

O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

Como citar este texto: MEDITSCH, Eduardo. BETTI, Juliana Gobbi. O formato *all news* no rádio brasileiro: importação, estranhamento e adaptação. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 36-57, jul./dez. 2016.

O formato *all news* no rádio brasileiro: importação, estranhamento e adaptação

Recebido em: 15 de outubro de 2016.
Aprovado em: 25 de outubro de 2016.

Eduardo Meditsch¹

Juliana Gobbi Betti²

36

Resumo

Este estudo discute a experiência do rádio brasileiro com o formato de programação *all news*. Para isso recupera a história deste formato e levanta questões sobre a mudança nas relações das emissoras que o adotam com suas audiências, determinadas por uma nova forma de

¹ Realizou estágio sênior de pós-doutorado na University of Texas at Austin (2010/2011) com bolsa da Capes. Possui doutorado em Ciências da Comunicação/Jornalismo pela Universidade Nova de Lisboa (1997), mestrado em Ciências da Comunicação/Jornalismo pela Universidade de São Paulo (1990) e graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1979). É professor da Universidade Federal de Santa Catarina (desde 1982), onde atua na Pós-graduação em Jornalismo, e pesquisador do CNPq desde o ano 2000. Coordena, na UFSC, o Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (GIRAFa, com Valci Zuculoto) emeditsh@gmail.com

² Doutoranda e mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Pós-graduanda em Filosofia e Direitos Humanos pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Jornalista pela Universidade Metodista de São Paulo. Integra o Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (PosJor/UFSC) jugobbibetti@gmail.com

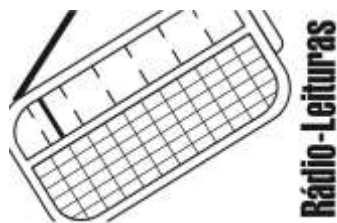
leitura de suas mensagens. A pesquisa utiliza como ilustração as experiências nacionais das emissoras Rádio Jornal do Brasil, CBN e BandNews FM. Conclui que a importação do formato *all news* no Brasil tem enfrentado uma reação de estranhamento por parte dos profissionais e, possivelmente, do público, condicionados a outro modelo de radiojornalismo mais tradicional no país. Isto tem levado todas as experiências a um processo de adaptação do modelo à tradição radiofônica brasileira.

Palavras-Chave: Rádio *all news*; Formatos Radiofônicos; Rádio no Brasil

Introdução

Próximo de completar seu centenário, o rádio passou por diversos processos de transformação em suas diferentes esferas. A produção, a recepção, a linguagem, a tecnologia, a política, a gestão e até, em muitos aspectos, o seu papel na sociedade estão entre as áreas mais impactadas. Deste desenvolvimento histórico interessa-nos, neste artigo, compreender a adaptação de modelos de programação pelas emissoras nacionais, em especial, do formato *all news*. Para isso, buscamos analisar as especificidades das experiências empreendidas pelas rádios Jornal do Brasil, CBN e BandNews FM.

O jornalista Marcelo Parada apresenta o formato *all news* como o modelo norte-americano de radiojornalismo por excelência (PARADA, 2000:123-138). Como exemplo, cita a emissora nova-iorquina 1010 WINS, destacando a rigidez do modelo e acentuando a sua incompatibilidade com o modo brasileiro de fazer radiojornalismo, muito mais baseado na agilidade e na versatilidade da programação. A percepção de Parada, de certa forma, exemplifica o estranhamento dos profissionais (e provavelmente também do público) sobre um formato de programação informativa consagrado em outros locais, mas que encontrou obstáculos nas várias tentativas de sua implantação em nosso país. No entanto, esse estranhamento não impediu o profissional de, entre os anos de 2007 e 2009, integrar a equipe que buscava consolidar uma iniciativa cuja proposta é inspirada exatamente no citado modelo: a



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

BandNews FM, uma rede de emissoras de rádio criada pelo grupo Bandeirantes em 2005.

Apesar das resistências que encontrou no país, o formato *all news* continua aparecendo como opção para as emissoras brasileiras não só pelo histórico internacional de sucesso, mas principalmente como um desdobramento lógico do processo de segmentação que se intensificou a partir dos anos 70 do século passado. A segmentação, que era até o momento uma tendência baseada, sobretudo, na divisão entre música nas FMs e informação, serviços e esportes nas AMs (e dentro dessas, entre programação para a elite ou popular), passa a ser imperativa na sobrevivência das emissoras dos mercados mais competitivos, especialmente no recente cenário de migração das emissoras que operam em amplitude modulada para a frequência modulada.

De acordo com MORENO (2004:102), o formato de uma emissora pode ser caracterizado por seu “modelo de programação radiofônica especializado na emissão constante e reiterada de um ou vários conteúdos prioritários – música, informação, esporte, saúde, etc –”. Portanto, o formato pode ser generalista se trabalhar com uma quantidade variada de conteúdos e visar um público amplo ou especializado se transmitir conteúdos monotemáticos voltados para uma audiência delimitada e específica. Ainda, a sofisticação do mercado publicitário acaba por criar a exigência de que os formatos da programação e os perfis da audiência sejam cada vez mais claros e melhor delimitados. “O objetivo final é conseguir uma fácil identificação por parte da audiência e uma clara diferenciação frente aos formatos concorrentes em um mesmo mercado” (MARTÍ i MARTÍ, 2004:35).

