

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**João Villa Real do Amaral**

**O RÁDIO E OS GRANDES EVENTOS:**

possibilidades de cobertura ao vivo

**Juiz de Fora  
Novembro de 2017**





**João Villa Real do Amaral**

**O RÁDIO E OS GRANDES EVENTOS:**

possibilidades de cobertura ao vivo

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador (a): Prof. Dr. Márcio de Oliveira  
Guerra

Juiz de Fora  
Novembro de 2017



João Villa Real do Amaral

O rádio e os grandes eventos:  
Possibilidades de cobertura ao vivo

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (FACOM/UFJF)

Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:

---

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (FACOM/UFJF) - orientador

---

Prof. Mestre Ricardo Bedendo (FACOM/UFJF) - convidado(a)

---

Prof. Dr. Jorge Carlos Felz Ferreira (FACOM/UFJF) – convidado (a)

Conceito obtido: ( ) aprovado (a)      ( ) reprovado (a).

Observação da banca: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Juiz de Fora, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201\_\_\_\_.



Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática  
da Biblioteca Universitária da UFJF,

com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Amaral, João Villa Real do.

O rádio e os grandes eventos: possibilidades de cobertura ao vivo / João Villa Real do Amaral. -- 2017.

59 f.

Orientador: Márcio de Oliveira Guerra

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2017.

1. Radiojornalismo. 2. Cobertura Ao Vivo. 3. Grandes Eventos. I. Guerra, Márcio de Oliveira, orient. II. Título.







## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por me possibilitar realizar tantas coisas incríveis. Aos meus pais, pelo apoio e incentivo incondicionais. À toda minha família, meus avós, tios, e primos, cada um teve sua parcela para me fazer seguir em frente e não desistir.

Aos meus amigos, em especial àqueles que fiz durante este período de faculdade, e que levarei para a vida toda.

Aos professores da Faculdade de Comunicação – em especial meu orientador Márcio Guerra - com os quais tive a honra de aprender a profissão que sempre foi meu sonho de infância. Agradeço aos colegas de trabalho da Rádio Globo, TVE, equipe esportiva da Rádio Facom e a todos que me abriram as portas para que meu sonho fosse possível.



“Impossível é apenas uma palavra usada pelos fracos que acham mais fácil viver no mundo que lhes foi determinado do que explorar o poder que possuem para mudá-lo. O impossível não é um fato consumado. É uma opinião. Impossível não é uma afirmação. É um desafio. O impossível é algo potencial. O impossível é algo temporário. Nada é impossível. ”

(Muhammad Ali)



## **RESUMO**

O presente trabalho pretende explorar de que maneira os grandes eventos que trazem algum impacto para a sociedade são transmitidos pelo rádio. Para tal, é feito um estudo bibliográfico de análise da história da radiodifusão brasileira. O projeto também traz definições e conceitos de eventos e grandes eventos, os analisando em um viés jornalístico. É feita uma análise de aspectos do radiojornalismo que se encaixam na cobertura de grandes eventos, e também são expostos pensamentos e ideias de autores sobre o tema. Por fim, propõe-se um roteiro básico baseado nos conceitos apresentados, que define as principais características de uma transmissão ao vivo, bem como os principais cuidados a serem tomados pelos profissionais.

Palavras-chave: Radiojornalismo, Grandes Eventos, Cobertura Ao Vivo, Roteiro.









## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2 BREVE HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL .....</b>	<b>15</b>
<b>3 CONCEITO DE EVENTOS E GRANDES EVENTOS .....</b>	<b>21</b>
<b>4 COBERTURA JORNALÍSTICA NO RÁDIO .....</b>	<b>27</b>
4.1 O ACESSO À NOTÍCIA NO RÁDIO .....	27
4.2 CREDIBILIDADE .....	30
4.3 A REPORTAGEM NO RÁDIO .....	32
<b>4.3.1 Reportagem gravada .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3.2 Reportagem ao vivo .....</b>	<b>34</b>
4.4 COBERTURA DE GRANDES EVENTOS .....	38
<b>4.3.1 Cobertura em eventos não-planejados .....</b>	<b>38</b>
<b>4.3.2 Cobertura em eventos planejados .....</b>	<b>42</b>
<b>5 PROPOSTA DE ROTEIRO DE COBERTURA DE GRANDES EVENTOS.....</b>	<b>47</b>
4.1 O GRANDE EVENTO NÃO-PLANEJADO .....	47
4.2 O GRANDE EVENTO PLANEJADO .....	50
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>55</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>57</b>







## 1 INTRODUÇÃO

Uma das principais características do rádio é a sua instantaneidade. Apesar de utilizar-se também de recursos gravados, a principal forma de se comunicar ainda é ao vivo. E isto traz uma maior credibilidade junto ao público. Ao falar diretamente com o ouvinte no momento em que as coisas acontecem, a voz do radialista se torna os olhos do povo. E este assunto é ainda melhor observado quando grandes eventos impactam a vida da sociedade em que estão inseridos.

O estudo deste tema se torna relevante pela grande penetração que o veículo rádio ainda alcança até os dias atuais. Na cobertura de grandes eventos em especial, o rádio se destaca justamente pela sua característica de instantaneidade, e na capacidade de se contar uma narrativa em torno daquilo que está acontecendo, explorando a imaginação do ouvinte.

Pensando nisso, o seguinte trabalho estuda a cobertura jornalística no rádio de eventos de grande porte, analisando como este tipo é feito no momento em que os fatos acontecem. Este projeto ilustra os principais desafios deste tipo de cobertura ao vivo, analisando como elas acontecem. Através de um trabalho de pesquisa bibliográfica, traça um panorama da cobertura em grandes eventos – seja planejados ou não-planejados. Feito isso, o trabalho propõe uma espécie de roteiro para transmissões de eventos, delimitando as principais características deste tipo de reportagem, e indicando os caminhos a serem seguidos.

Para alcançar o resultado desejado, é preciso primeiro entender como que o rádio no Brasil chegou onde chegou, e como se consolidou aqui. Por isso, inicialmente será explorada a história do rádio no país, desde seus primórdios, fazendo uma análise das características de antigamente, e como as novas tecnologias que foram surgindo no decorrer do último século ajudaram a moldar o veículo nesta busca por sua renovação. A análise chega os dias atuais, quando novamente começa a se integrar com a tecnologia presente.

Posteriormente, define o que é de fato um evento, analisando suas principais características e aspectos, e definindo também por que a cobertura de um evento é importante jornalisticamente. Para isso, os eventos são considerados como sendo de duas maneiras: planejado e não-planejado. Pretende-se diferenciar os dois, esmiuçando de que forma ambos impactam na população. Depois disso, a busca é na determinação de sua dimensão, de maneira a conceituar o que constitui o que pode ser considerado “grande evento”.

O capítulo seguinte aborda de maneira mais profunda as relações do rádio com o jornalismo, explorando as principais características do mesmo, e explicando de maneira breve como o radiojornalismo se constrói dentro de uma emissora. Para isso, são usados conceitos de

credibilidade, uso das fontes, prestação de serviços e utilidade pública, e também regras de uma reportagem radiofônica, seja gravada ou ao vivo. Após definidos estes pontos, busca-se analisar como o rádio se comporta na transmissão e cobertura dos grandes eventos, fazendo uma varredura geral nos conceitos empregados pelos autores especialistas no tema, e trazendo uma visão mais ampla desse tipo de reportagem.

Por fim, utilizando-se dos conceitos e regras expostos no decorrer do trabalho, é proposto um roteiro básico, com alguns aspectos específicos a serem considerados pelo profissional que é empregado para a realização de uma cobertura de um grande evento pelo rádio. Esse roteiro diferencia os grandes eventos em planejados ou não, trazendo características específicas de ambos, desafios e pontos em comum.

O trabalho em completo busca adentrar no universo radiofônico ao estudar uma característica ainda pouco explorada academicamente, mas rica de conteúdo e de importância para a construção da força do veículo na sociedade de hoje em dia.



## 2 BREVE HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL

Os primeiros registros de transmissão radiofônica pública no país datam do ano de 1922, com transmissão direta durante a Exposição do Centenário da Independência, no dia 7 de setembro. Naquela ocasião, foi transmitido o discurso do presidente Epitácio Pessoa, além da ópera “O Guarany”, de Carlos Gomes, direto do Teatro Municipal. Calabre (2002) destaca que a Exposição teve grande importância na época, por dar a oportunidade ao país se mostrar para o exterior. Para o sucesso de sua ideia, o presidente contou com o apoio de empresas norte-americanas, que ajudaram na transmissão, como a Westinghouse Electric. Estas se encarregaram de trazer os equipamentos para montagem, e uma estação foi colocada no alto do Corcovado. Diversos aparelhos receptores foram instalados nos pavilhões da Exposição. Além disso, outras cidades, como São Paulo, Petrópolis e Niterói também tiveram a oportunidade de ouvir a primeira transmissão.

Para Ortriwano (2003), o rádio já nasce no país com característica jornalística, pois “as emissoras, de maneira geral, são inauguradas transmitindo algum evento, ou, ao menos, informando sobre sua própria existência” (ORTRIWANO, 2003, p. 67).

Motivado pelo sucesso das transmissões, o médico Edgard Roquette Pinto decidiu fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que começou a operar um ano depois, tendo sua inauguração em 30 de abril de 1923. Segundo Ortriwano (2003), Roquette Pinto também é o responsável pela criação e apresentação do primeiro jornal de rádio do país, o Jornal da Manhã. Por isso, ele é definido como “o primeiro locutor (e comentarista) do rádio brasileiro” (ORTRIWANO, 2003, p. 68). Em contrapartida, Zuculoto (2012) minimiza os impactos deste primeiro noticioso, definindo a notícia como precária nos primórdios do rádio nacional.

Pode-se dizer que a notícia é exceção no rádio pioneiro, pois é emitida como cópia pura e simples dos jornais impressos. Também pela precariedade técnica das transmissões. Mesmo os radiojornais de Roquette Pinto, com opinião e interpretação, não chegam a marcar um modelo para a notícia radiofônica brasileira, pois eram igualmente produzidos com base nos impressos e foram superados pelo estilo Esso posteriormente. (ZUCULOTO, 2012, p. 3)

Após a fundação da Rádio Sociedade, outras emissoras foram sendo inauguradas ao redor do país. Porém, como destaca Calabre (2002), por conta do alto custo de manutenção dos aparelhos da época, a radiodifusão se espalhou de maneira ainda tímida. Em 1930, o Brasil tinha apenas 16 emissoras.

A grande dificuldade inicial se dava, principalmente, pelo fato do custo elevado dos equipamentos e da implantação da radiodifusão. Além disso, de acordo com Bianco e Pinheiro (2017), as primeiras emissoras de rádio do país não transmitiam em caráter comercial, sendo

organizadas como sociedades ou clubes, geralmente financiadas pela elite, que tinha voz atuante na programação veiculada.

Além da falta de recursos, o começo do rádio no Brasil ainda passava por um segundo problema: a falta de regulamentação por parte do governo, o que fazia com que o veículo passasse em sua primeira década um período considerado experimental, como define Calabre (2002). Em 27 de maio de 1931, quase nove anos depois da primeira exibição no país, é publicado o decreto<sup>1</sup> que regulamenta os serviços de radiocomunicações em território nacional, durante o governo de Getúlio Vargas. Em texto publicado no site oficial da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), o ex-presidente da entidade José de Almeida Castro afirma que o decreto da época “adotava integralmente o modelo de radiodifusão norte-americano<sup>2</sup>.” Dez meses depois desta primeira medida, o decreto de 1 de março de 1932 aprovou e complementou a regulamentação dos serviços de radiocomunicação previstos no primeiro. Dentre as principais novidades, estava a autorização oficial de veiculação de anúncios comerciais, sem necessidade de autorização prévia. Calabre (2002) atribui aos dois decretos grande parcela na consolidação e profissionalização do rádio brasileiro.

No decorrer da década de 30, o rádio ganhou força e popularidade entre os brasileiros. Com a fundação de novas emissoras, e o gradual afastamento do formato experimental que ditava os primeiros anos, o veículo, segundo Calabre (2002), “já era visto como um meio de comunicação fundamental e indispensável, só ele poderia informar, transmitir as notícias com a velocidade necessária dos novos tempos” (CALABRE, 2002, p. 63). Também na década de 30, surgem as primeiras emissoras de caráter educativo no país. O pioneiro deste foi justamente Roquette-Pinto, ao doar sua Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao então Ministério dos Negócios da Educação e Saúde, com a demanda da conservação do aspecto educativo e cultural de sua programação.

Com o passar do tempo, durante as décadas de 30 e 40, o radiojornalismo também se desenvolveu e passou a tomar forma, após um longo período sendo apenas um reprodutor de reportagens do jornal impresso, que era visto pelo público como um veículo de maior credibilidade. Mesmo ganhando maior importância, o jornalismo ainda se encontrava em segundo plano nas emissoras, com a ascensão de formatos como programas de auditório,

---

<sup>1</sup> <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>

<sup>2</sup> <http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil>

musicais e radionovelas, fato que faz surgir a “era do rádio espetáculo”. Este longo período da história durou até a década de 50, quando a televisão foi implantada no Brasil.

No começo da década de 40, porém, o “Repórter Esso” da Rádio Nacional e o “Grande Jornal Falado Tupi”, da Rádio Tupi, consolidaram de vez o espaço do jornalismo na programação das grandes emissoras. O “Repórter Esso” vai ao ar pela primeira vez em 28 de agosto de 1941, e tem como principal objetivo em seus primórdios, passar as últimas informações da Segunda Guerra Mundial. Klöcner (2008) credita o noticioso por trazer inovações às normas e técnicas do rádio.

