

TSF, de Telefonia-Sem-Fio: Uma audição brasileira de vanguarda no radiojornalismo português

Eduardo B.V. Meditsch
Universidade Federal de Santa Catarina

RESUMO

A TSF - Radiojornal como emissora de referência do radiojornalismo português. Estudo comparativo da linguagem, do critério editorial e da rotina de produção, a partir de parâmetros utilizados em situações similares no radiojornalismo brasileiro. *Palavras chaves:* Políticas de comunicação: Portugal, Pesquisa comparativa: Brasil e Portugal, Meios de comunicação: TSF - Radiojornal

RESUMEN

La TSF-Radiojornal como emisora modelo del periodismo radiofónico portugués. Estudio comparativo del lenguaje, del criterio editorial y de la rutina de producción, a partir de parámetros utilizados en situaciones similares en el periodismo radiofónico brasileño.

Palabras claves: Políticas de comunicación: Portugal, Investigación comparativa: Brasil y Portugal, Medios de comunicación: TSF - Radiojornal.

ABSTRACT

The TSF-Radiojornal as a model station of the Portuguese broadcast journalism. Comparative study of the language, editorial patterns and structure of production, taking the Brazilian broadcast journalism as a parameter.

Keywords: Politics of communication: Portugal, Comparative research: Brazil and Portugal, Mass media: TSF-Radiojornal.

INTRODUÇÃO

Há cerca de um ano, em viagem de férias por Marrocos, ouvindo no carro diversas emissoras de rádio faladas em árabe, pude constatar a atualidade da afirmação de ARNHEIM (1980): a rádio tem leis próprias, que se cumprem hoje na existência de uma linguagem internacional. Embora não pudesse entender a fala numa língua que desconheço, pude reconhecer tipos de programas e, em alguns casos, até seus elementos.

Pouco tempo depois, instalado em Portugal, vim a me dar conta do reverso da medalha: embora falando a minha língua materna, o radiojornalismo português é substancialmente diferente daquele que se faz no Brasil. A linguagem do rádio, sem dúvida internacionalizada, comporta diferenças culturais bastantes significativas. São essas diferenças que este trabalho se propõe a demonstrar.

Sendo desaconselhável, do ponto-de-vista metodológico, uma comparação em abstrato do modo de fazer radiojornalismo em mais de uma centena de emissoras portuguesas, com o modo como é feito nas mais de três mil emissoras do Brasil, tal a variedade que comportam, optou-se com um estudo de caso da TSF - Radiojornal, emissora de referência como rádio de informação em Portugal.

Voltada para um público de elite, tanto cultural como economicamente, a TSF surgiu do projeto de uma Cooperativa de Jornalistas, que até hoje mantém seu controle editorial, embora já não o controle acionário. Unindo credibilidade e recursos para investimento, a emissora, que nasceu na onda de entusiasmo pelas rádios piratas, em 1987 (TRAQUINA & AGEE: 103), subverteu os limites que lhe foram impostos pela concessão de um canal apenas local, e transmite sua programação informativa por uma rede nacional de rádios.

O jornalista brasileiro Alberto Dines, referência obrigatória para as novas gerações de profissionais de nosso país, trabalhando atualmente em Portugal, diz que a TSF devolveu-lhe "o gosto e o interesse" pelo rádio. Este respeito é compartilhado por profissionais portugueses de todos os meios de comunicação e, até mesmo, por agências internacionais de notícias, que mais de uma vez citaram a TSF como fonte de informações.

No âmbito português, este prestígio se traduz numa forte influência do "estilo TSF" sobre o modo de fazer jornalismo nas outras emissoras, daí a sua posição de vanguarda. Além deste fator, contribuiu para a escolha a facilidade de comparação com a experiência profissional do autor, que por vários anos trabalhou em emissoras brasileiras com propostas semelhantes de programação de público, como as Rádios Guaíba e Gaúcha de Porto Alegre e Jornal do Brasil do Rio de Janeiro.

O estudo foi realizado a partir da análise do "livro de estilo" da TSF; do acompanhamento, na redação de um turno de trabalho, com participação ativa na "conferência de redação" em que os profissionais avaliam a jornada e planejam o dia seguinte; e, ainda, da gravação e análise de conteúdo de nove noticiários veiculados em horas cheias entre as 9 e às 19 horas de uma sexta-feira, dia 18 de junho último. Trata-se de um trabalho de observação empírica,

preliminar a uma investigação mais ampla sobre a potencialidade gnosiológica do rádio informativo, que está em curso no projeto de doutoramento do autor.

