

Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

Como citar este texto: BUFARAH JÚNIOR, Alvaro; CARVALHO, Marcus Aurélio de. Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 41-59, jan./jun. 2019.

Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo¹

Alvaro Bufarah Junior²

Marcus Aurélio de Carvalho³

Resumo

Este artigo apresenta análise sobre as linhas de força que alteraram as lógicas discursivas e a linguagem do meio rádio – com foco nos programas jornalísticos - a partir dos anos 1990, quando a Internet passou a mudar as próprias dinâmicas de escuta do meio, seja na audição de conteúdo em qualquer horário (e não mais, necessariamente, com o compromisso pactuado na grade da programação), seja no caráter multiplataforma dos aparatos para a recepção dos programas: celular, computador pessoal, o velho rádio de pilha, etc. Nossa abordagem dedica especial atenção às mudanças na linguagem e nas rotinas dos processos de produção dos noticiários. Em que medida os roteiros, o tempo dedicado à apuração das reportagens, a divisão de tarefas na redação e o uso dos chamados “cinco idiomas do rádio” (voz, música, efeitos sonoros, pausas e trilhas anímicas) ganharam novos sentidos nas últimas duas décadas?

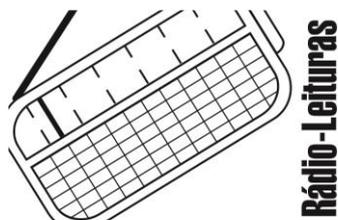
Palavras-chave: Radiojornalismo; Linguagem; Produção; Tecnologias; Afeto.

Introdução

¹ Versão revista do artigo apresentado no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em São Paulo, de 7 a 9 de novembro de 2018.

² Jornalista e professor com ampla atuação no mercado de comunicação, em redações de emissoras de rádio (CBN, Capital AM, Sulamérica Transito, EBC/Radiobras), agências de notícias (Agência Brasil, DPA, Voz da América e DW). Também atuou como gestor de equipes e dirigente de agências de comunicação empresarial. Doutor em pelo programa de Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, mestre em Comunicação e Mercado pela Fundação Cásper Líbero. E-mail: abufarah@uol.com.br.

³ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor, jornalista e radialista. Apresentador da Rádio MEC (educativa) da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Professor do Curso de Apresentação de Programas em Rádio para os jornalistas brasileiros da BBC World - Radio Service, em Londres (julho de 2004). Integrante do Grupo de Pesquisa Rádio e Memória, registrado no CNPQ. E-mail: marcusvozeconteudo@hotmail.com.



Para analisarmos mudanças na linguagem das produções jornalísticas de emissoras de rádio e o impacto dessas mudanças nas rotinas dos profissionais do meio, é necessária a descrição preliminar de o que entendemos por linguagem radiofônica e de que mudanças estamos a tratar. Estes são nossos pontos de partida.

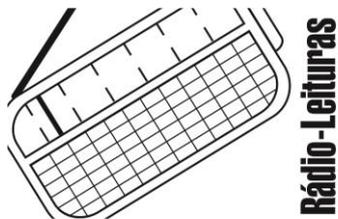
A linguagem radiofônica e a identidade das emissoras

Se entendemos linguagem radiofônica como um conjunto articulado de sons e silêncios, podemos afirmar que essa combinação capaz de nos transportar para diferentes paisagens sonoras mostra-se eficiente para ativar os cinco sentidos (visão, audição, tato, olfato e paladar) quando utiliza eficientemente dois ou mais dos chamados 'cinco idiomas' do rádio: a palavra falada, a música, as trilhas anímicas instrumentais, os efeitos sonoros e o silêncio (pausas).

O radialista e pesquisador cubano José Ignacio López Vigil afirma que o rádio passou a ser o meio dos afetos e da sensibilidade à flor do ouvido, após a popularização do transistor. Vigil dá especial destaque à linguagem como fator decisivo para a prática eficiente no meio rádio (ano, 1997 p. 36). Para ele a articulação alternada e coerente dos recursos definidos aqui como 'os cinco idiomas do rádio' tem potencial para transformar uma emissora e/ou um programa radiofônico em projetos atrativos, capazes de ativar uma relação de afeto, de confiança e, conseqüentemente, de permanência na relação entre comunicadores/jornalistas e ouvintes.

Atualmente, essa relação de confiança é percebida pelas direções das rádios comerciais como tão ou mais importante que os números absolutos de audiência. Não por acaso, um dos indicadores mais valorizados pelos dirigentes dos meios eletrônicos privados de comunicação, nos resultados dos trabalhos de institutos de pesquisa, é o 'tempo médio' diário que o ouvinte dedica aos programas ou a programação.

Em *Estratégias Sensíveis* (2006, p. 10), o professor Muniz Sodré afirma que a produção (ou formação) de sentidos não é algo que deva ser entendido como apenas



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

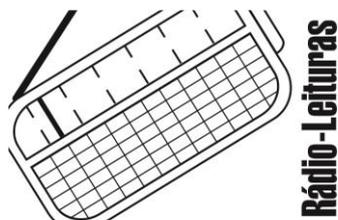
na ordem da razão e dos argumentos. Neste contexto, devemos inserir a atração pela somatória de elementos como o perfil de narração do locutor, o timbre da voz, a estrutura narrativa (uso de texto e recursos sonoros) utilizado dos programas, entre outros, para caracterizar aspectos únicos de cada programa e programação.

