



# JORNALISMO RADIOFÓNICO

João Paulo Meneses

---

© CECS 2016 Todos os Direitos Reservados  
A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em:  
[www.cecs.uminho.pt](http://www.cecs.uminho.pt)

**Título** Jornalismo radiofónico

**Autores** João Paulo Meneses

**ISBN** 978-989-8600-62-2

**Capa** Fotografia: Luís António Santos | Composição: Pedro Portela

**Formato** eBook, 129 páginas

**Data de Publicação** 2016, dezembro

**Editora** CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade  
Universidade do Minho  
Braga . Portugal

**Director** Moisés de Lemos Martins

**Director-Adjunto** Manuel Pinto

**Formatação Gráfica  
e Edição Digital** Ricardina Magalhães

Esta publicação é editada no âmbito do Programa Estratégico o CECS financiado pelo COMPETE:  
POCI-01-0145-FEDER-007560 e FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia, no âmbito do projeto:  
UID/CCI/00736/2013.



# SUMÁRIO

---

1.o Reescrito	5
2.o O meio, a mensagem e os ouvintes	7
3.o Preocupações com o texto	9
4.o A notícia de rádio	21
5.o O som	53
6.o A voz	59
7.o O conceito de “ruído”	71
8.o O direto	97
9.o Outros gêneros jornalísticos em rádio	109
10. Glossário	121
Referências bibliográficas	125
Nota autobiográfica do autor	128



## 1.0 REESCRITO

Existem várias razões que me levaram a reescrever o livro *Tudo o que se passa na TSF*, publicado em 2003, mas não foi por estar desatualizado – na essência as melhores práticas jornalísticas são exatamente as mesmas e o que aconteceu nestes 16 anos (nomeadamente a internet) não mudou o jornalismo radiofónico.

Quer isto dizer que estamos perante o mesmo livro, com uma nova data?

Desde logo, o velho livro foi lido uma ponta à outra e reescrito. Reescrever, neste contexto, significa acrescentar, mas também eliminar. E a preocupação de cortar repetições, eventuais incoerências ou adaptar ao acordo ortográfico nem foi a primeira.

Desde o princípio que o objetivo passou por escrever um livro sobre jornalismo radiofónico, na teoria e na prática – o que implicou eliminar o que não estivesse diretamente ligado e que faria sentido por exemplo num manual ou num livro de estilo. Outra diferença: houve a preocupação de desenvolver, em vários aspetos, uma questão demasiado importante para ser esquecida: a comunicação radiofónica, e, portanto, o jornalismo, é fortemente condicionado pelas características de receção do próprio meio; daí que o capítulo sobre o “ruído” seja um dos mais desenvolvidos e retrabalhados.

Por outro lado, este já não é o livro que mostra como funciona a TSF. Ou seja, eliminámos as idiossincrasias que apenas se verificam naquela rádio, tornando o livro mais geral e – espera-se – abrangente. Ainda assim, o autor é o mesmo, alguém que trabalhou na TSF durante quase 25 anos...

Estes 16 anos não mudaram o jornalismo radiofónico, mas mudaram (pelo menos parcialmente) o autor, razão pela qual, comparando as duas obras, os leitores vão encontrar um estilo menos definitivo e absoluto neste volume. Mas, como se dizia na introdução à obra original, antes como agora, o objetivo mantém-se completamente válido: estimular a reflexão sobre o próprio jornalismo radiofónico, esperando alcançar sobretudo quem estuda a rádio.



## 2.0 O MEIO, A MENSAGEM E OS OUVINTES

A rádio é, entre os diversos meios de difusão, aquele que mais influencia a mensagem, ou seja, que mais condiciona os conteúdos. Enquanto meio (isto é, veículo de transmissão de mensagens selecionadas), a rádio possui determinadas características; a televisão, o jornal ou a internet também, claro. Mas só na rádio se verifica uma verdadeira acumulação (poder, simultaneamente, ler o jornal e ouvir rádio, cozinhar e ouvir rádio, conduzir e ouvir rádio).

A rádio que hoje conhecemos é a que se reposicionou quando surgiu a televisão: deixou a sala de estar e a noite, passando para o carro (e cada vez mais para os *smartphones*) e para o dia. Ou seja, este consumo secundário é fortemente influenciador da capacidade e qualidade de receção do ouvinte. Ignorar isso, por parte de quem comunica na rádio – neste caso dos jornalistas – é o primeiro e derradeiro pecado.

Não é possível escrever uma notícia sem pensar que o ouvinte pode começar a ouvir a meio, perdendo, portanto, o início; que facilmente se distrai do que está a ouvir porque lhe buzina um semáforo (e se calhar já não pode escutar o noticiário seguinte, se é que a notícia vai repetir); ou que, mesmo estando em casa, concentrado a ouvir o relato de futebol, o telefone pode tocar no momento do golo...

Mesmo que estas preocupações sejam determinantes na fase da aprendizagem, nas escolas e no estágio, e nos primeiros anos de trabalho, nenhum jornalista ou animador de rádio, por mais experiente que seja, pode esquecer que as condições da escuta da mensagem a condicionam fortemente. Por outras palavras, quando escrevemos e quando falamos na rádio temos de pensar que há cuidados que devem ser tidos em conta – muito mais quando escrevemos, porque no improviso nem sempre isso é possível...

Depois da acumulação, uma segunda característica que identifica a rádio: depende apenas de um sentido, a audição. E há uma relação direta entre a quantidade de sentidos envolvidos e a capacidade de retenção da atenção e das mensagens. Ou, por outras palavras, quanto menos os sentidos envolvidos menos forte será a ligação aos conteúdos (e a rádio não *compete* apenas com a visão, mas também com o tato, que nos segura o jornal, o comando da televisão ou o rato do computador).

A escuta da rádio depende, pois, da conjugação destas duas características.

O rádio tem uma série de razões para aparecer como o patinho feio: é um meio invisível em plena era da imagem; um meio aparentado com a oralidade numa cultura onde o que vale é o escrito; um meio absolutamente fugaz numa civilização que prestigia a posteridade; e sobretudo um meio descentralizado, na contramão de um sistema económico e político baseado na acumulação. Mas como bom patinho feio, o rádio também se revela cisne: permanece o meio com maior alcance de público, em números absolutos de audiência, e o meio que as pessoas mais usam, em horas de utilização por semana. (...) O rádio é a principal fonte de informação dos norte-americanos (e provavelmente de muitos outros povos que não fizeram a pesquisa) no período matutino. E, quando ocorre uma catástrofe qualquer, seja humana ou natural, a informação radiofónica é a primeira que chega e a última que morre. (Meditsch, 2001)

O ouvinte, quando acorda com o despertador nas notícias das sete, que ouve ainda meio a dormir, quando entra e sai da casa de banho, onde tem um rádio ligado, quando vai procurando, no rádio do carro, a estação que mais lhe interessa em cada momento, está a ouvir em *segunda mão* – daí dizer-se muitas vezes que o ouvinte *ouve mal* a rádio.

Além destas duas, quem trabalha na rádio deve ter em conta outras tantas características diferenciadoras. Por um lado, que, no carro ou a correr, o ouvinte não vai, provavelmente, voltar atrás para ouvir o que foi dito e que não percebeu – mesmo que a tecnologia venha a tornar essa funcionalidade banal. Na televisão, no jornal ou na internet podemos parar a receção da mensagem, esclarecer o que não percebemos e recomeçar. Na rádio, nomeadamente na emissão sincrónica, não há “pensamento retroativo” (Jorge, Brites & Minga, 2016, p. 17).

Por outro lado, é a rádio o meio mais castigado pelo fenómeno do “ruído”, inevitável sempre que há comunicação, mas agravado neste contexto (entende-se por “ruído” a interrupção, por muita curta que seja, por parte do recetor, do processo).

### 3.0 PREOCUPAÇÕES COM O TEXTO

Centenas (milhares?) de livros provam que há, inequivocamente, um estilo de escrita para imprensa; é dos três meios clássicos (rádio, jornal e televisão) o que está mais desenvolvido e estudado. Aliás, desde a mais básica aprendizagem escolar do jornalismo, é normal os professores imporem, como base de trabalho, a escrita de imprensa, mais concretamente a das agências noticiosas. E se as agências são uma das principais fontes de informação dos jornalistas de rádio, estão criadas as condições para que a escrita de imprensa se superiorize. Nada mais errado, no entanto.

Um bom texto de imprensa será quase sempre um mau texto de rádio; e um bom texto escrito para ser lido na rádio dificilmente servirá para publicação na imprensa. O que significa que há que combater os sinais de imprensa na escrita da rádio.

Há desde logo questões simples como os números (que podem ser explanados ao detalhe no jornal) ou o uso de citações em discurso direto no texto (que obrigam os jornalistas na rádio a ler frases ditas por outros), que tratamos em detalhe no capítulo do “ruído”.

É sobre a forma de construir que importa aqui refletir.

As agências noticiosas cultivam uma técnica frásica demasiado telegráfica, pouco natural, pouco oral – ninguém fala assim. É uma técnica correta ao nível da hierarquia das informações (a “pirâmide invertida”), curta e sintética. Mas demasiado fria na linguagem.

Na rádio procuramos a oralidade, uma espécie de linguagem média da coloquialidade; tentamos escrever e ler como se estivéssemos a falar.

Governo aposta na luta contra os fogos florestais.

Cinco medidas vão ser apresentadas logo mais, com o objetivo de diminuir o número de incêndios no próximo Verão.

Algum de nós fala assim?

É por causa da supremacia (cultural) da escrita sobre a fala e do estilo das agências que muitas vezes se ouvem jornalistas da rádio suprimir os artigos definidos e indefinidos nas notícias, sobretudo nos *leads*.

A transformação é simples:

O Governo aposta na luta contra os fogos florestais.

Há cinco medidas que vão ser apresentadas logo mais, com o objetivo de diminuir o número de incêndios no próximo Verão.