FORMATO

A TSF segue o modelo de uma rádio com vocação informativa, embora não seja exclusivamente falada. Além de alguns espaços temáticos e de programas especiais sem periodicidade, a programação se compõe de boletins informativos horários, segundo a classificação de FAUS BELAU (1981:218), intercalados por música contemporânea para adultos, conforme a caracterização de KEITH (1992:261).

Entre dois boletins, veiculados às horas cheias, são transmitidos outros, menores em tamanho e importância, às meias horas. Desde que a emissora passou a comandar uma rede nacional, o espaço das meias horas serve também para as rádios do interior veicularem sua programação informativa local, independente da rede.

Embora, em tese, os boletins de hora cheia tenham o mesmo formato e importância nas 24 horas do dia, isto, na prática, não é constatado. No dia em que foi realizada a análise de conteúdo, os boletins dos horários em que é presumida maior audiência (9, 13, 17 e 18 horas) eram mais completos e mais cuidados, com maior duração, maior número de notícias, uso de manchetes e resumo final, contrastando com os boletins das 12 e 14 horas, que possuíam menor número de notícias e não apresentaram manchetes nem resumos.

A tendência a valorizar certos horários em detrimento de outros foi constatada também no acompanhamento do trabalho da redação feito pelo autor, e aparenta a um observador brasileiro uma certa dificuldade de adequação entre a rotina estabelecida para a produção de notícias e o espírito proposto para a programação, como será analisado adiante.

Os boletins de notícia não tem um nome nem um patrocinador específico. São anunciados pelo animador do horário como um lacônico "agora, fulano de tal com as notícias das x horas", seguido por uma vinheta musical que pode ou não servir de fundo para a leitura das manchetes, caso tenham sido previstas pelo editor do horário, que fará a apresentação das notícias a seguir. O final pode ter ou não um resumo do que foi tratado, e uma vinheta de encerramento, sem palavras, devolve a programação ao animador de continuidade, que tocará música e comerciais até a entrada do boletim seguinte.

Para o observador brasileiro, o tom das vinhetas e principalmente da propaganda comercial parecerá um pouco forte para o público de elite a que se destinam. Pode-se atribuir isto ao fato da segmentação de público no rádio português ser um fenômeno ainda recente, a que as agências de publicidade não deram a devida atenção. No Brasil é grande a preocupação de não agredir os ouvidos do público mais sofisticado, e uma rádio voltada para este segmento fala com voz suave, e costuma ter o próprio sinal regulado para transmitir num tom mais grave, a partir do pressuposto de que se destina a receptores de alta fidelidade. A "baixa estimulação, em contraste com a "alta", característica das estridentes rádios populares, é a maneira mais direta de identificar uma emissora de elite no Brasil.

Outra diferença significativa no formato é a apresentação de notícias pelos próprios jornalistas, com o abandono da dicotomia entre profissionais da voz e da redação. Na Europa, a valorização das informações pelo fato de serem apresentadas por seus próprios autores é tida como fundamental, desde que esta prática foi adotada na França pela Rádio Europe 1, em meados da década de 50 (LAVOINNE:69). Curiosamente, em Portugal esta alteração adquiriu também uma aura de conquista democrática, por ter sido efetivada durante o processo de derrubada da ditadura salazarista.

No Brasil, prevalece ainda a divisão clássica de funções: o profissional da voz apresenta o noticiário e os jornalistas intervêm no microfone apenas nas reportagens e transmissões diretas. Embora o estilo autoritário e grandiloquente de locução lá também tenha sido superado por formatos mais modernos, a preocupação com a perfeição da forma, muitas vezes maior do que a com o conteúdo, continua a sustentar a existência dessa especialização profissional, capaz de proporcionar boas embalagens mesmo para produtos de qualidade duvidosa (SCHULBERG, 1992: 263).

Descrevendo a realidade brasileira, Nilson LAGE observa que, nas rádios de elite, “a locução aconselhada é monótona, pontuada rigorosamente e sem variações que possa acrescentar emoção à mensagem que se diz”. O autor atribui este estilo “ao preconceito das elites com os componentes não lingüísticos e, portanto, menos racionais e controláveis da comunicação” (1985: 24).

CRITÉRIOS DE EDIÇÃO

O boletim horário da TSF tem duração de no máximo 15 minutos, mas algumas edições do dia pesquisado não ultrapassaram os cinco minutos. É composto majoritariamente por matérias com duração entre um minuto e meio e três minutos, compreendendo normalmente neste espaço a apresentação do editor, um desenvolvimento na voz do repórter, um ou mais trechos de entrevistas e um encerramento, novamente pelo editor. Alguns boletins são complementados por notas rápidas, lidas pelo editor, que podem se referir a notícias urgentes, ainda em processo de apuração mais completa, ou à recapitulação de notícias de edições anteriores. As notas podem ter de quinze a trinta segundos.