O que se convencionou chamar de carisma do(a) jornalista tem muito a ver com a percepção de que, ao apresentar um programa, ele(ela) está falando diretamente para cada ouvinte. Muitos integrantes do que se convencionou chamar de receptor, sem que estejam no ar, chegam a dar “boa tarde” ou “bom dia”, respondendo ao estímulo do(a) apresentador(a). É a sensação de reconhecimento mútuo – apresentador e ouvinte – de seus desejos e subjetividades, criando uma relação de intimidade e confiança entre o emissor e o receptor da mensagem (radialista/locutor e ouvinte).

A partir do uso majoritariamente individual do meio rádio, cada ouvinte com seu fone de ouvido, o público passou a associar a escuta do meio a suas atividades cotidianas: escuta enquanto dirige, trabalha, namora, faz o almoço, etc. Para conquistar esse ouvinte que tem atenção dividida, é fundamental que a linguagem radiofônica mexa com os “afetos”, como sugere Vigil (1997, p 36-37), mesmo que seja dentro da estrutura narrativa do jornalismo.

Walter Alves (1994, p 36) propõe uma mudança de atitude dos apresentadores de rádio para que “esqueçam” que estão falando para muitos ao mesmo tempo e se relacionem individualmente e intimamente com cada amigo ouvinte. Alves acredita também que a linguagem radiofônica eficiente tem muito a ver com “entender as necessidades do ouvinte”. Por isso, as programações jornalísticas radiofônicas têm investido tanto na participação dos ouvintes e na veiculação de serviços.

A locução em estilo de conversa com um amigo, a combinação adequada das músicas (estilos musicais: samba, MPB, rock, funk, etc) em sintonia com o público prioritário buscado, os efeitos sonoros – os que imitam os sons da natureza (vento, chuva, corrente de água) e os que servem para chamar a atenção (efeito eletrônico para marcar o tempo de jogo em uma narração de futebol, por exemplo) -, os silêncios (as



pausas, por exemplo, como recurso de dramaticidade nas locuções) e as trilhas instrumentais anímicas (fundos musicais para giros de notícias, para indicar suspense em radiodramas) devem funcionar de forma articulada, como ingredientes de uma “cozinha eletrônica”, com sugere Walter Alves. Todos estes elementos se articulam nas narrativas jornalísticas do rádio, auxiliando na construção do efeito de verdade, ou de veracidade da informação veiculada.

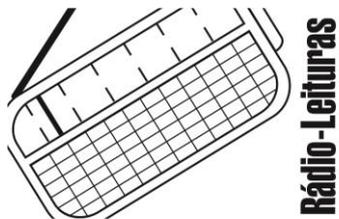
Essa cozinha eletrônica, como definiu o autor, prepara não somente a personalidade – formato e conteúdo – dos programas radiofônicos, mas também a ‘cara’ da emissora.

As articulações entre a voz, as músicas mais veiculadas, as vinhetas, as trilhas instrumentais e as pausas contribuem para a identificação sonora do programa e da emissora, porque trazem sons e silêncios muitas vezes só encontrados naquela sintonia. O ouvinte sabe que sintonizou sua emissora preferida ao reconhecer imediatamente essa espécie de personalidade (ou identidade) sonora, independentemente de o locutor anunciar ou não o nome da rádio nos primeiros minutos de audição.

As trilhas instrumentais podem gerar efeitos contrários aos desejados pelo roteirista se não cumprirem o papel de parte integrante de uma orquestra voltada para o fortalecimento da personalidade sonora e construção narrativa. Não se trata, portanto, de veicular aleatoriamente um efeito sonoro, pausa ou trilhas instrumentais para animar o ouvinte. É preciso que estes ingredientes integrem uma estratégia conjunta para ganhar sentido na linguagem radiofônica construindo os efeitos de sentido necessários para o bom entendimento da mensagem.

Mario Kaplún (2017, p. 169) alerta para o risco do uso abusivo e aleatório dos idiomas que compõem a linguagem radiofônica, especialmente no uso das trilhas. Essas práticas seguem presentes na maioria das emissoras brasileiras, poluídas pelo excesso de cortinas musicais, especialmente nos noticiários e nos programas esportivos.

A combinação dos cinco idiomas que formam a linguagem radiofônica deve levar em conta também os estímulos à interatividade, característica que faz parte da essência do meio rádio e que se tornou ainda mais forte na relação do meio com a internet.