O modelo de programação das rádios especializadas pode ser dividido em dois submodelos: a rádio temática que se especializa fundamentalmente em conteúdos desenvolvidos por meio de gêneros variados e distribuídos em segmentos de programação de acordo com os fluxos de audiência; e a rádio de fórmula ou de formato fechado, que substitui a estrutura de grade por um relógio criando uma sequência estrutural de programação que se repetirá a cada período de tempo pré-

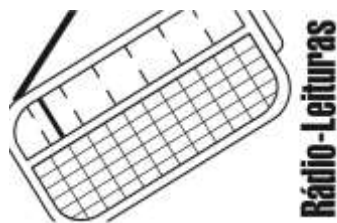
determinado (MARTÍ i MARTÍ, 2004: 34-36). Deste modo, considerando a proposta de MARTÍ i MARTÍ (2004), as rádios *all news* poderiam ser classificadas como rádios especializadas de formato fechado, como veremos mais adiante.

A programação voltada para o jornalismo se consolidou como um importante formato dentro do mercado radiofônico brasileiro e, apesar dos seus altos custos, também se tornou um dos mais lucrativos. A concorrência entre emissoras voltadas à informação, nos grandes centros, levou à busca de modelos aperfeiçoados de programação. Para FERRARETTO (2001:61), o formato informativo pode ser dividido em “*all news*, exclusivamente voltado à difusão de notícias; *all talk*, em que preponderam a opinião, a entrevista e a conversa; e *talk and news*, no qual há uma mescla dos anteriores”.

Para MEDITSCH (2001:31), “as possibilidades de uso do rádio como meio de informação, em domínios inalcançáveis pela palavra impressa, tornaram insuficiente a delimitação do gênero jornalístico moldada sobre uma base material que não a sua”. De acordo com o autor, é necessário considerar as especificidades do meio, superando os conceitos fundamentados nas características do jornalismo impresso. Neste sentido, o rádio informativo seria uma das possíveis evoluções do meio que se expressam “em diferentes formatos de programação dirigidos a públicos diversos” e se configuram enquanto instituição social “com características próprias que o distinguem no campo da mídia e no próprio campo do rádio” (MEDITSCH, 2001:31-32).

Da grade generalista ao fluxo contínuo de informação

Ao adotar um formato informativo, a emissora convencionada com um determinado público, interessado no gênero, que é uma frequência especializada em fornecer informações (MEDITSCH, 2011, p.195). De forma geral, podemos entender tal acordo como uma espécie de contrato que se estabelece a partir da situação de



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

comunicação e que deve considerar a capacidade de reconhecimento dessa situação tanto pelo emissor quanto pelo destinatário.

(...) assim se constrói o que os filósofos designam por “co-intencionalidade”: toda troca linguageira se realiza num quadro de co-intencionalidade, cuja garantia são as restrições da situação de comunicação. O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência. Eles se encontram na situação de dever subescrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um *contrato de comunicação*. Este resulta das características próprias à situação de troca, os *dados externos*, e das características discursivas decorrentes, os *dados internos* (CHARAUDEAU, 2006:68).

40

E, em consequência disso, independentemente das variações que incorpore estrategicamente na programação (pode incluir também música, programas de entretenimento, publicidade, etc.), a emissora assume os valores profissionais do jornalismo como critério predominante na programação: o público será por ela informado de qualquer acontecimento cuja relevância o justifique, a qualquer momento da emissão. Este acordo é amparado nas características do meio, especialmente em sua agilidade, pois, como destaca CHARAUDEAU (2006: 107), “o rádio é, por excelência, a mídia da transmissão *direta* e do *tempo presente*”, possuindo grande potencial para aproximar a temporalidade do acontecimento à instância da escuta.

Se o formato é o primeiro nível do enunciado a considerar ao analisarmos a lógica do discurso radiofônico, é em função dele que se estruturará um segundo nível,

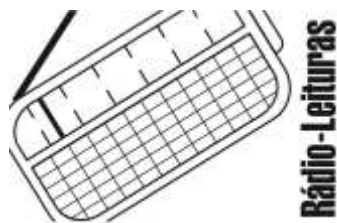
expresso na grade de programas ou programação. A grade de programas estabelece a estratégia da emissora e lhe permite dominar os acontecimentos exteriores, submetendo-os a uma rotina de produção. Como explica LOPEZ (2009:187)

(...) a caracterização das rotinas produtivas de uma emissora de rádio age diretamente sobre a configuração estética e editorial do meio de comunicação. No ambiente contemporâneo, envolto em um processo de tecnologização e convergência, as emissoras, ao repensarem suas rotinas e sua relação com o público, repensam sua produção jornalística.

KEIRSTEAD (1980:26) afirma que a essência de uma programação radiofônica bem sucedida está em desenvolver um formato e mantê-lo, explicando que este serve a dois propósitos. Primeiro, o de garantir que as transmissões saiam como planejado e o segundo para produzir um guia para o âncora. De acordo com o autor, a necessidade de se detalhar a descrição do formato é ainda mais importante para o modelo *all news* por conta do ritmo de sua programação, que impõe uma estrutura bem definida.

Analisando a questão do ponto de vista técnico, KAPLÚN (1978:272) adverte para o perigo de criar programas com uma estrutura demasiadamente constrangedora e limitante, que acabe por se tornar disfuncional para sustentar uma série de emissões: "Toda a estrutura, por melhor que seja, é limitante: presta-se esplendidamente para tratar certos temas, porém nos fecha o caminho para incluir outros. E há algumas especialmente limitadas".