Outro exemplo retirado do livro de estilo da rádio Jovem Pan (Porchat, 1986, p. 52):

O mosquito 'tigre asiático' já infestou 37 cidades.

O ministério da Saúde deu o sinal de alerta.

Mobilizadas 21 cidades do Espírito Santo, 12 de Minas e 4 do Rio.

O 'tigre asiático' transmite dengue, febre-amarela e encefalite.

Aquilo que a Jovem Pan chama de “forma manchettata de noticiário” não é mais do que uma rigorosa adaptação da informação de agência noticiosa.

Nos pontos que se seguem preocupa-nos contribuir para a caracterização do texto radiofónico, que deve ser individualizado e reconhecido.

### 3.1 “FAZER-SE ENTENDER”

Quase tudo se resume, na rádio, a falar e a escrever (e a ler, mas disso tratamos mais à frente) de modo a que o ouvinte nos entenda, de princípio a fim, com o mínimo de distração (o “ruído”).

Fácil?

Difícil!

São muitas as dificuldades que o jornalista de rádio encontra – e tem de ultrapassar – para poder cumprir esse grande objetivo:

- desde logo a difícil transposição da oralidade para a escrita, que passa por determinados tiques e truques, nem sempre bem dominados ou apreendidos (a que acresce a dinâmica da própria língua);
- na oralidade somos bons a comunicar, porque na maior parte das vezes somos naturais e conseguimos ser expressivos. Mas mesmo na linguagem interpessoal há equívocos;
- acrescentemos a própria fragilidade do discurso oral (onde somos mais caóticos, imprevisíveis e redundantes);
- finalmente a necessidade de adaptar a escrita à rádio: ou seja, ao assumirmos que a rádio tem características idiossincráticas (como a necessidade de gestão dos tempos, de *fazer curto*) é fundamental que haja uma consequente adaptação.

Se a um jornalista de imprensa é pedido que escreva de uma forma clara, ao da rádio ainda mais. Jornalismo e literatura são incompatíveis? Há sempre exageros na absolutização dos conceitos, mas é evidente que quando a literatura implica sofisticação, liberdade criativa e complexidade (na escrita e na narrativa), o jornalismo – principalmente o da rádio – tem de ser direto, curto, incisivo e linear (sem que se torne básico ou vulgar).

Quão fundo vai a nossa audição!  
Pensem em tudo o que significa compreender algo que simplesmente ouvimos. A qualidade divina de ter ouvidos! Não será, pelo menos, um fenómeno semidivino ser-se atirado para o mais fundo do desacerto de uma vida humana graças a nada mais do que ficar sentado no escuro a ouvir o que é dito? (Roth, 1998, p. 362)

### 3.2 EXISTE UMA LINGUAGEM MÉDIA?

Para além das questões culturais e deontológicas, o melhor jornalista de rádio seria aquele que a um bom domínio da técnica da notícia juntasse a capacidade de escrever da mesma forma que fala. É evidente que quase todos nós escrevemos melhor do que falamos. Mas este pressuposto não é válido na rádio; aqui interessa pouco a erudição, a complexidade e mesmo o virtuosismo que a escrita permite e estimula (por isso há quem fale da rádio como uma forma de literatura oral).

Se “o escritor deve chamar as coisas pelo seu nome, há que evitar as complicações de uma estética confusa” (frase atribuída a Hemingway). Pelo contrário, se o objetivo de qualquer jornalista de rádio

é falar com o ouvinte, então de maneira nenhuma este pode perceber que estamos a ler.

Infelizmente, a transposição do registo oral para a escrita não encontrou ainda formas de atenuar o choque. E a solução parece ter menos de ciência e mais de bom senso. A primeira questão a ter em conta é a oralidade do dia-a-dia, adaptada ao contexto (interno, das notícias, e externo, dos próprios ouvintes). Ou seja, não é por nos dirigirmos a um público mais jovem, por exemplo, que podemos ler as notícias com calão.

Apenas para tentar simplificar, sugerimos o conceito de *linguagem média*, que não é aquela que dois estudantes têm entre si na escola (porque será demasiado descontraída) nem aquela que um aluno tem com um professor (demasiado reverencial). É possível ser coloquial sem entrar pelo calão; é desejável ser respeitador sem ser formal.

É, no entanto, muito mais fácil caracterizar este objetivo do que pô-lo em prática – a cultura de exigência da escrita, desde a primária até ao fim da escolaridade, viciou-nos em tiques e hábitos que se revelam completamente contraditórios com as necessidades de procura da oralidade (há estudiosos que defendem que a escrita distanciou o homem do universo da oralidade, o que obriga um jornalista de rádio a contrariar esse predomínio da escrita, essa força quase inconsciente, para voltar... à palavra; é por essa razão que também se fala numa *oralidade tecnológica*).

O autarca reafirmou a sua certeza quanto à veracidade dos documentos.

*Ou seja, o autarca diz que tem a certeza de que são verdadeiros!*

É por isso que esta é uma luta incessante. Balizada numa pergunta estrutural a todo o nosso trabalho como jornalistas de rádio: “eu diria isto na minha *linguagem média*?”

O Bloco de Esquerda conseguiu dois assentos parlamentares nestas eleições.

*Ou seja, elegeu dois deputados!*

As respostas que o nosso bom senso nos vai mostrar são a chave! Se a resposta é sim, então é isso que devemos dizer.

Insiste-se que há, evidentemente, uma dose de empirismo na análise deste problema. Mas ainda ninguém encontrou uma maneira mais fácil de aliviar os “transtornos” que a transposição escrita/leitura provoca invariavelmente na rádio – sendo que a coloquialidade também é muito dada a erros, de ignorância e de distração.

Exemplo máximo da ditadura da escrita face às exigências da rádio: são vários os teóricos que defendem a eliminação, pura e simples, do jornalismo radiofónico de palavras como “assim”, “portanto”, “mas”, “aliás”, “apenas”, “ou seja”, com o argumento de que sobrecarregam desnecessariamente o texto. Parece-nos uma opção errada. Estas são locuções que, na medida certa e inseridas no texto com sentido, ajudam à compreensão da mensagem e que todos nós usamos quando falamos! Mas sem que isso signifique tornar a escrita mais complexa, com várias ideias na mesma frase.

Um bom exemplo pode ser a expressão “nada mais nada menos”; ajuda à compreensão da frase em causa, reforça a expressividade da mensagem, aproxima da oralidade e, portanto, da forma de falar/pensar do ouvinte. Seguimos, pois, o que defende Jaspers: “Cada uma destas palavras ou locuções tem uma função essencial na estrutura do enunciado. Marcam as relações de oposição (...), relações de consequência (...). O uso destas locuções é pois particularmente recomendado” (Jaspers, 1998, p. 107).

Ao contrário, já não é muito aconselhável (por se afastar da oralidade e confundir-se com os tiques de imprensa) o recurso sistemático a palavras ou expressões como “segundo...”, “conforme”, “como se sabe”, “de registar que”, “levado a cabo”, que, no fundo, são muletas. Muito menos iniciar uma frase com elas, porque isso também é um tique da imprensa – e ninguém fala assim.

Nos três exemplos seguintes tenta mostrar-se a utilidade expressiva destas palavras. Parece indiscutível que, no último exemplo, a introdução das três primeiras palavras ajudou claramente a conduzir o raciocínio do ouvinte. Ou seja, facilitou a compreensão!

Não estás cá para fazeres carreira de escritor. Na imprensa escrita podemos sempre reler-nos, completar-nos. Não quando nos encontramos diante de um microfone. O mesmo acontece com o ouvinte: é preciso que ele compreenda, que capte imediatamente, senão deixa de ouvir. (Lavoine, n.d., p. 67)

Exemplo 1:

O presidente da República da Argentina diz que se demite se o parlamento não aprovar este decreto.

A maioria dos deputados recusa a ameaça e responde que não discute o documento enquanto...

Exemplo 2:

O presidente da República da Argentina diz que se demite se o parlamento não aprovar este decreto.

Apesar disso, a maioria dos deputados recusa a ameaça e responde que não discute o documento enquanto...

Exemplo 3:

O presidente da República da Argentina diz que se demite se o parlamento não aprovar este decreto.

Mas apesar disso a maioria dos deputados recusa a ameaça e responde que não discute o documento enquanto...

### 3.3 ESCREVER PARA O OUVIDO

Procura-se uma fórmula que concilie cinco conceitos:

#### ***Simplicidade***

A simplicidade da escrita deve revelar-se quer semântica (na escolha das palavras certas) quer sintaticamente (sujeito, predicado e complementos é o alinhamento normal das nossas conversas, deduzindo-se que é assim, também, que os ouvintes mais facilmente compreenderão as nossas mensagens - o contrário: “Reivindicando melhores salários, em greve estão 21 mil mineiros polacos”).

Simplicidade é também evitar ter mais de duas ideias em cada frase e com o mínimo de orações interpostas, que devem ser desmembradas em novas frases! Simplicidade, finalmente, não deve ser confundida com vulgaridade e falta de criatividade.

#### ***Clareza***

Ser claro significa que o jornalista diz tudo ao ouvinte (tudo o que é possível dizer, de acordo com o tempo disponível e as informações

existentes) e não recorre ao suspense; as “piscadelas de olho” aos ouvintes são feitas na forma como se diz e não no que se diz. A ironia e o sarcasmo não são compatíveis com o jornalismo, mas, além das questões éticas e deontológicas, podem ser exemplos de linguagem pouco clara. Recusam-se, assim, os subentendidos e a escolha de termos que signifiquem qualquer coisa como “vocês sabem do que é que eu estou a falar...”.

### ***Rigor***

O mesmo é dizer, exatidão, precisão! Rigor é evitar os adjetivos, que vão radicalizar a mensagem. Rigor é também nunca sacrificar a verdade dos factos a um título ou a um *lead* com força (porque isso é enganar o ouvinte e não há forma mais dramática de “ruído” do que enganar o ouvinte).