Esta simplificada descrição do formato do boletim já fornece elementos para duas diferenciações básicas em relação a um programa semelhante no Brasil: a duração e a repetição.

As notas rápidas, que na TSF representam um apêndice do programa, no Brasil normalmente constituem dois terços de seu conteúdo. O tratamento e o espaço que a TSF dá aos assuntos normais correspondem, no critério brasileiro, a um privilégio de poucas notícias, aquelas que serão destaques no noticiário. Desta maneira, um noticiário de quinze minutos da TSF vai conter oito ou nove matérias, enquanto os ouvintes do “Jornal do Brasil Informa”, no Rio de Janeiro, por exemplo, no mesmo espaço de tempo recebem 25 a 30 notícias. Em consequência, a cobertura jornalística da TSF vai ter, relativamente, maior profundidade e menor amplitude.

QUADRO 1

estrutura dos noticiários principais

TSF, 18/6/93, 18 horas

JB1 (manual de redação)

vinheta/manchetes

vinheta/manchetes

2 notas rápidas

reportagem destaque local

6 reportagens

20 a 25 notas rápidas

vinheta/recapitulação destaques

3 ou 4 outros destaques

tempo: 15'

tempo: 15'

A repetição também caracteriza diferença, tanto de linguagem, como veremos adiante, quanto de critério editorial. A pura e simples repetição de matérias, em dois, três ou até quatro boletins horários seguidos, é uma prática normal na TSF, como de resto em outras emissoras de rádio e na televisão portuguesa. No dia pesquisado, de um universo de 67 notícias, 26 eram repetições. Se fossem considerados os boletins das meias-horas, que desprezamos na análise, a proporção subiria provavelmente para dois terços das notícias.

No Brasil, uma rádio de informação voltada para a elite evitará sempre aborrecer seu público repetindo algo dito anteriormente. Este tipo de repetição é visto como falha, uma incapacidade de produzir nova informação ou de atualizá-la com dados recentes, o que contraria as características de rapidez e instantaneidade que se associa ao meio.

A repetição é admitida numa programação brasileira apenas em programas com graus hierárquicos diferenciados, que equivalem a periodicidades diferentes (e, mesmo assim, com algum grau de atualização). Na Rádio Jornal do Brasil, por exemplo, as quatro edições diárias do "Jornal do Brasil Informa", o noticiário principal, poderão repetir notícias veiculadas de hora em hora no "Repórter JB". Mas a diferença de formato e a periodicidade dos programas sinaliza claramente ao público o que deve esperar de cada um: num caso, as notícias imediatas daquela hora, no outro, um resumo dos acontecimentos do turno, tenham sido já noticiados ou não.

A ausência dessa diferenciação hierárquica entre os programas de notícias da TSF e a repetição de matérias inteiras, muitas vezes sem alterações, dão a um ouvinte condicionado pelo rádio-jornalismo brasileiro a mesma sensação que um leitor sente ao encontrar páginas repetidas num livro.

Descontadas as repetições, o número de informações recebidas numa audição de algumas horas por um ouvinte português se distancia ainda mais do modelo brasileiro: No conjunto dos nove noticiários gravados, foram

veiculadas 41 informações; no mesmo período, em programas do mesmo tamanho, o ouvinte de uma rádio brasileira receberia aproximadamente 200 informações. As variações de profundidade e abrangência de cobertura, implicitas nessa diferença quantitativa, refletem igualmente uma diferença qualitativa nas rotinas de produção, como veremos adiante.

SELEÇÃO DE CONTEÚDOS

O ordenamento de notícias nos boletins não apresenta diferença significativa em relação ao critério dominante no Brasil: as informações são ordenadas por grau de importância e proximidade de assuntos, podendo ou não haver ligação entre as notícias (BORGES, 1992: 16-7). A diferença editorial mais significativa está na seleção de conteúdos, tanto em relação aos temas como em relação à procedência das notícias.