Com o Repórter Esso, o rádio começa a desenvolver uma linguagem própria, definindo conceitos de locução vibrante, pontualidade, objetividade e credibilidade, precedido por uma vinheta musical. Até aquele momento, não havia o ordenamento sistemático das notícias e nem uma hora precisa, exata para ir ao ar, embora as informações fossem divulgadas, de forma diluída em meio à programação, sem tratamento especial, sem regras, sem tempo determinado. (KLOCNER, 2008, p. 4)

No decorrer da década de 40 o rádio mostra sua influência em outros veículos, com a criação de publicações como a Revista do Rádio. Este tipo de publicação surgiu tendo como destaque as vidas públicas e privadas de artistas e locutores da época, trazendo reportagens especiais com estes personagens. Segundo Calabre (2003), estas revistas ajudaram a colocar o artista de rádio em outro patamar nos olhos do ouvinte. Elas auxiliavam na construção do mito, se aproveitando do desejo do ouvinte de conhecer quem são as pessoas por trás das vozes que apenas escutavam.

Na década de 50, o rádio brasileiro ganhou um novo e forte concorrente: a televisão. Com a ascensão do veículo que trazia som e imagem, os artistas e locutores, antes exclusivos do rádio, passaram a migrar para as novas emissoras de TV do país. Com isso, o veículo teve uma grande queda em sua popularidade. Para Bianco (2010), tal fato levou as emissoras radiofônicas a renovar a programação a partir do tripé música, informação e esporte. A vida nova ao veículo, cuja morte era dada como certa por parte do público, se dá principalmente ao avanço do jornalismo e da prestação de serviços.

Zuculoto (2012) avalia os anos 60 como um dos períodos mais influentes da história do rádio no Brasil, por definir o enfoque ao radiojornalismo e à prestação de serviços. Além disso, nesta época o rádio traz um destaque grande à reprodução de músicas, motivado pelo crescimento da indústria fonográfica no país. Outro fator importante que surge neste período é a chegada do transistor, que, como mostram Amorim e Camargo (2010), trouxe mais qualidade e agilidade às transmissões de rádio, possibilitando receptores sem tomada, e maior facilidade de entradas ao vivo.

Entre as décadas de 1960 e 1970 se iniciam as primeiras experimentações em FM no país, fato que motiva e consolida a segmentação das emissoras, ou seja, o enfoque em algum público específico. Amorim e Camargo (2010) descrevem que a ditadura militar vigente naquele período gerou dois impactos imediatos na radiodifusão nacional: a censura de conteúdo às emissoras AM, de maneira semelhante à realizada na televisão, e também o investimento em emissoras FM. Estas, com programação predominantemente musical, representariam pequena ameaça ao regime. Igualmente, em 1967 é fundado o Ministério das Comunicações, órgão criado para regulamentar os meios brasileiros.

Durante a década de 1970, conforme Amorim e Camargo (2010), houve a clara divisão entre as emissoras AM e FM. As primeiras se consolidaram como “rádio falado”, enquanto as últimas passaram a ser reconhecidas como “rádio musical”. De acordo com Zuculoto (2012), esse fenômeno se deve à melhor qualidade de som na frequência modulada, fazendo com que as emissoras AM deixassem de lado a programação musical em suas grades. Zuculoto (2012) constata também que é durante este período que o radiojornalismo conquista, de fato, um espaço na programação radiofônica brasileira. Com a consolidação da tendência da segmentação, algumas rádios passam a ter espaço predominante ao jornalismo e à prestação de serviços.

Na década de 1980, o rádio acompanha e noticia as grandes mudanças no cenário nacional, que incluem a gradual reabertura política, e a volta de exilados ao país. Amorim e Camargo (2010) definem este período como o de surgimento das rádios comunitárias, compostas principalmente por estudantes secundaristas e universitários.

Já os anos 1990 marcam transformações no veículo, e principalmente no radiojornalismo, motivadas pela ascensão de novas tecnologias, como destaca Zuculoto (2012). “Ainda se ouve uma notícia estilo Esso, mas também outros que foram sendo incorporados ao longo da história do nosso radiojornalismo. A hegemonia, neste período, é de uma nova notícia com diversos tipos e estilos” (ZUCULOTO, 2012, p.6). Ao incorporar influências diversas e diferentes estilos, a reportagem radiofônica define forma e linguagem próprias. Amorim e Camargo (2010) definem os anos 1990 como de ascensão e consolidação das emissoras FM, que ganham mais investimentos e, pela primeira vez, ultrapassam as AM em audiência. Outro fator destacado pelos autores é o crescimento de emissoras AM controladas por entidades religiosas, como igrejas evangélicas e católicas.

Os anos 2000 obrigam as emissoras a repensar a forma de como o rádio é feito mais uma vez. Assim como as inovações dos anos 50 com a chegada da televisão, o advento da internet faz com que o público mais uma vez questione se o rádio poderá sobreviver com as

inovações tecnológicas. Amorim e Camargo (2010) descrevem que as inovações deste período, que se estende até os dias atuais, auxiliaram as emissoras a melhorar a qualidade do som, e a praticidade da forma de se ouvir o rádio. Para Amorim e Camargo (2010), a digitalização também possibilitou um melhor modelo de negócio, com atuação mais ativa no mercado publicitário, e diversas formas de interatividade com o público.

95 anos após a primeira transmissão radiofônica, o rádio segue presente na vida dos brasileiros, conseguindo se adaptar às mais diversas fases tecnológicas, e sobrevivendo mesmo quando já era dado como morto. Por isso, Bianco (2010) define o rádio como um meio resiliente, defendendo que o próximo passo para o veículo é abraçar a internet, não apenas para marketing ou vendas, mas também para montar um modelo de negócio baseado na interatividade e no desenvolvimento tecnológico.



### 3 CONCEITO DE EVENTOS E GRANDES EVENTOS

Para poder realizar uma análise de como se dá a cobertura de um evento de grande porte no rádio, inicialmente é preciso definir o que de fato pode ser considerado um evento. A partir daí, pode-se também definir como ele se qualifica a partir do seu tamanho. Etimologicamente, a palavra evento vem do latim *eventus*<sup>3</sup>, que pode ser traduzida tanto como “resultado”, quanto como “acontecimento”. Segundo o dicionário Michaelis Online<sup>4</sup>, dentre as definições da palavra evento, está “acontecimento (festa, competição esportiva, espetáculo) planejado com lugar e hora determinados, que geralmente atrai grande público e cobertura da mídia”. Outra definição proposta é a semelhante a “eventualidade”, ou seja, um “acontecimento inesperado e incerto”.

De maneira geral, o evento se define como sinônimo a acontecimento. Analisando inicialmente os autores que o conceituam como um fato organizado anteriormente, pode-se observar que o mesmo se caracteriza pela sua extensão de possibilidades e propósitos. Poit (2004) defende que o evento se tornou com o passar do tempo um importante modo de comunicar uma ideia com o público geral. Partindo dessa ideia, o autor define evento como “um acontecimento previamente planejado, com objetivos claramente definidos” (POIT, 2004, p.19). Outra definição proposta por Poit (2004) o aponta como ferramenta estratégica administrativa. “Evento é um conjunto de ações profissionais previamente planejadas, que segue uma sequência lógica de preceitos e conceitos administrativos, com o objetivo de alcançar resultados que possam ser qualificados e quantificados junto ao público alvo” (POIT, 2004, p. 19). Dessa maneira, o autor define também o evento como forma de negócio.

Para Giácomo (1993), o evento é definido como um acontecimento previamente planejado, que surge para minimizar problemas de comunicação, afirmando se tratar de um objeto que visa alcançar um fim estabelecido.

Portanto, o evento é tratado não apenas como um acontecimento que prevê um planejamento especial. O resultado final pretendido por quem realiza este evento também é igualmente importante. Para Martin (2015), porém, a definição de evento pode variar e se tornar mais complexa quando se observa de diferentes pontos de vista, pois pode ser interpretado de diversas formas.

---

<sup>3</sup> <https://pt.glosbe.com/la/pt/eventus>

<sup>4</sup> <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/evento/>

Não existe consenso quanto a uma conceituação universal de evento. Ela é dificultada pela natureza intrínseca da atividade: seu dinamismo e sua abrangência. [...] dependendo da visão de quem o realiza e dele participa, o evento poderá ter uma definição diferenciada da outra, mesmo não sendo conflitante. [...] pode-se entender que evento é todo fato inusitado que envolve pessoas (MARTIN, 2015, p. 3)

Tendo isso em vista, Martin (2015) aponta que evento pode ser algo tão simples como uma reunião familiar, ou algo tão grandioso quanto a realização de uma Copa do Mundo. Esse conceito abrange ainda mais os variados objetivos dos eventos.

Outra importante característica colocada para tratar dos eventos é ilustrada por Getz (2007), que defende que um dos critérios atrativos para se realizar algum evento é o fato de ser uma experiência única, ou seja, apenas quem a vivencia que consegue aproveitar inteiramente seu potencial. Esse caráter único se dá porque cada evento específico é inserido em seu próprio contexto e pretende atingir seu próprio objetivo.

Hall (1989), ao definir os eventos, busca diferenciá-los das atrações. Para o autor, eventos são, por definição, acontecimentos transitórios, com começo, meio e fim, sem continuidade permanente, diferente das chamadas “atrações”, que já fazem parte da rotina local, e tentam atrair o público por um tempo mais elevado.

Partindo do ponto de vista jornalístico, o sentido de evento como sendo algo que sai da rotina da sociedade é reforçado. Porém, ele ganha significado mais definido. Isso ocorre porque ao avaliar os critérios dos acontecimentos e eventos jornalísticos, ou seja, o que se torna notícia, os mesmos são avaliados de maneira diferente.

Berger e Tavares (2009) defendem a divisão dos eventos ou acontecimentos como “ordinários” ou “jornalísticos”. Os acontecimentos jornalísticos seriam os que atraem interesse público e afetam a vida de um determinado grupo da população. Eles podem ser tanto esperados, quanto inesperados. De maneira semelhante, Antunes (2007) reconhece o acontecimento como algo novo e que altera uma ordem previamente definida, mas afirma que os jornalísticos se diferem justamente por ser inseridos em um contexto mais amplo.

O acontecimento funciona, pois, como uma ocorrência inicial que demanda a construção de uma interpretação, sua transformação em fatos, em acontecimentos jornalísticos. [...] passamos a acontecimentos que ocorrem e afetam alguém, que se dão sob duas visadas. Torna-se acontecimento jornalístico ou fato por um olhar que busca estabelecer o contexto da sua emergência, explicar-lhe o sentido. (ANTUNES, 2007, p. 3)

Dessa maneira, os eventos considerados de caráter jornalístico são necessariamente aqueles que impactam a sociedade de maneira mais direta, além de trazer a possibilidade de ser inseridos em um contexto específico. De forma semelhante, Babo-lança (2008) descreve que estes acontecimentos sociais seguem uma ordem de sentido que os próprios ajudam a instaurar.



Dayan e Katz (1995) diferem os eventos descritos como inesperados dos que têm um caráter planejado – o que os autores chamam de “cerimonial”. Este segundo é avaliado como tendo o objetivo de exaltar a ordem e a restauração da paz. Os mesmos se diferem daqueles que se dão de maneira inesperada, pois estes se referem ao caos, à quebra da ordem natural das coisas, e à tragédia. Os autores usam como exemplo a morte do presidente americano John F. Kennedy: o seu assassinato é tratado como um fato inesperado, puramente notícia, ao passo em que o seu funeral é visto como um grande acontecimento de caráter cerimonial.

Babo-lança (2008) propõe uma divisão mais ampla dos tipos dos acontecimentos do ponto de vista midiático. Considerando Dayan e Katz (1995), a autora reproduz a noção dos eventos noticiosos e os eventos cerimoniais. Indo além em sua análise, a autora define os acontecimentos rotina, citando coletivas de imprensa como maior exemplo. Ou seja, algo que é realizado de forma deliberada e previsível. Já os “pseudo-acontecimentos” são os que ocorrem de maneira dependente da mídia, ou seja, são fabricados para obter alguma cobertura midiática. Entram nesta categoria comícios, manifestações e entrevistas. Os eventos chamados cênicos ou dramaturgicos são aqueles que possibilitam uma cobertura da mídia com uma exposição de algum personagem e uma dramatização, geralmente explorados em casos criminais. Relacionados aos acontecimentos cerimoniais, estão ainda os eventos problemáticos, que exploram a cobertura da mídia para expor algum problema ou algo fora da ordem no contexto em que se insere. Baseada nas inovações tecnológicas presentes, a autora defende ainda mais uma divisão: a dos acontecimentos reproduzidos, ou seja, aqueles que podem ser observados novamente de outras formas, por diversos meios, retirando assim o seu caráter único.

Sodré (2009) busca definir três conceitos do jornalismo interligados: o fato, o acontecimento e a notícia. Baseado em Kant, o autor define “fato” como um objeto cuja realidade pode ser provada. Já os acontecimentos são descritos como desdobramentos e ampliações do fato, que reúnem uma sequência de normas e critérios, inseridos em um contexto específico que lhe dá sentido. Por fim, as notícias são os relatos dos acontecimentos factuais. Portanto, partindo do princípio semiótico, o autor define: “o fato em bruto (o “objeto atual”) determina o acontecimento, desdobra-se por meio de uma interpretação em notícia, que é uma estratégia ou um gênero discursivo suscetível de representar a ocorrência factual primeira e, eventualmente, desdobrar-se em novas interpretações” (SODRÉ, 2009, p.72). Ao se utilizar dessa associação, o autor comprova a importância midiática de um evento relevante ao seu contexto.