### ***Concisão***

A gestão do tempo é um dos grandes desafios de quem trabalha na rádio, sobretudo na informação, muito por culpa daquilo que está convencionado ser a diminuta capacidade de retenção da atenção do ouvinte (ver Glossário), ainda por cima quando a escuta é feita em local instável. Mas isso sem ceder a uma linguagem demasiado telegráfica.

### ***Variedade***

A variedade deve ser entendida por oposição a uma linguagem monótona (já é raro o jornalista que não diz “gostaria de lhe colocar uma questão”), repetitiva (“um partido como o Partido Socialista...”), demasiado técnica ou desfasada da realidade. Além disso, qualquer um de nós, durante uma conversa, sabe como é embaraçoso repetir, numa frase, a mesma palavra. A procura da variedade linguística não nos vai, no entanto, levar à erudição.

Para evitar as repetições, recorreremos frequentemente no jornalismo radiofónico a anáforas (substitutos do nome original, com o mesmo sentido); mas sem perder a capacidade de descodificação e o bom gosto. Se isso estiver em causa, ou, mais grave ainda, se o substituto não permitir uma descodificação imediata do que está em causa, mais vale repetir.

### 3.3.1 VOZ ATIVA OU PASSIVA

Uma regra importante no jornalismo radiofónico é não dizer em duas palavras o que pode ser dito numa, o que equivale – por princípio – a rejeitar a voz passiva nas nossas construções: “o homem mordeu o cão” (voz ativa) é melhor do que “o cão foi mordido pelo homem” (voz passiva). A exceção podem ser títulos do noticiário ou a primeira frase do *lead*. Na questão do uso da voz ativa ou da voz passiva é preciso ter em conta, contudo, que, em determinadas situações, o sujeito passivo pode ser mais determinante para o *lead* do que o ativo. Nesse caso, se não se encontrar uma forma de conciliar concisão com força, poder-se-á entender o uso da voz passiva.

Algumas hipóteses:

- 1) O presidente do Sindicato dos Pescadores acusa o ministro da Agricultura de ignorância e irresponsabilidade.
- 2) O ministro da Agricultura é acusado de ser ignorante e irresponsável pelo presidente do Sindicato dos Pescadores.
- 3) Ignorante e irresponsável... é a acusação do presidente do Sindicato dos Pescadores ao ministro da Agricultura.

É um erro primário associar o profissional da rádio a um inimigo do texto ou alguém que teria menos trabalho com a palavra escrita. Talvez em nenhum outro meio o texto seja tão importante e precioso. Dinâmica, rápida e ágil, a rádio exige de quem escreve a objetividade, a economia de palavras e o encadeamento claro e simples das ideias, para que o ouvinte possa compreender facilmente a informação no momento exato em que a escuta. Se ele parar e pensar, já terá perdido outras notícias. Objetividade é ir direto ao assunto. Ser económico nas palavras não significa ser simplório ou dar uma explicação pela metade, mas usar apenas as palavras certas, utilizando poucas linhas para informar determinado facto em toda a sua complexidade e dimensão, sem transformar o texto em algo excessivamente adjetivado ou tortuoso. (Parada, 2000, pp. 50-51)

A primeira é a que segue a lógica e os méritos da *linguagem média*, garantindo uma, pelo menos teórica, total compreensão do ouvinte; a segunda valoriza o protagonista mais importante (o ministro), mas na voz passiva, o que, em si, é uma desvantagem; finalmente, a terceira é aquela que, pelo menos aparentemente, aparece como mais apelativa, mas também a que pode introduzir mais “ruído” na compreensão do ouvinte. Na dúvida, a primeira hipótese é sempre a mais recomendável. Ainda assim, estes exemplos são bastante simples. Uma maior complexidade conduzirá invariavelmente à primeira opção.

### 3.3.2 BOAS (E MÁS...) REDUNDÂNCIAS

A linguagem dos jornalistas na rádio não é – não pode ser nem principalmente quer ser – uma linguagem perfeita; perfeita no sentido em que se pode dizer que é virtuosa, limpa, exata, pura.

Quando se escreve/diz na rádio, por exemplo, “pequenos pormenores” ou “em vários países do mundo” estamos a falar como

a esmagadora maioria dos nossos ouvintes, embora, neste caso, não haja um objetivo de ajudar a compreender melhor o conteúdo da nossa mensagem. Outros exemplos: “não quis dizer nada”, “não havia ninguém lá”, “conclusão final”, “manter o mesmo” ou “61 anos de idade” – são redundâncias expressivas, mas ao mesmo tempo neutras.

Diferente é quando a redundância pode “irritar” a audição: “entrou para dentro”, “subiu para cima” ou mesmo “repetir de novo” (porque se trata de pleonasmos muito evidentes). Se nestes casos podemos argumentar que uma parte dos nossos ouvintes também poderia falar assim, arriscamo-nos mesmo a ser corrigidos. Ou, pelo menos, a provocar “ruído” na comunicação. São, portanto, exemplos de más redundâncias!

A necessidade de redundância na rádio não se manifesta apenas na possibilidade de incluir palavras que aparentemente não fazem sentido mas que podem ter muita utilidade. A fragilidade de suporte da rádio obriga a uma dialética permanente entre originalidade e redundância.

Jespers defende que “em linguagem falada, a repetição do mesmo significativo é não só tolerada como desejada: é preciso repetir muitas vezes o mesmo elemento para facilitar à sua memorização” (1998, p. 114), mas é evidente que, como regra, não devemos repetir palavras. E que numa mesma peça temos de ter cuidado com a repetição das informações. Por outro lado, o facto de o editor fazer um rodapé em que recupera o essencial do *lead* é afinal assumir a necessidade de ajudar o ouvinte a fixar as informações mais importantes.

Também a regra de, por exemplo, nunca terminar uma peça com um som, voltando obrigatoriamente ao texto do jornalista (aquilo que erradamente, como vamos ver mais à frente, se chama “rodapé”) é uma forma de, criando hábitos ou rotinas, ajudar à descodificação por parte do recetor.

Outro exemplo: a “ponte” entre o lançamento do som e o próprio som é mais um exemplo de como a repetição das ideias (a que chamamos redundância) é vantajosa para o ouvinte. É por isso que se pode falar numa espécie de “lei da redundância” em rádio, uma forma de garantir que as mensagens sejam percebidas e retidas, repetindo conceitos e ideias, mas não palavras.

Finalmente, uma quarta situação, provavelmente a mais importante, por incorporar em absoluto o espírito da tal *lei da redundância*:

Não há tolerância de ponto na segunda-feira!

O governo acaba de anunciar que a véspera de carnaval é dia de trabalho normal, tendo sido rejeitado o pedido da UGT para que fosse decretada ponte na próxima segunda.

Ou, se não quisermos uma notícia a começar com uma negativa:  
Segunda-feira sem ponte!

Em Manuel Bandeira, no 'Poema Só para Jaime Ovalle', lemos: "Chovia uma triste chuva de resignação". O limite entre o "defeito" e o estilo pode parecer ténue. Mas, com um pouco de sensibilidade, fica fácil distinguir um do outro (Camargo, 2000).

O governo acaba de anunciar que a véspera de carnaval vai ser dia de trabalho.

Fica, assim, sem efeito o pedido de tolerância de ponto feito pela UGT, para esta segunda-feira sem ponte.

### 3.3.3 As "PALAVRAS-REFERÊNCIA" (E AS "PAUSAS DE TENSÃO")

Quanto mais curto é o texto do jornalista de rádio mais necessário se torna ponderar a escolha das palavras. O uso da palavra é um bem precioso (também escasso) na rádio. E se relativamente à televisão se poderia dizer o mesmo, é pacífico que 30 segundos de imagem têm – por princípio – muito mais força do que o equivalente som na rádio. Dir-se-á por isso que o texto do jornalista de rádio é mais precioso do que o do texto do jornalista de televisão.

À escolha das palavras deve associar-se a possibilidade de seleção de algumas palavras-chave ou de referência, em cada assunto tratado. O objetivo é duplo: essas palavras podem/devem aparecer mais do que uma vez no texto, de preferência com sinónimos, se eles tiverem igual impacto, sugerindo-se que isso não aconteça nas três linhas seguintes, e podem/devem ser lidas com mais convicção. São palavras que, provavelmente, também se podem encontrar nos sons tratados para essa peça. É esta uma das formas que encontramos para manter a atenção do ouvinte e ao mesmo tempo ajudar à compreensão.

Um exemplo:

Rui Rio diz que por ele não há euro-2004 nas Antas.

O presidente da Câmara do Porto promete que esta é a última declaração sobre o assunto e que a decisão está tomada.

Rio garante que tentou por várias vezes que o Futebol Clube do Porto cedesse, abdicando de algumas obras da zona envolvente ao novo estádio.

Mas como as respostas que chegaram foram insatisfatórias, não vai haver euro-2004 nas Antas.

O autarca diz que vai agora informar a Federação Portuguesa de Futebol. Com mágoa, garante:

“Sinceramente nunca pensei que chegássemos a este ponto, não haver euro-2004 no Estádio das Antas, e mesmo que alguns me criticassem desde o princípio pelas minhas posições, a verdade é que é com muita pena, como portuense e como presidente da Câmara, que constato não haver outra solução.”

O Euro 2004 no Porto limita-se, a partir de agora, ao Estádio do Bessa, onde, contudo, não é previsível que se realize o jogo de abertura.

Um dirigente da UEFA disse há algumas semanas que se soubessem que o Porto ficava de fora, Portugal não tinha conseguido a organização do campeonato europeu de futebol de 2004.

As palavras/expressões sublinhadas, e que o jornalista pode graficamente destacar antes de ler, são aquelas que constituem a chave para a melhor descodificação da mensagem.

A qualidade da leitura de um texto de rádio resulta, entre outros critérios, da capacidade de gerar ritmos interiores, por causa – precisamente – das “pausas de tensão”. É pelo contraste de abordagens, numa espécie de muito suave pára-arranca, que o texto ganha vida e a leitura se torna humanizada.