Na amostra analisada, constatou-se a veiculação de 17% de notícias referentes a temas de âmbito local, 39% de âmbito nacional e 44% de âmbito internacional. O gráfico que daí se projetasse seria exatamente inverso ao que tivesse como referência uma programação brasileira, como a da Rádio Jornal do Brasil, conforme a orientação de seu manual de redação (MEDITSCH, 1981):

QUADRO 2 proporção de notícias, por âmbito geográfico

TSF	Rádio Jornal do Brasil
17% locais	60% locais
39% nacionais	30% nacionais
44% internacionais	10% internacionais

Na conferência de redação em que o observador teve a oportunidade de participar, ao enfatizar esta diferença aos jornalistas da TSF, pôde constatar uma significativa variação nos critérios de noticiabilidade, em comparação com os brasileiros. No geral, os profissionais admitiram dar pouca ênfase na cobertura dos assuntos do dia-a-dia da população, mas argumentaram que a TSF, como rádio de elite, deve se preocupar “com os grandes temas que movem o mundo”. Alguns chegaram a afirmar que Portugal, por ser um país pequeno, diferente do Brasil, “não tem notícias”.

A diferença de critério de noticiabilidade, em relação à procedência das notícias, não é no entanto uma particularidade da TSF determinada por seu público-alvo. O mesmo tipo de ênfase é constatado em outras emissoras de rádio, na TV e na imprensa escrita portuguesa.

A divergência de critério também é observada numa análise temática do conteúdo das notícias: das 28 notícias internacionais, apenas uma não se referia a tema político, entre as nacionais, a política-partidária era tema de mais da metade das notícias, assim como de oito das onze notícias locais. Os temas políticos (internacionais ou partidários) representavam assim 68% das notícias, contra 6% de esporte, 3% de cultura & lazer e nenhuma notícia de economia (produção ou consumo). Temas próximos da vida de Lisboa e do Porto, foram tratados apenas através da mediação da política, como preocupações de candidatos às eleições municipais.

Embora a TSF veicule atualmente um serviço de orientação aos motoristas no trânsito, inclusive com o uso de helicópteros, a vertente de informação-serviço é extremamente atrofiada na comparação com o modelo atual do radiojornalismo brasileiro (MOREIRA, 1991:46). Ao perguntar, na conferência de redação, porque não se estava tratando das consequências da unificação européias (era dezembro de 1992), a resposta recebida pelo pesquisador foi de que o assunto já havia sido tratado "há muito tempo".

A variável "novidade", assim, parece mais importante como critério de noticiabilidade aos jornalistas da TSF do que a de "proximidade com o ouvinte", prioritária no radiojornalismo brasileiro. Neste, um fato como o da unificação européia provavelmente justificaria dezenas de reportagens de acompanhamento de suas consequências para cada um dos setores econômicos e sociais afetados, e este interesse não seria diminuído até a nova situação parar de provocar alterações na rotina da sociedade. Em Portugal, não apenas o rádio, mas a maior parte da imprensa tem se limitado a tocar na questão quando algum agente econômico ou social (agricultores, pescadores) provoca fatos, como protestos que, aí sim, incluídos na esfera da política, serão considerados noticiáveis.

A noção de "cobertura", não apenas de fatos isolados, mas no sentido mais amplo de monitorar o cotidiano da sociedade e fornecer orientação permanente aos ouvintes, parece estar sendo cada vez mais enfatizado pelo radiojornalismo brasileiro. E, cada vez mais, reconhecido como sua principal utilidade social. Na TSF, a autonomia dos jornalistas em relação ao dia-a-dia, principalmente local, parece muito maior, quase como se nos transferíssemos de uma redação de notícias para a de uma revista de reportagens.

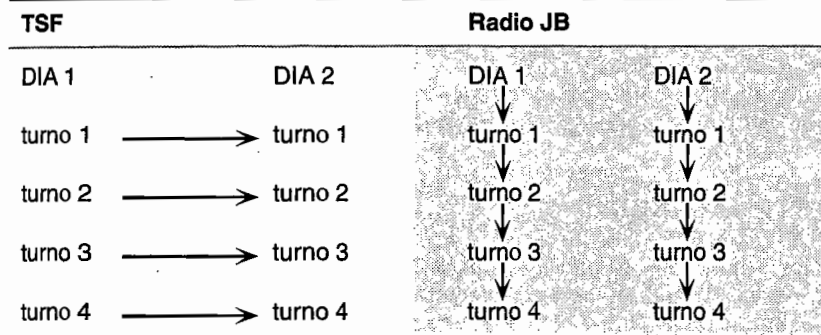
ROTINA DE PRODUÇÃO

A autonomia a que nos referimos pode ser constatada já no planejamento da jornada de trabalho, feita não de um turno para outro, como ocorreria no Brasil, mas pela equipe que termina o turno para si própria, no dia seguinte. É claro que o planejamento vai ser alterado pelos acontecimentos que ocorram nessas 24 horas mas, só pela maneira como é pensado, já revela uma relação diferente com a questão da imediatez e com a monitoração dos acontecimentos.

