

Isso é jornalismo, “uai”?
Uma análise da informalidade no jornalismo do “Conversa de Redação”

Camila Cristina Santos Gonzaga¹
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

RESUMO

Esse artigo pretende analisar a informalidade no jornalismo, tentando entender o que é o jornalismo, ou o que é importante (forma ou conteúdo) para designá-lo eficaz em sua função social, mesmo quando trabalha no registro da coloquialidade. Para isto faz um rápido exercício de análise do programa “Conversa de Redação”, da Rádio Itatiaia de Belo Horizonte.

PALAVRAS-CHAVE: informalidade; jornalismo; rádio; conversação

INTRODUÇÃO

Parece cada vez mais comum ligar a televisão e ver o apresentador do jornal com uma simpatia fora do convencional, ou ainda, ouvir no rádio as indignações de um jornalista, tal qual se ouviria de um amigo. No jornal impresso, lemos expressões claras de “eu acho” em contextos informativos e a internet tem trago ainda novos ares para essa dinâmica informal no jornalismo, com postagens que podem ser associadas a diários públicos.

Na tentativa de fazer algumas considerações sobre esse fenômeno, propomos analisar o quadro radiojornalístico, marcado pela informalidade, “Conversa de Redação”. O objetivo é realçar a validade e as possibilidades desse jornalismo que parece íntimo, próximo, mas que nos deixa questionamentos quanto ao compromisso, próprio da informação.

A Rádio Itatiaia, uma emissora tradicional no Estado de Minas Gerais, no ar desde 1952, apresenta diariamente o Jornal da Itatiaia 1ª edição, com duas horas e meia de duração. É deste jornal o quadro “Conversa de Redação”, proposta que consiste, literalmente, em uma conversa entre jornalistas, veiculada depois que todas as notícias são levadas ao ouvinte, aproximadamente, nos dez minutos finais do programa. São destacadas pela edição notícias que “merecem” repercussão: os jornalistas lançam suas opiniões, indignações pessoais, fazem seus comentários, familiarizam o ouvinte com o tema e a particularidade de suas realidades.

O “Conversa de Redação” existe desde 1º de agosto de 2005 e nasceu, segundo o diretor da rádio, Márcio Doti, com a proposta de ser um momento de contar para o

¹ Especialista em Comunicação e Imagens Midiáticas pela UFMG.

ouvinte aquele detalhe da notícia, que quase nunca cabe na objetividade de uma matéria de rádio. Passou a ser, também, um momento em que os jornalistas participantes externam suas opiniões sobre os temas que foram abordados no Jornal. Todas essas possibilidades em um clima de descontração, bem humorado, mostrando amizade e intimidade entre os jornalistas, que têm liberdade para provocar, ironizar e problematizar os temas em debate.

Conversar, como no quadro, é informal, é íntimo, sem compromisso, um momento relaxado, que permite brincadeiras, opiniões, extrapola-se as regras e convenções. Será que se pode informar, jornalisticamente, batendo um papo? Isso é jornalismo, “uai”? Tentamos, então, reconhecer, refletir, clarear alguns aspectos do tema; disseminar as possibilidades, dar visibilidade e espaço à questão da informalidade no jornalismo.

Jeitinho jornalístico

Tecnologia, desenvolvimento, aceleração. O mundo vive uma transformação, o Planeta parece estar sendo testado, o tempo “encurtou”. Todas essas constatações e/ou suposições marcam a sociedade contemporânea e sejam talvez uma das respostas para a crescente busca por conteúdos marcados pela distração, uma possível tentativa de representar leveza em meio a um turbilhão de informações.

Gutmann, Santos e Gomes (2008) confirmam essa tendência, ao afirmar que o século XXI é marcado pela ampla oferta de produtos jornalísticos que misturam jornalismo e entretenimento, um marco que tem raízes em diversas motivações, inclusive mercadológicas, em busca de índices de audiência, ou seja, atendem a uma demanda. Eles adotam o *infotainment* – uma expressão inglesa, que responde pela mescla entre jornalismo e entretenimento – para nomear um aspecto crucial do que falamos.

Já para Guimarães e Caetano (2009) o jornalismo associado ao humor vai além de um jornalismo noticioso de mãos dadas com a ironia paródica, além também do usual conceito de *infotainment*. Os autores acreditam no humor usado como estratégia informacional, com intencionalidade, num contexto que se faz cortês e crítico. O que proporcionaria a possibilidade de o receptor se informar em meio ao entretenimento.