A grade de programação, concebida originalmente no rádio generalista de público heterogêneo, possui uma estrutura linear, vertical e horizontal, que serve para delimitar enunciados - os programas - claramente distintos, com gêneros e/ou conteúdos estanques. O fechamento dos programas, que têm começo, meio e fim, pressupõe uma adesão dos ouvintes, na forma de um agendamento de compromisso, com dia e hora marcados, para permitir a sua audiência. É uma concepção originada no mundo dos espetáculos cuja lógica foi cedo transferida para o rádio.



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

SEMPRINI (1994:66) localiza dois parâmetros principais na base da lógica da grade: "a identificação de uma audiência homogênea (prefiguração do quem) e identificação de uma faixa horária específica de escuta (prefiguração do quando)". Um tempo potencial de recepção por parte de um público alvo é o resultante do cruzamento destes dois parâmetros. Ao explicar como planejar um programa de rádio educativo, Kaplún demonstra que esses parâmetros estão diretamente relacionados. Para o autor, a definição de público determinará os conteúdos do programa, suas características e a linguagem que será utilizada, sendo ainda, decisiva para escolha o horário de transmissão (KAPLÚN, 1978: 270). Desta maneira, a grade é montada em função de um tempo social, a organização social do tempo e seu impacto sobre a organização da vida dos diversos grupos humanos. SCHIFFER (1991), que analisa o rádio na perspectiva do arqueólogo, relaciona o seu surgimento a uma forma de vida industrial e urbana, onde a gradual redução da jornada de trabalho para oito horas diárias cria uma demanda por atividades de lazer e entretenimento. Até o surgimento da TV, a maior audiência do rádio se concentrava à noite.

A lógica da grade de programação baseada no mútuo compromisso, no entanto, envolvia uma contradição que foi sendo gradualmente exposta com o acirramento da concorrência entre um número crescente de emissoras. O compromisso com hora marcada para começar tinha hora também para terminar, e o resultado desta limitação era uma debandada de ouvintes no seu final. A necessidade vital para as emissoras de segurar pelo maior tempo possível a audiência conquistada começou a provocar uma mudança nessa lógica. Gradualmente, as unidades com maior sucesso (as identidades melhor definidas) passaram a ser estendidas, tanto no tempo quanto na abrangência, de forma a prolongar ao máximo a duração do compromisso, adiando o seu término. Estes programas, antes contados em minutos, passaram a ter várias horas ou, em outros casos, foram desdobrados em inúmeras edições diárias.

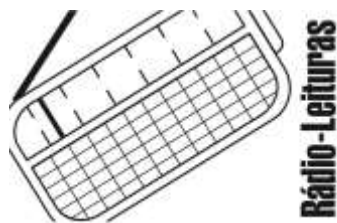
Esta transformação representa uma mudança na estratégia discursiva que pode ser captada por duas tendências paralelas: "a perda de coesão da unidade temporal

isolada da programação (o programa) e a redução progressiva dos intervalos e das marcas de separação entre uma e outra unidade temporal". A estratégia sofre "um deslocamento significativo de um conceito de sequência como programação para um conceito de sequência como fluxo" (SEMPRINI, 1994:30).

A não explicitação da especificidade das unidades textuais na sequência de fluxo provoca uma modificação perceptiva: a noção dos limites do texto se esvai no polo da recepção. A "impressão de escorrimento", porém, é enganosa: o fluxo é composto por módulos bem definidos no nível da produção. De qualquer forma, um "fluxo puro" é teoricamente impossível, pois implicaria na perda da capacidade de fazer sentido: "o que percebemos como fluxo não representa uma destruição de todo e qualquer princípio de organização, mas antes a aparição de um princípio de organização de natureza diversa" (SEMPRINI, 1994:82):

Estamos no fim das contas dentro de uma clássica lógica textual. O fluxo vai aparecer como um modo específico de segmentação e de seleção da unidade textual e como uma estratégia de disposição e de montagem desta unidade. O fluxo pode então ser considerado como uma técnica particularmente sofisticada de sintagmatização, que tem como principal efeito remodelar drasticamente a relação de força entre microtexto e macrottexto, com o fim de chegar a produzir um tipo de macrottexto a-segmental, capaz de aniquilar os microtextos que lhe compõem (SEMPRINI, 1994:25-26).

O macrottexto tendencialmente a-segmental implica numa nova situação comunicativa. A lógica do agendamento de compromisso com hora marcada (o pegue agora ou largue para sempre) é substituída pela lógica da disponibilização permanente do enunciado sem começo nem fim (o pegue quando quiser), reconhecendo no polo da recepção o poder de determinar os limites temporais da comunicação. O pressuposto de encontrar um público determinado a uma hora determinada - e depois de estender esta hora ao máximo - é abandonado em função de uma nova estratégia: trata-se agora de reconhecer que as disponibilidades temporais do público são



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

heterogêneas, abrindo mão da expectativa exagerada quanto a sua permanência e substituindo-a pela expectativa de frequência, com a fragmentação do tempo de consumo. A nova estratégia obedece a uma lei de mercado que caracteriza cada vez mais a oferta radiofônica com base na sua utilidade instantânea (MONTELEONE, 1994: xvi). E, assim, altera significativamente o papel do ouvinte na situação comunicativa: antes passivo diante de uma forma estabelecida pela enunciação, torna-se agora coparticipante na delimitação dos limites do enunciado.