Indo além em seu conceito de “notícia”, Sodré (2009) define-a em três categorias: previstas, imprevistas e mistas. Os eventos previamente organizados e em busca de algum resultado, ou seja, os que permitem um conhecimento anterior já estabelecido e anunciado, se encaixam, com valor de notícia, na primeira categoria. Porém, os mesmos podem se encaixar na terceira categoria, composta justamente pela capacidade de reunir, em um mesmo contexto, fatos esperados e inesperados. O autor cita como exemplo a chegada de uma delegação do Fundo Monetário Internacional ao país, algo previamente planejado, assim como uma possível mordida de cachorro sofrida por um dos recém-chegados, visto como um imprevisto. A notícia mista combinaria ambos os casos. Dessa forma, pode-se observar de que o evento, por mais planejado e pré-estabelecido que seja, ainda corre o risco de ser atingido pelo imprevisível.

Partindo de ponto de vista semelhante, Babo-lança (2008) também defende o caráter de imprevisibilidade aos eventos planejados. Citando Dayan e Katz (1999), a autora aponta que essa característica é ainda mais explícita quando esses eventos são transmitidos em tempo real por algum veículo. Ao ser mostrados à medida em que ocorrem, eles assumem o risco de encontrar alguma eventualidade.

Porém, como destaca Sodré (2009), mesmo contando com o inesperado, o tipo de evento previamente planejado cumpre uma ordem correta e pré-determinada, mesmo em sua transmissão. Ou seja, estes eventos são transmitidos pelos veículos de comunicação a partir de um contexto previamente estabelecido pelo próprio veículo. Esse fato anula, portanto, o caráter de “anormalidade” colocado anteriormente.

Com base nos autores anteriormente expostos, pode-se definir o evento em dois grandes tipos: o planejado e o não-planejado. O planejado é aquele que conta com preparação antecipada, sendo marcado com antecedência, e que tem uma temática estabelecida (cultural, religiosa, esportiva, comunitária, entre outros). Este tipo de evento pretende alcançar um resultado que também já está determinado por seus organizadores. Grandes eventos desta natureza ganham destaque midiático, e estes serão levados em consideração. Entram aqui eventos como Carnaval, megaeventos esportivos como Copa do Mundo e Olimpíadas, eleições de qualquer natureza, manifestações políticas diversas, grandes festivais de música como Rock In Rio e Festa do Peão de Barretos, etc. Esta categoria também pode apresentar fatos e acontecimentos imprevisíveis enquanto ocorrem, porém, o objetivo final principal dos mesmos já é definido previamente.

Já o evento não-planejado, como o próprio nome já infere, parte do ponto de vista do inesperado. Este tipo de evento consiste em um fato novo, no qual a sociedade em geral ainda não tinha conhecimento, sendo essa a principal diferenciação do evento planejado. Um

grande evento não-planejado também conta com cobertura extensa da mídia. Este tipo de evento é algo que impacta diretamente a vida das pessoas, assim como o planejado, mas que requer ação rápida e precisa, seja da população, das autoridades, ou da imprensa. Entram neste tipo de cobertura alguma grande tragédia, como a queda de um avião, ou o desabamento de um prédio. Crimes de grande repercussão na sociedade, como um sequestro, ou um grande assalto, também entram nesta categoria. Assim como pode ser considerado um evento não-planejado a morte de uma celebridade ou autoridade.

Uma segunda divisão proposta para qualificar os eventos é quanto à sua dimensão. Getz (2007), ao definir um conceito de estratégia para organização e turismo de eventos, propõe uma abordagem diversificada através de um esquema de pirâmide. Para ele, os eventos locais, são os que têm certa periodicidade, e pouca demanda de público e mídia. Em seguida, estão os eventos regionais, com demanda moderada. A próxima categoria é o que o autor define como “*hallmark event*”, ou “evento de marca”. Este seria um evento de maior porte, que serve para aumentar a visibilidade de algum determinado local. No topo da pirâmide, estaria o chamado “megaevento”, aquele que tem maior apelo de público e mídia, geralmente com uma demanda que vai ainda mais além do que simplesmente a da região em que está inserido.

Megaeventos são tipicamente globais em sua orientação, e requerem uma candidatura competitiva para “ganha-los” como um evento único para um lugar específico. Em contrapartida, “eventos de marca” não podem existir independentemente das suas comunidades sede, e eventos “locais” ou “regionais” são por definição enraizados em um lugar e atraem principalmente os moradores. (GETZ, 2007, p. 408, tradução nossa)

Baseado neste critério, os megaeventos têm como alguns exemplos os grandes acontecimentos esportivos, como as Olimpíadas e a Copa do Mundo, assim como conferências, feiras e exposições internacionais de qualquer tipo. Podem ser considerados “eventos de marca” festas como o Carnaval de Salvador, ou a Festa de Peão de Barretos, por já estar ligados à identidade daquele local, e daquele povo específico. Eventos regionais ou locais seriam festas de carnaval de menor porte, ou outros eventos, como feiras e exposições agropecuárias, que têm um público restrito e um objetivo ligado a atender apenas às pessoas que fazem parte daquela região.

Indo mais além no conceito de “eventos de marca”, Hall (1989) problematiza o conceito apresentado por Getz (2007), ao avaliar esse tipo independentemente do tamanho ou da escala em que acontece. Segundo o autor, este evento também pode ser considerado de pequeno e médio porte, assim como os locais e regionais descritos anteriormente. O que realmente define um evento de marca é a importância e o retorno que ele pode trazer para aquela comunidade específica. Em outras palavras, o evento de marca traz uma identidade regional

própria e deve ser avaliado não pelo seu tamanho frente a outros eventos, mas sim pelo contexto próprio em que está inserido. Qualquer “evento de marca” atrai o público para participar e a mídia para cobrir, mesmo que seja em menor escala, e realizado apenas de maneira local.

A intenção do seguinte trabalho, porém, é considerar somente o “grande evento”, ou “evento especial”. O grande evento avaliado no seguinte trabalho, portanto, é definido como previamente planejado, com data para começar e terminar, e que atrai um interesse do público em geral, e também da mídia. É um “evento de marca”, ou seja, aquele que traz uma identidade específica à comunidade em que está acontecendo, o que faz com que seja um atrativo maior para as pessoas participantes, e conseqüentemente, para a cobertura da imprensa.

## 4 COBERTURA JORNALÍSTICA NO RÁDIO

Os critérios jornalísticos do rádio são, em grande parte, os mesmos de outros veículos. Ou seja, as definições de o que pode ser considerado notícia são generalizadas para todos os meios de comunicação. Como Sodré (2009) define, qualquer fato que altera a rotina de um determinado grupo – seja esperado ou inesperado – é interpretado e “codificado” como notícia. No rádio não é diferente, ainda que o mesmo possa levar em consideração outros aspectos da notícia que os demais meios não dariam a mesma ênfase. Ferraretto (2014) aponta para a localização do fato. No rádio, tudo que estiver o mais próximo possível do ouvinte é o que é o mais relevante para ser noticiado. Partindo deste ponto de vista, o autor define quatro critérios básicos para transformação do fato em notícia no rádio: atualidade, proximidade, proeminência e universalidade. Em resumo, se algum acontecimento for atual, estar próximo do ouvinte, envolver pessoas relevantes para o público e interessar ao maior número de pessoas possível, o mesmo se torna notícia no rádio.

Uma das principais características do rádio é a instantaneidade. Porchat (2004) defende que, por ser rápido em sua forma de transmitir alguma informação, o rádio é quem deve pautar o que é tratado nos outros meios de comunicação. Ou seja, as notícias devem chegar primeiro no rádio, para depois se transformar em reportagens de outros veículos.

### 4.1 O ACESSO À NOTÍCIA NO RÁDIO

A notícia chega às redações de diferentes maneiras. Ferraretto (2014) descreve quatro formas comuns usadas pelas emissoras de rádio. A primeira delas é composta pelas estruturas próprias de captação de notícias, ou seja, o grupo de funcionários da emissora que reúne produtores, repórteres, correspondentes, pauteiros e escutas. Estas pessoas buscam informações a partir de observações próprias, desdobramentos de notícias passadas, ou contatos de fontes pessoais. Porchat (2004) defende que todas as pessoas envolvidas em uma estrutura de redação devem estar atentas e ser responsáveis nesse trabalho de garimpo, e sugerir os fatos que vão ser transformados em notícias pelas emissoras: as chamadas pautas.

A segunda forma comum de se ter acesso a alguma informação é valendo-se de serviços externos à estrutura da emissora. Neste modelo estão incluídas agências de notícia, assessorias de imprensa, e em alguns casos, agências radiofônicas. Em grande parte das vezes, as assessorias procuram as emissoras para passar informações, por algum interesse na

divulgação ou promoção de um acontecimento específico. Este tipo de acesso à informação deve ser tratado de maneira cautelosa pelas redações.

De acordo com Barbeiro e Lima (2001), apesar das informações vindas das assessorias não poderem ser deixadas de lado, as mesmas não devem ser tratadas como fontes principais de informação. Schmitz (2011) define assessorias de imprensa não como fontes, mas sim como “pontes”. Ou seja, elas que fazem a ligação entre alguma empresa, órgão ou pessoa e o jornalista, ou o veículo de comunicação como um todo. Porchat (2004) traz outro ponto importante a ser considerado quanto à divulgação de materiais jornalísticos por assessorias de imprensa – os *releases*: os mesmos podem contar com nomes para ser usados futuramente como fontes de informação.

Com a evolução dos meios de comunicação, e das formas de se estruturar uma notícia, as assessorias e agências de comunicação tiveram um crescimento na sua importância, tanto para as empresas, quanto para as redações. Schmitz (2011) acredita que essa ascensão se dá por conta da praticidade e facilidade na utilização desses materiais, em redações onde nem sempre o jornalista tem tempo de se aprofundar em determinado assunto. Para isso, os profissionais de assessoria se utilizam de recursos jornalísticos básicos: textos objetivos, que estimulam a leitura, estruturados com lide, e algumas vezes até sob as normas das redações. O autor cita ainda o alto custo para obter as informações, e o enxugamento das redações: outros dois fatores que contribuiriam para o crescimento das assessorias. Ferraretto (2014) também acredita na crescente importância das mesmas para o trabalho do jornalista. “Embora sem dados a respeito, pode-se dizer que, na atualidade, a pauta de coberturas especiais, programas de entrevista, mesas-redondas e reportagens vem, em grande parte, de sugestões oriundas de assessorias de imprensa (AIs)” (FERRARETTO, 2014, p. 92). De maneira semelhante, a informação vinda de agências de notícias também deve ser analisada com cuidado pelo jornalista. Porchat (2004) afirma que estas informações devem ser avaliadas quanto à sua relevância e exatidão das informações. Ferraretto (2014) alerta que as agências historicamente refletem o ponto de vista do local de onde foram produzidas, portanto o critério da redação também deve se expandir quanto à sua angulação.

O terceiro meio definido por Ferraretto (2014) é o das diversas fontes de informação, ou seja, pessoas que podem emitir alguma informação específica. Elas podem ser especialistas, informantes, testemunhas ou ouvintes. Schmitz (2011) definiu, através de análise, o conceito de fonte no jornalismo.

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os

jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia. (SCHMITZ, 2011, p.9)

Expandindo neste conceito, pode-se definir quanto à sua categoria, as fontes como sendo primárias ou secundárias. As primárias são as que irão passar a informação de fato, ou seja, o conhecimento que elas transmitem detém a essência daquela informação, por ter vivido uma situação, ou estar próxima. Entram neste quesito testemunhas, ouvintes e informantes. Já as secundárias são aquelas que, embora não estejam diretamente ligadas ao fato ou à informação específica, servem para contextualizar, interpretar e/ou opinar em alguma situação específica, complementando a informação fornecida por alguma fonte primária.

Quanto às caracterizações das fontes, Ferraretto (2014) divide em cinco subtipos: os informantes, que são as pessoas que transmitem alguma informação a um repórter, podendo ser de maneira exclusiva, anônima, e de maneira espontânea, ao mesmo tempo em que podem ser creditadas e procuradas pelo mesmo jornalista. Esta relação requer cuidado. Barbeiro e Lima (2001) defendem que o jornalista não pode trabalhar para agradar ou desagradar uma fonte, mas sim, para transmitir de maneira objetiva e verídica a informação repassada pela mesma.

O segundo é específico do rádio, e consiste nos ouvintes. Os mesmos têm um grande peso em tudo o que é repassado e apurado em uma redação de rádio. O canal aberto entre uma rádio e um ouvinte pode gerar uma variedade extensa de informações e pautas para serem tratadas pelos jornalistas. Geralmente consistem em reclamações e demandas específicas de algum local ou comunidade, e representam apreensões e necessidades próprias da população. Apesar de sua importância para a construção da credibilidade da emissora, Porchat (2004) alerta que este mesmo tipo de informação também deve ser checado com cautela. Feita a averiguação da procedência de uma reclamação, o jornalista vai atrás de alguma solução ou resposta para ser transmitida no ar. Uma mesma situação passada em um caso específico pode servir para outros ouvintes.

As fontes chamadas de “protagonistas” ou “testemunhas” aparecem em algum acontecimento específico, como um crime ou um acidente, e são classificadas como fontes primárias, por vivenciarem determinada situação. Por fim, estão os especialistas, sempre considerados fontes secundárias, e que irão trazer um contexto específico à notícia para o ouvinte.

Outros veículos também são atentamente observados pelas emissoras de rádio. É rotina de uma redação ficar atento a o que outra emissora de rádio, ou até mesmo de televisão, jornal impresso, ou *site* está noticiando, seja para poder se atualizar de algum acontecimento, ou para poder se pautar para o futuro. Neste caso específico, entra em questão a ética

jornalística. Ou seja, o crédito a algum outro veículo, mesmo que concorrente, caso o mesmo tenha alguma informação de maneira exclusiva. Com a ascensão da tecnologia, as redes sociais também se encaixam nesta categoria, podendo se tornar propagadoras de informação, por sua vez seguida da devida apuração.