Este tipo de pausas é fundamental para destacar as palavras-chave. No fundo, para marcar aquilo que parece ser mais interessante ou importante (sem nunca perder de vista a possibilidade de ajuda corporal na leitura). No texto já há as pausas que resultam da entoação; mas as “pausas de tensão” (uma forma de dar ênfase) são bastante menos marcadas e não dependem dos sinais gráficos do texto mas do seu próprio valor intrínseco.

Um aspeto importante da transmissão de significados, sobre os quais o *script* não dá nenhuma indicação, é a ênfase colocada numa palavra. Considere a frase: “O que você quer que eu faça com isso?” Com a ênfase em “você”, é uma pergunta bem direta; em “eu”, é mais pessoal para quem faz a pergunta; em “faça” é mais uma questão prática do que teórica; em “isso” também é diferente. O significado muda com a ênfase. Ao ler as notícias essas subtilezas podem ser cruciais. (McLeish, 2001, p. 91)

### 3.3.4 A ESCRITA CRIATIVA

“Se a palavra perde o brilho, estamos a matar aquilo que nos levou à rádio”. A frase é do jornalista da TSF Fernando Alves e parece contrariar, neste contexto, uma certa disciplina na escrita que se defendeu (e vai continuar a ser explicada nos pontos seguintes).

A existência de prioridades e preocupações por parte quem escreve para rádio não deve ter como consequência uma linguagem cinzenta, amorfa, triste (para se ser sério não é preciso ser aborrecido!). O brilho de que fala Fernando Alves não é a escolha da palavra que poucos vão compreender ou a fórmula rebuscada que o ouvinte não vai decodificar de imediato; o brilho é sobretudo a liberdade que o jornalista da rádio tem sempre de sentir, para escolher aquilo que melhor vai servir a comunicação com o ouvinte;

Uma escrita criativa é aquela que recusa os estereótipos e tenta surpreender, “piscando o olho”, sempre que possível, ao ouvinte. É esse o brilho de que fala Fernando Alves.

Devemos evitar os lugares-comuns, mas podemos reconstruí-los, reformulá-los, reinventá-los com a realidade. A palavra – quando é bem escolhida – tem a capacidade de evocar a imagem visual, de “presentificar” a realidade ausente!

Uma nota importante: quase se poderia dizer que quanto mais criativo, mais o trabalho marcará; e nesse caso as repetições do trabalho correm mais risco de se tornarem “ruído”.

(...) o ouvinte é praticamente cego. A mensagem do jornalista chega-lhe apenas através de um sentido, a audição. Não se quer dizer com isto que os contributos para uma experiência completa, proporcionada pelos outros quatro sentidos, devam ser ignorados. Pelo contrário, o redator deve incorporar com argúcia esses contributos para o seu trabalho. A escolha das palavras certas vai permitir ao ouvinte ver, tocar, cheirar e até provar – imaginando. É esta capacidade de estimular a imaginação que faz a diferença na arte de escrever para rádio (Hortsmann, 1991, p. 2).

## 4.0 A NOTÍCIA DE RÁDIO

A notícia é o elemento nuclear do jornalismo radiofónico. Nenhum jornalista começa na rádio por fazer entrevistas ou moderar debates. A notícia é o ponto de partida para todos os outros géneros. A notícia é o laboratório das principais preocupações que o jornalista deve ter e seguir.

### 4.1 A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA DE RÁDIO

A técnica da “pirâmide invertida” é de tal maneira universal que se poderia dizer que um alguém, que domine a língua em que se vai expressar, pode ser jornalista em qualquer parte do mundo. E quando muitos se apressaram a declarar o fim da “pirâmide invertida” com o aparecimento do jornalismo online, eis que 20 anos depois ela se mantém válida como referencial para a construção de notícias. Mas dizer-se que é um referencial não significa uma obediência cega. Na rádio, em concreto, esta técnica sofre vários constrangimentos (que se abordam no ponto seguinte), sem, contudo, perder utilidade.

Se todos concordarmos – pelo menos em abstrato – que o mais importante é agarrar a atenção dos ouvintes, o mais cedo possível, logo no início do assunto, então temos aí o conceito fundamental de “pirâmide invertida” (ver Glossário). Mas, e esta é uma especificidade da rádio, a começar logo no editor e não apenas na peça do repórter!

Da mesma forma, também é ponto assente que o último parágrafo das nossas peças é sempre algo de menos importante do que o *lead*.

Temos assim que a técnica em causa é referencial muito importante: se em termos formais há reconhecidamente descontinuidade entre a “pirâmide invertida” e aquilo que deve ser uma boa notícia de rádio, em termos de conceito, de filosofia, a ligação é boa e recomenda-se.

Mais algumas razões que justificam o recurso à “pirâmide invertida”:

- suporta mais dados em menos tempo (essencial na rádio);
- permite à rádio bater-se na “luta” concorrencial pelo mais rápido a noticiar (com os canais de informação da internet);
- satisfaz a necessidade de noticiar um facto sobre o qual não se conhecem ainda todos os detalhes (essencial na atualização da informação);

- respeita a urgência do relato oral (na informalidade do dia a dia também não contamos o mais importante no fim);

Quanto mais forte (interessante, motivador, insólito) for o início de cada assunto, mais probabilidade há de agarrar o ouvinte. Depois é só fazer com que ele não se desinteresse (aí entram as outras informações que há para dar, mais os sons) ou não seja interrompido na escuta (o “ruído”).

Aliás, o conceito de *lead* é estrutural a todos os trabalhos jornalísticos na rádio: mesmo numa crónica, quem a escreve pensa numa boa forma de começar!

Mas veja-se outro exemplo muito interessante e diverso:

Se o noticiário da noite incluir um “filme do dia”, só por coincidência é que o primeiro assunto é o mais importante da jornada. Um “filme do dia”, feito por um jornalista, não tem nem deve ser feito de acordo com a contagem cronológica – a contagem cronológica é inimiga do jornalismo. O importante é, mais uma vez, apresentar os assuntos da forma que for considerada mais importante/interessante. Apenas é fundamental respeitar a sequência temporal quando isso for parte integrante da atualidade e de modo a que fique claro, nos ouvintes, quando aconteceu o quê.

#### 4.1.1 A NARRATIVA (A ESTÓRIA<sup>1</sup>)

Ouve-se por vezes que a “pirâmide invertida” sugere a preguiça do leitor e do repórter, pois não estimula o primeiro a terminar a leitura e o segundo a desenvolver o encadeamento dos factos. Mas essas são exigências para formatos escritos, que permitem reflexão sobre as notícias. Ainda assim, existem outras técnicas de construir as notícias.

O que distingue, por exemplo, um romance policial de uma notícia de rádio sobre um crime? À primeira vista, o facto de, no livro, o *lead* estar no fim. Mas quantos livros não começam, até, com a “morte do artista” e desenvolvem, a partir daí, as motivações dos suspeitos? Nesse caso, o que distingue, então, os dois? Principalmente o estilo de escrita e, dependente disso, a duração de um e de outra.

As características da escrita são fundamentais.

Veja-se estes dois exemplos (limitados aos mesmos factos):

<sup>1</sup> Termo introduzido em Portugal por Nelson Traquina, mas muito discutido pelos linguistas.

#### Exemplo 1:

Um tiro acidental. É assim que a PSP explica o disparo que matou um homem, ontem à tarde no Porto.

Um agente terá tentado dominar o ocupante de um carro suspeito de roubo, com uma coronhada, e nesse instante a pistola disparou-se, ferindo o homem que viria a morrer esta madrugada.

O polícia, acompanhado de um outro agente, terá detetado um carro suspeito de furto, perseguindo-o até o conseguir parar na Rua do Campo Alegre.

A PSP diz também que antes do tiro o homem resistiu à detenção, agredindo o agente.

O *Jornal de Notícias*, na edição desta manhã, dá conta de uma versão diferente, contada por uma alegada testemunha anónima, que diz ter visto o polícia disparar “à queima-roupa”, versão agora contrariada pela PSP.

#### Exemplo 2:

A perseguição já durava há 20 minutos, quando o carro da PSP se consegue finalmente atravessar na frente do Fiat Punto branco, a meio da Rua do Campo Alegre.

Os dois agentes suspeitaram que se tratava de um carro roubado e confirmaram isso com um telefonema; sirene ligada e semáforos sempre verdes e finalmente o bloqueio.

Os agentes correm para o Fiat, os dois suspeitos tentam fugir. Um consegue, mas o outro demora muito a sair do carro. E é esse que é imediatamente imobilizado. Resiste, o agente dá-lhe com a coronha da pistola. Mas nessa altura ouve-se um tiro e o homem cai no chão.

O polícia está, agora, surpreendido, de olhos fixos no chão. Chega, entretanto, o outro colega, com o fugitivo algemado. É ele quem pede uma ambulância e chama reforços, até porque, apesar da hora tardia, começam a aparecer alguns moradores e param vários carros. Ao colega o agente que disparou apenas diz que “foi sem querer, foi sem querer”.

#### Diferenças:

No primeiro caso, uma notícia em sentido clássico, há mais informação, mas menos pormenores. No segundo exemplo, escrito com preocupações narrativas, não é o mais importante (a morte) que abre o texto. Aliás, o *lead* de um é o fecho de outro. Há, neste segundo caso, a contagem cronológica.

Será aceitável a generalização da lógica implícita no exemplo 2 às notícias da rádio?

Algumas considerações prévias são necessárias:

- um texto deste tipo exige uma quantidade de pormenores que na maior parte dos casos não estão disponíveis; se estão disponíveis, foram transmitidos por apenas uma das partes. Usam-se?
- será legítimo, nas notícias, ficcionar? A resposta parece óbvia;
- qualquer pormenor ficcionado será razão para desmentidos e, até, processos judiciais;
- num texto jornalístico não é desejável o uso de citações em discurso direto nem de diálogos, que muito enriqueceriam o texto, mas que podem funcionar como “ruído”; o jornalista é o narrador e terá de ser ele a dizer tudo;
- como compatibilizar o som com este formato?