O humor é importante para a compreensão da vida social, afirma Silva (2002). Para a autora, ele desloca o leitor do seu local seguro e naturalizado e o leva a complementação da informação. Silva (2002), sensivelmente, observa que o humor está diluído nas informações veiculadas diariamente. Para a pesquisadora não percebemos isso porque há uma associação extrema do humor à situação não-séria, como se em um contexto sério não pudesse existir o humor. Sendo assim, ele estaria sempre ligado ao mero entretenimento. O conteúdo pode ser o mesmo e mudar apenas a forma de se passar a informação, alega a autora.



O humor pode ser, em certos contextos editoriais, mais interessante (em termos de rentabilidade e audiência) ou prazeroso se esse receptor contemporâneo puder, além de se informar (entretendo), encontrar pequenas fugas, se ocupando da cotidianidade e da subjetividade. Segundo Silva (2009), essa foi uma tendência que se popularizou no Brasil, na década de 80, tendo estruturas que se apoiavam na conversação, naquilo que se convencionou chamar *talk show*. Para Silva (2009) os *talk show* reconfiguraram o sentido dominante de esfera pública, permitindo que as pessoas tenham seus assuntos mais pessoais discutidos e esclarecidos.

Ainda sob o uso da conversa, Maurício (2008) considera que por meio da conversação é possível se informar e ter prazer, ainda que trate a vida pessoal, a subjetividade e a emoção como parâmetros. Consideramos que o entretenimento é um valor das sociedades contemporâneas que se expressa nos produtos culturais como uma forma de recepção, utilizando estratégias dentre as quais encontram-se as formas da conversação, objeto dessa análise.

Mas fica o alerta de Garrido (2004), a linha que separa a descontração da distorção no jornalismo é tênue. O informalismo também pode gerar efeitos indesejáveis. O emprego relativamente comum do coloquialismo, além de atitudes incomuns, pode chamar mais a atenção do que a notícia apresentada. E o uso excessivo deste recurso, além de atuar como um desvio de foco, pode resultar na simples vulgarização do ambiente, supostamente, informativo. De toda maneira, sendo entretenimento ou não, buscamos entender o que é esse jornalismo, em forma e conteúdo, e o que ele permite informar.

No Jornalismo: eu acho, você se informa?

Conversando, narrando ou dissertando, ainda que de maneira informal, a função do jornalismo não muda, ou pelo menos não deveria: é informar a sociedade, levar a notícia. Para Rey (2002) a questão demanda mais atenção. Quando o jornalista intenta informar o autor diz que há diferenças substanciais em seu texto, algo que não divide a cena com interpretações e opiniões.

Assim, notícia é informação, é um relato com o objetivo de comunicar aos receptores um fato, um acontecimento, tendo como base a objetividade, a precisão, a concisão, sem interpretações ou emissão de juízos de valor (opinião, portanto!) – fundamentos indestrutíveis, sem os quais o texto da informação editorializa-se, deixando de cumprir sua função social. (REY, 2002, p.61)

Posição divergente tem Chaparro (1998) que considera que opinião não se separa de informação, ao contrário, faz parte da sua construção, a opinião faz parte mesmo da natureza da informação. Para o autor "(...) qualquer leitura de jornal ou revista de grande circulação deixa evidente que as fronteiras entre opinião e informação são destruídas pela inevitabilidade da valoração jornalística." (CHAPARRO, 1998, p.6).



Talvez essa divergência tenha origem na própria atividade jornalística e em sua história. Poucas vezes se vê nos jornais espaço de atenção para a sua própria razão de existir. O que tem se visto, cada vez mais, é o como se faz. Será que a sociedade sabe qual o papel do jornalismo? E, uma vez que reconhece esse papel, será que a sociedade se preocupa com a forma como ele se dá? Há um significado para o social? Como cobrar e identificar a função do jornalismo, sem saber o que ele é ou deveria ser?

