

Nova Formatação do Correspondente Ipiranga da Rádio Gaúcha

Gilson Luiz Piber da Silva¹

Regina Inês Vogt²

RESUMO:

Com este trabalho pretendeu-se investigar as mudanças ocorridas no formato do Correspondente Ipiranga da Rádio Gaúcha. A síntese noticiosa tem seu modelo inspirado no Repórter Esso, nascido em 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O Correspondente Ipiranga está no ar há cerca de cinco décadas na Rádio Gaúcha. A principal modificação no formato do programa ocorreu em 2005, quando a leitura das notícias por um locutor foi substituída pela leitura de um jornalista, que acompanha o processo de produção das notícias. Além do apresentador, o programa passou a ter algumas sonoras de entrevistas, ao contrário da versão anterior. Neste trabalho, procurou-se analisar como são as rotinas produtivas do Correspondente Ipiranga e compreender quais são os critérios de noticiabilidade mais usados. O estudo está fundamentado pela teoria do newsmaking e dos valores-notícia, baseada em autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina. A pesquisa foi iniciada com um levantamento bibliográfico dos autores citados. Posteriormente, foi realizada pesquisa qualitativa com o uso da entrevista e da observação-participante.

Palavras-chave: Rádio, síntese noticiosa, valores-notícia, rotinas produtivas.

¹ Gilson Luiz Piber da Silva é Bacharel em Jornalismo, pós-graduado pelo Centro de Educação Física e Desportos da UFSM, jornalista da Rádio Universidade de Santa Maria e professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIFRA.

² Regina Inês Vogt é radialista e Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UNIFRA.

1. A Rádio Gaúcha: quando tudo começou

No dia 8 de fevereiro de 1927 foi fundada a Rádio Sociedade Gaúcha, primeira emissora de rádio de Porto Alegre, e segunda estação de rádio comercial do Rio Grande do Sul. As transmissões oficiais iniciaram em 19 de novembro do mesmo ano, através de um estúdio instalado no edifício do Grande Hotel, na Praça da Alfândega, ponto mais alto de Porto Alegre. A aparelhagem resumia-se a um transmissor de 50 watts que, embora de baixa potência, cobria a cidade inteira, uma vez que não havia na época um acúmulo de ondas radiofônicas como hoje.

No início, a Rádio Sociedade Gaúcha era sustentada, em parte, pelas contribuições mensais de alguns ouvintes. Para compensar as deficiências de capital e ganhar autonomia, a direção da rádio criou espaços comerciais, programas com patrocinadores, apresentações musicais e noticiosos.

Em 1927, *A Voz dos Pampas*, como era chamada a rádio, transferiu-se para um edifício vizinho, quando então foi inaugurado o primeiro toca-disco acoplado diretamente ao transmissor.

Mais tarde, transferiu-se para o bairro Moinhos de Vento, num chalé de madeira defronte a caixa-d'água onde foi construída uma torre de transmissão de madeira, que se tornou atração turística e mais um cartão postal da cidade. Na ocasião foi adquirido um transmissor mais potente, de um quilowatt. O prefixo mudou de PRA-Q para PRC-2. Nesta época, a Rádio Gaúcha já atuava com programas de auditório, trazendo grandes astros.

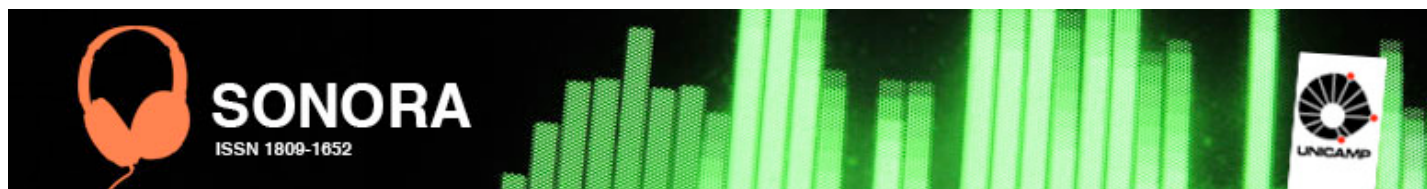
Em fevereiro de 1932, a Rádio Sociedade Gaúcha fazia sua primeira transmissão fora da capital: o discurso inaugural da Festa da Uva, em Caxias do Sul.

Nessa época o rádio no Brasil encontrou um campo político fértil. A Revolução Paulista de 32 chegava ao sul mobilizando os gaúchos para ouvirem mais rádio na procura de informações. Começava a censura nos meios de comunicação, mas o rádio continuava a informar os levantes comunistas de 1935, a manifestação integralista de 1937, a implantação do Estado Novo e a deflagração da Segunda Guerra Mundial.

A operação em ondas curtas teve início em 1951. Nessa época, os estúdios estavam localizados na Rua Sete de Setembro e as antenas de ferro situavam-se no bairro Cristal.

Em 1957, Arnaldo Ballvé, que já possuía uma rede de emissoras de rádio no interior do estado do Rio Grande do Sul, assumiu a direção da Rádio Sociedade Gaúcha, da qual faziam parte Frederico Arnaldo Ballvé e Maurício Sirotsky Sobrinho. Em julho desse ano, o mesmo grupo assume o controle da sociedade, juntamente com Eduardo Esquemazzi, Manoel Arrochelas Galvão e Nestor Rizzo, surgindo a Rádio Gaúcha.

Além das radionovelas, que faziam grande sucesso entre o público, a sensação da época era o programa Maurício Sobrinho que dominava a audiência nas manhãs de domingo.



Em 1978, a Rádio Gaúcha foi a primeira a transmitir em 100 quilowatts, aumentando a abrangência da sua cobertura. Em meados de 1983, a Rádio Gaúcha deu início à execução de um novo projeto valorizando o rádio falado. Em 1984, ganhou o slogan *A Fonte da Informação*. O programa Gaúcha Repórter marcou o início deste estilo. Em 1986, a Rádio Gaúcha ganhou a maior antena de rádio do país com 230 metros de altura e uma nova planta transmissora.

A mudança na linha de atuação com o binômio: informação e esporte, trouxe várias conquistas como o prêmio Top Nacional de Marketing, pela cobertura da Copa do Mundo de 1986, no México.

Na Copa do Mundo de 1994, realizada nos Estados Unidos, a Rádio Gaúcha inaugura suas transmissões via satélite, formando uma rede de 358 emissoras de rádio de todo o Brasil.

Desde então a Rádio Gaúcha, emissora do Grupo RBS³, não pára de se modernizar através da digitalização de seus equipamentos, passando por uma reestruturação incluindo novos conteúdos e novos apresentadores. Hoje a rádio Gaúcha é líder no segmento de jornalismo e esportes. Está presente em nove estados brasileiros com 145 afiliadas à Rede Gaúcha Sat. Pode ser sintonizada em FM, pela frequência 93,7 MHz, em AM, nos 600 KHz. A rádio também está disponível pela NET Digital, canal 351, pelo Sky, canal 407.

1.2 O Correspondente Ipiranga

O antigo formato do Correspondente Ipiranga, que perdurou por décadas na Rádio Gaúcha, teve seu modelo inspirado no Repórter Esso. A primeira edição do Repórter Esso entrou no ar em 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

O noticiário era patrocinado pela Standard Oil of New Jersey, produzido pela United Press e supervisionado pela McCann-Erickson Corporation – todas empresas norte-americanas. Tinha exatos cinco minutos de duração e se caracterizou, inicialmente, como um serviço de informações internacionais de guerra. (KLÖCKNER, 2008, p. 47).

O Correspondente Ipiranga está no ar, pela Rádio Gaúcha, há cerca de cinco décadas e já foi denominado de *Repórter Único* (1957-1960), *Repórter Gaúcha* (1966), *GBOEX* (1966-1978), *Maisonnave* (1978-1987), *Strassburger* (1987-1989) e *Alfred* (1989-1990) todos

³ A Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS) é composta por: 18 emissoras de TV aberta (RBS TV); 2 emissoras de TV comunitária (TV COM), Canal Rural; 26 emissoras de rádio (Rádio Gaúcha SAT, Rede Atlântida, Rede Itapema, CBN 1340, CBN Diário, Farroupilha, Cidade); 8 jornais (Zero Hora, Diário Gaúcho, Pioneiro, Diário de Santa Maria, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina, Hora de Santa Catarina e A Notícia); 2 portais na internet (ClicRBS e Hagah); 1 editora (RBS Publicações); 1 gravadora (Orbeat Music); 1 empresa de logística (Vialog); 1 empresa de marketing e relacionamento com o público jovem (Kzuka) e 1 Fundação (Maurício Sirotsky Sobrinho).

relacionados aos seus patrocinadores. A partir de 1991 passou a ser patrocinado pela Ipiranga e denominado *Correspondente Ipiranga*. Desde o ano de 1966, o locutor do programa foi José Aldair. O titular do Correspondente Ipiranga somente foi substituído em 2005, quando ocorreu a principal modificação no formato do Correspondente Ipiranga. A leitura das notícias por um locutor foi substituída pela de um jornalista que é responsável também pela redação das notícias.