Embora a TSF também se programe por despachos de agências, por rádio e tele-escuta, sua redação parece muito menos preocupada do que a de uma rádio brasileira em avisar aos ouvintes "tudo" o que está ocorrendo. Uma vez

QUADRO 3

fluxo principal de planejamento do trabalho



escolhidos os assuntos que vão merecer a atenção aprofundada de cada jornalista, o que em grande parte é acertado de véspera, as demais informações que cheguem à redação são desprezadas, a não ser que se considere que justifiquem uma substituição. No Brasil, uma redação de rádio procura passar rapidamente aos ouvintes praticamente todas as informações que lhe chegam, e o trabalho da equipe é constantemente reorientado em função deste objetivo.

A redação da TSF não é dividida entre redatores, repórteres, chefe de reportagem e pauteiro (ou produtor), como costuma ocorrer no Brasil. Além do editor do horário e de seu sub, existem profissionais chamados genericamente de “jornalistas”, que apuram, redigem, lêem e editam suas próprias matérias, com o auxílio de “secretários”, que fazem a intermediação com o pessoal técnico.

Embora não deixe de ser um trabalho de equipe, uma reportagem assim produzida tem muito maior participação pessoal do jornalista do que ocorre no Brasil. Comparativamente, é um produto mais artesanal, mais de autor, menos industrial e alienado do que o que se vê numa redação brasileira. Sem dúvida, isto resulta em fator de maior motivação, comprometimento e satisfação pessoal para os jornalistas.

Um “jornalista TSF” tem muito mais tempo para produzir uma notícia ou reportagem do que um colega seu brasileiro possui. Dentro do propósito de “ir mais longe na informação”, estabelecido no Livro de Estilo, que prevalece sobre o de “cobrir tudo que acontece”, pode ser facultado a ele trabalhar toda a jornada em função de uma única notícia, de forma a atingir o ideal de torná-la “completa, exata e interessante” (BORGES, 1992:49).

Um “jornalista TSF” tem também muito mais recursos para produzir uma notícia do que um seu colega brasileiro costuma possuir. Um exemplo disso é o uso das agências internacionais, que na TSF funcionam apenas como ponto de partida para a produção das notícias, com a possibilidade de realização de uma série de informações. É uma condição excepcional se comparada com

a situação brasileira, e mesmo da maior parte das emissoras de rádio do Primeiro Mundo.

Daí o menor número de notícias produzido por um número equivalente de profissionais num tempo também equivalente, e o hábito de repetir a veiculação da matéria uma vez produzida. Daí também a qualidade e a profundidade das notícias da TSF e, ao mesmo tempo, para o observador brasileiro, a impressão de uma certa inadequação da rotina adotada com um esquema de programação que sugere imediatismo e instantaneidade pela periodicidade horária.

TEXTO E LINGUAGEM

Nas recomendações para a produção de texto, o Livro de Estilo da TSF não apresenta muitas diferenças em relação ao manual de redação de uma rádio semelhante no Brasil. Mas, colocadas em prática, as recomendações semelhantes resultam em estilos substancialmente diferentes. Vamos apontar essas diferenças utilizando o exemplo de uma notícia do dia pesquisado:

QUADRO 4

reprodução de texto de notícia - TSF, 18/6/93, 12 horas

EDITOR: Não será, ou não é, a campanha fatal, mas ajuda:

Esta manhã, Silva Penedo lançou as idéias gerais de uma campanha contra o trabalho infantil. O ministro não nega números, que vão engrossar, engrossando a lista dos miúdos que trabalham, mas diz que só a persistência pode pôr fim a estes males, Fulano de Tal:

REPÓRTER: A idéia é acabar com o velho ditado português "de pequenino é que se torce o pepitexo". Há trabalho infantil em Portugal, isso é inegável, garante o ministro, as leis legislam, as multas multam, a fiscalização fiscaliza, mas diz o ministro Silva Penedo, não é com decretos que se muda a cabeça das pessoas. E como não se consegue vencê-los, e nem pensar em juntar-se a eles, a idéia é lançar uma campanha para dizer que o lugar das crianças é na escola, é só depois da escola toda, é que a porta do emprego pode ser aberta. É proibido trabalhar antes dos quinze anos, mas aos quatorze, se já tiver a escola toda, pode dar um jeito mas, só trabalho ao "de leve". Pergunta-se então ao ministro: é com esta campanha que vai acabar o trabalho infantil?