O que é o jornalismo não é uma resposta exata, mas as contribuições conceituais e históricas que alguns teóricos oferecem, para o entendimento da sua função, nos parecem suficiente para a reflexão proposta. Resumidamente,

O jornalismo tem sido construído, desde o século XIX, enquanto discurso que carrega em si a natureza racional da sociedade. Como espaço de formação da esfera pública burguesa, o jornalismo seria a instituição social responsável por informar os indivíduos sobre seus papéis sociais numa democracia. Tal visão habermasiana do jornalismo tem sido confrontada nas últimas décadas, mais marcadamente a partir dos anos sessenta do século XX, com uma sociedade em que as formas de poder estão dispersas nas micro-relações sociais e que tem posto em pauta questões como prazer, entretenimento e intimidade como igualmente legítimas na construção cultural. Sendo assim, o prazer e a diversão dividem espaço com a racionalidade e o debate. (MAURÍCIO, 2008, p.1).

Ou seja, pensar que a informação tem influenciado a experiência, o pano de fundo, o horizonte de expectativas da sociedade, considerando ainda que o espaço público é cada vez mais midiático, que a informação chega até o cidadão muitas vezes pela mídia, nos motiva na tentativa de caracterização desse modo particular do jornalismo, mostrando suas transformações e nos aproximando de uma melhor definição do objeto.

É consenso entre vários autores usados que o jornalismo se constrói na interação social e cultural, é uma parte da realidade, um produto da história. Desenvolve-se a partir da construção da credibilidade, da objetividade, da apresentação da atualidade, do interesse público, da responsabilidade com a sociedade, da pretensão de ser um relato imparcial.

São características como essas que agregam ao jornalismo a importância primeira de representar o poder a serviço do cidadão, o que se convencionou quarto poder, segundo Luiz Martins da Silva (2002), e que reforça o lugar da informação jornalística no espaço público. “A imprensa, portanto, é um poder auxiliar do cidadão, mas, se voltar contra os interesses do cidadão que, em suma, é o interesse público, também estará descolada de sua principal razão de existir”. (SILVA, 2002, p.25).

Nesse âmbito é importante entender o valor da verdade e compreendê-la como a “alma” do jornalismo. Um esclarecimento relevante é a diferenciação entre a verdade e a notícia, ou informação jornalística. Segundo Kovach e Rosenstiel (2004), a notícia trabalha com a verdade, o fato, para torná-lo público, “palpável” à sociedade. Aí está o



delicado limite que faz do jornalismo uma ação, e não um espelho de acontecimentos. Kovach e Rosenstiel (2004) alertam que a prática jornalística está dentro da natureza reativa, interpretativa e prática do homem profissional, mas ela deve ter como base a verdade, não pode se desvirtuar segundo “achismos”.

De acordo com Traquina (2005), o profissional do jornalismo tem o objetivo de apreender o momento, captar a história, o seu presente. Para atingir este objetivo, ele interpreta a ação humana através da seleção de detalhes, em vez de apenas tecer comentários acerca da mesma. Nas palavras de Traquina “(...) uma profissão de enorme responsabilidade social.” (2005, p.31)

Como podemos observar a formalidade não aparece na caracterização do jornalismo, ela parece ser mais uma marca histórica, que Silva (2009) explica:

Ao fortalecer-se como instituição social, o jornalismo tornou-se responsável por ser o porta-voz dos assuntos sérios, daquilo que era realmente importante para a sociedade: política e economia. Tal postura configurou-se no modelo dominante de jornalismo, marcado pelo paradigma da objetividade (a não opinião e não-emoção do repórter) e de um estilo textual caracterizado pela pirâmide invertida, o privilégio de fatos em detrimento das opiniões. Outras formas de jornalismo que se desenvolveram no mesmo período – o sensacionalismo, por exemplo – eram consideradas uma prática depreciada, inferior, popular. Por conta disso, o próprio campo jornalístico, para legitimar-se socialmente, se estabeleceu como um “não-entretenimento”, acolhendo apenas a seriedade e a racionalidade como normas de conduta, enquanto o entretenimento seria um valor corruptível e uma ameaça à qualidade. (Silva, 2009, p.8)

O jornalismo e todas suas características estão presentes nos vários meios de comunicação, numa relação de adequação, carrega-se para o meio específico e recebe dele características peculiares. Para o estudo aqui realizado escolhemos o rádio, um meio de comunicação tradicional, reconhecido pelo imediatismo, onde portanto supostamente as informações circulariam mais velozmente. O rádio influencia e é influenciado pelos ouvintes, em uma antiga relação de proximidade, de sala de estar. Nenhum meio de comunicação mexe tanto com a imaginação da população quanto o rádio, segundo Sanchez (1994).