A homogeneização do macrotexto tem consequências importantes para a edição do discurso jornalístico no rádio, tanto em relação à seleção quanto ao ordenamento do conteúdo. O fluxo mecânico começa por se preocupar com a questão da mistura e do equilíbrio (*mix and proportion*) dos diversos subgêneros que compõem a programação, mas num momento posterior o essencial passa a ser um tom global (*balance*) constituindo o próprio fluxo como gênero, capaz de distingui-lo na concorrência entre as emissoras, de modo a construir uma identidade mútua com a maior parcela possível de um tipo particular de público (SEMPRINI, 1994:33). A seleção de conteúdos tende, então, para uma homogeneização temática, com ênfase na redundância e na continuidade, tomando o caminho de um jornalismo cada vez mais especializado.

No novo planejamento, a figura geométrica da grade é substituída pela figura geométrica do relógio³. O relógio tem uma duração temporal arbitrária, podendo ser estruturado em função das 24 horas do dia (normal na transição de programação para fluxo), dos 60 minutos de cada hora, ou até períodos mais curtos (a France Info usa 30 minutos, a WINS e a BandNews usam 20 minutos).

SEMPRINI (e mais ainda Raymond WILLIAMS, referência de onde parte a sua análise) observa quase sempre o surgimento do fluxo a partir da TV, e lhe escapa o fato óbvio de que o fenômeno tem origem no rádio musical especializado. Os formatos Top 40 e *Beautiful Music* datam dos anos 50 e, em 1961, a sua estrutura já começava a

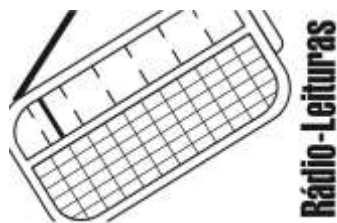
³ Optamos por utilizar o termo em português relógio ao invés de *hot clock*, embora o termo em inglês prevaleça na literatura técnica e acadêmica internacional.

ser experimentada no rádio informativo, com o surgimento da primeira emissora *all news* em Tijuana, no México (MANCISIDOR & URRUTIA, 1986:32; MARTÍ i MARTÍ, 1990:100).

A sucessão contínua substitui a ideia de linearidade pela de rotação, e a ideia de termo final pela de repetição. A programação passa a possuir uma estrutura curva, "que continua obviamente a proceder linearmente, mas não segue mais uma linha reta, porém uma forma espiralada. Terminado o primeiro anel, um outro nasce imediatamente e reproduz o mesmo movimento, numa espiral que se alonga ao infinito..." (SEMPRINI, 1994:68).

A rotação e a repetição desestruturam convenções de hierarquização de conteúdos importadas do jornalismo impresso. O ordenamento hierárquico baseado em parâmetros de espaço (a primeira página, a abertura; a contracapa, o encerramento), se jamais haviam sido totalmente convincentes na dimensão temporal do discurso do rádio (daí a eterna polêmica sobre a colocação dos destaques no começo ou no fim dos programas), agora perdem totalmente a eficácia em seu escorrimento. Na medida em que o fluxo se torna a unidade macrotextual forte, a homogeneidade que lhe é característica esvazia a questão do que deve vir primeiro. O ordenamento linear é, então, substituído pelo ordenamento circular em função do relógio. A hierarquização deixa de ser feita pelo critério do que vem antes ou depois para assumir um critério compatível com a fluidez baseado na frequência. Em função dela, a duração do enunciado e a repetição de sua enunciação passam a ser os recursos predominantemente utilizados para enfatizar a sua importância.

A repetição do enunciado é um fenômeno inédito que coloca em questão um dos pilares conceituais do jornalismo, a revelação da novidade. O rádio *all news* não transmite apenas *news*, mas também uma dose considerável de informações já sabidas, cujo valor de uso para o ouvinte caduca pela repetição. Não resta dúvida que tal caducidade, embora admitida pela expectativa de uma audição por tempo limitado, não é desejável, e que no acirramento da concorrência levará a melhor em frequência de audição uma emissora que consiga reduzi-la em relação às demais. Ocorre que o



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

pressuposto para o perfeito funcionamento do fluxo é a abundância de produção, e a possibilidade desta abundância é limitada por razões econômicas.

Observando-se o caso do rádio *all news* pode-se constatar também que a hegemonia do macrotexto (a programação) produz uma gradual homogeneização dos microtextos, de gêneros informativos heterogêneos, que compõem este macrotexto. O fluxo impõe a sua lógica como unidade textual forte e, em relação a ele, o que antes era apresentado distintamente como notícia, reportagem, transmissão ao vivo, relato, entrevista, etc. passa a importar indistintamente (genericamente) como informação radiofônica.

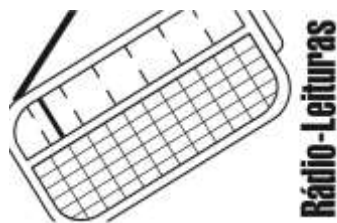
À homogeneização genérica corresponde uma padronização formal observável na estrutura do microtexto (agora não mais o programa, mas a informação). O escorrimento do fluxo é similar a uma onda de corrente alternada que intercala tópicos e documentações. O tópico, carga positiva (núcleo da informação), estabelece uma proposição; a documentação, negativa (gravita em torno do tópico), complementa, especifica, contextualiza e reitera a mesma proposição. O rádio informativo adapta assim - aos segmentos temporais de discurso que compõem o fluxo - a mesma estrutura semântica que garante a comunicabilidade do texto na notícia impressa.