Parece certo que o ouvinte gostará mais de ouvir a segunda versão, mas ficará mais bem informado com a primeira. Estamos, portanto, perante um dilema, que tem ocupado alguns teóricos: no livro de Nelson Traquina pode ler-se, de dois investigadores norte-americanos, esta frase: “Os jornalistas (...) defrontam um paradoxo: quanto mais ‘objetivos’ forem mais ilegíveis se tornam; e quanto melhores contadores de ‘estórias forem melhor resposta terão dos seus leitores” (1999, p. 273).

O mergulhador Homero Higino de Souza Filho, de 37 anos, consertava uma tubulação de petróleo na Bacia de Campos, no Rio de Janeiro, a 293 metros de profundidade, quando ela explodiu. O capacete rachou e o mergulhador sofreu traumatismo de tórax.

Ainda consciente, ele acionou o equipamento de emergência para receber mais ar. Tentou voltar ao elevador, mas não teve forças, caindo no fundo do mar.

Um colega que estava na câmara 20 metros acima foi socorrê-lo, mas ele morreu minutos depois<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> *Revista Veja*, 9/4/97, retirado de <http://acd.ufrj.br/~pead/temao6/naoliterarios.html>

Aquilo que seria o *lead* convencional da pirâmide invertida é a última frase desta notícia, que reúne várias características da estrutura narrativa: relata a morte, dá a causa, quando aconteceu, o lugar, as circunstâncias. Os verbos e os substantivos são fortes/concretos, a narrativa parte de um ponto (o concerto) para chegar rapidamente ao desfecho (explosão/morte).

Em resumo: insistimos que a regra da “pirâmide invertida” é o oposto da narrativa. E que ficção é incompatível com o trabalho jornalístico diário. Mas, na forma de escrever, na forma de abordar os factos, de (através de técnicas de construção e leitura) transformar a realidade em jornalismo, há grandes vantagens em tirar da narrativa aquilo que de melhor ela nos pode dar: a proximidade com o ouvinte, a humanização do texto, as cores e os cheiros dos cenários em que as coisas se passam. Não tanto pelo que se diz, mas pela forma como se diz.

Em vez do cinzentismo do dia a dia, da palavra estereotipada, da primeira coisa que “vem à cabeça”, propõe-se uma forma mais cativante, mais vivencial, mais próxima da tradição oral, que faz com que algumas histórias continuem a ser contadas gerações após gerações.

A narração como estrutura discursiva é uma das grandes ausências da rádio de hoje (...). Resulta mais cativante apelar ao estilo narrativo que recorrer a estruturas expositivas secas, sem surpresa e sem vigor. Resulta melhor quem nos conta algo do que quem junta e repete dados friamente (...). Quando o fio narrativo está ausente é mais difícil que o ouvinte se meta dentro do tema, que vibre com ele. (Haye, 1995, p. 121)

#### 4.1.1.1 O “ESTILO WALL STREET”

O *Wall Street Journal* desenvolveu uma forma de humanizar as notícias habitualmente cheias de números (“Wall Street Journal Formula”): começa-se com um caso particular, um detalhe, alarga-se o âmbito à matéria noticiosa que importa tratar e remata-se com uma referência, direta ou indireta, ao caso inicial.

Podemos usá-la na rádio? Sim, mas com conta e medida; uma excessiva banalização poderá ser desagradável e preocupante, porque tem de ficar claro que não é o caso individual que nos interessa, mas que ele é apenas um pretexto. Além desta tem duas outras desvantagens: o recurso a citações em discurso direto no jornal é fácil, na rádio só se for com som do próprio (caso contrário é “ruído”) e dá muito mais trabalho (de pesquisa), desproporcionado para os resultados globais e muitas vezes incompatível com as necessidades da redação. E sempre em articulação com o *lead* do editor, que será factual.

O objetivo último desta técnica é “obrigar” a ler até ao fim...

Maria José tem 34 anos, trabalhou toda a vida na maior fábrica de calçado de Felgueiras, a Holzman, até que ontem soube da notícia, completamente inesperada, dizem os trabalhadores: o trabalho acaba sexta-feira, a fábrica vai fechar.

Maria José foi informada de que vai receber uma indemnização, mas não são esses dois mil euros que lhe vão resolver a vida.

Tem dois filhos, é mãe solteira e diz que – agora – não sabe o que vai fazer:

Som 1

Maria José é apenas um dos 370 trabalhadores da Holzman, a maior parte mulheres. Nunca houve – garantem – salários em atraso, as encomendas não faltavam e até chegavam, em certos momentos, a fazer horas extraordinárias. Que também eram pagas sem atraso.

Daí o choque provocado pela notícia.

Hans Holzman, o filho do proprietário, comunicou que não quer mais investir em Portugal e por isso vai fechar a fábrica.

Não se conhecem as verdadeiras razões, mas um delegado sindical revela que numa reunião foram citados motivos pessoais.

Joaquim Paiva desconfia:

Som 2

Sejam estas ou outras as razões que justificam o encerramento da fábrica, Maria José e os outros trabalhadores sabem que pouco haverá a fazer.

Ainda não desistiram, hoje mesmo vão à Câmara de Felgueiras pedir a ajuda da presidente, mas é tempo de pensar em alternativas.

Depois de passar o choque da surpresa...

Pirâmide invertida: regra da escrita jornalística que consiste em descrever em primeiro lugar os aspetos que são considerados mais importantes por parte da audiência e prosseguir com a apresentação dos aspetos menos importantes. A regra da “pirâmide invertida” não segue, portanto, a lógica do texto narrativo, mas obedece a imperativos decorrentes de um suposto interesse do leitor, visando aquilo que a poderíamos dar o nome de economia do tempo de leitura. (Rodrigues, 2000, p. 95)

## 4.2 OS LIMITES À PIRÂMIDE INVERTIDA EM RÁDIO

No ponto anterior percebeu-se que:

- a técnica da “pirâmide invertida” é um conceito muito importante na forma como construímos as notícias em rádio;
- a técnica da “pirâmide invertida” sofre vários constrangimentos que não a anulam, mas que a condicionam;

São essas limitações que se pretende agora sistematizar:

- desde logo o papel do editor: a notícia de rádio não começa na “cabeça” do repórter ou do jornalista que preparou uma peça de estúdio, mas no editor, naquele que primeiro fala no assunto ao ouvinte;
- fortemente associada a esta técnica está aquilo que os livros nos EUA chamam de “regra dos 5 W” no *lead* (*who, what, when, where, why*) e que na rádio aparece prejudicada: o quem e o quê são claramente prioritários, o onde nem sempre é relevante (por ser explícito: Rui Rio é do Porto, o governo é português, o Ministério fica em Lisboa; ou desnecessário: “O primeiro ministro disse hoje em Coimbra que o alargamento da União Europeia...”), o quando ainda menos (por regra é hoje, há pouco, agora) e o porquê/como, regra geral, é o som e não o *lead*.
- depois há a considerar que muitas vezes o som não é verdadeiramente informativo; quantas vezes usamos nos nossos trabalhos sons que pouco (ou nada) acrescentam ao texto, mas que são insubstituíveis porque introduzem emoção à mensagem (basta haver um pouco de sarcasmo ou mesmo ironia no som para a passagem à escrita ser imediatamente deficitária) ou simplesmente introduzem diversidade e ritmo. Nestes casos (em que o som é principalmente credibilizador) poderia considerar-se que no desenho de uma “pirâmide invertida” haveria vários apertos/estrangulamentos, que a deformariam (ver, em Som, alínea sobre “as funções do som”);
- finalmente, sendo a atualização das notícias um dos trunfos que a rádio melhor sabe explorar, é preciso assumir que numa informação que acaba de ser atualizada, o contexto dessa notícia não pode ser o último parágrafo (como acontece com

alguma regularidade na generalidade das notícias), mas uma das primeiras a ser dada.

São já 150 os mortos do naufrágio de um barco, esta manhã, ao largo da Sicília e o número pode não ficar por aqui. As autoridades portuárias de Palermo acabam de avançar com uma nova estimativa, que é o dobro do primeiro valor divulgado.

O barco, que transportava cerca de 200 passageiros, naufragou por razões que ainda se desconhecem, meia hora depois de ter saído do porto de Palermo, em direção a Nápoles, cerca das nove da manhã de ontem.

Um responsável da autoridade marítima de Palermo disse aos jornalistas que há 20 pessoas que foram salvas pelos barcos da marinha que foram enviados para o local e que as esperanças de encontrar mais sobreviventes não terminaram.

Ou seja, o primeiro e o terceiro parágrafos são a novidade, são o que não se sabia, o segundo é o contexto; já se sabia, já tinha sido noticiado. Mas é fundamental recuperar e dar algum destaque a essa informação “velha” para que todos saibam do que é que se está a falar (quem ouve pela primeira vez fica informado; quem ouviu antes sabe que o barco que naufragou é o mesmo e não outro).

A necessidade de estabelecer uma relação entre editor do noticiário e o repórter que participa nesse noticiário (e que, muitas vezes, nem está fisicamente no mesmo espaço) pode gerar mais constrangimentos.

*Lead do editor:*

Morreu o realizador John Smith, distinguido com três óscares. O autor de *À Sombra do Destino* estava internado há vários meses num hospital de Los Angeles, com um cancro. Foram 50 anos dedicados ao cinema, aqui passados em revista pelo jornalista Francisco Araújo.

*Lead do jornalista:*

Nasceu em maio de 1940 numa pequena cidade do estado do Nevada, filho de pais polacos, imigrados durante a depressão dos anos 20...

O mais importante do texto de estúdio é o realizador ter nascido? É novidade para o ouvinte? Claramente não. Se ganhou três óscares, que filmes (mais conhecidos) fez? Ou seja, além da necessidade de boa articulação entre editor e repórter, o início da peça deste deve funcionar como uma espécie de segundo parágrafo do texto daquele – mais um constrangimento.