Paisagem sonora

O rádio, o primeiro veículo eletrônico, se consolidou ao longo de sua história cunhando uma linguagem fundada na simplicidade, fortaleceu-se na credibilidade, usando uma magia particular e um poder mobilizante. É reconhecido pela agilidade, clareza da linguagem, instantaneidade, alcance e popularidade.



Para falar das características desse meio vale reconhecer seu passado e o que o faz, ainda nos dias de hoje, um potencial e ao mesmo tempo um objeto pouco valorizado pelos estudos acadêmicos, segundo Meditsch (2001).

Seu surgimento, em 1910, na Alemanha, pareceu inocente, interpretado como a telefonia sem fios, com a finalidade de emitir e receber mensagens em tempo real. Mas, logo foi reconhecido e chegou até a ser considerado a oitava arte. Arte que, segundo Meditsch (2001), combina ruídos, silêncio, sons, palavras, músicas, uma natureza invisível, ou seja, não depende de nenhuma contemplação de imaginação. Construtor de um mundo acústico da realidade, embasado na criatividade, que se efetiva em tempo real.

Almeida (2004) destaca ainda o potencial estético da invisibilidade da linguagem sonora do rádio, além de características distintas como o baixo custo de produção desse veículo, o caráter democrático e didático. O veículo também alcança todas as classes sociais, todas as faixas etárias, tem o dom de despertar corações e mentes, tudo isso apoiado na palavra falada, que para o autor evoca sentimentos, emoções, memórias.

O rádio tem como principal ferramenta a fala que, como lembra Arnheim (2005), é a forma de expressão mais intelectual que conhecemos. Essa inteligência, associada à peculiar intimidade produzida pelo veículo, faz desse meio um companheiro dos receptores, parte das famílias, segundo Almeida (2004). Por essa relação de confiança, o rádio consegue tornar uma pessoa viva e presente diante de nós, ressalta Arnheim (2005). Para o autor essa prática acaba por contribuir para que os receptores adquiram uma emancipação visual, bastando o áudio.

É olhando para esse universo diversificado e rico que reconhecemos as possibilidades e/ou recursos que o rádio oferece e pode oferecer ao jornalismo. Para Martins (2008) a estrutura da informação jornalística no rádio pode ser definida, em função da clareza enunciativa, por duas características essenciais, brevidade e simplicidade.

Mesmo sendo o primeiro veículo eletrônico, Meditsch (2001) reconhece que o rádio tem se adequado à atualidade, tendo cada vez mais um discurso pessoal, produzido com base na evolução eletrônica. O autor chama a atenção para o fato de o rádio ser um meio invisível em plena era da imagem e, ainda assim, permanecer o meio com maior alcance de público. “E o rádio necessita mesmo de novas propostas de programas jornalísticos, de novos formatos, de experimentação. Só assim poderá competir com as novas mídias, em condições de igualdade.” (Almeida, 2004, p. 57).

Conversa de redação

Pesquisar a informação na sua forma discursiva, aqui representada pela conversa, segundo a análise do discurso levantada por Charaudeau (2006), demanda ir além da língua – regras de conformidade –, demanda olhar para o contexto em que se faz esse discurso, focando aspectos como a finalidade, a intenção/objetivo. E lembrando



sempre que, para se informar, faz-se preciso descrever, contar, explicar, fazer circular um saber sobre o informe, levando em consideração, ainda, o terreno em que se dá essa troca, a sua referência.

A análise em questão tem como chão a mídia, onde Charaudeau (2006) reconhece um contrato midiático, responsável por uma relação direta com a construção do espaço público, da opinião pública, onde a informação é base da democracia. Portanto, o autor pede atenção para uma máscara investida nessa dinâmica, que está na relação entre sedução e saber. Apropriaremos de aspectos da metodologia da análise do discurso no que ela se atém à intenção do discurso.

Segundo o autor, a compreensão no rádio se baseia por justaposição, que se acentua em debates e entrevistas, onde se tem uma oralidade cheia de interrupções, hesitações, retomadas, redundâncias, em suma todas as características próprias à interação verbal. O Rádio cria duas cenas de fala: 1) descrição, explicação dos acontecimentos; 2) troca de intervenções, opiniões, ponto de vista.