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

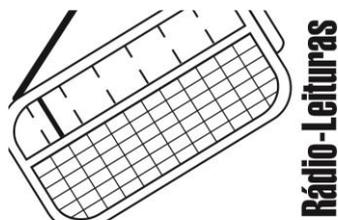
Eduardo Meditsch (1999, p. 112) observa que, já na década de 1990, a explosão da Internet e a popularização do uso dos controles remotos fizeram surgir o conceito de 'navegação' para dar conta do que seria "uma nova forma de fruição dos produtos culturais, caracterizada pela interatividade e marcada pelo *zapping* permanente" em uma grande oferta de conteúdo. Esse efeito reforça o desafio de produzir uma programação jornalística de rádio capaz de cativar o ouvinte e mantê-lo sintonizado pelo menos por mais de uma hora por dia. O que Meditsch já alertava, na década passada, é que o ouvinte fiel se tornaria uma espécie em extinção.

Não por acaso, nas emissoras comerciais, o chamado "tempo médio" de escuta constitui um dos principais parâmetros para propagandear virtudes do veículo na busca por patrocínio. "Minha rádio não é a líder, mas vou provar que tem excelente tempo médio", é frase comum dos representantes da área comercial de emissoras nas reuniões com agências de publicidade e patrocinadores.

Se, por um lado, a etapa iniciada na virada do milênio desafia fortemente o "tempo médio" de audição, por outro a internet abriu uma série de oportunidades para o aumento da abrangência da comunicação radiofônica, seja na ampliação do número de plataformas para a escuta das emissoras, seja nos recursos tecnológicos para aperfeiçoar a interatividade e simplificar o processo industrial de produção de reportagens.

Globalização nas comunicações e o impacto no meio rádio

Na década de 1990, a globalização da economia impactou de forma drástica os processos de, praticamente, todas as cadeias produtivas no planeta. Este acontecimento histórico mudou diretamente a forma como as empresas se relacionam com seus produtos, serviços, clientes, fornecedores, com seus funcionários, com os governos, etc. (ZUCULOTO, 2012, p.142).



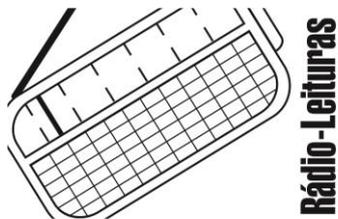
Tapscott indicou (apud CEBRIÁN, 1999, p.13) que assistimos ao surgimento de um novo meio de comunicação humana, que pode superar a todas as revoluções anteriores (a imprensa, o telefone, a televisão, o computador) dado ao impacto a vida econômica e social da população mundial (CEBRIÁN, 1999, p.13).

Na chamada “nova economia”, as informações e as comunicações humanas se tornaram digitais, sendo reduzidas a bytes que se movem à velocidade da luz por meio de redes de computadores, constituindo este conjunto de redes a mega rede que denominamos *Internet* (CEBRIÁN, 1999, p.15).

Neste espaço virtualizado, que simboliza e recria o real, o conceito de habilidade equivale ao domínio da mediação neste novo ambiente. Para tanto, é fundamental a compreensão dos modelos de produção de informação, entretenimento e comunicação, bem como, a fruição e decodificação das mensagens e processamento de informações, e das relações humanas ao longo das últimas décadas (CARDOSO, 2007, p. 477).

A ideia de habilidade, na sociedade de rede, está diretamente relacionada à capacidade de manipulação e assimilação de informação com um fim último de produção de conhecimento diante de um universo mediado (CARDOSO, 2007, p. 478). Há um aspecto diferencial deste momento histórico: uma maior autonomia para a interação entre as pessoas utilizando os suportes comunicacionais. Esta característica gera desdobramentos imediatos, sendo a necessidade de uma maior competência comunicativa a base para a realização eficiente das demais ações sociais. A integração entre diferentes mídias é o cenário do futuro, por ser o modelo que vai ao encontro de práticas culturais e de novos modelos de percepção do público. Diante disso, consideramos como paradigma dominante a necessidade de autonomia de interfaces que se relacionam entre si numa lógica de rede, utilizando várias ferramentas para a conectividade, tendo como denominador comum as tecnologias de conectividade em rede e não mais apenas a digitalização dos conteúdos (CARDOSO, 2007, p. 478).

Para argumentar em um mundo segmentado por nichos de diferentes grupos (sociais, culturais, econômicos, políticos, etc.) as pessoas reconhecem, nas diversas mídias, uma forma de ajuda no caminho da identidade escolhida, e a possibilidade de expressarem, cultivarem suas identidades individuais e comunitárias em uma lógica de



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

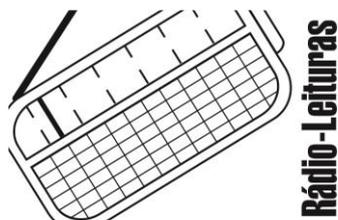
adesão e reconhecimento (CARDOSO,2007, p. 479). Estas circunstâncias são refletidas nas representações e consumo de mídia, individual e em grupo, sendo que estes estão cada vez mais fáceis de serem acessadas a partir da escolha dos usuários, criando um modelo de comunicação sintético em rede, gerando novas formas de identidade entre os diversos públicos e os meios de comunicação.