Finalmente, o editor, ao rematar a peça com um dado novo que acaba de surgir ou com a recuperação do essencial do *lead* (no caso de haver peça, evidentemente) volta a alargar/deformar a base aguda da “pirâmide invertida”.

Em resumo: tão importante como aplicarmos a técnica da “pirâmide invertida” é compreender as suas limitações. Porque são elas que fazem a técnica de escrita em rádio. A “pirâmide” em rádio pode não ser um sólido geométrico perfeito, mas não deixa de estar “invertida”.

#### 4.2.1 A ATUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Voltemos à exigência de fazer saltar para um plano de destaque o contexto, que numa “pirâmide invertida” convencional (por exemplo, de agência noticiosa) podemos encontrar nos últimos parágrafos.

Já se conhecem mais dois nomes do futuro governo de Durão Barroso.

Joaquim Santos vai ser o secretário de Estado da Educação e Rafael Couto o secretário de Estado das Instalações Hospitalares.

Joaquim Santos foi dirigente da Federação Nacional da Educação e é militante do PSD. Já Rafael Couto é independente, embora tenha sido eleito deputado nas listas social-democratas nas últimas eleições, tendo pertencido à comissão parlamentar de saúde.

Dos 64 secretários de Estado anunciados por Durão Barroso já se conhecem 10, nomeadamente para os ministérios das finanças, educação e saúde.

A posse está marcada para sexta-feira.

O *lead* denota atualização (“já se conhecem mais...”), mas o contexto vem nos dois últimos parágrafos.

Joaquim Santos já não vai ser o secretário de Estado-Adjunto da Educação.

Confirma-se assim uma notícia avançada na edição de hoje do jornal *Público*, que diz que este militante do PSD está a ser investigado por fraudes ligadas ao Fundo Social Europeu.

Ontem o Gabinete do novo ministro da Educação divulgou o nome de Joaquim Santos como sendo o escolhido para desempenhar o lugar de secretário de Estado-Adjunto.

Mas há pouco o mesmo gabinete confirmou que Joaquim Santos invocou motivos pessoais para recusar e que está à procura de um substituto.

O *Público* refere que as alegadas fraudes terão acontecido há dois anos, quando Joaquim Santos era dirigente do Sindicato dos Professores Portugueses, e terão durado até há cerca de seis meses. A polícia Judiciária estará a investigar.

O agora ex-secretário de Estado da Educação não quis fazer declarações sobre o assunto.

Aqui é forte a presença de contexto. Logo a seguir ao *lead* (a atualização), surge a contextualização, em dois planos, a da manhã e a mais antiga, que ocupam o segundo e o terceiro parágrafos. Só no quarto regressa a informação nova. No quinto há mais contexto, no último uma atualização.

A diferença entre estas duas notícias – que têm, como se viu, maneiras diferentes de serem construídas – é que a primeira não tem verdadeiramente atualização (por isso não tem quase contexto): são os nomes dos novos secretários de Estado (o que tem atualização é a constituição do governo); já a segunda é um exemplo clássico de pura atualização/contexto.

A atualização é tão relevante na rádio que, como critério de notícia, se sobrepõe a todos os outros. Ou seja, se a notícia não tem qualquer atualização, valem outros critérios (como a novidade, a proximidade ou a originalidade), mas se surgir um desenvolvimento relevante, este não só será o *lead* como condicionará a forma como a notícia será escrita.

Em resumo:

- a atualização da informação em rádio resulta da colocação dos dados mais recentes no início, contextualizados com os

elementos anteriores a seguir. Assim se conseguirá renovar a vida de textos/informações que acabam por ter de ser retirados por estarem há muito tempo no ar (ver alínea seguinte), ajudando os ouvintes a perceber os conteúdos;

- não se deve poupar na contextualização se esta for importante para perceber o que está em causa, o que permitirá evitar “ruído”.

[um dos mais veteranos jornalistas da TSF, Fernando Alves, costuma desafiar os mais novos com este teste:] “se, tendo testemunhado ou vivido uma situação fora do comum, chegares a casa, muito ofegante, e, sem mais delongas, a quiseres contar, como é que fazes? Como é que inicias a história? Faz o mesmo com a notícia, expurgando o inicial «sabem o que é que me aconteceu?» Estará, quase de certeza, correto [citação recolhida na redação da TSF]

### 4.3 TÍTULOS E ABERTURAS

Adelino Gomes diz que “no jornal radiofónico as notícias são sempre de primeira página” (Lopes, 1982, p. 84). Ou seja, a última notícia do alinhamento pode ser tratada com uma entrevista em direto, com um comentário ou até ocupar mais tempo do que a primeira.

Os noticiários da rádio têm, portanto, e do ponto de vista do receptor, um problema de paginação, quando comparados com a arrumação que é feita na imprensa ou no online. O problema progride geometricamente à medida que cresce o número de notícias tratadas nesse espaço e, portanto, a sua duração. Ou seja, o ouvinte não pode saltar diretamente para a terceira notícia ou só ouvir a do Benfica, a única que lhe interessa – como no jornal ou no online, em que há secções fixas a que dedicamos mais ou menos atenção... –, porque não sabe onde estão ou mesmo se estão lá essas notícias...

É neste contexto que se percebe a velha opção pelos alinhamentos fixos (abertura sempre com a política e os assuntos nacionais, depois o internacional, a fechar o desporto, de modo a fidelizar o consumidor). Mas era a única vantagem, tal a irrelevância jornalística.

Parece fazer mais sentido que os noticiários da rádio sigam a lógica da “pirâmide invertida” (a notícia mais importante/interessante abre, seja qual for o assunto), ainda que isso implique que o ouvinte do noticiário seja “obrigado” a ficar até ao fim ou, em alternativa, acaba por desligar(-se).

A solução encontrada para conseguir segurar a escuta ou reforçar a atenção foi introduzir títulos de abertura, imediatamente antes (ainda assim, sempre com algum separador musical) ou num corpo autónomo (com separação pela publicidade).

Estes dados são consensuais na “teoria informativa” da rádio. A partir daqui as opções variam de país para país, de rádio para rádio e até de grelha de emissão:

- na função: há rádios que só incluem nesse espaço notícias que vão ser desenvolvidas a seguir e outras que aproveitam para colocar outro tipo de informações (de última hora ou breves, que não têm mais desenvolvimento);
- na duração: muito curtos (com um ou no máximo dois destaques, 30 segundos no máximo) ou longos (para dar uma visão completa da atualidade, tentando, assim, chegar ao maior número de ouvintes), o que funciona como uma espécie de pré-noticiário;
- na linguagem: há quem adote um tipo de escrita mais próxima da imprensa, mimetizando a tituleira dos jornais (sem artigos, verbos fortes, as chamadas manchetes, distante da nossa oralidade) mas há quem prefira manter a preocupação da oralidade na escrita (aqui e ali pintada com alguma criatividade – humor? – que o formato do próprio título pode permitir);
- na periodicidade: só há títulos nos noticiários mais ambiciosos (os que correspondem a horas de maior audiência ou a apostas estratégicas da estação) ou há sempre.

Em conclusão, e como se confirmará já a seguir: as notícias de rádio não têm títulos, os noticiários podem ter. E o facto de o *lead* desempenhar as mesmas funções que o título no jornal ou na internet não significa que sejam iguais, sobretudo na linguagem utilizada. Se a linguagem de um jornalista de rádio é o mais aproximada possível da oralidade, não faz sentido dizer “Consumidores portugueses preocupados com seguros de saúde apresentam queixa na DECO”.

#### Outras notas:

- em circunstâncias muito especiais, mas que não se compatibilizam com as notícias mais esperadas ou mais “graves” (as *hardnews*) o título pode ser feito em suspense e remeter o receptor para o noticiário;
- os títulos a fechar o noticiário fazem sentido quando este tem uma extensão que implica tratar diversas notícias. Um noticiário de 10 minutos, por exemplo. Além de serem mais um espaço para divulgar uma informação de última hora, os títulos de fecho podem recuperar o tema ou os temas mais importantes/interessantes desse noticiário e/ou fazer uma panorâmica sobre outra atualidade não tratada nesse espaço (redundância);

- no caso de os títulos de abertura se resumirem a um único destaque, este poderá ser mais desenvolvido do que as duas linhas clássicas e deve referir-se sempre à notícia de abertura (exceto se, entretanto, surgir uma informação de “última hora”);
- a “falsa abertura” é uma alternativa à obrigatoriedade de fazer corresponder o (primeiro) título à primeira notícia; mas a “falsa abertura” tem de ser uma exceção, é o “efeito surpresa” a funcionar. Se se banaliza passa a ser uma regra e acaba a surpresa...

O jornal faz chegar as suas mensagens fundamentais por meio da titulação. O título decide a interpretação do artigo. (Eco, 1971)

#### 4.4 “REALIZOU-SE HOJE...” (O LEAD)

É uma formulação caricata, mas todos já ouviram notícias na rádio que começavam desta forma: “Realizou-se hoje [esta manhã, esta tarde] uma reunião...” Esta frase anula a essência da notícia, diminui a importância dos factos e significa que o jornalista não encontrou (procurou?) uma fórmula mais interessante de construir o *lead* - usa-se este estrangeirismo por ser aceite por todos, jornalistas e académicos, mas a substituição por “cabeça” não é, contudo, incorreta.

O *lead* da notícia de rádio é o primeiro parágrafo do texto ou, se não coincidir, a primeira frase. O objetivo é que o primeiro parágrafo leve ao segundo, este ao terceiro e assim sucessivamente (de preferência com o auxílio precioso do som) até final.

Inédito no futebol alemão!

Uma equipa amadora conseguiu apurar-se, pela primeira vez, para as provas da UEFA.

O Union Berlin vai jogar a final da taça germânica com o Schalke 04, que garantiu este fim de semana um dos quatro primeiros lugares da classificação e o consequente apuramento para a liga dos campeões.

Qualquer que seja o resultado da final da taça, os amadores do Union Berlin têm garantida a presença nas competições europeias.