ENTREVISTADO: Não vai, mas é uma ação complementar que me parece muito importante pelo conjunto de ações, nem ninguém pensa, por causa das pequenas fábricas, que as pessoas, na verdade, vão deixar de continuar a exercer com persistência o seu trabalho. É mais uma ação complementar, só dessa forma é que pode-se atingir, em relação a esses objetivos, porque esses de fato não se pode atingir nem por decreto, nem por medidas administrativas. Portanto, é mais uma ação, englobada numa estratégia global, que tem a ver com o combate a este tipo de fenómeno que é repudiado de uma forma generalizada por todos os agentes políticos, e é claro que sociais que pretendem que Portugal seja um país de fato desenvolvido.

REPÓRTER: Tudo pela causa do desenvolvimento e pelo bem das crianças. Tempo para crescer, é a imagem desta campanha, com uma mancha verde em forma de miúdo. Camisolas, chapéus, cartazes, um filme para tevê: tudo trinta mil contos. Fora despesas de passagem, depois, na publicidade. No final, espera o ministro que o caminho da fábrica vá dar cada vez mais a uma escola. Trabalhar, afinal, é só para gente grande.

EDITOR: Fulano de Tal. Mais uma campanha para combater o trabalho infantil. O lugar das crianças é na escola, lembrava esta manhã o ministro Silva Penedo, que promete uma maior fiscalização às empresas que exploram o trabalho infantil.

(tempo: 2'16". O nome do repórter foi substituído por "Fulano de Tal").

Para os parâmetros brasileiros, a notícia acima seria considerada repetitiva, pouco direta, e abusivamente opinativa. É provável que fosse rejeitada pelo editor, que apontaria, a quem a escreveu, uma série de "erros":

— frases como "não será a campanha fatal, mas ajuda", "tudo pela causa do desenvolvimento e pelo bem das crianças" (pronunciada com ironia) e "trabalhar, afinal, é só para gente grande", deveria ser suprimidas, por opinativas.

— o repórter ao ministro se a campanha vai terminar com o trabalho infantil, o que tanto ele quanto a editora já responderam. Também seriam suprimidas repetições como onde o repórter diz o que o ministro espera (o próprio ministro acabara de dizer), e o encerramento da matéria pela editora.

Afora a diferença de grau na interpretação do que seja "texto direto" e "objetivo", qualidade proclamadas nos manuais de redação dos dois países (PORCHAT, 1986; BORGES, 1992), existe um entendimento diverso a respeito da oportunidade da repetição é linguagem do rádio. Para autores europeus, a repetição é imprescindível para superar a não permanência das notícias, os problemas da decodificação simultânea e a possível falta de atenção do receptor (PRADO, 1985: 48). Para teóricos latino-americanos, no entanto, o recurso da repetição deve ser usado com muita parcimônia, em momentos especiais de reiteração, sob pena de provocar monotonia e molestar o ouvinte (KAPLÚN, 1978: 112).

Na notícia tomada como exemplo, apesar de repetido várias vezes o nome do entrevistado, nenhuma vez foi dito qual o ministério que ocupa. Este fato é interpretado pelos manuais brasileiros como um excesso de intimidade com a fonte que desconsidera os ouvintes. No jornalismo português, no entanto, não é um acontecimento incomum.

Para reforçar a constatação das diferenças, a notícia tomada como exemplo é reescrita (Quadro 5), aproximando-a das normas da Rádio Jornal do Brasil.

A versão assim "abrasileirada" da notícia reduziria o seu tempo de duração em aproximadamente um terço, sem que houvesse sido essa a preocupação que motivasse a sua transformação. Simplesmente, um editor brasileiro a teria formatado desta maneira em nome de seu entendimento de texto direto e objetivo, e com convicção de que não teria havido nenhuma perda de conteúdo com a mudança. Um editor português não concordaria com ele, e consideraria a matéria empobrecida de conteúdo, criatividade e interesse.

O texto, mais solto no radiojornalismo português do que no brasileiro, não reflete apenas diferença no entendimento de objetividade, que também pode ser constatada numa comparação entre o jornalismo impresso dos dois países. Reflete igualmente um esforço no sentido de romper com padrões de linguagem escrita, em favor do conversado, como formato mais apropriado para o rádio. E esta uma das principais ênfases das atividades de formação organizadas pela TSF para seus profissionais, de que trataremos adiante. A "naturalidade" da fala parece ser uma busca comum a outros exemplos de radiojornalismo europeu (PRADO, 1985:16; LAVOINNE: 169). No Brasil, embora o conceito de "naturalidade" também seja utilizado como requisito a

QUADRO 5

notícia TSF reescrita segundo critérios brasileiros

LOCUTOR: O Ministro do Emprego lança campanha contra o trabalho infantil. Silva Penedo acredita que só a persistência pode pôr fim a este problema, Fulano de Tal:

REPÓRTER: O Ministro diz que as leis, as multas e a fiscalização já existem, mas não são suficientes para mudar a cabeça das pessoas. A nova campanha pretende conscientizar a população de que o lugar das crianças é na escola. Ministro, é com esta campanha que vai acabar o trabalho infantil?