LAGE (1979:60) propõe que "como construção lógica, a notícia, em sua forma clássica, se relaciona com uma organização tradicional de texto, baseada em asserções determinantes, ou tópicos frasais, e asserções determinadas, ou documentações". O autor descreve a estrutura deste texto de alta comunicabilidade por uma fórmula simples (T1 D1 + T2 D2 + T3 D3 + ... Tn Dn.), observando que as documentações reiteram os tópicos "de modo redundante ou metalíngüístico (explicação de um enunciado por outro, do mesmo código)"; e que a macroestrutura se monta nas relações lógicas entre um tópico frasal e outro, de modo que os tópicos, isolados das documentações, apresentam um resumo de todo o texto. No mesmo sentido, VAN DIJK (1980:71) descreve a relação entre tópicos e documentações no texto jornalístico por uma regra de especificação: "A informação abstrata, de alto nível, se especifica de

tal modo que, para os acontecimentos e ações totais, se apliquem descrições detalhadas para a identidade e as características dos participantes, as condições, os componentes e as consequências da ação, o momento, o lugar, o modo dos acontecimentos e diferentes tipos de circunstâncias".

LAGE e VAN DIJK coincidem em observar que o tópico inicial funciona como um resumo de todo o texto, que define o seu tema e desta forma orienta a sua compreensão. "Isto tem uma importância vital, já que o tema atua como uma instância de controle principal (a nível cognitivo) sobre a posterior interpretação do resto do texto" (VAN DIJK, 1980:59). Este tópico inicial, no caso da informação radiofônica, pode assumir diversas formas, conforme o subgênero do microtexto a que se refira: chamada, manchete, frase de abertura da notícia, cabeça da reportagem, lead completo ou texto de apresentação de uma entrevista. Independente dessas variações em forma ou extensão, o tópico exercerá a mesma função na estrutura discursiva. Como destaca CLAYMAN (1991:71), isso se torna especialmente relevante para a análise da construção do discurso jornalístico na medida em que, por uma série de razões tecnológicas e organizacionais, as notícias no jornalismo eletrônico são produzidas cada vez mais através de processos de interação verbal. Neste caso, o controle não é efetivo apenas em orientar a recepção, mas também sobre a própria enunciação, especialmente se eventuais coadjuvantes são chamados a participar na sua elaboração em tempo real. Numa análise de programas das três principais redes de televisão norte-americanas, CLAYMAN demonstra como o segmento de abertura das entrevistas condiciona o seu conteúdo, determinando uma pauta (*agenda*) e um enquadramento (*framework*) que definem e delimitam os parâmetros da interação verbal subsequente.

A estrutura da informação jornalística homogeneizada pela formatação do fluxo prevalece no rádio informativo. O desaparecimento dos programas tem como contrapartida o reforço deste módulo microtextual menor e mais versátil, como já ocorrera com o rádio musical que, ao adotar o fluxo, se apoiara no módulo representado pela canção.



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

Observada agora a partir da lógica de fluxo, a anterior grade de programas por unidades diferenciadas, circunscritas e intervaladas, aparece quase como uma violência feita ao meio, uma negação de seu princípio natural, caracterizado pela continuidade do fluir, pelo escorrer ao infinito de forma indistinta. "A programação por programas representaria assim uma fase infantil dos meios eletrônicos, uma aplicação transitória de uma lógica importada de outros sistemas mais tradicionais, à espera de poder (ou de querer) utilizá-los segundo a lógica que lhes é própria". Deste ponto de vista, ao mesmo tempo em que surge como evolução recente, o fluxo representaria um dado estrutural intrínseco aos meios eletrônicos, já presente, embora pouco compreendido, desde a sua origem. Assim, "mais do que como um *desenvolvimento*, o fluxo aparece agora como um destino" (SEMPRINI, 1994:27).

A experiência do *all news* e o rádio brasileiro

48

Embora o modelo tenha adquirido relevância no mercado norte-americano, na segunda metade da década de 60, com sua adoção pelas emissoras *WNUS-AM* e *WINS-AM* e na Europa alguns anos depois com a *France Info*, em 1987 e a *Catalunya Informació*, em 1992, o formato *all news* foi criada em 1961, pela *XETRA* de Tijuana, México. (MORENO, 2004, p. 134).

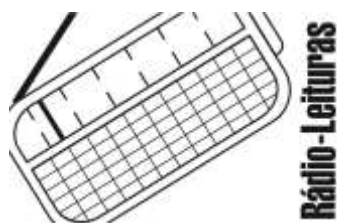
KEIRSTEAD (1980, p.20) conta que o formato era simples e consistia na leitura de materiais copiados, sem reescrita ou edição: "não eram feitas reportagens externas, nem gravadas entrevistas por telefone e não havia esforços especiais na produção". Os ciclos eram de quinze minutos, período de permanência de cada locutor. "A idéia era fornecer um constante, repetitivo serviço de notícias, mesmo sendo um tanto monótono. A suposição era de que as pessoas iriam sintonizar por tempo suficiente para se atualizar e depois mudar para sua estação musical preferida" (KEIRSTEAD, 1980, p.20).