Uma das particularidades eficazes da mídia rádio é a característica de intimidade que consegue imprimir em conversas. Como já exposto nesse artigo, é justamente a conversação como discurso jornalístico o ponto chave da análise. Vale resgatar aqui um conceito usado por Silva (2009), que entende conversação como “(...) todo diálogo sem utilidade direta e imediata, em que se fala sobretudo por falar, por prazer, por distração, por polidez”. (Silva, 2009, p.5)

Para se apropriar do que a conversa como discurso (jornalístico) pode representar, recorreremos à análise da conversação proposta por Almeida (2008) para investigação dos processos comunicativos. Uma análise que busca compreender

“(…) os procedimentos que os agentes adotam para dar sentido à sua conduta e para ordenar suas ações cotidianas: se ocupa pois, em investigar como, em suas atividades práticas, os indivíduos constroem um mundo e se orientam nele. A análise da conversação dirige suas investigações empíricas para as ações sociais cotidianas nas quais os sujeitos se engajam em processos de troca conversacional. O objetivo central dessa corrente de estudos é desvendar as competências sociais subjacentes à interação, ou seja, os procedimentos e as expectativas pelos quais a interação é produzida e compreendida.” (Almeida, 2008, p.2)

Os pontos a serem analisados, segundo essa metodologia, cuidam de aspectos como: saudações e cumprimentos; o revezamento de turnos nas interações; os procedimentos utilizados para se estabelecer uma base de entendimento que afasta o risco de mal entendidos; os papéis que os sujeitos assumem e a sua relação. Para Francisco (2006) esses aspectos conversacionais levados para as produções jornalísticas, independentemente do veículo, seguem, com algumas adequações, os modelos de interação da relação cotidiana, do dia-a-dia, da fala doméstica. São esses aspectos que foram levados para o jornalismo e que entram em análise a seguir.

Isso é jornalismo, “uai”?

O “Conversa de redação” vai ao ar dentro do Jornal da Itatiaia², tem curta duração, de 10 a 20 minutos. Sua dinâmica consiste em jornalistas conversando sobre os destaques da edição do dia. O quadro entra ao ar depois do resumo das notícias do jornal, acompanhado de uma vinheta de abertura e a locução de um dos apresentadores³, que indica os jornalistas participantes da conversa do dia.

Depois dessa abertura, caracterizada por uma dinâmica ágil, própria do rádio, o apresentador do jornal pauta a conversa dos jornalistas, uma conversa da qual esse apresentador não fará parte, ou seja, há um esforço, já alertado por Arnheim (2005), em descorporizar o locutor. Fica aqui evidenciada uma referência que a emissora pretende imprimir ao seu ouvinte, há uma separação entre o noticiário e a conversa sobre o jornal, o que Gutmann, Santos e Gomes (2008) chamaram de modo de endereçamento, aquilo que a rádio nos diz da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico, o modo como o jornal relaciona-se com sua audiência, um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais.

A conversa acontece ao vivo, emprestando ao quadro uma credibilidade particular, como destaca Almeida (2004). Participam da conversa os jornalistas Carlos Viana, além de repórter policial da emissora, apresentador do programa “Plantão da Cidade”; Eduardo Costa, na rádio desde 1985, atualmente apresentando também uma espécie de *talk show*; Solange Bastos, repórter desde 1995; e Aparecida Ferreira, jornalista responsável pela sucursal de Brasília.

Como usa no próprio nome a idéia de conversa, o programa emite a impressão de uma reunião de pessoas, no caso jornalistas em uma redação, que se configura por um ambiente comum, apesar de a jornalista Aparecida Ferreira estar em Brasília. Com essa espacial ressalva, podemos perceber o que Meditsch (2001) alertou quanto à invisibilidade, ela faz com que o rádio consiga ir e voltar da fantasia para a realidade sem violar as suas leis.

Os quadros a seguir são tentativas de exemplificar o “Conversa de redação”. O primeiro é a transcrição na íntegra de um diálogo. O segundo é composto por expressões usadas nessa conversação, que caracterizam o estranhamento que nos traz a essa análise e provoca a pergunta: isso é jornalismo, “uai”? Esse quadro 2 é formado por cinco recortes semanais, as notícias postas em conversa e, principalmente, manifestações dos jornalistas que exemplificam o diálogo informal, próprio de um bate-papo.