## 4.2 CREDIBILIDADE

Uma das principais características do rádio é a credibilidade. O ouvinte assíduo do rádio deposita um grau elevado de confiança nas informações passadas, o que rende às emissoras um maior desafio quanto à sua produção jornalística. A principal questão que envolve essa identidade do rádio é justamente a tentativa de definir como essa credibilidade no rádio é construída. Neuberger (2012) afirma que a construção da relação de proximidade do veículo com o ouvinte é o que constrói este forte sentido de credibilidade, principalmente no rádio AM. Ou seja, o rádio, através do locutor ou do âncora, comunica-se diretamente com o ouvinte, criando um grau de confiança do mesmo.

Ferraretto (2014) corrobora esta noção, ao analisar o “rádio como companheiro”. Para o autor, essa proximidade se dá por alguns motivos. O primeiro é a facilidade do meio em estar presente em diversas formas. Seja através do radinho de pilha, do rádio do carro, no celular, pela internet, entre outras diversas maneiras, o veículo se torna em um acompanhante do dia-a-dia do ouvinte. Neuberger (2012) cita ainda que a modernização do veículo como observada nos últimos anos pretende principalmente manter esta relação de proximidade, oferecendo novas possibilidades e serviços. Outro fator considerado é o da interatividade. Ao incentivar a participação do ouvinte na programação, seja para opinar sobre algum assunto, seja para apresentar uma demanda específica, a relação de confiança também cresce. “[...] essa interação – ou possibilidade de interação – associada à recepção móvel confere proximidade ao rádio” (FERRARETTO, 2014, p.28).

Citando o radiojornalismo especificamente, Ferraretto (2014) define que esta proximidade com o ouvinte vem também do caráter local do rádio. Mesmo emissoras afiliadas a alguma rede dos grandes centros abrem espaço para a programação local, para poder informar o ouvinte não só do que acontece no país e no mundo, mas também o que é notícia naquela região em que a emissora está inserida. Mesmo rádios voltadas para o entretenimento usam esse método, tendo comunicadores que transmitem expressões e sotaques próprios da região em que atuam.



O rádio, em qualquer de suas manifestações comunicacionais, objetiva criar uma relação de empatia com o público. É algo que envolve sentimentos de pertença, da atribuição do papel de companheiro virtual à emissora à noção de que aquela estação ou mesmo *podcaster* representa os anseios, os interesses, as necessidades e/ou os objetivos de cada ouvinte. [...]dos pontos de vista psicológico e sociológico, a construção da empatia passa pelo meio envolvendo o ouvinte, colocando-o dentro, no plano do imaginário, da narrativa; simulando um diálogo; oferecendo-lhe o que, em tese, ele deseja escutar. (FERRARETTO, 2014, p.41)

Este senso de “empatia” descrito por Ferraretto (2014) parte, igualmente, da noção do rádio como prestador de serviços para a população. Porchat (2004), ao citar o caso específico da Jovem Pan (através da iniciativa Jovem Pan Serviços), afirma que o canal aberto que o ouvinte tem para passar suas demandas e reclamações de órgãos públicos e privados, em busca de respostas para seus problemas, faz crescer a relação de confiança do mesmo com a emissora, ao ver o seu pedido atendido. Tal fator faz com que a população passe a procurar diretamente o veículo, aumentando assim sua credibilidade.

A identidade específica da emissora de rádio também é outro fator que permite credibilidade para o ouvinte. Warren (2005) define que a identidade de uma emissora de rádio é o fator mais importante para seu sucesso. Para o autor, a construção dessa identidade se dá através da programação específica deve ser uma característica própria. Outro fator importante a ser considerado é o da consistência. A mesma se dá pela criação de *slogans*, logomarcas, materiais publicitários, entre outros. Todos estes elementos devem estar apontados para a mesma direção. A partir do momento em que a emissora constrói a sua identidade, ela encontra o seu público específico, ou seja, aquelas pessoas que vão tomar a mesma como a “companheira” do dia-a-dia.

Uma rádio que constrói como sua identidade uma programação predominantemente jornalística – a chamada emissora *all news* – deve levar em conta alguns elementos únicos. Porchat (2004) avalia que, além da apuração correta e precisa ser um aspecto que contribui para o crescimento da credibilidade de uma emissora, a isenção também deve ser levada em consideração. Como a própria autora define, “a independência política e a econômica colaboram com o faturamento, porque são valorizadas pelo próprio anunciante” (PORCHAT, 2004, p.27). Essa isenção possibilita à emissora tanto criticar e cobrar algum órgão público ou privado quando necessário, quanto divulgar ações que estes mesmos órgãos venham a realizar em prol da população.

Barbeiro e Lima (2001) porém, ao discutir a credibilidade no rádio, levantam uma questão do professor da Universidade de Barcelona Armand Balsebre. Para o professor, o rádio não tem a mesma credibilidade do que o jornalismo impresso. Alguns pontos levantados por

ele são de que o radiojornalista não trabalha com fontes próprias, não distingue fontes primárias das secundárias, valoriza mais o jornalismo de redação do que o de rua, e está mais preocupado com o imediatismo da notícia, do que com a confirmação da mesma.

### 4.3 A REPORTAGEM NO RÁDIO

O conceito de reportagem se difere do conceito de notícia, por ser considerado algo mais elaborado. Ferraz (2016) relaciona as duas ao afirmar que a primeira é o complemento da segunda. “Uma oportunidade de aprofundamento da notícia e sua apresentação para o público se dá em um tempo e espaço normalmente maior do que o destinado para a produção e publicação ou difusão da notícia, qualquer que seja a mídia” (FERRAZ, 2016, p.132). De forma semelhante, Ferraretto (2014) também defende a noção de que a reportagem seja uma ampliação da notícia propriamente dita. O autor complementa afirmando que este modelo carrega também as impressões pessoais do repórter, o que pode fazer com que a reportagem entre no jornalismo interpretativo. Para Ferraz (2016), este aprofundamento em relação à notícia vem, principalmente, pelo fato da reportagem permitir testemunhos – as entrevistas - que dão validade à narrativa contada. Dessa forma, o gênero da reportagem é considerado “democrático”, por possibilitar a participação pública.

No caso específico do rádio, Porchat (2004) afirma que a mobilidade característica do meio faz com que o fato seja transmitido no momento em que ocorre. Em outras palavras, o rádio tem maior facilidade em trazer as informações de maneira instantânea. Dessa forma, podemos definir a reportagem no rádio como sendo de dois tipos diferentes: a reportagem gravada, e a reportagem ao vivo.

#### 4.3.1 A reportagem gravada

A reportagem gravada tem algumas peculiaridades especiais para o ouvinte. De um lado pode-se aprofundar em algum determinado assunto com mais conteúdo e uma maior diversidade de fontes. Ao mesmo tempo, a possibilidade da gravação permite ao repórter editar e sintetizar alguma informação ou declaração feita pela fonte, o que pode trazer um dinamismo maior para a pauta, e mais facilidade no entendimento da notícia para o ouvinte. Porém, por outro lado, como destaca Ferraretto (2014), pode-se perder em autenticidade. Esse tipo de construção pode ocorrer ou não com a utilização de entrevistas. Isso é definido pela pauta e pelo próprio repórter. O autor ainda destaca que em determinadas ocasiões, em programas

específicos, o repórter não tem tempo de acrescentar alguma entrevista, portanto a reportagem “seca” é a ideal nessa situação.

Ferraz (2016) compara as produções de reportagem do rádio brasileiro às produções britânicas, que, segundo o autor, têm uma bibliografia mais vasta para o estudo da reportagem no rádio. Para o autor, a reportagem gravada é mais completa, por trazer um apanhado geral do assunto, com a utilização de sonoras que unificam o assunto. Ou seja, ao contrário de mostrar de maneira segmentada o que está acontecendo aos poucos com as matérias ao vivo, o repórter pode unir todas as informações em uma peça só. Outro ponto que diferencia a reportagem gravada daquela feita ao vivo para o autor é que o foco sai do entrevistado e vai para o repórter, pois o mesmo se transforma em um “contador de histórias e guia”. Barbeiro e Lima (2001), ao citar as reportagens radiofônicas alertam o jornalista para justamente essa importância do repórter na construção da narrativa. Segundo os autores, a preocupação deve ser a notícia, e nunca o próprio jornalista.

Ferraretto (2014) divide reportagem gravada em quatro partes. A parte inicial é chamada “cabeça”, que é uma introdução que resume o assunto a ser abordado na peça. Pode ser comparada ao chamado lide do jornal impresso. A parte da ilustração ou sonora é o trecho devidamente editado de alguma entrevista feita previamente. Depois, vem o encerramento, que traz alguma informação complementar não citada na sonora. Geralmente também vem com a identificação do entrevistado. Por fim, existe a assinatura, que é a identificação do repórter e o lugar de onde ele fala. Pode vir acompanhada de algum patrocinador, *slogan*, ou do nome do programa. Essa estrutura básica, porém, pode sofrer modificações e variar para cada emissora ou programa específico. Ferraretto (2014) ainda define uma outra parte que denomina “passagem”, usada em casos de mais de uma sonora. A passagem entra no meio dessas sonoras, complementando uma informação passada e identificando o entrevistado. Muitas vezes, as sonoras são de pessoas diferentes, portanto a passagem também serve para identificar o entrevistado seguinte.

Mesmo uma reportagem gravada e montada previamente pode trazer o som ambiente de alguma situação, desde que não prejudique a captação e o entendimento daquela informação específica. Barbeiro e Lima (2001) afirmam que estes sons ajudam a enriquecer a reportagem, e devem ser utilizados quando possível. Ao mesmo tempo, os autores citam que a qualidade da reportagem também depende do som, e por isso, o repórter deve ficar atento para a clareza da sonora utilizada. O mesmo vale para as entradas ao vivo, abordadas na sequência deste trabalho. Sobre este aspecto, Ferraz (2016) aponta o que ele define de “contradição” de alguns autores brasileiros ao analisar manuais de radiojornalismo. Para o autor, muitas vezes o

uso do som ambiente é desencorajado pelos manuais, para dar lugar à palavra de alguém. O ambiente muitas vezes é silenciado para dar lugar a uma narrativa meramente descritiva do repórter. O autor define ainda que o som deve ser parte compositora da reportagem, e deve fazer parte da construção da narrativa ilustrada pelo repórter.

A palavra descritiva é defendida nos manuais de radiojornalismo, como também nos manuais de jornalismo impresso. Esperar a defesa da palavra no segundo grupo de manuais é o que se deve pela própria existência do jornalismo. Esperar o mesmo nos manuais de jornalismo no rádio é destituir o rádio de suas características de existência para além da palavra, como meio de expressão. (FERRAZ, 2016, p.160)

Por parte do repórter, a reportagem gravada pode se dar de algumas formas. O profissional pode gravar a matéria como um todo, ou seja, já gravando sua cabeça, sua passagem e encerramento, acrescentando as sonoras previamente gravadas e deixando-a inteiramente montada e pronta para uso. Da mesma forma, o repórter pode entrar ao vivo no estúdio ler sua reportagem, chamando as sonoras gravadas no decorrer da notícia. Ou ainda, o repórter pode utilizar de um recurso que Ferraz (2016) denomina “edição ao vivo”. Ou seja, ele entra de algum lugar específico, como uma reportagem ao vivo, porém se utiliza de sonoras já previamente gravadas e enviadas ao estúdio. Para Ferraretto (2014), este método pode ser considerado uma união do formato gravado da reportagem ao formato feito ao vivo.

#### **4.3.2 Reportagem ao vivo**

A reportagem ao vivo no rádio preza pela instantaneidade. Diferente da reportagem gravada, que abre espaço para cortes e correções, a atuação de um repórter ao vivo destaca sua espontaneidade, e ressalta a característica que o rádio tem na divulgação precisa de informações. Como Porchat (2004) define, a matéria ao vivo é “o momento, também, em que o repórter se expõe por inteiro” (PORCHAT, 2004, p.53). Este nível de exposição vem, principalmente, pelo fato de o repórter ter que atuar no momento em que os acontecimentos ocorrem, o que faz com que o mesmo tenha que ter atenção redobrada para passar uma informação de maneira correta.

Ortriwano (1985) define as reportagens ao vivo como sendo de dois tipos. O primeiro deles é o chamado *flash*. Nesta modalidade, é relatado um fato importante que acontece no momento em que é transmitido, e que se encaixa em qualquer parte da programação. De tempo mais curto, passa apenas o básico da informação que ocorre, sem entrar em muitos detalhes.

O segundo tipo é a chamada “edição extraordinária”. De maneira semelhante ao primeiro, este também se refere a acontecimentos importantes que ocorrem no momento em que são levados ao ar. Porém, se difere no nível de detalhes – neste caso maior que o *flash*. Isso ocorre porque os assuntos e situações tratados na edição extraordinária geralmente são de maior relevância para o ouvinte. Dependendo de sua dimensão, podem até mesmo motivar uma modificação em toda a grade de programação da emissora, e seguir com novas informações.

Posteriormente, a autora define este tipo de reportagem ao vivo como sendo de “primeiro nível”. Ou seja, traz a forma mais pura da notícia, sem muito aprofundamento, e sendo transmitida imediatamente. Porém, mesmo com sua “simplicidade”, tem um caráter relevante para a sociedade, pois apresenta sempre fatos de grande interesse público.