Nos Estados Unidos, o modelo foi desenvolvido principalmente pela *Westinghouse*, em 1965, e pela *CBS*, em 1967, que acrescentaram técnicas radiofônicas à produção: “Ao se transformar em emissora *all news*, os locutores da *WINS* se revezavam a cada meia hora e 21 repórteres circulavam por Nova Iorque com viaturas de reportagens dotadas de transmissores FM. Além disso, a *WINS* contava com correspondentes em várias partes do mundo (...) e acesso aos serviços das principais agências noticiosas (ORTRIWANO, 1990, p.87). A autora acrescenta que a *WINS* transmitia ao ouvinte inclusive os processos de apuração das notícias, transformando o jornalismo em um “verdadeiro show ao vivo em que o repórter era um participante ativo no palco da ação” (ORTRIWANO, 1990, p.88).

KEIRSTEAD (1980, p.21) afirma que entre os diferenciais da *WCBS*, que a fariam em um curto período de tempo disputar com a *WINS* a liderança do segmento, estavam o estilo da *CBS* e os recursos aplicados no projeto. A “*WCBS* colocou mais repórteres nas ruas, contratou um helicóptero para informações sobre o tráfego e sua própria previsão do tempo”, além de fazer uso dos benefícios da transmissão em rede (KEIRSTEAD, 1980, p.21).

No Brasil, o formato foi testado inicialmente pela rádio Jornal do Brasil AM, no início da década de 1980. De acordo com MOREIRA (1987, p.113) “a introdução do *all-news* parece ter sido idéia defendida pelo então superintendente da emissora, Carlos Lemos, que depois de uma viagem aos Estados Unidos voltou entusiasmado com a possibilidade de implantação deste sistema, o que seria mais um pioneirismo da emissora na área do jornalismo nacional”. A pesquisadora afirma também que para esta mudança na programação, entre os anos de 1980 e 1983 a “Rádio JB AM procurou introduzir, junto ao ouvinte, um novo hábito: ouvir notícias sucessivas a maior parte do dia”.

Em entrevista concedida a MOREIRA (1987, p.115) Carlos Augusto Drummond, então chefe do departamento de jornalismo da emissora, explica alguns dos fatores que levariam ao fracasso o sistema *all news* adotado pela JB. Entre eles, enfatiza a falta de recursos para contratação de profissionais e para investimento, “como carros



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

equipados com bons retransmissores e telefones diretos no estúdio, para que os repórteres pudessem se alternar no ar, ao vivo, durante grande parte do dia”. Em 1986, depois dos desacertos cometidos na programação, a JB “tentou fazer o que pode ser chamado de “*all-news* amenizado”, concentrando o conteúdo noticioso nos horários nobres - manhã e tarde. Mesmo assim, sem definir com clareza seu público e sua proposta, a fórmula continuou a não funcionar, obrigando a JB a retornar a sua antiga combinação de música e informação para a elite (MOREIRA, 1987, pp.116-118).

Em outubro de 1991 se volta a falar em *all news* no Brasil, com a primeira experiência bem sucedida de transmissão jornalística vinte-e-quatro horas por dia, simultaneamente no Rio de Janeiro e em São Paulo: entra no ar a CBN – Central Brasileira de Notícias, ocupando o lugar respectivamente da Rádio Eldorado AM 860 e da Excelsior 780 kHz AM. O modelo, também importado dos Estados Unidos, estava desde o começo voltado para a constituição de uma rede. Na primeira semana, as informações se repetiam, e a emissora chegou a transmitir música. BARBEIRO (2006, p.38), então âncora e uma das principais vozes da CBN, participou da concepção desde os primeiros testes e comenta que “o projeto CBN evoluiu para a segmentação vertical e horizontal. Ao mesmo tempo em que fechou sua programação em notícia, como uma rádio-jornal, com um programa jornalístico sucedendo ao outro, procurou como *target* o estrato social dos segmentos A e B da população”.

Em 1998, a empresa investiu intensamente em propaganda e como resultado constatou-se “o crescimento de 70% da audiência no primeiro mês de veiculação no Rio de Janeiro. Já em São Paulo, a CBN passou a ser líder de audiência no horário das 7h às 9h” (VENTURA, 2006, p.68). Atualmente, a emissora abandonou a rigidez do formato, e embora concentre sua programação nos diversos gêneros jornalísticos, transmite programas com uma proposta *talk* (entrevistas, etc.) o que a reaproxima da tradição das últimas décadas das principais emissoras informativas brasileiras. Suas

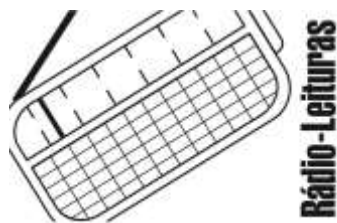
filiais e afiliadas seguem entre as emissoras líderes de audiência nos mercados em que a rede atua, fazendo da *CBN* a empresa mais lucrativa do Sistema Globo de Rádio ⁴.

A terceira emissora brasileira a implantar o formato *all news* foi a BandNews FM, em maio de 2005. Pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, a rede opera somente com emissoras próprias: São Paulo - 96,9 FM, Rio de Janeiro - 94,9 FM, Belo Horizonte – 89,5 FM, Salvador – 99,1 FM, Curitiba – 96,3 FM, Porto Alegre – 99,3 FM e Brasília – 90,5 FM, Fortaleza – 101,7, João Pessoa – 103,3, Vitória – 90,1 e, além desses dois últimos municípios, a emissora iniciou também em 2016 suas transmissões na cidade de Orlando, Flórida.

A programação da BandNews FM inclui a participação de comentaristas e colunistas que, além de conteúdos sobre economia, política e acontecimentos sociais, trazem os mais diversos assuntos, como filhos, gastronomia ou carta de vinhos, principalmente no período da tarde. A interação entre os âncoras, inclusive de diferentes praças, é bastante informal, e assim como nos comentários, apresenta elementos marcantes da linguagem oral. A emissora se diz voltada ao público jovem e feminino.