² Esse Jornal é caracterizado pelos parâmetros convencionais, discutidas no tópico “No jornalismo: eu acho, você se informa?”.

³ Esses locutores são jornalistas que apresentaram todo o jornal.



Assunto pautado pelo apresentador do Jornal em 02/12/2009

Eustaquio Ramos: O deputado Estadual mineiro Vitor Penido apresenta nova proposta para distribuição dos royalties do pré-sal. Municípios mais pobres que têm renda per capita menor do que R\$120/por mês, receberiam até 50% do dinheiro.

Repercussão – debate

Aparecida Ferreira: Excelente proposta! Deputado tá de parabéns! Agora eu vejo algumas dificuldades de se viabilizar essa proposta. Tem que combinar com o Rio de Janeiro, tem que combinar com o Espírito Santo, que são os Estados com mais... tão gritando aqui, querendo maior fatia do bolo. →

Eduardo Costa: Nem se eu tivesse combinado com a Cida antes, nós teríamos opiniões tão semelhantes, aqui. O Vitor Penido tá com uma proposta do mundo ideal, mas ele tá vivendo o mundo real e no mundo real, bem sabe o nobre parlamentar que isso aí é querer de mais.

Carlos Viana: Eu concordo da mesma maneira. Agora nós precisamos de achar uma solução. O País tem que encontrar uma maneira de equilibrar essa distribuição daquilo que é de todos. De forma tal, que não se beneficie apenas os políticos. →

Eduardo Costa: Mas ô Viana, já tem uma proposta consensada e aliás o governador do Pernambuco, Eduardo ...[Não lembra o sobrenome do governador e pede ao Eustaquio que consulte..] ...Campos, ele falou ontem que agora acabou a paciência, que não tem mais negociação e o povo ficou meio assustado. Na verdade, deram uma lenhada nos Municípios.

| Dt | Assuntos Pautados | Âncoras | Jornalistas | Exemplificação |
|----|-------------------|---------|-------------|----------------|
|----|-------------------|---------|-------------|----------------|



| | | | | |
|----------------------------|--|--------------------------------------|--|---|
| Segunda – 1ª semana | 1) Lei antifumo é sancionada em Minas. (a.1) 2) Aposentadoria (a.2) 3) Metrô em BH (a.3) | - Kátia Pereira - Eustáquio Ramos | - Eduardo Costa (E.C.) - Carlos Viana (C.V.) - Aparecida Ferreira (A.F.) | E.C. (a.1) “Quando eu ainda fumava...” Eu não me incomodo...” “Tem mais que ter guerra, mesmo” C.V. (a.3) “Andam falando que o dinheiro destinado não dá nem para o projeto.” A.F. (a.2) “Só São Judas Tadeu!” ” Eu tô com uma pena, uma dó, eles (os aposentados) lutam tanto.” |
| Terça – 2ª semana | 1) Anel rodoviário (a.1) 2) Proibição de caminhões na Av. Senhora do Carmo. (a.2) 3) Fraude Farmácia (a.3) | - Kátia Pereira - Eustáquio Ramos | - Eduardo Costa - Carlos Viana - Aparecida Ferreira | E.C. (a.1) “Veja bem quando se quer, se tem bom senso...” ” Eu ainda vou dar uma boa notícia para a cidade...” C.V. (a.2) “Eu me sinto de alma lavada” A.F. (a.3) “Eu tenho medo de pensar na capacidade do ser humano!” |
| Quarta – 3ª semana | 1) Saúde (Centros de saúde – modelo inadequado) (a.1) 2) Acidente _ Violência nas estradas (a.2) | - Kátia Pereira - Eustáquio Ramos | - Eduardo Costa - Carlos Viana - Solange Bastos | E.C. (a.1) “O que os convênios pagam aos médicos é uma vergonha...” C.V. (a.1) “Vamos colocar o dedo na ferida...” S.B.(a.2) “Quando eu viajo eu penso: se eu chegar viva está bom” |
| Quinta – 4ª semana | 1) Governo trai aposentados. (a.1) 2) Votações Câmara (a.2) 3) Eduardo Azeredo – “Mensalão” (a.3) | - Kátia Pereira - Eustáquio Ramos | - Eduardo Costa - Carlos Viana - Aparecida Ferreira | E.C. (a.3) “Sem hipocrisia... Nós sabemos que isso existe...” C.V. (a.2.) “Podem quebrar a cara...” A.F. (a.1) “Foi o momento eu quero esquecer...” ”Isso é sacanagem, né, Eduardo, me desculpe a expressão!” |
| Sexta – 5ª semana | 1) IPI – redução para automóveis (a.1) 2) Aécio diz que tucanos não devem ter vergonha da era FHC (a.2) 3) Mineiros separam mais (a.3) | - Kátia Pereira - Ênio Lima | - Eduardo Costa - Carlos Viana - Aparecida Ferreira | E.C. (a.1) “eu já falei aqui umas três vezes” “Ô gente é difícil demais” C.V. (a.2.) ”O governador está certo!” ” Eu confio que os brasileiros vão aprender votar” A.F. (a.3) “Kátia, a gente não soube escolher marido!” |