Nos primeiros tempos de mudança, quem editava e apresentava a síntese noticiosa era o jornalista André Machado. Hoje, além do apresentador, o programa conta com outras vozes no ar, pois passou a ter pequenas sonoras, ao contrário da versão anterior, na qual havia apenas um locutor. Outra novidade do novo formato é a presença da voz feminina, que aparece na previsão do tempo e na locução do comercial. No antigo formato, o locutor que lia as notícias também lia os textos publicitários. Atualmente, os apresentadores têm uma participação efetiva em todo o processo de produção das notícias. Quando estão no ar, lendo uma notícia, sabem do que se trata porque a redação final foi feita por eles.

O Correspondente Ipiranga faz parte de uma estrutura ampla de *talk and news*, muita fala, entrevistas e notícias 24 horas ao dia, presente em toda a programação da Rádio Gaúcha. A redação da Rádio Gaúcha fica na Avenida Ipiranga, no bairro Azenha, em Porto Alegre, onde também estão a redação da Rádio CBN e dos jornais Zero Hora e Diário Gaúcho. A redação é informatizada. Editores, produtores, repórteres e apresentadores trabalham todos com terminais de computador.

O programa é veiculado de segundas-feiras a sábados, às 8h, 12h50min, 18h50min e 20h, e aos domingos, às 12h50min e 20h. Atualmente há dois jornalistas que se revezam na edição e apresentação do programa. São eles: o jornalista Leandro Staudt, e o jornalista e radialista Rafael Colling.

A produção do programa (Correspondente Ipiranga) é dividida em dois turnos: manhã e tarde. De segunda a sexta, a equipe da manhã produz as edições das 8h e das 12h50min. O pessoal, que chega à redação às 13h, produz as edições das 18h50min e das 20h. A equipe é composta por um editor/apresentador, um editor e um redator. Estes três profissionais trabalham com o auxílio dos repórteres da redação. As duas equipes ocupam o mesmo espaço físico.

Nos finais de semana, as rotinas de preparação do programa são as mesmas, só que feitas por um plantão. Somente um dos apresentadores dá conta das quatro edições do sábado, e das duas edições do domingo. No final de semana seguinte, o outro apresentador, que não foi escalado na semana anterior, fica de plantão. Há um substituto para cobrir as férias ou folga dos apresentadores oficiais.

A síntese noticiosa respeita uma hierarquia crescente dos fatos. Significa que a notícia mais importante é levada ao ar somente ao final do noticiário. O Correspondente Ipiranga utiliza o formato de notas, já usado no modelo anterior, para divulgar as notícias. O tempo de duração da síntese é de 10 minutos fechados, não podendo ultrapassar em hipótese alguma o previsto. O próprio programa de computador, no qual são inseridas as notícias em um roteiro pré-estabelecido, se encarrega de fazer a contagem e a soma dos minutos.

O Correspondente Ipiranga possui três blocos de notícias, separados por intervalos comerciais. O formato anterior era estruturado em dois blocos. Na abertura, são lidas as três principais manchetes do programa, que anunciam notícias destaque da edição. Há também duas manchetes internas, de menor importância, lidas antes do segundo intervalo comercial. As manchetes internas dão prioridade às notícias curtas.

A primeira notícia do programa é de cunho mais geral, deslocada das demais em relação ao tema. Pode ser um serviço ou uma notícia de destaque, como resultados de jogos de futebol, ganhadores da Mega-Sena, principalmente quando o ganhador for gaúcho. Não há interligação com os outros assuntos que estarão no programa. Ela é fechada em si, não há repercussão nem explicação da notícia. As sonoras servem para confirmar, reforçar ou explicar uma notícia. Geralmente as sonoras têm duração de 5 a 20 segundos.

2. As Rotinas Produtivas

O avanço dos estudos sobre jornalismo está relacionado com as metodologias adotadas. A partir da década de 70 do século XX começou a ser adotada uma crescente abordagem etnometodológica, um empréstimo feito da Sociologia. Assim como os antropólogos, os acadêmicos de Jornalismo passaram a utilizar técnicas como a observação participante para desenvolver seus estudos. O foco passou da análise de conteúdo para a observação das práticas produtivas diárias dos profissionais da Comunicação.

Segundo Traquina (2001), a contribuição dos estudos etnográficos para a compreensão do jornalismo, além de outros fatores

Permitiu reconhecer que as rotinas constituem um elemento crucial nos processos de produção das notícias. A importância das rotinas e das práticas na produção jornalística é um elemento-chave do novo paradigma construtivista que emerge nos anos 70. (TRAQUINA, 2001, p. 65)

Nesse sentido, o paradigma construtivista partilha a perspectiva de que as notícias são resultado de um processo de interação entre os jornalistas, entre estes e a sociedade, e entre os jornalistas e as fontes de informação.

Na interação entre pares, na troca de experiências, na leitura de outros jornais, é criada uma linguagem particular, um vocabulário próprio dos jornalistas que permite reconhecer os acontecimentos que possuem valores-notícia, através do “faro jornalístico”.

A matéria-prima do jornalismo são os acontecimentos que poderão ou não se tornar fatos noticiosos. Para isso concorrem algumas características que em última instância dependem da escolha do jornalista. As decisões tomadas pelos jornalistas acerca do que é

noticiável estão de acordo com critérios algo imprecisos conhecidos como valores-notícia. (SCHLESINGER in TRAQUINA, 1993).

De acordo com Rabaça e Barbosa (1978, p.324), a notícia é o “relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público”.

Para Ortriwano (1985, p. 91) “O fato ‘vira’ notícia, ou não, em função de uma série de interesses – principalmente político-econômicos - e em relação à objetividade/subjetividade de quem seleciona – e assim determina – o que é notícia”. A autora afirma ainda que é necessário avaliar o universo jornalístico disponível, ou seja, um fato pode merecer maior ou menor destaque de acordo com os fatos disponíveis num mesmo período.

Transmitir a verdade, nada além da verdade. É esta frase que dá ao jornalismo o poder mítico de dizer que as notícias são um simples espelho da realidade. Nada mais normal do que dizer que a realidade é aquela que está estampada no jornal, ou então, aquela que foi transmitida pelo rádio. Afinal, o jornalista que está por trás da notícia tem credibilidade e se diz imparcial. Para Traquina (2001, p. 68) os jornalistas são “simples mediadores que ‘reproduzem’ o acontecimento da notícia”.

Notícia para a Rádio Gaúcha, segundo Klöckner (1997, p.27), “é a descrição de um fato que interessa à sociedade e, por isso, se destaca entre todos os acontecimentos. A notícia reúne interesse, sensação, atualidade e veracidade”.

A atualidade e o imediatismo permitidos pelo rádio favorecem a notícia, afinal, ela “é um produto perecível, deve chegar ao cliente o mais rapidamente possível para ser utilizada” (TRAQUINA, 2001, p.79). Subentendido neste ato está a idéia de que o público pode, através dos meios de comunicação, estar presente no próprio local do acontecimento dos fatos.

Para o rádio, os fatos que acontecem hoje, agora, nesse instante, é que são importantes. O que aconteceu ontem já não faz parte da pauta. Por isso o tempo é um fator condicionante na hora de decidir o que será veiculado.

Já a escassez de tempo pode tornar-se uma defesa para os jornalistas. “A escassez de tempo que caracteriza a produção jornalística pode ser utilizada como desculpa contra as críticas daqueles que acham que certas ‘estórias’ tiveram tratamento insuficiente nos boletins noticiosos”. (SCHLESINGER in TRAQUINA, 1993. p.184).

Mas, este jornalista, vítima do tempo faz disso uma virtude por considerar que os verdadeiros jornalistas devem trabalhar sob pressão. Segundo Schlesinger in Traquina (1993, p.189), *ser profissional* é uma questão de sentir certas coisas, de “pôr a velha adrenalina a correr”.

Todo dia chegam ao conhecimento dos jornalistas uma avalanche de fatos, mas nem todas chegam ao conhecimento público. O que faz, então, com que os jornalistas escolham o que devem noticiar? Quais critérios são usados para tomar esta decisão que, em última análise, irá afetar toda a sociedade?