De forma geral, os meios tradicionais não atendem as necessidades de informação e entretenimento do público, reproduzindo modelos que estão esgotados ou em fase de esvaziamento. Com isso, há um desinteresse pelo consumo de conteúdos nos formatos tradicionais (meios impressos e eletrônicos), ainda baseados em uma lógica de produção analógica, gerando um impacto direto no modelo de negócios dos meios de comunicação reconhecidos pelo modo de produção, e distribuição, massivos.

Há um novo perfil de ouvintes, espectadores, e leitores que passaram a ter uma maior autonomia utilizando as ferramentas digitais, de tal forma, a serem elevados a uma nova categoria: a de usuários. Não mais seres passivos com limitações para interagir com os produtos midiáticos.

O meio rádio está inserido neste contexto, como todos os demais. Para atender a este novo perfil de ouvintes / usuários, o veículo ressurgiu amparado pela rede mundial de computadores, redes de telefonia móvel, redes sociais, entre outras ferramentas digitais. KISCHINHEVSKY (2016, p. 13) afirma que o rádio é um meio expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de músicas.

Portanto, o meio rádio teve suas características ampliadas e potencializadas pela internet possibilitando uma diferenciação de seus conteúdos através de uma alteração na produção, edição, e transmissão, ganhando mais agilidade com a digitalização do áudio e demais informações necessárias para atender um público com maior poder de escolha. Estas novas formas de transmitir áudio em diferentes plataformas criaram uma perspectiva totalmente diferente para que o meio rádio pudesse avançar na busca por novos ouvintes. A interação entre ouvintes e emissora, e entre ouvintes e outros

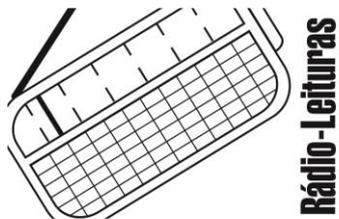


ouvintes, é a contribuição mais sensível que a Internet dá ao rádio, proporcionando ao veículo aprofundar suas relações em amplos sentidos.

CEBRIÁN (2001, p. 216) diferencia a mensagem radiofônica, neste contexto, em síncrona e assíncrona. Sendo a primeira o ponto forte das emissoras tradicionais (por ondas), em que é possível avaliar e recombinao o tempo da narrativa as necessidades da transmissão imediata dos fatos no momento dos acontecimentos. Para o autor, na forma assíncrona as ferramentas do universo digital permitem a conexão ao conteúdo das emissoras de rádio fora do instante de sua veiculação, deixando aos ouvintes a liberdade de buscarem e acessarem quando e como preferirem. Portanto, se destrói a fugacidade e o imediatismo em detrimento da capacidade de recuperação das informações transmitidas. Esta é a característica fundamental das emissões jornalísticas no meio rádio, pois é a possibilidade de narrar o fato no momento de sua realização, ou o mais próximo dele, que garante a diferenciação da identidade do rádio dos demais meios de comunicação. Por isso, podemos afirmar que as alterações sofridas pelo rádio levaram a mudanças substanciais na forma de produzir e veicular notícias no meio. Para tanto, ocorreram mudanças nas rotinas de produção e nas estruturas narrativas dos radiojornais.

O cenário tecnológico e as novas atribuições do jornalista de rádio

O trabalho do jornalista - incluindo a coleta, o processamento e a transmissão dos conteúdos informativos - passou por uma reformulação devido à difusão do acesso às tecnologias e às novas formas de fruição geradas pelas ferramentas de transmissão de dados. Verweij (2009) explica que este cenário leva a uma compreensão dos meios de comunicação sob uma perspectiva tecnológica, através da digitalização da informação, mas também de negócios e cooperação. Com isso, novas ações são geradas especificamente nos meios de comunicação, onde os processos de convergência devem ser compreendidos de forma evolutiva e complementares nas esferas empresarial, de conteúdo e profissional (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS, 2008). Neste processo podemos



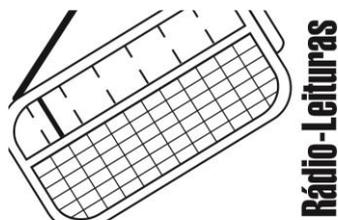
Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

verificar que estes níveis não se excluem, mas se interligam na construção de novos métodos e na consolidação da identidade dos meios neste ambiente.

As interfaces disponíveis estão mais acessíveis e intuitivas, permitindo que o público se integre de maneira intensa no processo de produção da informação. A cada dia, mais as emissoras de rádio buscam articular os sistemas tradicionais com os processos e possibilidades gerados pelas novas tecnologias, com o objetivo de facilitar o processo de apuração dentro das redações. Desta forma, novas atividades surgem para o profissional de comunicação no ambiente noticioso das emissoras de rádio. Para produzir conteúdo radiofônico, o comunicador precisa utilizar ferramentas que vão além do áudio, passando pela etapa do processo de apuração, produção e veiculação da notícia. Esta mudança tem origem histórica nos anos de 1990, já no início da implantação dos processos de digitalização dos áudios, quando os jornalistas passaram a captar, editar e compactar suas entrevistas e matérias em produtos sonoros acabados prontos para irem ao ar. Desta forma, os profissionais tiveram de se adequar as novas rotinas adquirindo habilidades que estavam no âmbito da técnica e da operação da emissora. A cada dia esta tendência se consolida aliada à produção de textos para complementar e/ou apresentar as informações que compõem o áudio para a veiculação no site da emissora. Assim, consolida-se o jornalista multimídia para a produção radiofônica.