ENTREVISTADO: Não vai, mas é uma ação complementar que me parece muito importante pelo conjunto de ações, nem ninguém pensa, por causa das pequenas fábricas, que as pessoas, na verdade, vão deixar de continuar e exercer com persistência o seu trabalho. É mais uma ação complementar, só dessa forma é que pode-se atingir, em relação a estes objetivos, porque esses de fato não se pode atingir nem por decreto, nem por medidas administrativas.

REPÓRTER: "Tempo para Crescer" é o lema da campanha, que tem como uma imagem um fruto verde em forma de criança. Foram produzidas camisetas, chapéus, cartazes e um filme para tevê. No total foram gastos trinta mil contos, sem incluir os custos da veiculação.

LOCUTOR: O ministro do Emprego promete também uma maior fiscalização às empresas que exploram o trabalho infantil.

(tempo 1'30")

ser cumprido na apresentação de notícias, a nível de texto o que se observa é uma forte normatização que não deixa espaço à espontaneidade.

O uso de recursos de linguagem sonora que extrapolem a fala é apenas esporádico nos noticiários da TSF, porém mais frequente do que no Brasil. Na amostra pesquisada, houve duas matérias com uso de som ambiente como ilustração, intercalado com texto, e outras duas em que foi usado como plano de fundo, mixado. Trechos de músicas foram intercalados com texto numa reportagem anunciando concertos. Em duas reportagens se registrou o uso de onomatopéia: numa delas, o repórter imita o ruído de um velho trem: em outra, os arrulhos e até o defecar dos pombos que sujam Lisboa.

ÉTICA E FORMAÇÃO

No Brasil, a lei exige que um jornalista tenha formação específica a nível superior, e as empresas deixam a cargo da Universidade a preocupação com o problema, para depois criticá-las por não darem conta dele satisfatoriamente. Em Portugal não existe esta obrigatoriedade, os cursos universitários na área são recentes, os jornalistas mais velhos se formaram na prática, e a maioria dos mais novos em cursos técnico-profissionalizantes criados recentemente com fundos europeus.

Neste quadro, os jornalistas da TSF são uma exceção: a maior parte da equipe atual acrescentou a sua formação anterior um curso montado pela própria empresa, e todos os profissionais estão submetidos a um processo de "formação permanente", no próprio trabalho (BRANCO, 1982).

O processo de formação *on job*, que não tem paralelo no Brasil, é coordenado por um especialista em ensino de radiojornalismo, contratado pela emissora para ouvir e criticar o trabalho de cada dia. Este trabalho é seguido coletivamente nas conferências de redação que fecham cada turno de trabalho e, de tempos em tempos, com seminários e outras atividades específicas, a partir de carências identificadas, como no caso de um curso de inglês recentemente reivindicado pelos profissionais e fornecido pela direção.

Em termos de ética profissional, existem também diferenças de graduação em relação a como alguns princípios universais são observados: os jornalistas portugueses têm muito mais respeito do que os brasileiros pela privacidade das pessoas. O livro de estilo da TSF, ao discutir a questão, veta a colocação no ar de gravações feitas sem o conhecimento dos intervenientes.

A maior diferença, no entanto, está que em Portugal, como em outros países, um jornalista não pode exercer uma assessoria de imprensa e, ao mesmo tempo, trabalhar numa redação: tem que optar por uma das duas atividades. No Brasil, o empobrecimento da categoria profissional, e a falta de escrúpulos que caracteriza um momento histórico marcado pela deterioração do tecido social, condenaram muitas redações à promiscuidade.

CONCLUSÕES

Para FAUS BELAU (1981), o rádio é um veículo de desenvolvimento recente (mais novo, por exemplo, do que o cinema), e o "rádio informativo", ainda em processo de definição, representaria a culminância de um segundo ciclo na sua história, iniciado com o ocaso do "rádio espetáculo" diante do surgimento da televisão.

A observação empírica levada a cabo neste trabalho constatou a existência de significativa variação no desenvolvimento dos modelos português e brasileiro de rádio informativo. Enquanto o modelo da TSF evoluiu para a produção de notícias de forma mais profunda e mais rigorosa, o modelo brasileiro desenvolveu mais outras potencialidades do meio, tais como a agilidade, a ubiquidade e a orientação ao público.