O primeiro parágrafo chama a atenção e puxa pelo segundo; este dá algumas informações (quem e o quê) mas precisa de um terceiro e de um quarto... Se não houver ligação/relação entre ideias/frases é provável que o ouvinte se esteja a afastar. E a investigação que demorou tanto tempo a fazer, a entrevista que tanto custou a conseguir, perde-se porque não se soube contar...

Dizer que o *lead* é o primeiro parágrafo do texto remete desde logo para o editor e não para o repórter que preparou a investigação (como já ficou claro anteriormente). Porque o *lead* tem na rádio a mesma função do título de jornal, isto é, despertar/prender a atenção dos ouvintes, fica claro que só pode ser o editor a desempenhar essa função... tituleira!

Desta forma, pode dizer-se que no jornalismo radiofónico só há um *lead*, o do editor. E a abertura da peça do repórter/jornalista que é lançado na antena pelo editor não será mais do que um segundo ou terceiro parágrafo dessa mesma (e única...) notícia.

Exemplos de “*leads*” sem força:

Jogou-se esta noite a última partida da superliga. Em Coimbra, Académica e Guimarães empataram a um golo.

Esta última frase é que seria o *lead*...

No Tribunal de Monsanto foi esta tarde ouvida a última testemunha do caso-Moderna.

O que é que disse essa testemunha? O que disse (o que quer que tenha dito...) é o *lead*!. Não disse nada de importante? Não é notícia...

Uma nota mais: o *lead* do repórter pode ser som? Como veremos, a regra é a peça não começar com som, mas esta é uma regra que pode com alguma inteligência/facilidade ser contornada. Em vez de começar o texto com uma citação em discurso direto (o jornalista a pôr na sua boca coisas que outros disseram...), o que muitas vezes é “ruído”, por que não substituir essa citação pelo som original, se ele estiver disponível? Para o *lead* ser som é preciso que este seja muito curto e é necessário, sobretudo, um lançamento cuidadoso (especial) por parte do editor, que dê a entender que o jornalista falou com a pessoa que vamos começar por ouvir.

Editor: Armando Vara considera que a polémica à volta do caso Fundação para a Prevenção e Segurança não é mais do que um ajuste de contas de Fernando Gomes.

Entrevistado pelo jornalista Joaquim Santos, o ministro-adjunto responsabiliza diretamente o antigo colega de governo e agora deputado socialista:

Repórter (som): “Alguém tem dúvidas de que se trata de uma vingança mesquinha?”

Repórter texto: A pergunta é de Armando Vara e dirige-se sem margem para dúvidas para Fernando Gomes. O ministro-adjunto de Guterres diz que...

Em resumo:

Um bom *lead* é aquele que coloca com agilidade e rapidez na cabeça do ouvinte as informações realmente mais importantes, mas de uma forma clara e inequívoca – ora se a data em que os factos aconteceram não é, por regra, o mais importante na rádio (foi hoje ou mesmo há pouco...) o “realizou-se hoje...” para abrir o *lead* é absurdo!

Um bom *lead* recusa, assim, fórmulas banalizadas e gastas e que possam levar o ouvinte a pensar (inconscientemente...) “já ouvi isto em algum lado” e não se revê em muitos textos, mesmo de âmbito académico, que dizem que deve responder aos cinco Ws...

Exemplo 1:

Operado em Londres o mais jovem paciente a fazer um transplante do coração e pulmões. Trata-se de um bebé de dois meses e meio, que só tinha um ventrículo no coração e os pulmões debilitados.

Exemplo 2:

Operado em Londres um bebé de dois meses e meio.

É o mais jovem paciente a fazer um transplante do coração e pulmões.

Exemplo 3:

Um bebé de dois meses e meio é o mais jovem paciente a fazer um transplante do coração e pulmão.

O bebé, que só tinha um ventrículo e os pulmões debilitados, foi operado em Londres.

Não cometa o erro de tentar contar toda a história na primeira linha, ao estilo dos jornais. Isso não é o trabalho da rádio. A rádio deve ser simples, curta e direta. Conduza o ouvinte através da notícia, passo a passo, de pensamento em pensamento, encadeando os parágrafos. (Chantler e Harris, 1998, p. 51)

As duas primeiras hipóteses são, genericamente, versões do “realizou-se hoje”; o local onde o bebê foi operado é irrelevante quando comparado com outros dados que podem e devem abrir a notícia, pelo que é apenas na terceira versão que aparecem os dados mais relevantes.

#### 4.5 O CORPO DA NOTÍCIA (A “PEÇA”)

Se o *lead* é do editor, aquilo que na gíria profissional se designa por “peça”, e que no fundo constitui o trabalho do repórter ou do jornalista que, na redação, elabora uma notícia para esse noticiário, corresponderá ao corpo da própria notícia (embora qualquer jornalista de rádio minimamente experiente saiba que é difícil, na prática, segmentar uma notícia de uma forma tão inequívoca).

De uma forma simplista: o editor, no *lead*, revela o quê, o quando, o onde e o quem (ou pelo menos algumas destas informações) e o corpo mostra o como e/ou o porquê.

Editor: uma vitória clara e inequívoca é o que pede Durão Barroso a três dias das eleições legislativas. Durante o comício em Santarém, a noite passada, o líder do PSD atacou o candidato do PS, como ouviu o repórter...

Repórter: Durão Barroso não tem dúvidas:

Som 1 – “Vamos ganhar as eleições de domingo, vamos conseguir um resultado que irá permitir oferecer estabilidade a Portugal, que bem precisa. Uma vitória clara e inequívoca do PSD será o melhor que o nosso país pode desejar.”

O líder do PSD aproveitou o comício desta noite em Santarém para apresentar as últimas propostas e reforçar aquelas que têm sido as principais críticas a Ferro Rodrigues:

Som 2 – “O candidato do PS já mostrou que não tem capacidades para liderar os destinos do país, sobretudo numa ocasião difícil e grave como esta. Candidatos de plástico só serviriam para levar o país para uma situação ainda mais difícil.”

A três dias das eleições, o PSD radicaliza ainda mais o discurso.

A partir deste exemplo, identificamos pelo menos dois problemas:

- não há uma mais-valia para o ouvinte pelo facto de ter estado um repórter no comício. As informações que o repórter transmite são as que estão no *lead* do editor (neste caso, parece claro que os dois sons deviam ter sido apresentados pelo editor, eventualmente com estes ou com outros lançamentos);
- o primeiro parágrafo da “peça” não contribui para agarrar a atenção do ouvinte.

É no corpo da notícia que se percebe se faz sentido construir uma peça ou fornecer os sons/informações ao editor; por outras palavras, se o jornalista não tem informações que possam engrossar o texto (o espaço que está entre a frase do *lead* e o primeiro som), então a sua intervenção é nula, por ser repetitiva!

Por vezes ouvem-se jornalistas a perguntar para o editor: “queres sons ou «peça»?” Esta dúvida é difícil de entender. É que apenas o repórter está na posse de todos os dados e só ele sabe qual o formato ideal para as transmitir. Apenas questões de escassez de tempo podem contrariar esta regra.

Repórter: Durão Barroso não tem dúvidas e considera que após 10 dias de campanha tudo está decidido. A maioria absoluta é agora uma certeza:

Som – “Vamos ganhar as eleições de domingo, vamos conseguir um resultado que irá permitir oferecer estabilidade a Portugal, que bem precisa. Uma vitória clara e inequívoca do PSD será o melhor que o nosso país pode desejar”.

É outra situação confusa de mistura entre *lead* e corpo, sendo que neste caso já há *lead*, mas continua a não haver corpo: o repórter continua sem nada para dizer. E continuava a justificar-se a “entrega” do som ao editor.

Uma solução para este caso:

Repórter: Durão Barroso, após o comício desta noite, disse que já não há dúvidas sobre os resultados das eleições.

A cinco dias dos portugueses votarem, o líder do PSD mostra convicção na maioria absoluta, por ser – diz - a única solução para Portugal.

O pavilhão de desportos de Santarém esgotou, naquele que foi um dos mais entusiasmados comícios de Durão.

Talvez por isso o líder do PSD deixou-se contagiar:

Som – “Vamos ganhar as eleições de domingo, vamos conseguir um resultado que irá permitir oferecer estabilidade a Portugal, que bem precisa. Uma vitória clara e inequívoca do PSD será o melhor que o nosso país pode desejar”

Os lançamentos deveriam ser a mais cuidada das operações em antena: eles revelam a maturidade e o lastro, a capacidade de assinatura dos intervenientes, a sua “cultura radiofónica”, o seu domínio da linguagem ou a falta dele. A falta de negociação prévia é imperdoável (Fernando Alves, citação recolhida de uma intervenção interna na TSF).

Em resumo: o corpo das notícias de rádio pode ser construído com ou sem o recurso a sons – depende de existirem e da sua relevância.

Outra coisa diferente é quem apresenta esse corpo, se o editor ou o repórter – por regra, apenas o autor dessa “peça” está em condições de avaliar qual a melhor alternativa.

#### 4.5.1. OS LANÇAMENTOS

O lançamento é a frase imediatamente antes da entrada do som, se se tratar de uma peça, ou da própria peça (ou do direto), se se tratar de um noticiário.

Nele devem estar dois elementos: a identificação de quem fala (o protagonista ouvido na peça ou o jornalista), o que pode pressupor, além do nome, a qualidade em que é ouvido; uma ligação ao próprio som, possibilitando uma ponte com o que se vai ouvir a seguir. Esta ponte tanto pode resultar da redundância com a primeira ideia do som (por outras palavras, portanto) como de um resumo do excerto sonoro em causa.

Dois erros a evitar:

- a repetição de palavras entre o lançamento e o som;
- a inclusão no lançamento de informações que não estão no som.

O modelo tradicional era baseado na herança da imprensa:

A autoestrada para o Algarve é inaugurada na próxima semana, divulgou há pouco o ministro das Obras Públicas.