Importante destacar que este processo não se trata da descaracterização do meio rádio, mas sim, de estender suas características utilizando recursos de webjornalismo que estabelecem novos parâmetros para as notícias veiculadas, amplificando os conteúdos através de complementos como links para textos e *players* de programação, matérias anteriores, podcasts com reportagens, comentários relacionados e canais que possibilitam uma maior interação com os usuários/ouvintes, tudo arregimentado dentro dos sites das emissoras, que se transformaram em polos agregadores de conteúdo (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 106).

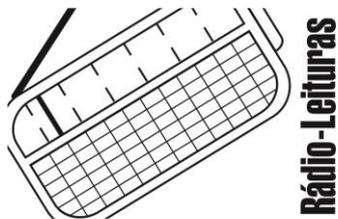


Neste ponto, chamamos a atenção para uma mudança no comportamento do internauta que identifica o suporte e não a fonte das informações, pois boa parte do tráfego, de notícias das redes sociais, é originado em conteúdos jornalísticos destes portais (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 17).

Esta mudança de hábito da audiência é um dos principais fatores motivadores das alterações no formato jornalístico no meio rádio, e para tanto requer mudanças na forma de gestão, no perfil profissional, nas rotinas de trabalho e na estrutura do discurso radiojornalismo empregado nas emissoras.

Neste contexto, as novas rotinas profissionais foram condicionadas pela necessidade de adequação dos conteúdos as suas audiências levando a uma maior velocidade na produção e veiculação de notícias radiofônicas, pois a informação pode ser acessada em vários suportes diferentes. Com isso, o meio rádio perdeu parte de um dos seus pilares: o imediatismo na transmissão ao vivo do palco dos acontecimentos. Um usuário médio da internet pode obter dados sobre jogos de seu time preferido, informações de trânsito, ou sobre conflitos internacionais em apenas um click, bastando estar conectado à internet ou as redes sociais. Em muitos casos as emissoras utilizam esta facilidade de acesso dos ouvintes para torná-los “repórteres” informando os fatos que estão presenciando, mas sem que tenham qualquer formação específica para a narrativa jornalística. Com isso, as redações tiveram suas equipes reduzidas e as ferramentas de interação ampliadas para garantir a maior participação dos ouvintes com menor custo e garantir material único.

Esta urgência em gerar conteúdos novos e exclusivos levou aos profissionais de rádio a buscarem novas formas de estruturar os programas noticiosos, especialmente os radiojornais. A justificativa é de que não há mais tempo para a elaboração de textos com todos os requisitos e padrões técnicos, como o uso de laudas (formulários específicos), checagem de dados com um maior número de fontes e a construção de roteiros que contenham todas as informações que serão veiculadas no programa. Ou seja, a necessidade de competir pela rapidez em gerar e entregar notícias aos ouvintes, antes que recebam por outros canais forçou a uma mudança na forma de construção dos radiojornais em um novo ambiente, em que o roteiro não tem mais espaço, pois



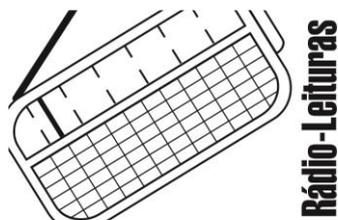
Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

requer mais tempo e dedicação dos profissionais. Com isso, houve uma alteração na estrutura narrativa, pois a composição de elementos da linguagem radiofônica (trilhas, vinhetas, comerciais, efeitos, etc.) passou a ser mais pontual e com pouca variação, já que a distribuição destes recursos era baseada nos roteiros.

Atualmente, os conteúdos são veiculados de forma a cumprirem a maratona diária de produção tendo apenas uma pequena indicação dos temas que serão apresentados. Tornou-se impossível construir uma narrativa toda organizada no roteiro radiofônico para a transmissão de notícias, pois o tempo do ambiente digital atropela a produção de conteúdo. Desta forma, os apresentadores, âncoras e locutores reproduzem as notícias vindas de muitos suportes (redes sociais, agências de notícias, sites especializados, assessorias de imprensa, etc.) praticamente sem um tratamento para a adequação da linguagem ao meio rádio. As informações surgem em uma correnteza de dados que precisam ser veiculados e amarrados instantaneamente para atender a suposta demanda por informações dos ouvintes.