Meditzsch (1997) amplia essa discussão, trazendo quatro graus para definir os tipos de transmissão ao vivo no rádio. Para o autor, é justamente a característica e a possibilidade do ao vivo que o faz se distinguir do impresso, trazendo um senso maior de realidade, na busca de atrair a empatia do público. Partindo de sua teoria, o primeiro grau é definido como o primeiro nível, presente no rádio desde sua concepção, não podendo ser separado. O primeiro grau refere-se à simultaneidade entre enunciação e recepção. O vivo em segundo grau caracteriza junta outro elemento, que é o da interpretação do locutor. Ou seja, o discurso produzido pela apresentação de um texto já é configurado como estando um grau acima, mesmo este texto sendo planejado previamente ou não.

O chamado terceiro grau surge quando a interpretação viva descrita no segundo passa a ser predominantemente de improviso, ou seja, elaborada simultaneamente ao enunciado. Este grau pode ser considerado o mais importante para a produção de uma reportagem ao vivo, pois aparece principalmente em uma produção informativa.

O quarto grau, porém, de acordo com Meditzsch (1997), é o que configura a transmissão ao vivo de maneira plena. Isso ocorre porque o quarto grau engloba também a simultaneidade do fato que está sendo relatado, considerado os outros aspectos anteriormente citados.

O vivo em terceiro grau costuma ser apresentado ao público como transmissão direta, embora ainda não a caracterize no sentido estrito da expressão. Para que este seja caracterizado, é necessária a simultaneidade também do acontecimento relatado, completando a isocronia entre quatro tempos: o do acontecimento, o da produção do relato, o da enunciação e o da recepção. A conjunção desses quatro tempos é que distingue a transmissão direta no sentido pleno da palavra e que caracteriza, no fluxo do rádio informativo, o vivo em quarto grau, ou o seu mais alto grau possível. (MEDITSCH, 1997, p.14)

Como pôde ser observado, para que uma reportagem ao vivo seja construída, é necessário, na maioria das vezes se utilizar do recurso do improviso. Barbeiro e Lima (2001) destacam que as improvisações ideais são aquelas que contém um bom vocabulário, e aquelas que evitam alguma repetição exagerada de informações. Os autores destacam também, que a capacidade de improviso só é adquirida com o tempo e treinamento. Porchat (2004) corrobora esta noção, destacando que a improvisação é uma habilidade adquirida, não natural. Ao mesmo tempo, a autora defende a utilização de um roteiro escrito previamente, que serve como forma de garantia para repassar as informações. Ferraretto (2014), ao frisar a importância da preparação prévia para a reportagem ao vivo, ressalta que algumas informações adicionais devem ser de conhecimento do repórter, para dar sustentação a uma cobertura quando não há mais nada de novo a se destacar. Porém, o autor frisa ainda que a improvisação deve ser sustentada de uma pesquisa prévia e fundamentada no tema proposto, para que não ocorra a chamada “fala vazia”.

A linguagem usada pelo profissional – seja de improviso ou escrita – também é objeto de destaque para os autores que falam da reportagem no rádio. Ortriwano (1985) define a linguagem neste caso como sendo “determinativa”, ou seja, aproximando-se do estilo de manchetes. Porém, caso a cobertura se estenda por um longo período de tempo, a linguagem perde este caráter determinativo, e adquire um aspecto narrativo do desenrolar dos acontecimentos.

Muitas vezes, a reportagem ao vivo acontece em alguma situação que pode afetar emocionalmente o profissional que está realizando aquela cobertura. Porchat (2004) orienta que, neste caso, o repórter deve manter o equilíbrio, e se preocupar em passar as informações que o ouvinte quer saber naquele momento. McLeish (2001) se baseia no que o mesmo chama de “bom gosto”. Ou seja, ao realizar uma cobertura como essa, é ideal ser fiel a padrões já conhecidos pelos ouvintes, de modo a ser imparcial, e se ater a transmitir a informação. “A responsabilidade do radialista está em conter o alarme nos limites do menor grupo possível” (MCLEISH, 2001, p. 81).

Na maioria dos casos, a reportagem ao vivo vai contar com uma ou mais entrevistas. No caso específico do radiojornalismo, onde não existem imagens como na cobertura televisiva, o repórter tem também a função de descrever o entrevistado, e o assunto que será tratado pelo mesmo. Como destaca Ferraretto (2014), a entrevista tem como função gerar declarações relevantes do entrevistado ao público. Por conta disso, Barbeiro e Lima (2001) destacam que a entrevista não é apenas uma conversa entre duas pessoas, mas sim algo que envolva também o público ouvinte. McLeish (2001) constata semelhante. “O objetivo de uma entrevista é fornecer,

nas próprias palavras do entrevistado, fatos, razões ou opiniões sobre um determinado assunto, de modo que o ouvinte possa tirar uma conclusão no que diz respeito à validade do que está sendo dito” (MCLEISH, 2001, p.43).

O formato de entrevista também é utilizado em reportagens gravadas, porém ganha maior destaque nas coberturas ao vivo. Isso ocorre pela característica de espontaneidade desse tipo, que não permite edições das declarações do entrevistado. A fala do mesmo vai ao ar na íntegra, trazendo naquele momento alguma informação importante para o ouvinte.

Sob o ponto de vista de McLeish (2001) existem três tipos de entrevista. Todos eles se baseiam no tipo de fala que o entrevistador quer extrair do entrevistado. O primeiro deles é chamado de informativo. Neste caso, a intenção é puramente transmitir informações ao ouvinte, e a sequência de perguntas a serem feitas serve para trazer o máximo de detalhes possível sobre aquele assunto.

O segundo tipo é o da entrevista interpretativa. Neste caso, o entrevistado tem como função explicar e comentar os fatos trazidos pelo entrevistador. O objetivo é contextualizar determinado assunto, e expor o ponto de vista do convidado, para que o mesmo seja “avaliado” pelo ouvinte. O conteúdo deste tipo é descrito pelo autor como “reativo”. Ou seja, o repórter vai se basear mais no que está sendo falado durante a entrevista, do que o que pode ter sido acordado antes entre as partes.

O terceiro tipo descreve a chamada entrevista emocional. Esta vai passar ao público uma ideia do estado de espírito do entrevistado. É muito usada na cobertura de acidentes ou tragédias, para refletir as falas de familiares e a população atingida. Ao mesmo tempo, este tipo é usado após uma conquista de algum atleta ou a premiação de algum artista. A entrevista emocional requer um cuidado maior do entrevistador, de modo a não invadir a privacidade do entrevistado. Por isso, o autor define que “a maneira de formular a pergunta é tão importante quanto o seu conteúdo, talvez até mais” (MCLEISH, 2001, p.44).

Todos estes três tipos previamente listados são usados em uma reportagem ao vivo, sendo variados a partir do assunto tratado, ou da fonte a ser ouvida. Em algumas coberturas o repórter pode se utilizar até mesmo dos três. Como por exemplo, na cobertura de um deslizamento de terra, a entrevista informativa pode ser realizada com alguma autoridade presente no local, ou com alguma testemunha que não necessariamente foi afetada pelo fato. A interpretativa entra na figura de algum especialista, como no caso citado, um engenheiro. Este vai opinar para o ouvinte as possíveis causas deste deslizamento. Por fim, a emocional pode ser feita com alguma pessoa que foi afetada diretamente pelo deslizamento.

Ao definir os tipos de entrevista, Ferraretto (2014) propõe ainda outro que também encontra espaço nas matérias ao vivo. São as denominadas entrevistas de grupo ou enquetes. O repórter que faz esta cobertura pergunta diversas pessoas sobre algum assunto relevante naquele momento definido previamente pela produção. A intenção é apresentar a opinião geral a respeito desse tema. Não pode ser tratada, porém, como tendo caráter científico. A ideia é apenas ilustrar alguma informação trazida. O autor afirma, porém, que este tipo vem perdendo espaço nas emissoras atuais, por causa do crescimento das redes sociais, o que permite uma consulta mais prática e direta.

#### 4.4 COBERTURA NOS GRANDES EVENTOS

Utilizando-se do formato da reportagem, o rádio se insere em suas grandes coberturas. Como já analisado anteriormente por este trabalho, as coberturas podem ser de eventos planejados ou não-planejados. Por conta disso, as transmissões feitas pelas emissoras levam esta divisão em consideração, para definir aspectos e estratégias específicas para cada caso. Cada um desses dois tipos tem suas peculiaridades e características próprias.

##### **4.4.1 Cobertura em eventos não-planejados**

Quando algum evento ocorre de forma não planejada, ele assume imediatamente a condição de uma pauta imediata para as redações dos veículos de rádio. Ou seja, perde o sentido a cobertura de algum evento inesperado utilizando-se apenas do recurso da reportagem gravada. O rádio pede que esta cobertura seja feita ao vivo, no momento em que ocorre, e explorando o desenrolar de sua narrativa. Não é excluída, porém, a utilização de gravações a serem utilizadas posteriormente ao evento, vindas do local onde ocorreu. Neste caso, porém, a intenção não é informar como um fato novo, mas sim complementar a cobertura passada com novas informações que surgem posteriormente. Para isso, perde-se a instantaneidade do relato, mas se mantém a autenticidade da narrativa.

Meditich (1997), usando sua definição dos graus na cobertura ao vivo do rádio, define o acontecimento inesperado como podendo ser de terceiro ou quarto grau. O profissional que atua neste tipo de cobertura se utiliza predominantemente do improviso, pois na maioria das vezes, não consegue resgatar material prévio suficiente para se basear para aquele caso específico. No radiojornalismo, este ocorre de maneira mais restrita, porém é observado diversas vezes neste tipo de situação, pois exige uma resposta rápida da emissora. Como já



destacado anteriormente, o autor define que para o discurso usado chegar ao quarto grau, o mesmo requer que o acontecimento esteja se desenrolando de maneira simultânea. Observa-se então o mais alto grau possível da transmissão ao vivo.

Meditzsch (2001), ao esmiuçar seu conceito de rádio informativo, destaca que o mesmo cresce em importância justamente quando o imprevisível acontece, pela sua maior acessibilidade e agilidade no trato da informação. Por conta disso, o rádio passa a ocupar uma posição privilegiada, até mesmo em relação aos outros veículos.

O rádio opera, então, como um guerrilheiro da informação, moldando-se em tempo real, em função dos acontecimentos extraordinários, num nível inatingível pelos meios que, paradoxalmente, contam com uma estrutura maior. [...] A tática é a „arte do fraco“, e é a relativa precariedade de recursos do veículo, de sua linguagem e tecnologia (diante da imprensa e da tevê) que lhe proporciona maiores versatilidade, agilidade e ubiquidade. Estas características tornam o rádio insubstituível em momentos críticos para as comunidades, e levam inclusive os demais veículos a perseguir os seus passos. (MEDITSCH, 2001, p. 111)

Como já citado anteriormente, o evento, quando relatado ao vivo, pode ganhar a definição proposta por Ortriwano (1985) de uma edição extraordinária. Neste caso, pode ser sacrificada a programação de uma emissora para cobertura completa do caso. É importante reforçar também, que caso seja prolongada, a edição extraordinária ganha ares exclusivamente narrativos em seu discurso. E diante de um evento inesperado, esta característica se torna ainda mais presente, pela escassez das informações. Porém, para McLeish (2001), este fator também é importante por causa da imparcialidade que o jornalista deve buscar. Ou seja, uma interpretação subjetiva equivocada da situação pode agravá-la, ou gerar consequências para o futuro. “A não ser que o repórter esteja bem a par da situação, melhor é deixar as razões e os prognósticos para uma etapa posterior, e provavelmente para outros. Em meio ao conflito, não cabem especulações: a história deve ser contada apenas com base naquilo que o repórter vê e ouve” (MCLEISH, 2001, p.76).

A cobertura do rádio de eventos inesperados como esse serve também para complementar as informações passadas em outros veículos. Jung (2011) cita especificamente o caso da cobertura do atentado de 11 de setembro em Nova York para demonstrar a maior facilidade do rádio em alcançar primeiro o público.

Não tenho dúvida de que, alertado pelo plantão da rádio jornalística da cidade, o ouvinte saiu à procura do primeiro aparelho de televisão que houvesse nas proximidades. Reação provocada em todo o cidadão que, por outros meios de comunicação, até mesmo o telefonema de um vizinho, teve acesso à notícia. Mas, ao encontrar os canais que reproduziam as imagens da CNN para o mundo, esse cidadão se deparou com âncoras, repórteres e comentaristas atuando como se estivessem no rádio. (JUNG, 2011, p.117)

Portanto, para Jung (2011), a televisão ganha características semelhantes ao rádio neste tipo de cobertura, usando linguagens parecidas em reportagens externas, contando com suporte de um âncora de estúdio, ganhando uma linguagem mais narrativa e descritiva (no caso da televisão, com o suporte das imagens). Ou seja, o telejornalismo se confunde em formato com o radiojornalismo, pois ambos têm como meta informar em tempo real os acontecimentos imprevistos.

A característica de instantaneidade e agilidade na transmissão de informações fazem com que o rádio seja bastante explorado para a realização da cobertura em tempo real de algum fato. Porchat (2004), ao citar o exemplo da Rádio Jovem Pan, destaca que a função neste caso não é somente relatar os fatos aos ouvintes, mas também prestar serviços à população. Para ilustrar este caso, o autor usou o exemplo de um incêndio em São Paulo do edifício Andrauss, em 1972.