Para isto, neste trabalho, utilizo a teoria do *newsmaking*, que considera o resultado do trabalho jornalístico como uma construção social da realidade. A teoria do *newsmaking* se ocupa da “cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção”. (WOLF, 2003, p. 194). A combinação destes fatores é vista como parte de um processo impregnado pelos “vícios” da comunidade jornalística.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do *newsmaking*. (PENA, 2006, p. 130).

As práticas jornalísticas são normas pré-estabelecidas, como se fossem uma receita. Porém, uma receita que se adapta conforme a quantidade de ingredientes disponíveis.

2.1 Os Valores-Notícia

Os valores-notícia servem para sistematizar o trabalho na redação. No processo produtivo eles adquirem significado e função, e tornam-se evidentes para os profissionais. É o chamado senso comum das redações. “Ou seja, qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é de acordo com esse senso comum”. (PENA, 2006, p.131). É algo inerente aos profissionais, que só a prática diária é capaz de aguçá-lo.

[...] não é possível encarar os pressupostos de ‘rotinização’ do trabalho, do processo de produção e da cultura jornalística como pontualmente deterministas. Eles não são módulos uniformes e imutáveis. Há espaços de manobra para os jornalistas e eles estão localizados na interação com os agentes sociais. (PENA, 2006, p. 132).

Para Wolf (2003), a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia depende dos critérios de noticiabilidade:

[...] a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2003, p. 196).

Os critérios de noticiabilidade são as formas que os jornalistas encontram para justificar a escolha dos fatos que viram notícia. Estes são um recorte dos fatos reais. Através de diferentes ângulos considerados importantes pelos jornalistas, são realizadas reportagens,

notas, boletins que ilustram de forma peculiar o acontecimento noticiado. Por vezes, estes recortes são demasiadamente objetivos em função da relação espaço/tempo disponíveis para a veiculação de determinado fato.

O conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite realizar cotidianamente a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos nos fatos apresentados como notícia. Desse modo, a noticiabilidade constitui um elemento da distorção involuntária, contida na cobertura informativa dos meios de comunicação de massa. (WOLF, 2003, p. 199).

A seleção de notícias é um processo de escolha que deve ser realizado com rapidez, portanto, os critérios usados devem ser flexíveis, a fim de poder se adaptar aos eventos/fatos disponíveis, com um motivo aceitável que explique a escolha.

Sendo assim, os valores/notícia devem permitir uma seleção do material, feita apressadamente, de modo quase 'automático', caracterizada por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *postmortem* e, sobretudo, que não seja suscetível de muitos obstáculos. (WOLF, 2003, p. 204/5).

Estes valores estão implícitos na atuação dos jornalistas, pois, eles não param para analisar quais critérios apóiam a inserção de uma notícia nova num programa ou página de jornal, a cada vez que isto acontece.

Por conseguinte, é falacioso representar o processo de seleção como uma escolha rígida, sem margens, preordenada, vinculada a critérios fixos. Estes últimos certamente encontram-se presentes – justamente os valores/notícia e outros elementos de produção – mas, a sua relevância é sempre complementar a uma avaliação complexa, que busca definir um ponto de equilíbrio entre múltiplos fatores. (WOLF, 2003, p. 205).

Portanto, não é uma única característica que define a melhor notícia a ser veiculada. Esta escolha é feita a partir de diversos fatores relevantes, como a proximidade, atualidade, interesse humano, etc. E exemplifica a relativa autonomia dos jornalistas na construção de sentidos discursivos.

Nesse caso, o 'faro' jornalístico seria não uma capacidade 'misteriosa' de captar as notícias, mas uma capacidade-padrão (adquirida com base em parâmetros delimitáveis: os valores/notícia) de combinar 'instantaneamente, num ponto de equilíbrio, fatores muito diferentes. (WOLF, 2003, p. 265).

Esta 'capacidade-padrão', da qual fala Wolf (2003) é algo inerente ao trabalho diário dos jornalistas. Estes vão incorporando formas particulares de ação no decorrer do seu

desenvolvimento profissional, nas quais procuram agir de maneira a contemplar os aspectos considerados essenciais para que possam levar informação e conhecimento a sociedade. Os fatos noticiados são os que tiveram “destaque” dentre os demais. No entanto, a lógica jornalística não é estanque. Ela funciona de acordo com a imprevisibilidade dos acontecimentos, pois, deve acompanhar o movimento constante do mundo em que está inserida.

O processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil, no qual muitos dados são colocados e apenas um número restrito consegue passar pelo filtro: no entanto, pode-se compará-lo também a uma sanfona, visto que algumas notícias são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento. (WOLF, 2003, p.256).

Para a confecção de um informativo concorrem diversos fatores “[...] o produto informativo parece ser o resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objetivo o que deve ser inserido e de que modo deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal”. (WOLF, 200, 2003).

Após o reconhecimento dos fatos com valor-notícia, de acordo com Traquina (2001), o jornalista mobiliza o saber de procedimento, ou seja, todos os passos que deve seguir desde a recolha dos dados até a confecção da notícia. E, finalmente, soma-se a isso o saber de narração, que é a capacidade de reunir todas as informações em um pacote noticioso de forma interessante e atrativa ao público.

Para a teoria etnoconstrucionista, que partilha do paradigma construtivista, os jornalistas vivem pressionados pelo fator tempo. Todos os dias é preciso elaborar um produto final, seja uma notícia ou um jornal completo. Para tanto, não é possível afirmar que não há notícias, ou que não há notícias suficientes para preencher o espaço destinado a elas.

Face ao fator tempo que determina a “hora de fecho”, as empresas jornalísticas são obrigadas a elaborar estratégias para impor ordem no espaço e no tempo, pois os acontecimentos (matéria-prima do jornalismo) surgem em qualquer parte e momento. Estas estratégias estão baseadas na divisão dos espaços geográficos em áreas mais ou menos passíveis de serem palco de fatos noticiáveis, na especialização organizacional, ou seja, os jornalistas fazem ‘plantão’ em organizações que podem gerar acontecimentos noticiáveis, além de se especializar em temas, ou seja, a divisão das notícias por editoriais.

Mas, a tentativa de imposição de ordem no tempo contém lapsos. Pois se espera que os acontecimentos com valores-notícia ocorram durante as horas normais de trabalho, quando há repórteres a postos para cobrir tais fatos.

As empresas jornalísticas organizam seu próprio trabalho elaborando uma lista com os acontecimentos já previstos para acontecer no futuro, dos quais será feita a cobertura. A ênfase do trabalho jornalístico está nos acontecimentos e não nas problemáticas, porque estes são definidos no tempo e no espaço e permitem o uso do *lead*.

Esta imposição de ordem no espaço e no tempo favorece as fontes. “Assim, as fontes são quem são porque estão diretamente ligadas a setores decisivos da atividade política, econômica, social ou cultural”. (TRAQUINA, 2001, p 103).

Ainda com base no paradigma construtivista, a teoria estruturalista afirma ser os valores-notícia que permitem aos jornalistas escolher ou não as ‘estórias’ que serão publicadas. Esta teoria também destaca a ‘construção’ das notícias como um processo de identificação e contextualização para tornar os acontecimentos significativos.

Os autores desta teoria defendem que o processo de produção das notícias é um processo social que está baseado em suposições sobre como funciona e o que é a sociedade. Ou seja, ao mesmo tempo em que a mídia define quais são os acontecimentos significativos, também oferece interpretações para compreender esses acontecimentos, pois está apoiada em valores culturais comuns entre mídia e sociedade.

A constante corrida contra o relógio, as exigências de objetividade e imparcialidade são fatores que combinados favorecem o acesso aos mídia de pessoas que ocupam um lugar institucionalizado de privilégio.

Qualquer pessoa pode ser uma fonte de informação, desde que possua conhecimento sobre, ou seja, testemunha de determinado acontecimento. Faz parte do trabalho jornalístico o cultivo das fontes. “Para avaliar a fiabilidade da informação, os jornalistas utilizam diversos critérios na avaliação das fontes, nomeadamente 1) a autoridade; 2) a produtividade; e 3) a credibilidade”. (TRAQUINA, 2001, p. 105).

Conforme Wolf a rede de fontes consideradas essenciais para o bom andamento dos meios de comunicação, reflete a estrutura social de poder presente na sociedade. O acesso dos jornalistas as fontes e vice-versa, não se dá de maneira uniforme. As fontes que detêm poder econômico ou político obtêm acesso aos jornalistas com maior facilidade. Porém, as pessoas que não têm poder, dificilmente se tornam fontes, enquanto as ações destas não forem noticiáveis, por serem consideradas moralmente negativas. (WOLF, 2003, p. 235).