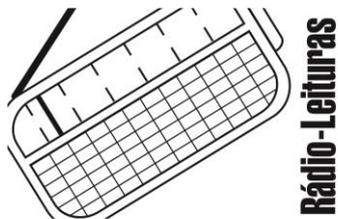
Na produção de conteúdos jornalísticos em uma emissora de rádio, o profissional de comunicação utiliza vários parâmetros para a construção do material, tais como: o que é passível de agendamento prévio (coberturas de ações e eventos pré-estabelecidos) ou não, como incêndios, atentados, etc. Outro fator importante é o que necessita de um esforço jornalístico ou de censo de oportunidade, como matérias investigativas. E a proximidade geográfica dos fatos, buscando dar mais atenção aos acontecimentos que estejam dentro da área de cobertura geográfica da emissora. Neste processo de produção os quesitos anormalidade, diferença ou destaque constituem-se fatores necessários para a definição dos fatos que terão espaço na programação da emissora. Para determinar a abrangência de um fato, opinião ou serviço, o jornalista tem de analisar alguns itens, como: atualidade da informação, sendo que há um interesse maior pelo que mais recente; proximidade, tentando dar atenção aos acontecimentos mais próximos do ouvinte; proeminência, ou seja, se envolve personalidades ou ações de importância para o quadro de valores do público; e



universalidade, que o fato seja de interesse do maior número de pessoas dentro do público da emissora (FERRARETTO, 2014, p. 88). Mas, todos estes fatores são reduzidos a busca frenética por notícias nas bases digitais, deixando pouco, ou nenhum espaço para a produção autoral diferenciada de pautas e matérias com real interesse público.

Dentre os elementos apontados para a transmissão da notícia no meio radiofônico, devemos destacar a estrutura profissional necessária à transformação de materiais diversos em notícias que serão veiculadas. A pesquisadora e professora Gisela ORTRIWANO (1985, p. 100) registrou em através de seu livro “A informação no Rádio”, que havia, até 1985 (ano da última edição), uma estrutura pré-definida necessária para a captação de informações, transformação e veiculação de notícias radiofônicas. Desta forma, utilizaremos seus estudos como referência para indicar o modelo de redação jornalística adotado até meados dos anos 1985, nas emissoras de rádio noticiosas do Brasil. A professora indicou como funções encontradas no departamento de jornalismo das emissoras, na época: setorista, rádioescuta, redator, editor, editor de horário, editor de reportagem, editor do jornal, editor-chefe, chefe de departamento, chefe de reportagem, assistente de chefia, pauteiro, repórter, correspondente, locutor, comentarista, apresentador, analista, pesquisador. Embora houvesse esta separação, era comum a sobreposição de ações e a junção de funções dentro das redações, mas de forma geral seguiam a estrutura de produção baseada no modelo fordista (linha de produção). Assim, a produção de notícias passava por uma estrutura com funções segmentadas que garantia a estruturação dos radiojornais com pautas, textos, reportagens, boletins, etc.

Esta estrutura de trabalho funcionou neste formato até a chegada da Internet, quando houve uma reestruturação das redações, o que alterou os processos de produção de conteúdo jornalísticos para os meios, especialmente o rádio. FERRARETTO (2014, p. 93) afirma que o rádio tem um fluxo particular de trabalho para a captação, tratamento e transmissão das mensagens noticiosas. O autor apresentou em sua obra “Rádio: Teoria e prática”, a nova estrutura das redações, em 2014, ano da edição do livro. FERRARETTO indica que as funções vigentes para a realização do trabalho jornalístico em rádio foram reduzidas e reconfiguradas apenas em: pauteiro, chefe de



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

reportagem, redatores, editores e escutas. Segundo o autor (FERRARETTO, 2014, p. 94) foram trazidos a este cenário as funções de âncora, que também atua na captação de notícias, participa da definição dos conteúdos e apresenta programas (entrevistas, debates, etc.) em contra- posição aos comunicadores dos anos 1970, que tinham uma função mais de apresentar e entreter o ouvinte. E de produtor, aquele que pensa o programa alinhado com os âncoras, agendando entrevistas, organizando as entradas dos comentaristas, repórteres e fontes de informações. Esta função tinha outra característica, menos ampla e complexa, apenas operacionalizando as tarefas indicadas pelo diretor do programa.

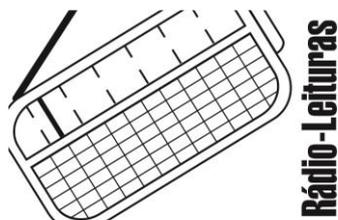
Ao compararmos as descrições de funções apresentadas nos dois momentos distintos do meio, no Brasil, podemos avaliar que dos 20 cargos, que eram utilizados na produção de conteúdos radiofônicos jornalísticos em 1985 (quando foi editado o trabalho), passamos a uma realidade de apenas 7 cargos empregados na estrutura das emissoras registrado na obra de 2014. Mesmo incluindo alguns cargos que ainda são utilizados nas emissoras jornalísticas, não listados pelo autor, como comentaristas e correspondentes, percebemos uma queda drástica no número de funções.

Esta redução do quadro de pessoal das emissoras jornalísticas ocorreu em função dos vários elementos trazidos pela utilização de novos recursos de comunicação que nasceram no epicentro do processo de mudança e popularização da Internet.

