cristina Menegotto. **A construção do leitor no jornal impresso: Estratégias de Construção da recepção dos gêneros artigo opinativo e reportagem nos jornais Folha de São Paulo, OESP e O Globo.** 2004. 229 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou.** 2ª edição
São Paulo: Editora HARBRA, 1999.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias e Serviços nos telejornais da Rede Globo.** Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TODOROV, Tzvetan. A origem dos gêneros. IN: **Os gêneros do discurso.** Coleção Signos. Edições 70, São Paulo:1981.

TRESCA, Laura Conde. **Gênero Informativo no Jornalismo Impresso** – O Estado da arte no Brasil. Trabalho apresentado ao GT de jornalismo do V Congresso Nacional de História da Mídia, em São Paulo/SP, de 31 de maio a 02 de junho de 2007.

UTARD, Jean Michel. O embaralhamento dos gêneros midiáticos: gêneros de discurso como conceito interdisciplinar para o estudo das transformações da informação midiática. **Comunicação e Espaço Público**, ano VI, n. 1 e 2, Brasília: UNB, 2003.

VAZ, Tyciane Viana. **Gênero utilitário:** presença nos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo. Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, em São Paulo, entre os dias 07 e 10 de maio de 2008.

VILAS BOAS, Sérgio. **O Estilo Magazine:** o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

VILAS BOAS, Sérgio. **Perfis:** e como escrevê-los. São Paulo: Summus, 2003. (Coleção Novas Buscas em Comunicação, v. 69).

VILICIC, Felipe. **Assim no céu como na terra.** In: Revista Veja São Paulo (Ano 41, nº 26), de 02 de julho de 2008, p. 61-62.

VIOLA, Denise. **Pegando a onda do rádio.** Rio de Janeiro: CEMINA (Comunicação, Educação e Informação em gênero), 1999.

WIMMER, Roger D. & DOMINICK, Joseph R. (org). *Content Analysis.* In: **Mass Media research.** Belmont, California: Wadsworth Publishing Co., 1987.

YANES, Rafael Mesa. **La noticia y la entrevista.** *Uma aproximación a su concepto y estructura.* Revista Ámbitos, nº especial 9-10. 2º semestre – Año 2003 (p.239-272).

Sites consultados na Internet

Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão): www.abert.org.br
Adnews: www.adnews.com.br
Blog “A rádio que temos” (João Paulo Meneses):
<http://osegundochoque.blogspot.com/category/22-como-se-organiza-os-formatos/>
Blog “Notícias sobre rádio” (Magaly Prado): <http://magalyprado.blog.uol.com.br>
Blog “Rádio na Rede” (Debora Lopez-Freire): <http://dlf-30.blogspot.com>
Blog “Rosa dos Gêneros” (Lia Seixas): <http://generos-jornalisticos.blogspot.com/>
Central de Radiojornalismo: www.radiojornalismo.com.br
Google: www.google.com.br
Google Images: <http://images.google.com.br>
GRI (Global Reporting Initiative): www.globalreporting.org
Grupo de Mídia: www.gm.org.br
IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística): www.ibge.org.br
IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística): www.IBOPE.com.br
IdgNow: <http://idgnow.uol.com.br/>
Ipsos Marplan: www.ipsps.com.br
La iniciativa de Comunicación: www.commonit.com/la
Marktest.com: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~228.aspx>
Meio & Mensagem: www.meioemensagem.org.br
Microfone: www.microfone.jor.br
Observatório da Imprensa: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>
Portal da cidade de São Paulo: <http://www.capital.sp.gov.br/portalmmsp/homec.jsp>
Portal Imprensa: <http://portalimprensa.uol.com.br>
Projeto Inter-Meios: www.projetointermeios.com.br
Rádio 2 (Agência de Notícias): <http://www.radio2.com.br>
Rádio Eldorado: www.radioeldoradoam.com.br/www.territorioeldorado.limao.com.br
SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados): <http://www.seade.gov.br/>
Teleco – Informação sobre Telecomunicações: www.teleco.com.br
Tottal Marketing: www.tottalmarketing.com/loadassessoria
Tudo Rádio: www.tudoradio.com.br
Wikipedia: <http://pt.wikipedia.org>

APÊNDICE I –

Planilhas de decupagem dos programas analisados

ANEXO I –

Laudas originais do Jornal Eldorado 1ª edição (26 e 27 de junho de 2008)

ANEXO II – CD com gravações dos programas analisados e exemplos de matérias