A posição institucional ocupada pela fonte na maioria das vezes, por si só, lhe concede autoridade, por isso os jornalistas recorrem tanto às fontes oficiais. Com base nessa opinião, Wolf postula que “Do ponto de vista dos procedimentos de produção jornalísticos, as fontes estáveis, institucionais, acabam assumindo uma fidedignidade adquirida com o tempo e igualmente tornada rotineira”. (WOLF, 2003, p. 237).

Wolf (2003) entende que as fontes institucionais também prevalecem porque fornecem materiais suficientes para a produção das notícias, e, permitem que os jornalistas não percam tempo recorrendo a um demasiado número de fontes. A credibilidade está relacionada às fontes que em outras ocasiões forneceram materiais credíveis, e, por isso acabam por tornarem-se fontes regulares.

Todos estes fatores, portanto, justificam porque as fontes institucionais são as preferidas dos jornalistas. Assim, ratifica-se porque as notícias dizem respeito, na maioria das vezes, aos atos praticados por “personagens” que estão no topo dos poderes econômicos e políticos.

As notícias como parte da produção da indústria cultural contribuem, portanto, para a manutenção da hegemonia ideológica dominante. Porém, atribuir a manutenção das idéias de dominação não pode ser, segundo esta teoria, relegado simplesmente ao fato de os mídia

serem empresas capitalistas. Isto seria ignorar a autonomia dos jornalistas em relação ao fator econômico. Mas é preciso chamar atenção para as rotinas de produção dos mídia, que em última instância, involuntariamente reproduzem as definições hegemônicas dos poderosos, mas sem estarem ao seu serviço.

“Além disso – em relação aos valores-notícia da ‘importância’ do ‘caráter exaustivo’ e do ‘equilíbrio’ –, essas fontes parecem necessárias, uma vez que representam o ponto de vista oficial sobre as questões controversas”. (WOLF, 2003, 237/8).

Embora a idéia de que os jornalistas transmitem a informação das fontes ao público sugira um processo linear, de fato o processo é circular, complicado, posteriormente, por um grande número de efeitos circulares de retorno. (SCHLESINGER, 1993, p. 177).

De acordo com Wolf (2003), os valores/notícia derivam de considerações relativas à: critérios substantivos das notícias, critérios relativos ao produto informativo, ao público e a concorrência. Assim, dentro dos critérios substantivos observam-se dois fatores: a importância e o interesse da notícia. A importância é determinada pelo nível hierárquico dos indivíduos envolvidos nos fatos noticiados, pelo impacto ou capacidade que o fato terá para influir sobre os interesses do país. A quantidade de pessoas envolvidas no fato - quanto maior for o número de pessoas envolvidas mais importante torna-se a notícia. E, a relevância do fato em relação ao desenrolar futuro de determinada situação.

Quanto aos critérios relativos ao produto: este critério está ligado à disponibilidade de material e as características específicas da cada produto informativo. Ou seja, as possibilidades técnicas e organizacionais da empresa jornalística irão permitir ou não o acesso à determinada informação.

Critérios relativos ao meio: o tempo e o material disponível para transmitir uma informação são fatores relevantes neste aspecto. Conforme Wolf (2003), a informação radiotelevisiva privilegia eventos pontuais, concluídos num breve período, pois estes se tornam funcionais de acordo com o ritmo produtivo das emissoras. Isto significa que o formato do programa e o tempo disponível funcionam como uma pré-seleção do assunto/tema a ser tratado, antes mesmo de outros valores/notícia.

Critérios relativos ao público: o conhecimento inato da profissão concede aos jornalistas a habilidade na escolha das notícias com interesse público. Ou seja, estes conhecem o que seu público deseja saber. Desta forma está implícita a afirmação de que é o público quem manda nos noticiários, afinal, toda a produção jornalística busca satisfazer os desejos deste. Porém, esta é uma moeda de dois lados, pois a argumentação circular em torno do assunto não retira dos jornalistas a autonomia em definir o que é de interesse público. Para Traquina (2001):

Os jornalistas são agentes possuidores de um certo grau de autonomia na ação em relação aos poderes constituídos, e têm papel relevante nos processos de construção negociada de sentidos quando elaboram seu relato sobre os acontecimentos a partir de dados fornecidos pelas fontes.

Crítérios relativos à concorrência: a competição entre os meios de comunicação faz com que estes selecionem uma notícia para publicar apenas por pensar que o concorrente poderá publicar o mesmo fato. Isto traz muita semelhança aos noticiários, sem qualquer inovação.

Na apresentação do programa nada transparece da fase de produção. Se algumas notícias são escolhidas em detrimento de outras, a apresentação se dá como um relatório dos principais fatos ocorridos nas últimas horas.

A fase de confecção e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários consiste justamente em anular os efeitos dos limites provocados pela organização da produção, para 'restituir' à informação o seu aspecto de espelho do que ocorre na realidade externa, independentemente do aparato informativo. (WOLF, 2003, p. 259).

Para que possa identificar as notícias como um balanço dos principais acontecimentos é necessário eliminar qualquer vestígio de que estes fatos seguem, na verdade, uma forma e tempo de apresentação pré-estabelecidos. Isto é feito de maneira tão natural que, embora a maioria dos espectadores saiba que existe uma preparação antes de qualquer programa entrar no ar, as pessoas acreditam nas nuances dos fatos apresentados sem questioná-los. Muitas vezes até reproduzem com fidelidade o que viram e ouviram nos meios de comunicação. É como se eles mesmos, espectadores, estivessem nos locais onde ocorreram os fatos noticiados.

A edição destina-se, portanto, a dar uma representação sintética, necessariamente breve, visivelmente coerente e possivelmente significativa do objeto da notícia: imposta pelas exigências e pelas técnicas de produção, transforma-se em algo diferente e a mais. (WOLF, 2003, p. 260).

3. As rotinas produtivas do Correspondente Ipiranga

De acordo com Traquina (2001), a contribuição da etnografia para o jornalismo permitiu reconhecer o quão importante são as rotinas dos profissionais da comunicação para o processo produtivo das notícias. A partir do paradigma construtivista observou-se que as notícias são fruto de um processo interativo entre os jornalistas e seus pares, entre estes e a sociedade e entre os jornalistas e as fontes.

O principal processo de interação entre os jornalistas ocorre entre os profissionais da mesma redação. Neste espaço dividido por eles fisicamente também há um partilhamento de idéias, concepções e modos acerca do trabalho jornalístico. Mas este processo de interação se

amplia aos profissionais da área que estão em diversas outras redações, que fazem uso das mesmas técnicas de produção e elaboração da notícia, formando uma grande rede virtual que comunga percepções acerca do mundo informacional.

Faço esta afirmação a partir do meu trabalho de campo, onde pude observar que os jornalistas que produzem o Correspondente Ipiranga elaboram o programa também com informações “garimpadas” em sites e jornais impressos. Ou seja, a produção jornalística se dá a partir do trabalho anterior de seleção feito por jornalistas de outros veículos de comunicação. Significa dizer que os jornalistas do Correspondente Ipiranga partilham da mesma opinião daqueles que produziram a *notícia-fonte*, ao menos na escolha pela importância de determinado fato. Uma vez que, a notícia recebe novo tratamento, sendo extraídos apenas os principais dados da *notícia-fonte*.

Os valores-notícia, segundo Wolf (2003), devem ser flexíveis, pois precisam se adaptar aos fatos disponíveis e ao tempo que os jornalistas possuem para fazer a seleção das notícias. O processo de seleção é automático, pois, os profissionais não têm tempo para pensar muito sobre a escolha da notícia. Geralmente, ao começo de um dia produtivo, eles já sabem quais fatos devem merecer mais destaque com base nos valores intrínsecos à profissão. Isto não significa dizer que o fazem sem pensar nas consequências que poderá implicar a divulgação de dados ilegítimos. Este automatismo no processo de seleção das notícias é confirmado nas palavras do apresentador Leandro Staudt, que fala da responsabilidade exigida pelo trabalho diário e a forma como ele é executado para que não haja dúvidas em relação ao conteúdo veiculado.

Eu sei de toda a responsabilidade que tenho, da importância que tem o noticiário, não só na programação da Rádio Gaúcha, mas para toda a rede. A quantidade de pessoas que estão ouvindo a programação normal da sua rádio no interior, das mais diversas programações, e, de repente aquela programação é cortada para entrada do Correspondente. Então os públicos são os mais diversos, a gente sabe que tem uma responsabilidade grande, então temos uma preocupação, um cuidado às vezes até exagerado de ir atrás de uma notícia, de conferir mais de uma vez se há dúvida, tentar dar uma última olhada para ter certeza, e minimizar os erros para evitar um dano que não pode ser reparado depois. Porque depois que passou no rádio está passado, não tem como voltar. O ouvinte pode ter desligado o rádio e não vai mais ouvir o que será falado depois. Então, neste sentido sempre há uma preocupação grande em atender essas exigências, mas sem pensar nisso toda hora, ou seja, *faz parte da rotina*.