Diferentes situações históricas, influências culturais e jornalísticas diversas, predomínio de sistemas opostos de controle das emissoras (público/estatal num caso, comercial/privado no outro), entre vários outros fatores, através do tempo, contribuíram para que se tornassem assim, hoje, os modelos de radiojornalismo observados. A determinação da influência de cada um desses fatores é complexa e foge dos objetivos e à abrangência deste estudo.

A constatação de sua existência, no entanto, é fundamental para o aproveitamento do conhecimento da realidade na busca de sua melhoria.

Neste momento, por exemplo, é provável que a TSF se desenvolva mais e com isso contribua de maneira mais significativa com o desenvolvimento do rádio informativo do que uma emissora brasileira: ela é produto não apenas dos acertos de seus profissionais, mas também de um momento de prosperidade econômica na vida portuguesa. No outro pólo da economia mundial, o Brasil passa por dificuldades, que se refletem na vida das emissoras: a Rádio Jornal

do Brasil AM, utilizada aqui como contraponto da análise, deixou de existir nos dias em que se escrevia este trabalho.

BIBLIOGRAFIA CITADA:

- ARNHEIM, Rudolf. *Estética Radiofônica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980 (título original: *Bundfunk als Horkunst*).
- BRANCO, Antônio Jorge. Formação Profissional Permanente para Jornalistas de Rádio: Depressa! Tese apresentada ao I Congresso dos Jornalistas Portugueses. In: *Liberdade de Expressão, Expressão da Liberdade* (anais). Lisboa, Sindicato dos Jornalistas, 1982 p. 255-9.
- BORGES, David. TSF-Rádiojornal: Livro de Estilo. Lisboa, TSF-Rádiojornal, 1992 (publicação restrita).
- FAUS BELAU, Angel. *La Radio: Introducción a un medio desconocido*. Madrid, Editorial Latina, 1981.
- KAPLÚN, Mário. *Producción de Programas de Radio: El Guion - La Realización*. Quito, Ediciones Ciespal, 1978.
- KEITH, Michael. *Técnicas de Producción de Radio*. Madrid, Instituto Oficial de Radio Televisión Española, 1992 (título original: *Radio Production: art and science*).
- LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo, Editora Ática, 1985.
- LAVOINNE, Yves. *A Rádio*. Lisboa, Vega, s.d. (Título original: *La Televisión*).
- MEDITSCH, Eduardo. *Sugestões ao Radiojornalismo* (Manual de Redação), Rio de Janeiro, Rádio Jornal do Brasil, 1981 (publicação restrita).
- . *O Conhecimento do Jornalismo*. Florianópolis, Editora da UFSC, 1992.
- MOREIRA, Sônia Virginia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora, 1991.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo (Jovem Pan)* São Paulo, Editora Brasiliense, 1985.
- PRADO, Emilio. *Estructura de la Información Radiofónica*. Barcelona, Editorial Mitre, 1985.
- SCHULBERG, Bob. *Publicidad Radiofónica: el manual autorizado*. México, McGraw-Hill/Interamericana, 1992 (título original: *Radio Advertising: The authoritative handbook*).
- TRAQUINA, Nelson & AGEE, Warren. *O quarto poder frustrado: os meios de comunicação social no Portugal Pós-Revolucionário*. Lisboa, Vega, s.d.

BRAZILIAN COMMUNICATION RESEARCH YEARBOOK



Coletânea composta pelos trabalhos de pesquisadores da ECA/USP apresentados na comunidade internacional da comunicação científica. Abrange subáreas de conhecimento como jornalismo, propaganda, relações públicas, cinema, rádio, televisão, além de temas globalizantes - política da comunicação, ideologia da indústria cultural, comunicação internacional e outros. Trata-se de um canal aberto para o diálogo com os estudiosos de outros países, estimulando um intercâmbio instigante entre pares que se dedicam a objetos comuns de investigação.

Escolas de Comunicações, Institutos e Entidades na área de Comunicação, professores, pesquisadores e especialistas que desejam adquirir a publicação "Brazilian Communication Research Yearbook" escrever para:

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
A/C Setor de Vendas de Publicações
Prédio Principal - térreo -
Cidade Universitária
CEP: 05508-900 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone: (011) 813-3222 - ramal 2061

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Cidade Universitária - CEP 05508-900 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone: (011) 813-3222 - Telex: (011) 80629 - UVS1-BR - Telefax: (011) 815-4272