Apesar disso, o diferencial da programação da rede está descrito em seu slogan “*em vinte minutos, tudo pode mudar*”. Sob esta premissa, os noticiários vão ao ar em ciclos de 20 minutos, continuamente, 24 horas por dia, totalizando 72 módulos diários. As emissoras de formato *all news* entendem que seu ouvinte permanece com elas apenas por um curto período de tempo. Então, para garantir a audiência, estas rádios estão normalmente localizadas em grandes áreas urbanas: no caso da BandNews, por exemplo, até o momento apenas em capitais de estado, e procurando preencher uma lacuna e conquistar o ouvinte “transitório”, que não tem disponibilidade ou vontade de dedicar longos períodos ao consumo de informações transmitidas pelo rádio.

⁴ Informação retirada do texto *Rádio como exercício de cidadania* de José Roberto Marinho vice-presidente as organizações Globo, publicado em TAVARES, Mariza e FARIA, Giovanni. *CBN a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC RIO, 2006. p. 16.



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

Considerações finais

Considerando a esfera dos processos de produção, podemos afirmar que as características do meio, como a agilidade e a mobilidade seriam potencializadas no modelo, destacando a velocidade e imediatismo que diferenciam a cobertura radiofônica. SALOMÃO (2003:77) lembra que “o rádio inaugurou a era da informação eletrônica. Fez surgir também a condição de vivo, instituindo a noção da notícia em tempo real. Essa nova ordem no tempo e encurtamento do espaço criou para o público a possibilidade de receber notícia de maneira imediata, instantânea”.

No entanto, BAUMWORCEL (2001, pp.112-114) observa que “o *all news* simboliza um novo estágio na transformação da informação em mercadoria. Estágio caracterizado pela informatização na produção e na veiculação dessa mercadoria num processo acelerativo correspondente a uma modificação sistêmica do próprio capitalismo”. Analisando a significação do rádio a autora critica o radiojornalismo em geral, mas especialmente as emissoras *all news*, pelo excesso de informação sem sentido que é produzido priorizando a velocidade e a quantidade em detrimento da qualidade. Ainda, assinala que a repetição da informação “vem mudando o conceito de notícia”, deixando a revelação de informações em segundo plano.

Ao mesmo tempo, rigidez do formato impede a exploração maior de alguns subgêneros do radiojornalismo, como o debate e a entrevista, que nos formatos mais tradicionais de emissoras informativas serviam para contrabalançar a tendência à superficialidade induzida pela velocidade e o barateamento da produção (ALMEIDA, 2004). Daí a observação de que alguns recuos em relação a esta rigidez nas experiências brasileiras de adoção do modelo vêm, especialmente, no sentido de recompor seus “contratos de leitura” (SALOMÃO, 2003), reaproximando as programações das expectativas de um público condicionado a uma forma cultural de radiojornalismo menos fútil. As experiências nacionais anteriormente comentadas demonstram algumas das possibilidades de adaptação do modelo à cultura nacional, cuja necessidade segue baseada na manutenção desse contrato simbólico

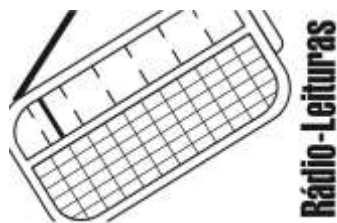
historicamente estabelecido entre as emissoras e seus ouvintes. De modo que, o seu não cumprimento poderia provocar certo estranhamento e até a rejeição da proposta.

A importação de gêneros e formatos faz parte da história do rádio brasileiro. No entanto, se compararmos com outros modelos trazidos dos centros hegemônicos, a implantação do *all news* chegou ao Brasil com décadas de atraso. Experiências fracassadas ou consolidadas como as da *Rádio JB* e da *CBN* demonstram que o modelo necessita ser ‘aculturado’ à tradição do radiojornalismo brasileiro, seja adotando uma maior flexibilidade da programação em relação à incorporação de subgêneros que superam a notícia clássica no caminho de um rádio informativo de maior espectro (MEDITSCH, 2001), seja quebrando a rigidez temporal dos módulos para dar entrada às transmissões ao vivo e acolher uma linguagem mais coloquial e próxima da oralidade, como tem sido feito na experiência da *BandNews FM*. Adaptado à cultura radiofônica e jornalística nacional (cultura essa compartilhada pelos profissionais e seus públicos), o *all news* à brasileira tem se consolidado como um formato tão interessante e competitivo quanto os demais que já foram trazidos e reinventados em nosso país, desde os tempos dos jornais falados e do Repórter Esso.

Referências

ALMEIDA, Alda. O gênero debate e o mito da superficialidade no rádio. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. I, n. 1. p. 46-57. Florianópolis, Posjor-UFSC/Insular, 2004

BARBEIRO, Heródoto. O desafio da ancoragem. IN: TAVARES, Marisa, FARIA, Giovanni. **CBN a rádio que toca notícia**. São Paulo: Ed. Senac, 2006.



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

BAUMWORCEL, Ana. Radiojornalismo e sentido no novo milênio. IN: MOREIRA, Sonia Virgínia, DEL BIANCO, Nélia R. **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

BAUMWORCEL, Ana. **Sonoridade e resistência**: a RJB-AM na década de 60. Dissertação (Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1999.