Assim, é possível inferir que este “faro jornalístico” do qual nos fala Wolf (2003), é quase instintivo, pois, quando um fato reúne os principais valores-notícia para ser noticiado, este é logo identificado pelos jornalistas. Mas isso não basta, é necessário escolher. É nesse momento que entra em campo a sensibilidade jornalística, que, além de considerar os valores-notícia, precisa tomar em conta a ética profissional e a capacidade de discernimento para fazer a escolha *certa*. “É preciso *feeling* para escolher a notícia de mais impacto”. É assim que o apresentador do Correspondente Ipiranga, Rafael Colling, explica a tarefa diária da seleção das notícias feita a partir de um roteiro de pauta, mas que pode ser transgredido a qualquer hora, pois, o factual sempre sai na frente.

A interação entre os jornalistas e a sociedade se dá em um panorama mais amplo que engloba saberes de ambas as partes. Os jornalistas são detentores de uma técnica específica que é manejada na hora de transformar os fatos em notícias. Mas, isto só é feito a partir do que os jornalistas imaginam que interessa ao público, ou seja, os jornalistas se julgam dotados de certa onisciência capazes de saber o que passa na cabeça dos ouvintes, leitores, telespectadores. Eles fazem isso a partir de variáveis culturais que permeiam a sociedade na qual estão inseridos.

A interação entre os jornalistas e as fontes é um fator que merece destaque. Como veremos mais adiante, as fontes usadas pela maioria dos meios de comunicação, e o Correspondente Ipiranga não é exceção, são as fontes ligadas a cargos públicos. São fontes que geralmente estão em evidência naquele momento, por serem detentoras de informações de interesse público. Muitas vezes a notoriedade para determinada fonte é criada pela mídia, pois diversos veículos dão visibilidade aquela pessoa, ou seja, um veículo pauta o outro. Ciente deste papel que a mídia possui em relação às fontes, e com experiências acumuladas, o apresentador Rafael Colling afirma que:

Na hora da escolha de uma sonora para o Correspondente Ipiranga, é necessário pesar bem se realmente há interesse público na notícia, para não dar exposição demasiada para determinada autoridade como fonte, por exemplo, pois esta fonte pode aproveitar o espaço para promover sua imagem perante a população.

As notícias são um recorte de fatos reais. De acordo com Wolf (2003), estes recortes dificultam o aprofundamento da notícia. A afirmação do autor abrange noticiários como o Correspondente Ipiranga, que possui um tempo restrito para falar de vários assuntos. São pequenos recortes costurados com os principais elementos de cada fato. Assim é possível dar um panorama do que aconteceu nas últimas horas, a partir da seleção feita pelos jornalistas que produzem o programa. O olhar subjetivo de cada um deles contribui para levar aos ouvintes determinadas informações julgadas mais importantes a partir dos critérios de noticiabilidade comuns aos meios de comunicação. Este olhar ganha espaço na *consistência editorial*, permitida pelo novo formato do Correspondente Ipiranga, da qual fala André Machado:

Ele [Correspondente Ipiranga] é hoje muito mais flexível, pode ser alterado com o programa no ar, o que era bem mais difícil antigamente. No momento que a pessoa que apresenta tem conhecimento de toda a construção do programa, ela se permite uma alteração que às vezes é necessária com o programa no ar o que antes não era possível na figura do apresentador, do locutor. Agora eu acho que o programa ganhou em consistência editorial, em conteúdo editorial, uma coisa que ele não tinha porque o programa era muito impessoal. Agora ele passou a ser um pouco mais a cara de quem o apresenta. Foi assim comigo, e segue sendo assim com o Leandro e o Colling.

Esta construção é realizada com especial atenção aos valores-notícia, mas também as normas de conduta estabelecidas pela empresa de comunicação. Qualquer dado errado na divulgação dos fatos pode causar danos irreversíveis para a sociedade, por isso, a forma de noticiar precisa ser preparada com cuidado. O manual de ética editorial do grupo RBS afirma: “O jornalista tem o dever de conferir a veracidade de informações que possam produzir controvérsias”.

O paradigma construtivista afirma que os jornalistas vivem pressionados pelo fator tempo. Todos os dias precisam elaborar um produto final, seja uma notícia ou um jornal completo. Para isso as empresas elaboram estratégias para impor ordem no espaço e no tempo. Estas estratégias estão baseadas na divisão dos espaços geográficos em áreas mais ou menos passíveis de serem palco de fatos noticiáveis durante as horas normais de trabalho. O plantão é uma dessas táticas.

Este ‘plantão’ é feito pelos profissionais da Rádio Gaúcha, principalmente com relação aos poderes públicos. Exemplos disso é o acompanhamento de entrevistas coletivas que geralmente rendem pauta para os programas da rádio. Fora do período estimado para que as notícias aconteçam também é imprescindível que haja um plantão. Por isso, a importância de manter repórteres plantonistas durante a noite, fato que acontece na Rádio Gaúcha. Eles serão responsáveis pela transmissão dos principais acontecimentos ocorridos durante este período, e a emissora não corre o risco de não dar uma notícia considerada importante.

O paradigma construtivista enfatiza que a construção das notícias é um processo de identificação e contextualização que torna os acontecimentos significativos. Desta construção faz parte a forma de constituição de uma notícia. Ou seja, saber qual informação vem primeiro, que expressões usar para causar o impacto desejado e, assim, mobilizar os ouvintes.

Os autores da teoria construtivista defendem que o processo de produção das notícias é um processo social que está baseado em suposições sobre como funciona a sociedade e o que é a sociedade. É com base nestes valores culturais comuns que os jornalistas apóiam muitas de suas crenças. Pois é também a partir do reconhecimento de que irão prestar um serviço para a comunidade que uma notícia é elaborada. Um exemplo a ser citado, que surgiu durante a pesquisa, é o caso do vendaval que atingiu o estado do Rio Grande do Sul na primeira semana de setembro. No dia da observação já haviam se passado alguns dias desde o acontecimento do fato. Mas isso não impedia que houvesse apuração de novos dados para informar sobre a situação das famílias atingidas, e, como a comunidade em geral poderia ajudar com doações. “Deve-se valorizar o interesse humano neste caso”, afirma Rafael Colling.

A corrida contra o tempo, as exigências de objetividade e imparcialidade são fatores que juntos favorecem o acesso aos mídia de indivíduos que ocupam um lugar institucionalizado de privilégio. Ou seja, as pessoas que representam determinado órgão governamental, por exemplo, são mais visadas como fontes. Este é um procedimento bastante frequente no Correspondente Ipiranga, uma vez que, grande parte das notícias veiculadas são geradas exatamente nos poderes públicos, e há sempre um repórter de plantão para cobrir o fato. As exceções ficam por conta dos casos inusitados.

Conforme Wolf (2003) a rede de fontes consideradas essenciais para o bom andamento dos meios de comunicação, reflete a estrutura social de poder presente na sociedade. Porém, essas fontes parecem necessárias, uma vez que representam o ponto de vista oficial sobre as

questões controversas. A transmissão de informações ao público pelos meios de comunicação é feita a partir da captação de informações junto às fontes. Algo óbvio quando se trata de jornalismo. Porém, este processo que pode parecer simples e direto é um caminho longo e cheio de paradas.

Para Schlesinger (1993) embora a idéia de que os jornalistas transmitem a informação das fontes ao público sugira um processo linear, de fato o processo é circular. O processo circular que o autor menciona está ligado aos fatores sócio-culturais e também às possíveis leituras feitas pelos ouvintes, e até retransmitidas de “boca em boca”. Porém o rádio quer passar a impressão de que é somente um meio para a transmissão da notícia, sem que seus profissionais exerçam poder de influência no peso da informação. Fazem isto muito bem com o recurso da entrevista, ou seja, o que o entrevistado disse está dito. Não há como discordar e dizer que a informação partiu dos profissionais da rádio. Um recurso que dá crédito à informação. O apresentador Rafael Colling destaca:

... fazer com que o público perceba que quem deu aquela notícia é aquela pessoa que está sendo entrevistada, quando tem uma sonora. Então o próprio público vai dizer: não é a rádio que disse, foi o fulano que disse, no caso o entrevistado.

Da mesma forma, a inserção das sonoras no Correspondente Ipiranga contribui para aproximar o ouvinte do real. O apresentador Leandro Staudt afirma que:

... essas gravações às vezes elas são muito curtas, mas dizem muito mais do que tentar explicar num texto. Uma declaração, uma crítica, no tom de voz ou na dificuldade ao falar, são coisas que tu não consegue expressar numa locução em texto.