Considerações finais

As alterações citadas acima levaram a uma nova forma produção de conteúdos jornalísticos para o meio rádio, ao provocar mudanças na rotina de captura, produção, edição e veiculação de notícias. Como explica a pesquisadora a professora e pesquisadora Valci ZUCULOTO:

No bojo deste processo de ampliação do jornalismo radiofônico e a consolidação da especialização das emissoras é que se observa a

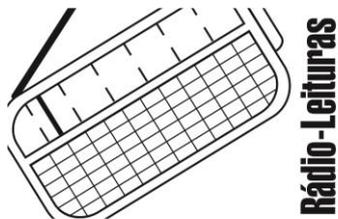


emergência de um novo modelo de programação radiojornalística: o “*All News*” (2012, p. 127).

A pesquisadora apresenta uma mudança importante no modelo de radiojornalismo realizado no país. A transformação do perfil dos antigos “jornais falados”, em que os locutores tinham a primazia da exposição das notícias apuradas através de agências de notícias e jornais impressos, e expostas em textos lidos e comentados pelos apresentadores, para noticiosos com uma maior presença dos repórteres e na produção em estúdio. Tudo tendo como base a mobilidade disponibilizada através do uso de celulares pelos profissionais de comunicação (repórteres, apresentadores, etc.), pelas fontes de informação (especialistas, comentaristas etc.) e pelos ouvintes que passaram a participar de forma mais efetivas nas programações.

Estas mudanças foram necessárias para atender a um novo modelo de consumo de notícias por parte dos ouvintes, que passaram a ter outras fontes de informação competindo pela velocidade em dar “a notícia em primeira mão”. Diante deste processo, a estrutura narrativa dos radio jornais dos anos de 1980/90, com pouca flexibilidade de alterações no formato e na inclusão de conteúdo (estruturados em textos ordenados em roteiros pré-estabelecidos) migrou para um formato menos formal e flexível, nos anos 2000, que foca na quantidade das informações apresentadas desprezando, em parte, a estrutura estética dos blocos de conteúdo segmentados por editorias. A narrativa é desenvolvida em formato de uma correnteza de informações vindas de fontes diversas (em maioria, originadas na web) e articuladas pela equipe com o âncora para uma veiculação rápida e contínua, alterando assim o perfil da linguagem radiofônica dos programas jornalísticos, que passou a ser mais rápida, menos elaborada e mais coloquial, buscando tornar o fluxo de notícias uma narrativa mais simples em função do volume de dados apresentados.

Outro diferencial narrativo, é que com a digitalização dos conteúdos foi possível o acesso a trechos de programas, arquivos de gravações, etc. que até então não eram possíveis fora do momento da veiculação. Com esta possibilidade tecnológica, houve



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

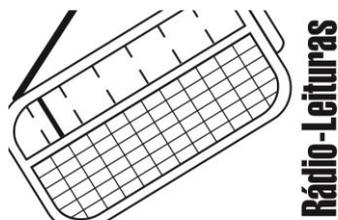
Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

uma ruptura do espaço/tempo da emissão controlado pelo emissor (comunicador), passando a escolha do conteúdo a ser ouvido para o receptor. Essa quebra de paradigma levou a um processo de fragmentação da programação e dos programas de rádio em arquivos contendo os trechos de interesse dos ouvintes, abrindo a possibilidade de recombinação de conteúdos diferentes em outro momento que não o da emissão realizada em tempo real pela emissora.

Esta situação estabelece novas formas de relação entre o emissor e o receptor rompendo o contrato de mediação estabelecido inicialmente entre a emissora e o ouvinte, levando a recombinações de gêneros e formatos de conteúdos radiofônicos baseados nos diversos acessos dos arquivos digitalizados. Com isso, há uma nova preocupação dos apresentadores em evitar datar determinados conteúdos para que sejam aproveitados nos sites das emissoras sem prazo de validade jornalística.

A maioria destas mudanças implicou na alteração da forma de produzir e entregar as notícias aos ouvintes partindo de diversas variações de linguagem. O meio rádio garantiu sua sobrevivência alterando as características das mensagens enviadas atendendo as necessidades dos públicos de diferentes épocas. Desta forma, as alterações técnicas refletiram alterações de linguagem na estrutura dos textos apresentados nos roteiros radiofônicos. Porém, com as novas tecnologias da comunicação empregadas a partir dos anos de 1990, houve uma aceleração dos processos de consumo e produção de notícias, uma vez que o meio passou a concorrer diretamente com a internet para apresentar as informações à população. Com isso, houve uma redução do tempo de produção de conteúdos jornalísticos para atender a uma demanda cada vez mais imediata não dando mais tempo para a redação de textos e a composição de roteiros radiofônicos acabados.

Os avanços da tecnologia apoiaram o meio rádio desde seu surgimento até momentos decisivos, em que muitos chegaram a decretar a sua morte. Porém, a cada ameaça a radiodifusão encontrou novos caminhos, novas linguagem, novos ouvintes, para sobreviver até o século XXI. A mesma tecnologia que garantiu a sobrevivência do



Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

rádio, atualmente traz novas perspectivas, mas força uma mudança de linguagem a partir da estrutura narrativa, tendo como exemplo as alterações nos jornais radiofônicos.