Durante 24 horas a emissora conduziu o radiojornalismo em volta do Andrauss. Instalou postos de serviços, participou da operação-salvamento, conseguiu holofotes que não existiam em São Paulo, orientou motoristas sobre as alterações no trânsito, deu assistência aos parentes das vítimas, trabalhou na doação de leite e sangue; enfim, as informações da Jovem Pan conseguiram unir, naquele dia, todos aqueles que se atribuíram o dever de atenuar a tragédia do Andrauss. (PORCHAT, 2004, p.17)

Como lembra Ortriwano (1985), a prestação de serviços chega ao rádio como maneira de se diferenciar das informações repassadas pela televisão, então em grande crescimento na época. Ao analisar o exemplo da Rádio Continental do Rio de Janeiro da década de 50, Bepalhok (2006) busca demonstrar que mais do que criar uma narrativa dos fatos que se desenrolavam, a intenção era também lidar com o entorno, e auxiliar a população que não foi diretamente atingida com o fato relatado. Ao mesmo tempo, fica claro que esta prestação de serviços não se limita apenas ao ouvinte que não foi afetado com o acontecimento inesperado, mas também por possíveis vítimas e familiares envolvidas no caso.

A autora evidencia isto ao analisar a cobertura de um caso de explosões de alguns paióis do Exército em Deodoro, subúrbio do Rio de Janeiro. Neste caso, a atuação do repórter Saulo Gomes é evidenciada como tendo sentido duplo, indo além daquele de simplesmente informar a população: ele pretende informar quem também foi envolvido. “A prestação de serviço fica evidente em quase todas as entrevistas feitas por Saulo Gomes. Ele abre os microfones para que os soldados tranquilizem as famílias” (BESPALHOK, 2006, p.159). No caso específico da Continental, é empregada uma unidade móvel específica para cobertura de eventos não-planejados, explorando justamente o serviço para a população. Por isso, que para

a autora, a emissora foi pioneira. “Fazia na década de 1950 a prestação de serviço que sustenta a maior parte das emissoras de hoje” (BESPALHOK, 2006, p. 173).

Para Porchat (2004), esta prestação de serviços deve ser considerada a função prioritária do radiojornalismo. A autora ressalta que o profissional da área deve sempre esperar por um acontecimento como este, pois o mesmo faz parte da rotina diária da redação. Barbeiro e Lima (2001) reforçam este ponto de vista. “A prestação de serviços é uma das razões da existência de uma rádio jornalística” (BARBEIRO e LIMA, 2001, p.45).

Com o advento das novas tecnologias, o rádio segue sua busca pela adaptação, construindo novos formatos, e fornecendo novas possibilidades ao público na forma de se escutar. Neuberger (2012) defende que o conteúdo do rádio precisa ser revisto, pela demanda da audiência de se fazer um formato mais interativo, agregando outras mídias e plataformas. Algumas opções a serem consideradas e utilizadas em grandes coberturas de eventos inesperados. Além da atualização em tempo real também poder ser dada através de mídias digitais, o novo sistema de rádio possibilita a disponibilização da gravação do que foi transmitido por meio de novas plataformas. Desse modo, “o próprio “ouvinte” poderá buscar as informações conforme lhe interesse, causando uma diferença crucial no discurso fugaz da transmissão por ondas eletromagnéticas” (NEUBERGER, 2012, p. 143).

Além disso, existe a demanda da reinvenção do profissional de rádio. Ele não somente precisa entrar no ar e repassar informações sobre o evento que está acontecendo, mas também precisa alimentar outras plataformas, como as redes sociais de uma emissora, ao tirar fotos, gravar vídeos, e em alguns casos até mesmo escrever textos para exibição em *sites*. Dessa forma, as emissoras mantêm o ouvinte informado de outras maneiras, se aproveitando de recursos de outros veículos. Cafarate (2016) descreve que este tipo de mudança, além de se justificar de maneira financeira para as emissoras, como forma de corte de gastos, promove também um profissional que participa de todas as etapas do processo produtivo.

Ao mesmo tempo, a interatividade com o público traz para o jornalista uma nova fonte: o próprio ouvinte. Este fator se torna essencial quando o profissional se depara com uma cobertura de eventos não planejados. Ao dar uma plataforma de participação ao ouvinte, o mesmo pode, além de comentar uma situação, auxiliar o jornalista na informação, trazendo aspectos que ele conhece ou vivencia, mas que fogem à percepção do jornalista no momento da cobertura. Para Kischinhevsky (2010), este aspecto facilita a velocidade na transmissão da notícia em uma transmissão ao vivo. “O resultado é uma cobertura ágil, que se alimenta das plataformas digitais para partilhar informações com os ouvintes e ocasionalmente transformá-los em fontes, captando sonoras por telefone fixo ou móvel” (KISCHINHEVSKY, 2010, p. 77).

Apesar disso, o autor alerta que estas mudanças trazidas pelas novas tecnologias não interferem na linguagem do rádio ou em seu conteúdo. “A imagem (estática ou em movimento) e os textos nos sites das emissoras desempenham papel meramente acessório e estão longe de descaracterizar o meio”. (KISCHINHEVSKY, 2010, p. 78).

Uma cobertura de um evento inesperado que afeta grande parte da população não se dá somente no dia em que ocorre. Dependendo de sua dimensão, é preciso também alertar para seus desdobramentos e consequências para o futuro. Uma das maneiras de se certificar disso é procurar repassar ao ouvinte as causas do fato abordado. Porchat (2004) cita o exemplo de um rompimento de três adutoras da Sabesp (companhia de água de São Paulo), que deixou grande parte da Zona Sul da capital paulista sem água. Além de simplesmente noticiar o fato e dar voz à população, é necessário também questionar sobre o acontecimento. Na ocasião descrita pela autora, foram ouvidas autoridades responsáveis pelo fornecimento de água, além de especialistas externos. Trabalhos como esse podem motivar uma possível denúncia contra algum órgão público ou privado, o que gera outras pautas para o futuro e motiva novos desdobramentos. Apesar da cobertura do fato em si ser feita predominantemente ao vivo, suas consequências podem gerar uma série de novas reportagens gravadas de modo a aprofundar e esclarecer o que de fato aconteceu.

#### **4.4.2 Cobertura em eventos planejados**

O grande evento planejado é de extrema importância para uma emissora de rádio. Como cita McLeish (2001), este tipo de cobertura auxilia na credibilidade da emissora, por trazer um contato direto com o público. “O rádio não deve apenas ir onde as pessoas estão, mas seu conteúdo deve originar-se dos interesses e das atividades de muitas pessoas. [...] Portanto, as transmissões externas são essenciais para a saúde da radiodifusão” (MCLEISH, 2001, p.153).

Como já descrito anteriormente, um evento planejado requer estratégias bem definidas de organização e administração por parte de quem o realiza. Porém, do lado da imprensa – neste caso específico, do rádio – também deve ser levado em consideração um planejamento detalhado e em conjunto com a redação e os profissionais escalados para tal cobertura. Este planejamento leva em conta todos os aspectos que compõem um evento como este, que vão desde sua localização, até o tema a ser abordado e as fontes a serem consultadas.

Batista (2008) define que este tipo de planejamento envolve diversos fatores externos aos critérios jornalísticos, envolvendo os recursos técnicos e materiais disponíveis. Dessa forma, o lado financeiro da emissora também deve ser levado em consideração. Além

disso, outros fatores que vão nortear a cobertura são a linha editorial da empresa, além da preparação dos profissionais envolvidos direta ou indiretamente.

Uma cobertura como esta pode começar antes mesmo da realização do evento de fato, principalmente se tratando de um acontecimento de grande porte. Batista (2008) cita que, mesmo este recurso sendo mais comum na cobertura televisiva, uma possibilidade adotada é reunir uma série de reportagens sobre a organização prévia em si, mostrando aspectos como os recursos utilizados, por exemplo. Seguindo a mesma linha, McLeish (2001) destaca a importância da divulgação da cobertura do evento. Para o autor, esta divulgação também se dá através de anúncios e chamadas no ar, mas além disso, também com a utilização de cartazes e *press releases*. A divulgação neste caso serve dois propósitos: aumentar a audiência propriamente dita da emissora no momento da cobertura, e ao mesmo tempo atrair o público a participar do evento no local.

Para Batista (2008), um aspecto importante para iniciar este planejamento é a interação com a organização do evento para avaliação dos recursos materiais e tecnológicos que vão estar disponíveis pelo mesmo. A partir daí, pode-se avaliar os recursos que vão ser disponibilizados pela própria empresa. Este tipo de planejamento logístico envolve credenciamento prévio para os profissionais, e em alguns casos, como em eventos esportivos, também os direitos de transmissão daquele evento, que podem variar de uma emissora para outra. Esses direitos são adquiridos através de uma compra da empresa jornalística, e envolvem uma lista de regras a serem respeitadas pela mesma. Por parte das empresas, o planejamento envolve a definição dos recursos financeiros a ser disponibilizados, e a partir daí, definir o tamanho da equipe a ser empenhada, bem como as funções de cada profissional.

O planejamento logístico não resulta apenas de uma negociação entre editores-chefes, profissionais da administração das empresas e responsáveis pela organização do evento; ele exige o envolvimento de profissionais de outras áreas, como de engenharia de telecomunicações, por exemplo, para avaliar as condições de transmissão de sinais de rádio e TV. Todo este trabalho antecede e condiciona o planejamento editorial, quando se dá a definição das pautas e a definição das funções de cada membro da equipe (BATISTA, 2008, p.645)

McLeish (2001) defende uma visita prévia no local do evento, o que vai possibilitar os profissionais a delimitar a estratégia a ser utilizada naquela cobertura específica. Outro ponto a ser definido previamente, segundo o autor, é a escolha do número de pessoas envolvidas. Quanto maior o evento, maior o contingente a ser empenhado, podendo até mesmo motivar a contratação de equipes de segurança e de publicidade. A complexidade também aumenta o custo desta cobertura. O tempo da transmissão pode motivar a implantação de uma jornada em dois turnos.

Batista (2008) destaca ainda uma peculiaridade do rádio em relação aos outros veículos, que é a sua versatilidade e relativa simplicidade na realização da transmissão, o que faz com que a cobertura radiofônica ganhe a possibilidade de empregar menos profissionais, e conseqüentemente, uma transmissão mais barata. A autora cita o exemplo da Rádio Eldorado AM e sua cobertura do Pan de 2007, em que foram empregados apenas quatro profissionais.

Fator também presente e essencial na transmissão de um evento não-planejado, a descrição do repórter mantém seu destaque durante a cobertura, porém ganha novas características no acontecimento planejado. Definido por McLeish (2001) como “comentário”, este tipo de linguagem empregado pelo profissional tem o mesmo objetivo: fazer com que o ouvinte se sinta como se estivesse no local de onde está sendo transmitido. A preparação individual do jornalista faz com que a descrição no evento planejado ganhe uma base maior. McLeish (2001) define algumas informações básicas a serem adotadas durante a preparação: a programação oficial do evento; detalhes da decoração; a história do evento e do local onde está sendo realizado; pessoas que participam da organização; informações sobre possíveis músicas e apresentações a serem realizadas. Para o autor, o principal motivo de conseguir essas informações é usá-los como complemento aos elementos principais da cobertura, enriquecendo assim a transmissão, e dando um maior sentimento de familiaridade ao ouvinte.

Batista (2008) define a função jornalística em três fatores, ressaltando sua importância na cobertura de eventos. São eles o reconhecimento de definição do que é notícia; o conhecimento do processo de elaboração da mesma; a capacidade de empregar uma linguagem específica para aquele caso. A autora afirma que, apesar dessas características serem essenciais para o dia-a-dia do jornalista, os mesmos ganham destaque na preparação da transmissão de grande porte. De maneira geral, este tipo de preparativo parte do próprio jornalista, realizado na maioria das vezes informalmente através do contato com outros profissionais, com a organização, e através da pesquisa de dados anteriores.

Outro fator importante para o profissional que assume o papel de comentarista para McLeish (2001) é passar a impressão geral do público participante, e transmitir essa ideia a partir da sua fala. Ou seja, à medida que a reação for positiva ou negativa, o jornalista deve observar e avaliar estas reações e repassá-las ao público ouvinte.

A linguagem do rádio é estritamente temporal. Isso não significa que o rádio não possa criar imagens, conduzindo a imaginação do ouvinte. A diferença é que essas imagens interiores, produzidas na mente, não podem ser confundidas com as imagens que se vê numa tela. São imagens muito mais ricas - podem comportar três dimensões, e também incluir sensações táteis, olfativas, auditivas - e também muito mais econômicas: muitas vezes são dispensadas sem que isso prejudique a comunicação. (MEDITSCH, 1997, p.14)

A descrição de Meditsch (1997) quanto à linguagem radiofônica se encaixa ao discurso de McLeish (2001), e corrobora a ideia da importância da descrição dos detalhes observados pelo repórter na construção da cobertura radiofônica.

A cobertura de um grande evento não se limita apenas a relatar o acontecimento em si. Mas também está em focar o seu entorno, e mostrar de que maneira aquele fato está impactando os arredores do local. Por isso, como destaca Batista (2008), algumas coberturas podem se dividir em editoriais. A autora cita o exemplo dos Jogos Pan-americanos de 2007 para ilustrar os aspectos sociais, culturais, e políticos envolvidos, e como diversas pautas podem ser originadas para além da cobertura exclusivamente esportiva.

Ao analisar o entorno, o radialista retorna ao aspecto da prestação de serviços, que também se mostra presente na cobertura de um grande evento planejado. Porchat (2004) cita essa característica essencial ao analisar o exemplo da cobertura do carnaval na Rádio Jovem Pan. De uma maneira geral, grandes eventos como esse afetam no trânsito da cidade em que ocorrem, e também movimentam as rodovias ao redor, o que também gera pauta para a cobertura da emissora. Bernal (2006) também cita o exemplo de uma cobertura de carnaval – dessa vez da extinta Rádio Continental – para trazer outro aspecto de prestação de serviço que vai além das informações do trânsito. Ao analisar que a emissora se preocupou mais com a transmissão do entorno do que do evento em si, houve uma preocupação especial para trazer informações como o auxílio do encontro de pessoas desaparecidas e a ocorrência de acidentes e crimes, como assalto, por exemplo.