Para Wolf (2003), os valores/notícia derivam de considerações relativas à: critérios substantivos das notícias, critérios relativos ao produto informativo, ao público e a concorrência.

Dentro dos critérios substantivos podemos enquadrar a maior parte das notícias veiculadas pelo Correspondente Ipiranga. Todas as sonoras usadas nas quatro edições do dia 15 de setembro são de autoridades, sejam políticas, militares ou civis. As notícias envolvem sempre um grande número de pessoas, ou seja, há impacto sobre a comunidade.

O Correspondente Ipiranga utiliza um recurso bastante recorrente que é a explicação de um especialista para determinado fato. Neste caso, especificamente quando se trata de mercado financeiro, para explicar melhor como funciona este processo, é gravada uma sonora com a analista de mercado Débora Möersh. O manual de ética editorial do grupo RBS enfatiza:

É natural e recomendável, porém, que a forma e o conteúdo de notícias sejam submetidos a análises capazes de contribuir para o seu aperfeiçoamento. Sobre tudo em trabalhos jornalísticos ligados a questões técnicas e científicas, checagens feitas por especialistas podem aprimorar a informação.

Quanto aos critérios relativos ao produto, as informações são advindas da capacidade de cobertura dos profissionais da emissora empenhados nesta função, e, das outras formas de acesso a informação que os jornalistas têm como sites, jornais impressos, etc.

Quanto aos critérios relativos ao público, Wolf (2003), diz que o conhecimento inato da profissão concede aos jornalistas a habilidade na escolha das notícias com interesse público. Assim, está subentendido na afirmação que é o público quem manda nos noticiários, afinal, toda a produção jornalística busca atender os desejos deste. Porém, esta é uma moeda de dois lados, pois a argumentação circular em torno do tema não retira dos jornalistas a autonomia em definir o que é de interesse público

Embora haja motivações externas, como as já citadas, a respeito do processo de imersão dos jornalistas nos valores culturais preponderantes para a sociedade, há sim para os profissionais da comunicação uma fórmula a ser seguida. Esta fórmula também é resultado dos aspectos que a sociedade considera importantes, ou seja, é um movimento cíclico, no qual cada um desempenha seu papel. No Correspondente Ipiranga a escolha das notícias é feita preponderantemente em função do público ouvinte. Pois na fala do apresentador, Rafael Colling transparece o que é uma justificativa de que há uma maneira certa de fazer a produção do programa, mas isto é feito essencialmente visando alcançar a vontade do público. “O público tem um noticiário mais atualizado, mais modernizado, mas com a característica principal mantida que é a credibilidade, a seleção correta de notícias, por ordem de edição de importância para as pessoas”, explica Colling.

Quanto aos critérios relativos à concorrência, no Correspondente Ipiranga existe a preocupação em acompanhar as notícias de um dos principais concorrentes, de formato semelhante, que é o Correspondente Guaíba. Mas podemos afirmar que é uma leve inquietação, já que na maioria das vezes quem sai na frente é o Correspondente Ipiranga, a exemplo do que foi verificado no dia da observação.

A semelhança no tema das notícias veiculadas pelo Correspondente Ipiranga, principalmente com os sites, faz perceber que o programa mantém este círculo informacional, pois trata dos mesmos assuntos já abordados por aqueles meios.

No entanto, quando se trata dos outros veículos que não a internet, há a preocupação em pautar principalmente os veículos impressos, mesmo jornais da mesma empresa de comunicação. O apresentador, Rafael Colling, afirma: “Ficamos felizes quando damos uma notícia no Correspondente que é capa de jornal no dia seguinte”. Naquele dia de turbulência na bolsa de valores, a manchete do Correspondente Ipiranga das 18h50min e das 20 horas virou capa do Jornal Zero Hora no dia seguinte, sob o título: “Bovespa tem a maior queda em sete anos”.

De acordo com Wolf (2003), a apresentação de um programa jornalístico não deixa transparecer nada da fase de produção. Se, algumas notícias são escolhidas em detrimento de outras, a apresentação é feita como se fosse um balanço dos principais fatos ocorridos nas últimas horas.

Esta embalagem de acabamento exaustivamente trabalhada pelos jornalistas deve conter um programa capaz de abarcar as necessidades do público, e, ser expressão da realidade. Os jornalistas do Correspondente Ipiranga trabalham para elaborar um programa cujo produto final tem a credibilidade como meta. O apresentador Rafael Colling destaca:

Toda a equipe trabalha revisando o que for possível porque eu acho que o que resume o Ipiranga se chama credibilidade. Então essa palavra tem que ser colocada em prática desde a hora que a gente entra aqui para montar o noticiário até o momento final que é a leitura do noticiário.

3.1 Os valores-notícia do Correspondente Ipiranga

Como forma de sistematizar a análise, em um primeiro momento, as notícias veiculadas pelo Correspondente Ipiranga foram reunidas de acordo com o local ao qual se referem, ou seja, sua abrangência. Assim, foi estabelecido como “local/regional” as notícias de Porto Alegre, região metropolitana e Rio Grande do Sul; “nacional”, outros estados; e “internacional”, outros países.

Cabe aqui ressaltar o que se entende por local. Este conceito é bastante discutido em face da globalização, que, segundo alguns autores, tende a minimizar o local. Outros, porém, destacam que justamente em face disto o local reaparece. Usamos o conceito destacado por Ortiz:

“Três aspectos caracterizam o local: a proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado a questão das identidades e das raízes históricas e culturais) e a diversidade (é plural, se opõe ao global ou ao nacional apenas como abstração)”. (ORTIZ in PERUZZO, 2003, p. 05).

Correspondente Ipiranga Rede Gaúcha Sat de 15 de setembro de 2008.

ABRANGÊNCIA	EDIÇÕES				
	8h	12h50min	18h50min	20h	TOTAL
LOCAL/REGIONAL	06	05	07	06	24
NACIONAL	04	05	02	01	12
INTERNACIONAL	03	03	01	03	10
TOTAL	13	13	10	10	46

Observa-se que, em todas as edições, o número de notícias local/regional é superior as demais. Portanto, pode-se afirmar que o critério de proximidade geográfica da notícia veiculada com os ouvintes é o mais utilizado.

A análise feita com relação aos valores-notícia abrange a edição das 18h50min do Correspondente Ipiranga do dia 15 de setembro. A análise procura estabelecer vínculos com

as afirmações feitas anteriormente neste trabalho em relação aos valores-notícia presentes no Correspondente Ipiranga.

CORRESPONDENTE IPIRANGA-18h50min – 15 de setembro de 2008

PAUTAS

1. Visita do presidente Lula ao Estado
2. Decisão sobre a ida do assaltante Papagaio para o regime semi-aberto.
3. A apresentação do projeto de lei orçamentária para o ano de 2009 pela governadora Yeda Crusius.
4. Reunião extraordinária do Conselho Estadual da Cultura.
5. Coletiva do Comandante do Policiamento da Capital sobre novo sistema de policiamento intensivo.

A partir da pauta, estabelecida previamente pela produção do programa, procurou-se observar quais destas notícias permanecem na edição final, que outras notícias foram agregadas e por quê?

As manchetes de abertura da segunda edição analisada foram:

- *Afetada pela crise mundial, Bolsa de São Paulo registra maior queda dos últimos sete anos.*

- *Após denúncias de irregularidades, presidente do Conselho ameaça secretária Estadual da Cultura.*

- *Brigada Militar anuncia aumento de barreiras em Porto Alegre.*

A primeira notícia do Correspondente Ipiranga, edição das 18h50min, remete às pessoas desalojadas por causa de um temporal que havia ocorrido na semana anterior ao dia 15 de setembro (ver anexo). Em relação aos valores-notícia, podemos destacar o interesse humano. A notícia desperta a solidariedade dos ouvintes. O número de pessoas envolvidas com o fato é relevante, já que atinge a população de pelo menos três municípios, conforme a notícia. Podemos citar também a atualidade, uma vez que o programa retoma uma notícia antiga, que já aconteceu, agora com informações atualizadas do que ocorre com estas pessoas, sujeitos da notícia. Enfatiza a proximidade com os ouvintes.

A segunda notícia relata um acidente com morte (ver anexo). Neste caso, o interesse humano está em primeiro lugar. A notícia gera impacto entre os ouvintes, não é preciso

argumentar, a notícia fala por si. A divulgação do fato pode servir de alerta à população para os cuidados no trânsito, além da proximidade da notícia com os ouvintes.

A terceira notícia também se refere a um acidente, a queda de um avião monomotor (ver anexo). Enfatiza-se o interesse humano, pois há pessoas feridas com a queda do avião, e esclarecer as causas do acidente é fator de suma importância. Portanto, a relevância do fato deve-se em relação ao desdobramento futuro da situação.