Ou seja, estamos vivenciando uma mudança de linguagem dos radiojornais para uma nova estrutura narrativa ainda pouco definida, mas diferente da implementada e mantida até os anos 1990, anterior a inclusão das novas tecnologias de comunicação no meio radiofônico. Estas alterações poderão gerar novos gêneros comunicativos a partir de novas linguagens trazidas pela interação com a tecnologia, talvez entre o jornalístico e o entretenimento, embora não tenhamos subsídios para garantir para onde aponta o fim deste processo.

Referências bibliográficas:

ALVES, Walter Ouro. **La Cocina Electrónica**. Quito, Ecuador: Ediciones CIESPAL, 1994.

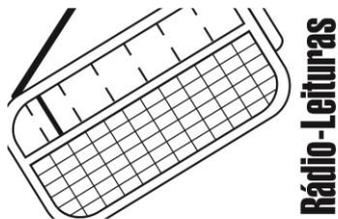
CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A Rede** – Como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação. Tradução: Lauro Machado Coelho. São Paulo: Summuns, 1999.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.

DEL BIANCO, Nélia. A presença do radiojornalismo na Internet – Um estudo de caso dos sites da Jovem Pan e Bandeirantes. **Estudos de Jornalismo e Mídia**. Florianópolis. 1º Semestre de 2004. Disponível in <http://posjor.ufsc.br/public/docs/121.pdf>. Acessado em 12.06.18 às 12h00min.

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



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

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

KAPLUN, Mario. **Produção de programas de rádio: do roteiro à direção**. São Paulo: Intercom, Iorianópolis: Insular, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádios e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (org). **Jornalismo On-Line: Modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

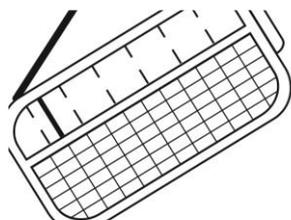
MEDITSCH, Eduardo. A Nova Era do Rádio: o discurso do radiojornalismo como produto intelectual eletrônico. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs). **Rádio no Brasil, Tendências e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ; Brasília, DF: UNB, 1999.

MEDITSCH, Eduardo. **A Rádio na era da informação**. Coimbra, Minerva Editora, 1ª edição, 1999.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

SODRÉ, Muniz. **As Estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.

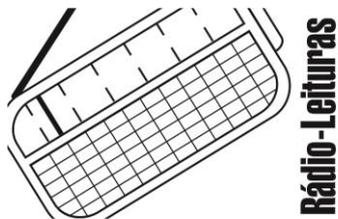
VERWEIJ, Peter. A Case Study of Convergence of Print, Radio, Television and Online Newsrooms at the African Media Matrix in South Africa during the National Arts Festival. **Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies**. Vol. 15(1). pp. 75–87. Sage, 2009.



VIGIL, José Ignacio López. **Manual Urgente para Radialistas Apasionados**. Quito: Amarc, 1997.

ZARAGOZA, Claudia. Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia del Distrito Federal. **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**. Ano XLV, Num 185, mai-ago 2002.

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



Considerações sobre o impacto das novas tecnologias no radiojornalismo

Alvaro Bufarah Junior e Marcus Aurélio de Carvalho

Abstract

This paper presents an analysis of the lines of force that altered the discursive logic and language of the radio medium - focusing on journalistic programs - since the 1990s, when the Internet began to change its own listening dynamics, whether in listening content at any time (and no longer necessarily with the compromise agreed upon in the programming grid), whether in the multiplatform character of the apparatus for the reception of programs: cell phone, personal computer, the old battery radio, etc. Our approach pays particular attention to changes in the language and routines of news production processes. To what extent have scripts, the time spent on reporting, the division of tasks in writing and the use of the so-called "five radio languages" (voice, music, sound effects, pauses and soul tracks) gained new meaning in the last two decades?

Keywords: Radio journalism; Language; Production; Technologies; Affection.

Resumen

Este artículo presenta un análisis de las líneas de fuerza que alteraron la lógica discursiva y el lenguaje del medio de radio, centrándose en programas periodísticos, desde la década de 1990, cuando Internet comenzó a cambiar su propia dinámica de escucha, ya sea al escuchar contenido en cualquier momento (y ya no necesariamente con el compromiso acordado en la cuadrícula de programación), ya sea en el carácter multiplataforma del aparato para la recepción de programas: teléfono celular, computadora personal, la vieja batería de radio, etc. Nuestro enfoque presta especial atención a los cambios en el lenguaje y las rutinas de los procesos de producción de noticias. ¿En qué medida los guiones, el tiempo dedicado a la presentación de informes, la división de tareas en la escritura y el uso de los llamados "cinco idiomas de radio" (voz, música, efectos de sonido, pausas y pistas del alma) han adquirido un nuevo significado en los últimos dos décadas?

Palabras Clave: Periodismo radiofónico; Lenguaje; Producción; Tecnologías; Afecto.