O acontecimento planejado, porém, não impede que imprevistos aconteçam. Dessa forma, o profissional empenhado na cobertura de um evento como esse pode ser obrigado a assumir outras funções que vão além da cobertura do evento propriamente dito. Neste caso, o repórter atua como se estivesse em uma transmissão de um evento inesperado, principalmente se o caso imprevisível abordado tiver um impacto muito grande na sociedade. McLeish (2001) aponta que o tom do discurso do repórter pode variar de maneira instantânea de festivo para tenso, refletindo ao ouvinte o acontecimento que se desdobra naquele momento. O autor cita ainda que o aspecto nos eventos inesperados de apenas repassar as informações de momento, sem tentar identificar causas nem envolvidos se não tiver confirmação, deve ganhar uma atenção ainda maior neste tipo de acontecimento, para não alarmar a audiência, que muitas vezes é composta por familiares e amigos dos participantes. Se a gravidade do acontecimento for muito grande, muda-se o foco do evento planejado, para aquele não planejado. McLeish

(2001) usa o exemplo da tragédia de Hillsborough<sup>5</sup>, na Inglaterra, onde diversas pessoas morreram sufocadas por conta da superlotação de um estádio durante um jogo de futebol. Tal fato fez com que o jogo fosse paralisado, e a cobertura, que estava prevista para ser estritamente esportiva, passou a focar naquela tragédia específica.

---

<sup>5</sup> A "Tragédia de Hillsborough" foi um incidente que ocorreu em 15 de abril de 1989 no Estádio Hillsborough, em Sheffield, na Inglaterra, durante o jogo entre Liverpool e Nottingham Forest, válido pelas semifinais da Taça da Inglaterra. Durante a partida, 96 torcedores do Liverpool morreram pisoteados e outros 766 ficaram feridos por conta da superlotação do estádio. Foi o maior desastre do futebol inglês e um dos maiores do mundo.



## 5 PROPOSTA DE ROTEIRO DE COBERTURA DE GRANDES EVENTOS

Considerando os conceitos e técnicas levantados no trabalho até o momento, propõe-se um modelo geral a ser seguido para a cobertura dos grandes eventos no rádio. Dessa forma, considera-se uma transmissão que acontece ao vivo, acompanhado o desenrolar dos fatos, de grandes eventos – os que impactam a população em diversas camadas – podendo ser planejados ou não. A nossa intenção é estabelecer métodos e técnicas que podem ser explorados pelos profissionais de rádio.

### 5.1 O GRANDE EVENTO NÃO-PLANEJADO

Como já detalhado, o evento que não é planejado carrega consigo algumas características próprias que requerem atenção especial do repórter. Vale destacar que o evento não-planejado geralmente representa um problema para a população. Por conta disso, esse tipo de ocasião requer cautela do profissional. Primeiro, ele deve adotar algumas prioridades para repassar os detalhes que estão sendo observado.

A primeira atitude do jornalista ao chegar no local do acontecimento é elencar mentalmente as principais informações que existem para serem repassadas. Ou seja, da mesma maneira que uma reportagem de um jornal impresso inicia com um lide que passa o que de primeiro deve ser de conhecimento da população, da mesma forma o repórter de rádio deve conhecer o que de imediato deve ser repassado. Essas notícias devem ser informadas na primeira entrada ao ar do repórter.

Feito isso, outra preocupação atinge o jornalista: a de ambientar o ouvinte. A partir do momento em que ele sabe o essencial do que aconteceu, a sua próxima curiosidade atinge como está o local naquele momento. Ou seja, através de um exercício puramente de observação, o repórter vai repassar o que vê naquele momento: a movimentação das pessoas atingidas, o trabalho das autoridades, ou até mesmo o clima e a temperatura daquele local. Portanto, um aspecto importante da cobertura não-planejada é a ordem de importância: primeiro o evento em si, depois o ambiente em que se está inserido.

Quanto à linguagem que precisa ser usada pelo repórter, é importante manter o equilíbrio emocional no relato. Tal habilidade vai manter a credibilidade do profissional em meio àquela situação, por passar ao ouvinte que ele está no controle da informação e não está se deixando influenciar pelo meio. Porém, de outro lado, o jornalista também é um ser humano, ou seja, também está propício às mais diversas emoções dependendo da gravidade da situação.

Nem sempre o jornalista vai conseguir se distanciar completamente da cobertura em que realiza, mas tal fato pode ser usado a favor da informação. Essa “humanização” do repórter faz com que o público tenha uma empatia maior e entenda a profundidade e a gravidade do acontecimento apresentado. Neste caso, o controle emocional requer um cuidado especial para que não comprometa o ato de noticiar corretamente: o que deve ser sempre a prioridade do jornalista. Portanto, o repórter não deve ter medo de expressar seus sentimentos – desde que não comprometam sua mensagem.

Um dos motivos para o controle emocional ser adotado como uma das prioridades que o repórter deve ter em mente é para não apelar para o sensacionalismo. Como este tipo de transmissão geralmente aborda temas delicados e que afetam diretamente as vidas das pessoas envolvidas, chega a ser antiético e imoral explorar estes sentimentos para a construção de uma narrativa. A objetividade deve ser sempre vista como foco, principalmente nestes casos. A intenção é não dar ênfase ao sofrimento pessoal, mas sim trazer ao público ouvinte uma perspectiva mais generalizada.

Da mesma forma, o jornalista deve manter sua imparcialidade para não tirar conclusões precipitadas sobre o que está observando. A cobertura de um evento imprevisível ocorre quase exclusivamente de maneira narrativa. Por isso, a preocupação está em reportar os fatos, e deixar para interpretá-los quando todos os aspectos daquele caso estiverem completamente apurados. Uma interpretação equivocada pode ferir a reputação do jornalista, além de prejudicar a empresa na qual ele trabalha.

A linguagem é construída quase exclusivamente através do improviso. Isso ocorre pelo tempo reduzido (ou inexistente) de preparação para a pauta. O jornalista pode ter consigo alguns dados prévios do que aconteceu, mas não chega no local para a cobertura já com todas as informações. As mesmas vão sendo descobertas para ele durante a apuração no lugar do fato. Por isso, ele tem que ter a habilidade do improviso, não apenas para a descrição do acontecimento, mas também para os detalhes maiores que serão descobertos ao longo do tempo. O repórter pode usar recursos como anotar as informações em tópicos ou pequenos textos para o auxílio, mas a mensagem principal vai ser montada simultaneamente ao momento em que está sendo dita.

Quanto à apuração em si, identificado o acontecimento, o repórter deve procurar quais autoridades estão a par ou cuidando do caso. Seja a polícia ou o corpo de bombeiros, é importante trazer a versão do especialista que atendeu o fato para complementar as informações básicas que já estão de posse do repórter, e ao mesmo tempo trazer atualizações sobre o caso. Por isso, o contato constante com essas fontes primárias deve ser realizado a todo tempo

também fora do ar, pois estas são as pessoas que vão ter primeiro acesso às informações relevantes à atualização do evento para o público. Da mesma forma, o contato com outros jornalistas que também realizam a cobertura no momento também pode ser útil ao profissional. Mesmo o contato cordial com pessoas de emissoras rivais pode fornecer uma troca de informações úteis a ambos, o que também complementa o panorama limitado de apenas um olhar observador.

Ao mesmo tempo, a busca imediata por fontes pede também que o repórter procure pessoas que foram atingidas, para passar um relato com maior identificação para o ouvinte. Sejam testemunhas ou vítimas do caso, o repórter pode usar as experiências únicas, não apenas para ilustrar a reportagem e passar profundidade, mas também porque nestes relatos podem estar informações que fogem à percepção das outras fontes. Porém, é justamente nestes casos que a linguagem e o controle emocional devem entrar na maior evidência.

Outro ponto para ser destacado é de que o repórter deve tomar cuidado quanto aos riscos que corre simplesmente para informar. Ele não deve se colocar em situação perigosa, que possa trazer danos ao próprio e às pessoas ao redor apenas pelo bem da notícia. A segurança e a integridade física do profissional também devem ser tratadas como prioridade pelo mesmo.

Um dos fatores explorados neste trabalho que reforça a força do veículo é a possibilidade da prestação de serviços do mesmo. Quando ocorre algo que foge à rotina, esta característica fica em evidência, pois o rádio tem o dever de passar as primeiras orientações àquele ouvinte que não foi afetado diretamente pelo evento, mas que vai sentir as consequências aos poucos. Ou seja, ele deve buscar explicar para o ouvinte como aquele fato vai afetar no dia-a-dia de todos. Por exemplo, um repórter deve ficar atento a informações do trânsito, caso seja algo grandioso que afete a vida urbana da população, indicando rotas alternativas, e se preocupando em atualizar estas informações.

Esta facilidade em chegar de maneira mais ágil ao local do evento faz com que o repórter tenha uma gama de possibilidades quanto à abordagem que ele vai adotar. A partir disso, ele pode aproveitar-se da instantaneidade e habilidade em reportar para trazer outros pontos que não podem ser explorados por outros veículos. Um bom repórter radiofônico vai saber usar seu poder de descrição para construir uma narrativa rica em detalhes que talvez nem mesmo as câmeras televisivas possam enxergar. O poder de criar uma história usando a imaginação do ouvinte remete à uma atenção especial aos sentimentos observados.

Da mesma forma, o repórter deve atentar-se de que o rádio é som. Ou seja, qualquer ruído faz parte do relato, complementando-o e informando. Em algumas ocasiões, inclusive, os sons ao redor vão descrever a atmosfera do evento melhor do que o próprio repórter. É função

do mesmo saber usar estes recursos de maneira inteligente, encaixando-os no momento correto, e ao mesmo tempo, e não fazendo com que os mesmos interfiram na recepção da mensagem.

A cobertura de eventos como este deve ser realizada de maneira contínua, se necessário por meio de revezamento de profissionais. Da mesma forma que o começo do evento foi inesperado pelo jornalista, o seu término também pode ser imprevisível. A importância de uma cobertura contínua faz com que o trabalho de apuração seja mais preciso e completo, e seu conteúdo mais claro para o ouvinte. Porém, obviamente os recursos e o tempo empregados para cada cobertura serão estabelecidos pela emissora. Por conta disso, o repórter deve otimizar ao máximo o tempo que lhe é conferido, para conseguir informar com precisão.

Cada emissora se comporta de uma maneira diferente em relação a estas situações, por isso, tal posicionamento também deve ser de conhecimento do jornalista, e deve ser levado em consideração em sua transmissão.

A atenção, concentração e capacidade de observação do repórter são qualidades que devem ser consideradas a todo momento para a realização deste tipo de cobertura. Apenas uma pessoa não vai jamais conseguir transmitir todos os pequenos acontecimentos envolvidos dentro de um grande evento inesperado, porém, com bom equilíbrio e boa utilização dos recursos oferecidos, um panorama geral pode ser contado, o que vai auxiliar na compreensão do ouvinte, e vai responder às suas maiores dúvidas.

## 5.2 O GRANDE EVENTO PLANEJADO

O evento planejado, como o próprio nome já lhe confere, abre maior espaço para elaboração de conteúdo específico para o mesmo, o que facilita a vida do repórter, lhe garantindo-o maior controle na cobertura.

O primeiro passo a ser considerado vem antes do evento em si. Como já observado, a preparação prévia e completa auxilia no enriquecimento de detalhes e na maior compreensão do significado daquele acontecimento para o ouvinte. O tipo de dado que será apurado pelo repórter antes do evento vai naturalmente depender de qual é esse acontecimento específico que ele vai cobrir. Se for algum evento periódico, podem ser trazidas informações estatísticas sobre edições anteriores, com dados e curiosidades do mesmo. Se for algum evento de ocorrência única, esses dados podem se basear no local em que se encontra (quais outros eventos já foram realizados lá?), ou buscando informações sobre os personagens de destaque que irão participar daquele evento.

Grande parte destes dados pode ser conseguida também através do contato com os organizadores. Este contato é essencial não somente para o auxílio na esquematização da logística a ser empenhada, mas também na busca de informações que irão servir de base para o profissional. É através deste contato que o jornalista consegue detalhes empregados no cerimonial, quais os procedimentos adotados, quem são os participantes e qual a importância dos mesmos no contexto abordado, dentre outros aspectos.

O contato prévio com as principais fontes (que podem ou não ser da organização) também é uma boa saída para se garantir uma base consistente na cobertura. Ao definir quais serão os entrevistados, e o que será abordado por cada um deles, fica mais fácil a construção da reportagem, e a explicação empregada para o ouvinte da importância daquela informação passada. Este aspecto também pode variar em cada caso, pois nem sempre este contato prévio pode ser possível. Parte daí a análise pessoal do repórter de buscar durante o acontecimento fontes relevantes à mensagem a ser passada.

Um detalhe importante a ser observado é o de que no evento planejado inverte-se a ordem de prioridade na informação se comparado ao imprevisto. Se no segundo caso, descrito anteriormente, é importante passar a informação primeiro para depois ambientar o ouvinte, desta vez a descrição do ambiente vem primeiro. Isto ocorre primeiramente pelo caráter mais cerimonial intrínseco a grande parte dos eventos planejados. O repórter inicia sua fala contando onde está, como está o clima no local em que está falando, quantas pessoas estão presentes, para posteriormente descrever com detalhes do que se trata o evento que foi empenhado para cumprir. Esse formato de construção de narrativa passa uma sensação de proximidade maior ao ouvinte, que se sente presente naquele acontecimento, mesmo distante fisicamente.