A quarta notícia é o anúncio da reestruturação das ações da Brigada Militar na capital (ver anexo). A importância da notícia é motivada pelo interesse público, pelo nível hierárquico das pessoas envolvidas no fato, e pelo número de indivíduos (população da capital gaúcha) atingidos pelas ações da Brigada Militar. Trata-se, neste caso, de um evento pontual, conforme Wolf (2003), pois foi convocada uma entrevista coletiva para fazer o anúncio. Assim, um repórter da emissora acompanhou a coletiva, funcionando como uma pauta pré-programada.

A quinta notícia relata a morte de uma professora em sala de aula (em anexo). Novamente, o interesse humano está em primeiro lugar. A notícia gera impacto e sensibiliza os ouvintes. Esta notícia também é inusitada, pois o fato aconteceu durante o trabalho da professora.

A sexta notícia trata do inquérito sobre a participação de parlamentares gaúchos em desvios de verbas (ver anexo). Aparece o interesse público, pois a população deseja saber o que acontece com os seus representantes na política. A importância também é determinada pelo nível hierárquico das pessoas envolvidas na notícia (ministros e deputados), pela influência sobre os interesses do país, uma vez que se trata de uma notícia que põe em dúvida a ética na política, e pela quantidade de indivíduos abrangidos pelo fato, pelo menos toda a população gaúcha.

A sétima notícia fala da polêmica em relação à Lei de Incentivo à Cultura (ver anexo). Podemos citar o interesse público, pois os ouvintes desejam conhecer as possíveis irregularidades da administração pública. A importância da notícia é determinada também pelo nível hierárquico das pessoas envolvidas na notícia (secretária de estado e presidente do Conselho Estadual da Cultura), pela influência sobre os interesses do estado na área cultural, pois trata de uma notícia que põe em dúvida os procedimentos assumidos pelos gestores da Lei de Incentivo à Cultura (LIC), e pela quantidade de indivíduos abrangidos pelo assunto.

A oitava notícia trata do anúncio do orçamento do Estado para 2009 (ver anexo). A importância da notícia é motivada pelo interesse público, pelo nível hierárquico das pessoas envolvidas no fato, e pelo número de indivíduos (população gaúcha) atingidos pelas ações do governo do Estado. Trata-se, neste caso, de um evento pontual, conforme Wolf (2003), pois foi convocada uma entrevista coletiva para fazer o anúncio. Assim, um repórter da emissora acompanhou a coletiva, funcionando como uma pauta pré-agendada.

As duas últimas notícias tratam da queda na bolsa de valores (ver anexo). O tema é de interesse público, pois afeta diretamente os investidores da Bolsa de Valores, e à medida que está relacionada com uma crise econômica mundial, afeta toda a população. Dessa forma, atinge um grande número de indivíduos.

Da pauta inicial, três notícias se mantiveram e outras duas deram lugar a outros fatos considerados mais importantes pela produção do programa. O fato a ser destacado é a queda

do índice Bovespa, o maior dos últimos sete anos. Assunto que foi para a capa dos principais jornais impressos do país no dia seguinte.

Percebe-se que há quatro assuntos que se repetem nas duas edições. São fatos que tiveram desdobramentos ao longo da tarde, e que foram julgados importantes pela produção do programa. Este é um procedimento bastante recorrente, e reflete a atualização das notícias. Quanto aos critérios de seleção das notícias pode-se destacar que, além da proximidade geográfica já citada, os valores-notícia mais presentes no Correspondente Ipiranga são: o interesse humano, o interesse público, o número de pessoas envolvidas com o fato noticiado, a hierarquia dos personagens da notícia, e os fatos pontuais que permitem uma mobilização prévia dos repórteres da emissora para determinado acontecimento.

3.2 O Correspondente Ipiranga como informativo

O Correspondente Ipiranga foi e continua sendo um dos mais importantes noticiários do radiojornalismo gaúcho e brasileiro. Todos os profissionais envolvidos na produção do programa, desde o gerente de jornalismo da rádio até os apresentadores, são unânimes em ressaltar a importância do Correspondente Ipiranga para a Rádio Gaúcha. Essa importância é validada não somente na valorização do jornalismo feito pela rádio, mas também em relação ao radiojornalismo como ícone da boa informação.

Para o ex-gerente de jornalismo da Rádio Gaúcha, Cyro Martins

Trata-se de um ícone do radiojornalismo nacional, calcado, lá inicialmente, no modelo primeiro do 'Grande Jornal Falado' e do 'Repórter Esso', mas que soube manter-se atualizado até recorrendo a algumas inovações ousadas, sem deixar de ser referência para o meio radiofônico. E é o principal noticiário de rádio do Sul do Brasil.

As inovações ocorridas no formato do programa são parte da própria evolução do jornalismo que se adapta aos novos tempos. Conforme André Machado, este formato foi inspirado na fórmula que modificou o Jornal Nacional. "Isso veio muito inspirado na fórmula que mudou o Jornal Nacional, quando saiu o Cid Moreira e entrou um editor/apresentador, que é o caso do Willian Bonner". Isso significa dizer que o jornalismo também é feito por imitação. Ou seja, nos primórdios foi a televisão que copiou o rádio, agora uma fórmula implantada na TV migrou para o rádio. A Rádio Gaúcha é a primeira emissora que ousou quebrar a fórmula consagrada pelo Repórter Esso. Será o novo formato do Correspondente Ipiranga um novo Esso, a ser reproduzido país afora? André Machado afirma:

A mudança foi muito radical, foi uma ruptura muito forte, porque saímos de um formato que mantinha um vozeirão, sem trilha, muito sóbrio para outro formato que tem uma linguagem mais leve, com uma voz que não é a voz de um locutor, está muito distante, com trilha, ilustrações, onde é permitida uma voz feminina, o que não ocorria antes. (...) hoje em dia é um programa que não permite caminho de volta, ele está muito consolidado.

O Correspondente Ipiranga traz o resumo dos fatos ocorridos entre uma edição e outra. A síntese noticiosa está para o rádio, assim como o Jornal Nacional está para a televisão, cumprindo o papel de principal programa genuinamente informativo da emissora. Este pensamento parece bem difundido na redação da Rádio Gaúcha. Rafael Colling diz que “o programa é para a Rádio Gaúcha o que é o Jornal Nacional para a Rede Globo”.

A imitação na fórmula não significa pobreza de conteúdo. Um dos principais atributos da síntese noticiosa é informar com qualidade. O novo formato contribui muito para que, a cada dia, a informação seja construída com mais ênfase nos critérios de seleção. A maior flexibilidade na atuação dos apresentadores/editores, observada no novo formato, não exige a aplicação criteriosa dos principais preceitos jornalísticos, pelo contrário, até os acentua.

A participação dos apresentadores na elaboração de cada edição do programa aumenta a credibilidade das notícias veiculadas, pois o espaço de produção é plural, não é apenas uma pessoa que decide pela melhor notícia. Mas cada um deles imprime a sua maneira de fazer jornalismo ao Correspondente Ipiranga.

4. Considerações Finais

A partir das mudanças verificadas no formato do Correspondente Ipiranga da Rádio Gaúcha, esta pesquisa pretendeu sistematizar as rotinas produtivas e os critérios de noticiabilidade mais recorrentes observados durante a produção da referida síntese noticiosa.

O principal método utilizado para desenvolver o trabalho foi o da observação-participante, seguida de entrevista. Para isso, acompanhou-se um dia da produção do Correspondente Ipiranga na redação da Rádio Gaúcha.

Grande parte das afirmações estabelecidas pelos teóricos do *newsmaking* são observadas na produção do Correspondente Ipiranga. A construção de uma notícia é permeada por diversos fatores presentes nas rotinas produtivas, desde aspectos estruturais, como as fontes disponíveis, bem como o número de profissionais disponíveis para realizar determinada tarefa, mas, principalmente, pelas percepções particulares de cada um deles.

O trabalho jornalístico é fruto do espaço social habitado pelos jornalistas, que reproduzem os fatos de acordo com as influências que recebem dos seus pares, das fontes e dos anseios da sociedade. Os profissionais da comunicação contextualizam e dão significado

aos acontecimentos por meio de recortes que são costurados para formar uma notícia com sentido completo.

Mesmo que esteja limitado pelo tempo de realização da pesquisa *in loco*, o resultado do trabalho demonstra que a agilidade e a percepção dos profissionais da comunicação são fatores determinantes no dia-a-dia da redação. Eles estão condicionados a ser rápidos nas suas ações e decidir sobre notícias que têm ou não relevância para o interesse público. Estas ações estão embasadas em experiências e saberes mobilizados automaticamente.