O ambiente sonoro é livre, há brincadeiras, provocações, concordâncias e discordâncias, falas ao mesmo tempo, uma relação de descompromisso, leve, com saudações informais. Quando eles têm dúvidas sobre dados oficiais, ou no conteúdo das informações, acionam o apresentador que credita os dados⁴, ou seja, eles não precisam se preocupar com formalidades. Algumas vezes esses apresentadores são inseridos nas brincadeiras, mas se postam com seriedade, em um tom de profissionalismo.

Durante o programa o apresentador interrompe um assunto para a inserção de outro, chamando os jornalistas pelo nome e os convidando a conversar sobre um novo destaque jornalístico. Um procedimento bem claro para os participantes da conversa, eles atendem aquele chamado, é configurada uma base de entendimento. Está dinâmica se desenrola até o Sinal da Itatiaia⁵, que marca 9 horas da manhã e o fim do programa. O apresentador entra na conversa com objetividade, para finalizar o jornal, “São 9 horas, com apresentação de Eustaquio Ramos e Kátia Pereira termina agora mais um Jornal da Itatiaia”.

Segundo o que apresentamos sobre a construção da credibilidade no jornalismo, o “Conversa de Redação” foge dos critérios que o enquadraria como uma prática jornalística tradicional. A partir do que mostramos nos quadros, não há formalidade, imparcialidade ou objetividade, há o predomínio do humor e de comentários sob percepções pessoais, com expressões recorrentes de “eu acho”.

Mas, voltando-se para o quadro 1, com o diálogo na íntegra, fica visível que a informalidade não exclui a informação. O debate parte de uma notícia referenciada e com dados estatísticos. A partir de então, apesar de expressões como “eu acho excelente”, “isso é querer demais” ou “deram uma lenhada”, a conversa não abandona o tom social. O “Conversa de redação” é opinativo, sim, mas é marcado por uma intenção – presente, por exemplo, na frase: *O País tem que encontrar uma maneira de equilibrar essa distribuição daquilo que é de todos.* –, que nos faz sugerir a configuração de uma forma jornalística, diferente, mas cunhada na responsabilidade social.

E ainda, se analisarmos o quadro, segundo o que Silva (2009) propôs, entendendo o entretenimento como um valor da sociedade contemporânea e a conversação nos programas jornalísticos podendo contribuir para uma melhor compreensão do campo, conseguimos, sim, identificar o “Conversa de Redação”, como um quadro jornalístico em prol do interesse público.

Acreditamos que o conceito de “quarto poder” pode e deve ser ressignificado na contemporaneidade, o que implica essencialmente em estar-se aberto às mudanças conceituais, mas também na manutenção de algumas qualidades intrínsecas ao jornalismo como profissão: capacidade de análise, distanciamento crítico, isenção, senso de justiça, discernimento e respeito aos direitos individuais. (GUIMARAES E CAETANO, 2009, p.15).

⁴ Exemplo aparece no quadro 1, na fala do jornalista Eduardo Costa.

⁵ A Rádio tem uma marca de referencia quanto ao horário, durante toda a programação um apito, que eles chamam de “Sinal da Itatiaia”, marca que uma hora se completou.