BETTI, Juliana C.G. A especificidade das redes de rádio all-news brasileiras: os casos da CBN e da BandNews FM. 2009. 195f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.

CALABRE, Lia. **A Era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

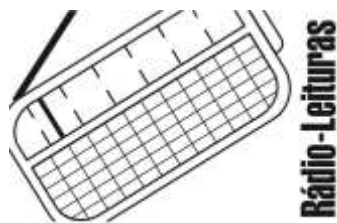
CHARAUDEAU, Patrick . **Discurso das Mídias**. Tradução de Ana M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006

CLAYMAN, Steven E. News interview openings: aspects of sequential organization. IN: SCANNEL, Paddy. **Broadcast Talk**. London: Sage, 1991.

FENATI, Barbara. **Fare la radio negli anni '90**. Torino: Rai, Nova Eri, 1993.

FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

KAPLÚN, Mário. **Producción de Programas de Radio**: el guión – la realización. Quito: Ciespal, 1978.



KEIRSTEAD, Phillip O. **All-news radio**. Estados Unidos: Tab Books, 1980.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

LOPEZ, Debora C. Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 2009. 299f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Bahia.

MANCISIDOR, Alberto D. e URRUTIA, Victor. **La Nueva Radio**. Bilbao: Universidade Del Pais Vasco, 1986.

MARTÍ i MARTÍ, Josep Maria. **Modelos de programación radiofónica**. Barcelona:1990

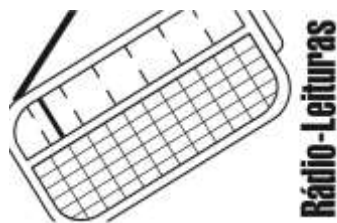
MARTÍ, Josep Maria M. La programación radiofónica. IN: MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar e MORENO, Elsa M. (coords). **Programación radiofônica**. Barcelona: Ariel, 2004.

MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar e MORENO, Elsa M. (coords). **Programación radiofônica**. Barcelona: Ariel, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

MOREIRA, Sonia Virgínia. DEL BIANCO, Nélia R. (org.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Jornalismo na rádio Jornal do Brasil. IN: ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org.). **Radiojornalismo no Brasil**: dez estudos regionais. São Paulo: Com-arte, 1987.



O formato *all news* no rádio brasileiro: importação e adaptação

Eduardo Meditsch e Juliana Cristina Gobbi Betti

MORENO, Elsa M. La radio especializada: las técnicas de programación de la radio de formato cerrado. MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar e MORENO, Elsa M. (coords).

Programación radiofônica. Barcelona: Ariel, 2004.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org.). **Radiojornalismo no Brasil:** dez estudos regionais. São Paulo: Com-arte, 1987.

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

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Os (des)caminhos do radiojornalismo.** Tese de Doutorado. São Paulo: ECA-USP, 1990.

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

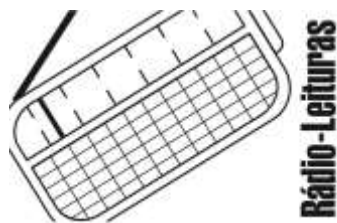
SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social.** São Paulo, AnnaBlume, 2003.

SCHIFFER, Michael Brian. **The portable radio in American Life.** Tucson: The University of Arizona Press, 1991.

SEMPRINI, Andréa. **Il flusso radiotelevisivo:** France Info e CNN tra informazione e attualità. Torino: Raí, Nuova Eri, 1994.

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

VAN DIJK, Teun. **La noticia como discurso:** comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós, 1980



VENTURA, Mari. Campanhas Publicitárias. IN: TAVARES, Marisa, FARIA, Giovanni. **CBN a rádio que toca notícia**. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

WILLIAMS, Raymond. **Televison Technology and Cutral Form**. London: Routledge, 1990

ZUCULOTO, Valci Regina. **A notícia no radiojornalismo brasileiro**: transformações históricas e técnicas. Dissertação de mestrado em Comunicação. Porto Alegre: PUC/RS, 1998.

Abstract

This study aims to analyze how all news radio format has been implemented in Brazil. For that, it retrieves the history of the format and raises questions about the change in the relations of the stations that adopt it with its audiences, determined by a new way of reading its messages. The research uses as an illustration the experience of the radio stations Rádio Jornal do Brasil, CBN and BandNews FM. The conclusion is that the importation of all news format in Brazil has faced some reaction from professionals and, possibly, from the public of those stations, both conditioned to another model of radio journalism more traditional in the country. It has led all experiences to an adaptation of the imported format toward the Brazilian radio tradition.

Keywords: All news radio; Radio formats; Radio in Brazil

Resumen

Este estudio analiza cómo los formatos de programación todo noticias se ha implementado en Brasil. Para ello, recupera la historia de este formato y plantea preguntas sobre el cambio en las relaciones de las estaciones que lo adoptan con sus públicos, determinados por una nueva forma de lectura de sus mensajes. La investigación utiliza como ejemplos la experiencia nacional de las estaciones Rádio Jornal do Brasil, CBN y Bandnews FM. Concluye que la importación del formato todo noticias en Brasil ha enfrentado reacción entre los profesionales y, posiblemente, del público, condicionados a otro modelo de periodismo en radio. Esta situación ha llevado todas las experiencias a un proceso de adaptación del modelo a la tradición de radio brasileña.

Palabras clave: Radio todo noticias; Formatos de radio; Radio en Brasil