A mudança de formato no Correspondente Ipiranga trouxe um grau de profissionalismo e credibilidade ainda maior ao programa, com destaque para a atuação de jornalistas na edição e apresentação da síntese noticiosa. A participação destes na construção das notícias é fundamental para que o conteúdo final seja bem apurado, e traz menos possibilidade de erros no ar. O Correspondente Ipiranga está mais versátil com a introdução de sonoras e de vozes femininas na previsão do tempo e comerciais. Desta forma, a síntese noticiosa tornou-se mais agradável aos ouvintes, pois uma voz linear do início ao fim é monótona e pouco atrativa.

Atualmente, as ondas sonoras do rádio alcançam uma audiência global através dos sites na Internet. O uso de notícias publicadas em páginas da *Web*, na produção do Correspondente Ipiranga, faz crer que o intuito do programa é atingir, em primeiro lugar, ouvintes que não têm acesso imediato e corrente àquelas páginas. Pois, qualquer pessoa de posse de um computador conectado à internet pode saber das novidades sem estar atento ao rádio. Por isso mesmo, a ênfase está nas notícias locais, pois essas são menos passíveis de alcançar o espaço cibernético. E, por outro lado, são aquelas que interessam ao grande número de pessoas que vivem nas periferias urbanas, e nas zonas rurais.

O fato de o Correspondente Ipiranga ser considerado, pela equipe de produção, como o *Jornal Nacional* da Rádio Gaúcha mostra quanto o informativo é importante na grade de programação da emissora. Isso explica porque o programa integra a Rede Gaúcha Sat, e é ouvido por milhares de pessoas que, principalmente no interior, aguardam pelas informações das últimas horas. Nestes locais, em geral, a programação radiofônica é baseada em programas musicais e de prestação de serviço, e, uma síntese noticiosa, como o Correspondente Ipiranga, mantém atualizados aqueles ouvintes que não têm acesso a outro meio de comunicação, pelo menos no que tange ao imediatismo.

Uma das principais fontes utilizadas pelo Correspondente Ipiranga são os sites⁴ noticiosos. A garimpagem de notícias a partir dos sites significa que os jornalistas partilham de pressupostos comuns acerca dos valores-notícia, mas também contribuem para a manutenção do círculo noticioso. Fica aqui uma proposta de pesquisa que consiga desmistificar por que a maioria dos meios de comunicação mantém posturas semelhantes e condicionadas aos mesmos temas? É apenas uma imposição do mercado ou um lugar cômodo para a nossa mídia?

⁴ Sites oficiais de órgãos do governo como agência Brasil, www.agenciabrasil.gov.br, o clipping online da Radiobrás, www.radiobras.gov.br, o site da prefeitura de Porto Alegre, sites do Judiciário, Legislativo. Folha online, www.folha.uol.com.br, Estado de São Paulo, www.estadao.com.br, [Globo, g1.globo.com](http://Globo.g1.globo.com), Terra, www.terra.com.br, UOL www.uol.com.br, e Zerohora.com são os mais acessados.

O Correspondente Ipiranga tem o papel de resumir os fatos mais importantes ocorridos entre uma edição e outra do programa. A síntese noticiosa também faz um resumo do que aconteceu na programação da própria emissora, com o uso de sonoras editadas de entrevistas que foram ao ar em outros programas da grade, como o *Gaúcha Atualidade*, *Chamada Geral* e *Gaúcha Repórter*. Este aspecto chama bastante atenção, trata-se da autoreferencialidade, ou seja, quando a rádio fala de si e dos seus programas. Esta questão poderá ser mais bem explorada por futuros pesquisadores que venham a se interessar pelo tema.

Assim, objetivou-se retratar, mesmo que de maneira sucinta, como são as rotinas produtivas, e quais os principais valores-notícia observados no Correspondente Ipiranga. As rotinas se resumem à coleta de informações em jornais impressos, e principalmente, nos sites acima citados, para posterior confecção da notícia. Estes dados são complementados e atualizados com base em fontes primárias, geralmente detentoras de cargos públicos. Estas rotinas exigem agilidade da produção que trabalha de olho no tempo.

Os valores-notícia observados na produção do Correspondente Ipiranga são: o interesse humano, o interesse público, a proximidade geográfica, o número de pessoas envolvidas com o fato noticiado, a hierarquia dos personagens da notícia e os fatos pontuais que permitem uma mobilização prévia dos repórteres da emissora para determinado acontecimento.

Assim, há mais de meio século, o Correspondente Ipiranga tem o papel de informar a população gaúcha. Hoje, em novo formato, a síntese noticiosa chega a todos os continentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (org.) *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

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

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

_____. *O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre, RS: AGE: EDIPUC, 2008.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 4ª Ed. São Paulo: Summus, 1985.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. 2ªed. São Paulo: Contexto, 2006.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. IN.: *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (org.) São Paulo: Atlas, 2005.

PRADO, Emilio. *Estrutura da informação radiofônica*. (Trad. Marco Antonio de Carvalho). 3ª Ed. São Paulo: Summus, 1989.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Ed. Codecri, 1978.

SCHIRMER, Lauro. *RBS: Da Voz-do-Poste à Multimídia*. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SCHLESINGER, Philip. *Os jornalistas e a sua máquina do tempo*. IN. TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões teóricas e histórias*. Vega: Lisboa, 1993.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001.

WINKIN, Yves. Descer ao campo. In: *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. São Paulo: Papirus, 1998. P.129-145.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*: tradução Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ARTIGOS

CUNHA, Márgda Rodrigues da. *As Iniciativas de Renovação da Síntese Noticiosa no Rádio em Porto Alegre*. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. UNB – 6 a 9 de setembro 2006.

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Sínteses noticiosas em emissoras cabeceiras de rede: estudo de caso em Porto Alegre*. UNI revista, Porto Alegre, vol. 1, nº 3, julho. 2006.

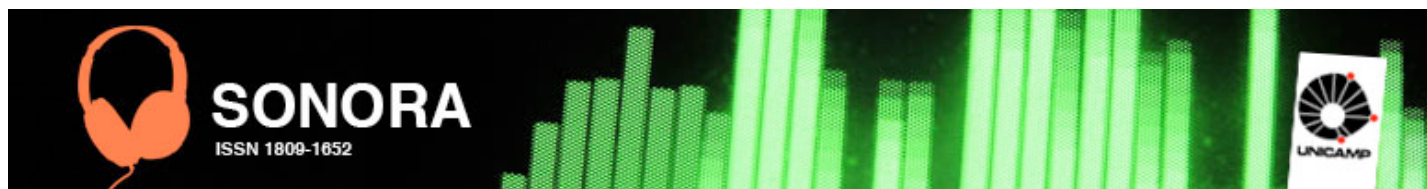
MEDITSH, Eduardo. *Meias-verdades que continuamos ensinando sobre o radiojornalismo na era eletrônica*. 2002. Trabalho apresentado no NP06 – Núcleo de Pesquisa Mídia Sonora, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05 Setembro, 2002.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. *Mídia local e suas interfaces com a Mídia Comunitária*. 2003. Trabalho apresentado na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 Setembro, 2003.

MONOGRAFIAS E DISSERTAÇÕES

BRAGANÇA, Maria Alice. *Rádio informativo em tempos de globalização (O caso das Rádios Gaúcha e Guaíba de Porto Alegre)*. Porto Alegre: PUC, 2003. Dissertação, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

DUARTE, Grasiela do Nascimento. *O radiojornalismo em Porto Alegre: uma análise da notícia nos diferentes modelos de programas. Sínteses das rádios Gaúcha, Guaíba e BandNews*. Porto Alegre:



PUC, 2005. Monografia, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

ENTREVISTAS

COLLING, Rafael. Jornalista e radialista, apresentador/editor do Correspondente Ipiranga na Rádio Gaúcha. Porto Alegre: 15 de setembro de 2008.

MACHADO, André. Jornalista, apresentador da Rádio Gaúcha e TVCOM (Apresentador/editor durante a implantação do novo formato do Correspondente Ipiranga na Rádio Gaúcha em 2005). Porto Alegre: 15 de setembro de 2008.

MARTINS, Cyro. Jornalista, gerente de jornalismo da Rádio Gaúcha. Porto Alegre: 02 de outubro de 2008.

STAUDT, Leandro. Jornalista, apresentador/editor do Correspondente Ipiranga na Rádio Gaúcha. Porto Alegre: 15 de setembro de 2008.

SITES CONSULTADOS

<http://www.clicrbs.com.br/gaucha>

<http://www.rbs.com.br/midias>

http://www.rbs.com.br/quem_somos

http://www.rbs.com.br/responsabilidade_social/guia_etica/etica_rbs.pdf