A conversa pode ser entendida segundo o que Meditsch (2001) chamou de estratégias que visam agarrar a atenção do receptor, usando da emoção, própria de um bate-papo, para quebrar a indiferença do público, que muitas vezes ouve, mas não escuta o que o rádio emite. Nesse caso, o “Conversa de redação” teria um alcance social maior do que podemos supor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo levou a você uma provocação, acredite, talvez para causar um estranhamento, a sensação do olhar de um pesquisador que encontrou, ao ver um bate-papo como discurso jornalístico, motivo suficiente para questionar a função social dessa profissão.

Usando o imaginário o “Conversa de redação” trabalha com a idéia de uma reunião, um encontro de jornalistas. Há uma tentativa de mostrar que eles também são cidadãos, se irritam e se comovem com as notícias, que podem ser beneficiados, enquanto parte da sociedade, pelas informações e formam suas opiniões a partir delas. Como o quadro começa no final do jornal, deixa a impressão de que o jornal já cumpriu o seu papel informativo e agora pode extrapolar.

Sem respostas fechadas, mas com levantamentos pertinentes, chegamos ao entendimento – comum ao de alguns autores trabalhados aqui – de que o jornalismo pode, sim, mesclar-se com o entretenimento sem perder seu foco, sua função social, desde que esse tipo de jornalismo pareça claro para o receptor.

A experiência jornalística organiza sua intenção de certa forma que talvez se esqueça de se preocupar com a experiência da outra ponta, do receptor. Entendemos que a prática jornalística é heterogênea e reformada de acordo com o contexto, mas seu público pode e deve entender essas transformações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Alda de. **O gênero Debate e o mito da superficialidade no rádio.** Estudos em jornalismo e mídia. Florianópolis: PosJor-UFSC/Insular, a. I, n. 1, 2004.

ALMEIDA, Roberto. **Análise da conversação como metodologia para a investigação dos processos comunicativos.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Sociedade”, do I Ecomig, PUC-Minas, Belo Horizonte, julho de 2008.



ARNHEIM, R. "**O Diferencial da Cegueira**". In Meditsch, E. (Ed.), Teorias do Rádio - Textos e Contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d' aquém e d' além mar e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro**. Santarem, Portugal: Jortejo, 1998.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CURTY, Marlene Gonçalves; CRUZ, Anamaria da Costa. **Apresentação de trabalhos científicos: guia para alunos de cursos de especialização**. Maringa: Dental Press, 2000.

FRANCISCO, José Carlos. **O gênero entrevista no radiojornalismo - CBN X ELDORADO: da escrita para a fala**. Dissertação de mestrado em Língua Portuguesa, apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, em outubro de 2006.

GARRIDO, Bruno Sampaio . **Programa Fala Brasil: jornalismo descontraído ou distorção no jornalismo?**. 2004. 57f. Monografia (Graduação em Comunicação Social Habilitação Em Jornalismo) - Universidade do Sagrado Coração, São Paulo, 2004.

GUTMANN, Juliana Freire; SANTOS, Thiago E. F. dos; GOMES, Itania Maria Mota. **Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.

GUIMARÃES, Denise; CAETANO, Kati Eliana. **Estratégias gráficas e humor sarcástico: a notícia levada "a sério" no Programa CQC - TV Bandeirantes**, Brasil. 2009

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, Ética e Liberdade**. São Paulo. Summus, 1997.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Editorial, 2004.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: Duarte J, Barros A, organizadores. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo (SP): Atlas; 2008. p. 306-315. (Versão na internet)

MARTINS, Nair Prata Moreira; PAIVA, Vera Lúcia Menezes de. Universidade Federal de Minas Gerais. **Webradio novos gêneros, novas formas de interação**. 2008. enc. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais.

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

REY, L. R. S. Jornalismo **opinativo: dilema ou questão de dimensão e conteúdo?**. Revista de Estudos de Jornalismo, PUC-Campinas, v. 5, n. 2, p. 59-68, 2002.



SONORA

ISSN 1809-1652



SANCHEZ, Inaiê. **O rádio e o seu público**. São Paulo, [1]: 81 a 83, set./dez. de 1994.

SILVA, Fernanda Mauricio. **Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009.

SILVA, Luiz Martins da. **Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições**. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (org.). *Imprensa e poder*. Brasília: Editora Unb, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – por que as notícias são como são**. Florianópolis, Editora Insular, 2004

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

Documentos Eletrônicos

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: O dicionário da língua portuguesa**. Dicionário Eletrônico. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 3ª edição, 1999.