De maneira semelhante ao evento inesperado, a cobertura do entorno também se torna essencial. Da mesma forma que um imprevisto muda a rotina da sociedade, um grande evento previamente planejado também afeta diretamente a vida das pessoas, que pedem por informações de como reagir durante o período em que o mesmo ocorre. É este aspecto que o caráter inesperado se funde à preparação prévia do repórter. Ele também deve estar atento a qualquer imprevisto, e deve estar pronto para relatá-lo, principalmente se afetar na realização do acontecimento, às pessoas que estão envolvidas e aos seus arredores.

A descrição de um evento planejado pretende passar aos ouvintes passo a passo o decorrer do mesmo e seus objetivos. Neste momento entra o preparo pessoal do profissional, que vai explorar os dados e estatísticas previamente apurados, de forma a ilustrar e enriquecer a cobertura. Diferentemente do imprevisto, a interpretação imediata dos fatos é de extrema importância para uma transmissão mais completa do acontecimento, pois a mesma é embasada

na pesquisa anterior, que passa maior credibilidade e confiança no relato. Em alguns casos, como na cobertura de uma celebração religiosa por exemplo, este passo a passo é melhor definido e mais fácil de ser acompanhado. Já em outros, como por exemplo em uma manifestação - evento planejado que reúne características de algo imprevisível – os procedimentos adotados podem não ser muito restritos. Tal fato não deve dificultar a narrativa empregada, porém requer uma atenção maior do repórter.

Em outras palavras, o evento planejado possibilita ao profissional a montagem de um roteiro, o que faz com que ele seja menos independente do imprevisto. Este aspecto facilita repórteres menos experientes no trabalho de campo, que podem levar a narrativa mais completa possível antes do evento começar. Porém, o imprevisto ainda assim se encontra vivo neste aspecto, pois com ele são trazidas as impressões de momento do repórter, observadas pelo mesmo naquele momento, e que podem fugir a uma análise prévia.

A escolha das fontes não deve se limitar somente ao destaque aos protagonistas. Uma cobertura completa pode conter também as impressões do público participante, trazendo uma visão mais popular à transmissão, o que faz com que o ouvinte associe imediatamente. O público que vai somente para presenciar este evento muitas vezes apresenta uma opinião que foge à percepção do profissional, o que complementa as informações passadas pelo mesmo.

A linguagem e o vocabulário empregados pedem que se reflita o ambiente em que o jornalista está inserido. A cobertura de uma cerimônia como um velório, por exemplo, deve se diferenciar da cobertura de um desfile de escolas de samba. Não em seus procedimentos de descrição, ou no planejamento para ambos, mas sim para a entonação adequada para cada caso. Esta característica confere também uma autenticidade maior à informação passada, pois a voz do locutor também auxilia na construção da imaginação do ouvinte.

Ao mesmo tempo, a linguagem deve ser clara e objetiva, sem nenhuma interferência. O uso de ruídos em sua complementação também pode ser explorado, de maneira semelhante à que ocorre em outras coberturas, porém também não pode atrapalhar a mensagem que está sendo transmitida. Da mesma forma, o repórter deve limitar sua descrição, para que não canse o ouvinte com uma overdose de informações, transmitindo com precisão o que ocorre.

A repetição é uma das características básicas da linguagem radiofônica (a noção de sua “audiência rotativa), porém não pode ser confundida com redundância. Por isso, as informações principais podem ser reforçadas, porém de um modo que não fique cansativo, e que não faça transparecer que o repórter não tem nenhuma informação nova para repassar naquele momento.

Um evento de grande porte tem horário para começar e para terminar. Da mesma maneira, as emissoras e os profissionais têm maior facilidade em controlar sua própria duração e seus horários. Por isso, ao finalizar a cobertura de um evento planejado, o repórter pode concluir com suas impressões pessoais de uma maneira geral, passando um resumo das principais informações e do conteúdo levantado, e comentando sobre seu objetivo final. Este panorama completo auxilia o ouvinte a entender a importância que aquele acontecimento teve para a sociedade, e como ele agiu para adquirir tal tamanho.





## 6 CONCLUSÃO

O trabalho em questão buscou, de maneira generalizada, construir um panorama mais detalhado para um dos mais simples aspectos do rádio, mas ao mesmo tempo, um dos mais complexos. Simples em suas possibilidades tecnológicas e na sua execução, mas complexo por depender de tantos fatores variáveis.

Chama a atenção aqui que as coberturas de eventos planejados ou não-planejados têm algumas características em comum, mas ao mesmo tempo, aspectos que as diferem uma da outra. Notadamente o aspecto da prestação de serviço no rádio aparece em ambas as modalidades, e surge e reafirma-se como uma das grandes importâncias do veículo ainda hoje nos tempos atuais, em que mais uma vez o rádio precisa se reinventar para manter-se vivo e atuante na sociedade. Os serviços alimentam a credibilidade do meio junto ao público, e trazem uma sensação maior de proximidade com o ouvinte.

A sensibilidade da percepção, o poder de descrição e a habilidade do improviso também surgem como pontos em comum de ambos, o que os definem também como características presentes na linguagem radiofônica de modo geral. Afinal, ao não contar com nenhum tipo de imagem, o ouvinte usa a sua própria imaginação, e cria uma imagem mental daquilo que está sendo repassado para ele. Tal fato cria infinitas possibilidades de interpretação, o que aumenta a responsabilidade do repórter ao buscar fazer com que o público visualize uma cena mais próxima o possível da realidade.

Ao mesmo tempo, ambas as modalidades encontram suas diferenças claras e definidas. O caráter festivo e cerimonial dos eventos planejados, por exemplo, contrasta fortemente com o caráter alarmista e urgente dos não-planejados. Ao analisar os autores que estudam cada um destes casos fica evidente que, em grande parte, o acontecimento previsto carrega consigo uma carga mais positiva, enquanto o imprevisto geralmente traz informações negativas. A importância de seu relato e os valores de notícia de ambos também variam de formas diferentes, e únicas para cada caso. Por conta disso, o evento não-planejado requer uma cautela maior na sua transmissão, enquanto o planejado expande mais confortavelmente seu leque de possibilidades de cobertura.

Porém, apesar dessas diferenças serem claras e bem-definidas, ainda é encontrada pouca especificação das mesmas na literatura dedicada ao estúdio do rádio. Não existe uma diferença prática no ensino de ambos os conceitos, que apesar de manter marcas similares, não deveriam ser tratados de maneira igual, somente por seu aspecto instantâneo.

O que se observa é que, ainda hoje, apesar da evolução e da ascensão no lançamento de obras que falam do radiojornalismo, grande parte do conhecimento que os profissionais da área adquirem vem de sua própria vivência no ramo. Na maioria das vezes, as experiências e regras não são escritas para serem lidas por qualquer pessoa, mas sim são repassadas de maneira oral dentre os profissionais. De fato, é evidente que no rádio, e no jornalismo de uma forma geral, muito se aprende na prática, vivenciando a rotina de uma redação. Porém, o quão mais preparado seria o repórter se o mesmo já tivesse essas especificações passadas para ele? De que maneira acrescentaria em seu trabalho saber previamente o que esperar de algum evento, mesmo que ele seja completamente repentino? E se o jornalista sabe os procedimentos padrão de certo tipo de cerimonial, como isto acrescentaria e enriqueceria em sua cobertura? O bom profissional pode até se tornar melhor ainda com o tempo, porém, a capacitação pessoal, principalmente em um veículo tão versátil como o rádio, auxilia na sua performance, e o faz construir sua própria identidade.

Coberturas ao vivo não devem ser vistas como de difícil execução, apesar de seu caráter desafiador. Essa complexidade pode ser diminuída com o bom preparo do jornalista para enfrentar cada caso, e saber diagnosticar o correto a ser trazido para o público. Quanto mais consciente ele está dos métodos e práticas a serem adotados, e de que maneira ele pode explorar o ambiente ao seu redor, mais completa sua transmissão, e mais pleno é o seu desenvolvimento profissional.

A prática faz bons profissionais, que adquirem o conhecimento de maneira automática, conhecendo todas as técnicas e procedimentos adotados. Mas um preparo mais completo anterior cria no repórter também o pensamento crítico, e uma forma diferenciada de trazer a informação, levantando discussões pertinentes à sociedade, gerando assunto, e até mesmo pautas futuras para a própria emissora onde trabalha. O mais importante para uma cobertura completa não é saber como é feito, pois isso vem de forma natural. Mas sim, identificar o porquê, e ampliar as suas possibilidades, aliando técnica à construção de uma narrativa mais completa.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM, Daniela Oliveira Albertin; CAMARGO, Eduardo. Considerações sobre a história do rádio no Brasil. In: INTERPROGRAMAS DE MESTRADO, 2010. São Paulo **Anais...** São Paulo: Cásper Líbero, 2010. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Daniela-Oliveira-Albertin-de-Amorim-e-Eduardo-Camargo.pdf>>. Acesso em: 09 set. 2017.
- ANTUNES, Elton. Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 13, n. 1, p. 25-40, jan. 2007.
- BABO-LANÇA, Isabel. Reprodutibilidade do acontecimento na ordem institucional. In: COLÓQUIO DE IMAGEM E SOCIABILIDADE, 2008, Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo De. **Manual de radiojornalismo**: Produção, ética e internet. 1 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 185 p.
- BATISTA, Cicélia Pincer. O papel do planejamento de cobertura na produção da notícia In: SOPCOM, 2007. Braga **Actas...** Braga: Universidade do Minho, 2008. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/59>>. Acesso em: 09 set. 2017.
- BERGER, Christa; TAVARES, Frederico. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2009. São Paulo: USP, 2009. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/13654985/tipologias-do-acontecimento-jornalístico-sbpjor>> Acesso em: 23 nov. 2017.
- BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. **A prática da reportagem radiofônica na rádio Continental do Rio de Janeiro**. 2006. 339f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Paulista “Júlio Mesquita Filho”, Bauru, 2006. Disponível em: <[https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89453/bespalhok\\_flb\\_me\\_bauru.pdf?sequence=1](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89453/bespalhok_flb_me_bauru.pdf?sequence=1)> Acesso em: 23 nov. 2017.
- BIANCO, Nélia del. O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. In: FERRARETO, Luiz Artur; KLÖCNER, Luciano. **E o rádio?**: Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2013. cap. 36, p. 557-576.
- \_\_\_\_\_; PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. In: BIANCO, Nélia Del; FERRARETO, Luiz Artur; KLÖCNER, Luciano. **80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. 1 ed. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2017. 258 p.
- CAFARATE, Drumond Ludmila. **A reportagem radiofônica na fase da convergência**: Um estudo de caso da Rádio Gaúcha de Porto Alegre. 2016. 85f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/144255/000998967.pdf?sequence=1>> Acesso em: 23 nov. 2017.

CALABRE, Lia. **No tempo do rádio:** Radiodifusão e cotidiano no Brasil. 1923-1960. 2002. 277f. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2002. Disponível em: <[http://www.carosouvintes.org.br/blog/wp-content/uploads/Tese\\_Lia\\_Calabre.pdf](http://www.carosouvintes.org.br/blog/wp-content/uploads/Tese_Lia_Calabre.pdf)> Acesso em: 23 nov. 2017.

DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. **La historia en directo:** la retransmisión televisiva de los acontecimientos. 1 ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1995. 228 p.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio:** Teoria e prática. 1 ed. São Paulo: Summus, 2014. 269 p.

FERRAZ, Nivaldo. **Reportagem no rádio:** realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem. 2016. 396f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-25072017-150144/pt-br.php>> Acesso em: 23 nov. 2017.

GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution and research. **Tourism Management**, Calgary, n. 29, p. 403-428, abr./jul. 2007. Disponível em: <[http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/12.08.39\\_Event%20Toursm%20\\_GETZ.pdf](http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/12.08.39_Event%20Toursm%20_GETZ.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2017.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa:** Evento líder em opinião, motivação e público. 1 ed. São Paulo: Scritta, 1993. 108 p.

HALL, Colin Michael. The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events. **GeoJournal**, [S.L.], v. 29, n. 3, p. 263-268, out. 1989.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio.** 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008. 156 p.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Notas para uma economia política do radiojornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 2, 2010, p. 70-82.

KLÖCNER, Luciano. 40 anos sem o Repórter Esso. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2008, Porto Alegre: PUC-RS, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/40%20ANOS%20SEM%20O%20REPORTER%20ESSO.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos:** Gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. 280 p.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio:** Um guia abrangente de produção radiofônica. 4 ed. São Paulo: Summus, 2001. 242 p.

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

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias.** 1 ed. Cruz das Almas: UFRB, 2012. 164 p.

ORTRIWANO, Gisela Svetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos da história. **Revista USP**, São Paulo, v. 1, n. 56, p. 66-85, dez. /fev. 2003. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/viewFile/33808/36546>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 2 ed. São Paulo: Summus, 1985. 117 p

POIT, Davi Rodrigues. **Organização de eventos esportivos**. 3 ed. São Paulo: Phorte, 2004. 215 p.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo**: Jovem Pan. 3 ed. São Paulo: Ática, 2004. 205 p.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. 1 ed. Florianópolis: Combook, 2011. 84 p.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2009. 287 p.

WARREN, Steve. **Radio**: The book. 4 ed. Burlington: Elsevier, 2005. 221 p.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. As fases da história do rádio brasileiro e as transformações da notícia radiofônica. In: ENCONTRO NACIONAL DA HISTÓRIA DA MÍDIA, São Borja, mai. 2012. Disponível em: <[http://porteiros.s.unipampa.edu.br/gphm/files/2012/05/gthistoriadamidiasonora\\_Valci\\_Zuculoto.pdf](http://porteiros.s.unipampa.edu.br/gphm/files/2012/05/gthistoriadamidiasonora_Valci_Zuculoto.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2017.