Depois de vários atrasos, Santos Martins acaba com as dúvidas, numa conferência de imprensa a que assistiu o repórter Pedro Santos:

SOM/Peça

Ou seja, entre o *lead* e o a peça que aí vem não há mais nenhuma informação!

Outro exemplo (ainda mais significativo):

A autoestrada para o Algarve é inaugurada na próxima semana, depois de vários atrasos.

O ministro das Obras Públicas, Santos Martins, deu esta manhã uma conferência de imprensa para explicar os pormenores.

Ou seja, mais uma vez entre o *lead* e o som não há mais nada (o lançamento é vazio... “explicou os pormenores”)!

Último exemplo:

A autoestrada para o Algarve é inaugurada na próxima semana.

O repórter Pedro Santos esteve esta manhã numa conferência de imprensa do ministro das Obras Públicas e registou as explicações do governante.

Ou seja, não há mais nenhuma informação além daquela que está na primeira frase. A essência deste tipo de lançamentos é remeter tudo para o som ou para a peça.

Com o lançamento em ponte, o jornalista de rádio relaciona-se com o conteúdo dos sons, ajudando à sua compreensão. Assim, o ouvinte fica também a ganhar, orque obtém mais informação a partir do recurso à redundância.

A autoestrada para o Algarve é inaugurada na próxima semana.

O ministro das Obras Públicas, Santos Martins, diz que não há lugar a mais atrasos e que o governo tem a certeza da data, a partir do momento em que – Pedro Santos – a Brisa garantiu que estão ultrapassadas as dificuldades das últimas semanas.

Claramente este é um lançamento que cria uma uniformidade e uma continuidade com o som/peça que aí vem. E resolve outro problema: o nome do repórter, que em muitas rádios é uma indicação penosa para o editor.

A autoestrada para o Algarve é inaugurada na próxima semana.

O ministro das Obras Públicas, Santos Martins, diz que não há lugar a mais atrasos.

Repórter Pedro Santos.

Por aparecer isolado no período, o nome do repórter assume um protagonismo manifestamente exagerado e deslocado (o assunto é desenvolvido com detalhe na próxima alínea).

Derradeiro mérito deste tipo de lançamento: como está apenas dependente do conteúdo, aleatório, do próprio som, evita o aparecimento de frases-tipo, de muletas ou bengalas que, se simplificam o trabalho do editor, rotinizam, no pior sentido, a linguagem.

Em resumo: o lançamento em ponte aposta numa entrada forte, envolvendo som com o texto e resolvendo de forma ótima a necessária introdução do nome do jornalista.

Exceções:

Nos diretos o lançamento pode ser feito através de uma pergunta.

Editor: Um acidente grave com dois camiões está a bloquear a autoestrada do Norte, na zona da Mealhada, desde as sete da manhã.

A circulação no sentido Lisboa-Porto está interrompida, apesar de a Brigada de Trânsito estar no local, porque está a ser difícil retirar os pesados.

No local está o repórter Pedro Santos. Já se circula nesse sentido?

Repórter: Não, os reboques que estão a tentar retirar os camiões ainda não conseguiram...

A pergunta favorece a oralidade, por pressupor uma conversa entre os dois jornalistas, mas este caso em concreto pode significar uma abdicação do editor (que, afinal, não sabe o que se passa) e uma negação da essência da notícia – que devia estar no *lead* e não na resposta do repórter.

A abertura da notícia (a última novidade, a atualização) deveria, pois, ser:

Editor: ainda não se circula na autoestrada do Norte, três horas depois de um acidente com dois camiões.

O trânsito está interrompido na zona da Mealhada, no sentido Lisboa-Porto, enquanto os pesados não são retirados do local.

O que está a dificultar essa operação, Pedro Santos, em direto do local?

Repórter: os dois reboques demoraram duas horas a chegar aqui...

Neste caso não é o repórter a dar a notícia, mas apenas a confirmá-la (com a inevitável mais-valia, para o ouvinte, de estar no local), juntando o como/porquê, que só ele pode saber por lá estar.

Uma nota final sobre esta questão: se possível, o diálogo em direto entre editores e repórteres deve ser previamente combinado (até para evitar embaraços na antena por falta de articulação, sempre penosos, até para o ouvinte).

#### 4.5.1.1 A IDENTIFICAÇÃO DE QUEM FALA

No ponto anterior tipificámos o lançamento dos sons ou das peças (seja pelo repórter seja pelo editor), mas há um pormenor que merece tratamento especial: os cuidados a ter e a forma de identificar quem fala. Porque não pode haver dúvidas sobre a necessidade de identificar aqueles que ouvimos. Sempre. E antes de o som entrar, para evitar que o ouvinte pergunte “quem é que está a falar?” (“ruído”) ou, pior, se convença que é outra pessoa. Outras vezes, nem identificação há!

Começando por este caso: só há uma situação em que se dispensa o nome e a função – quando essa pessoa é de tal maneira conhecida que o registo de voz é, ele próprio, identificação. Mas, atenção, só haverá meia dúzia de protagonistas portugueses que têm essa capacidade (que não tem só a ver com notoriedade mas também com características idiossincráticas de timbre e tom da voz): Pinto da Costa é um exemplo, Cavaco Silva outro. E isto não significa que não se possa/deva identificá-los...

A existência apenas de um suporte/sentido (o som/ouvido) e a precariedade da escuta da rádio devem levar à identificação prévia e sistemática de todos os sons. Mas que tipo de identificação?

Em pessoas de pouca ou média notoriedade, o nome e a função (qualidade em que fala) devem fazer sempre parte do lançamento; para as muito conhecidas basta o nome; noutras (as de notoriedade nula) o nome deve aparecer, mas a função é que deve ser sublinhada. Quantos nomes de sindicalistas conhecemos, mesmo que sejam os presidentes? Ouvimos os sindicalistas pelo que representam. Outro exemplo: gravar com um porta-voz de uma organização. Não importa como se chama (embora tenha de ser referido) mas quem ou o que representa...

Outro problema que surge muitas vezes: quando há mais do que um som. Aqui convém estabelecer algumas regras:

- se numa peça entram dois sons da mesma pessoa, essa pessoa tem alguma notoriedade e os sons estão juntos (ou seja, há apenas um parágrafo de texto a separá-los), a segunda identificação é dispensável. Mas não é errado incluí-la;
- se numa peça entram sons cruzados tem de haver sempre identificação prévia. Quanto mais sons e mais pessoas diferentes a falar mais necessária se torna (sons cruzados, aliás, podem ser uma fonte de “ruído”);

Há ainda uma situação em que a identificação completa pode ser excessiva: em nomes estrangeiros completamente desconhecidos. O chefe da polícia em Abuja, Nigéria, o ministro da saúde da Tailândia ou um médico equatoriano que emitiu uma opinião sobre uma questão científica são importantes relativamente ao que representam. Os seus nomes podem ser informação a mais e, provavelmente, a sonoridade até provocará “ruído”.

Finalmente: há uma solução que podemos considerar ter sido adaptada da imprensa e que tenta compatibilizar a inexplicável atração que muitos jornalistas de rádio sentem pelo som sem identificação com a “obrigação” de o fazer:

Repórter: É a segunda tentativa para criar uma comissão parlamentar sobre os negócios do Benfica. Da primeira vez não houve consenso entre a oposição, agora PS, PCP e Bloco de Esquerda parecem estar de acordo:

Som: “Os três partidos mantiveram contactos nos últimos dias e existem bases para uma votação em bloco.”

Repórter: António Costa, líder parlamentar do PS.

Som: “As resistências iniciais estão ultrapassadas, pensamos que os equívocos entretanto surgidos também e na próxima conferência de líderes vamos fazer aprovar essa comissão de inquérito.”

Repórter: já o Partido Comunista prefere...

Algumas reflexões:

Esta solução representa uma tentativa de inovar, de ser original – e isso não deixa de ser interessante. Mas o ouvinte não pode ficar a perguntar quem é o protagonista ou de que partido. Para isso não acontecer é importante que no texto de abertura, o jornalista dê a entender a origem desse protagonista (ver segundo exemplo) ou, em alternativa, que seja o editor a fazê-lo.

Finalmente, esta “inovação” só é legítima se a primeira frase do som for muito curta e se for usada com parcimónia. Aliás, um segundo som no exemplo anterior nunca poderia ser servido da mesma forma...

Repórter: É a segunda tentativa para criar uma comissão parlamentar sobre os negócios do Benfica. Da primeira vez não houve consenso entre a oposição, agora os três partidos parecem estar de acordo.

No PS, pelo menos, já não há dúvidas:

Som: “Os três partidos mantiveram contactos nos últimos dias e existem bases para uma votação em bloco.”

Repórter: António Costa, líder parlamentar dos socialistas.

(e segue o som como no exemplo anterior)

Em resumo: com mais ou menos variantes, esta variante é, genericamente, propiciadora de “ruído”.

Outra questão paralela: será correto fazer a identificação também no final?

Por regra é redundância a mais. Mas se o som é muito grande (e um som começa a ser grande a partir dos 45 segundos/minuto) compreende-se que o repórter ou o editor reponha essa identificação. Mas sempre enquadrada no texto (Exemplo 1) e não de uma forma isolada (Exemplo 2).

Exemplo 1:

Som: “... nem pensamos repetir esse jogo, que já ganhámos e não temos culpa de eventuais deslizes cometidos por outras pessoas. Para nós isso é inquestionável.”

Repórter: O presidente do Leixões disse ainda que se houver uma decisão contrária aos interesses da equipa irá recorrer para o Conselho de Justiça da Federação.

Exemplo 2:

Som: “... nem pensamos repetir esse jogo, que já ganhámos e não temos culpa de eventuais deslizes cometidos por outras pessoas. Para nós isso é inquestionável.”

Repórter: Joaquim Teixeira, presidente do Leixões

Aceita-se ainda uma outra situação de dupla identificação se há necessidade de enfatizar determinada situação que não ficou evidente no lançamento (e nesse caso a reposição pode assumir algum destaque):

Xanana Gusmão diz que desiste da candidatura presidencial se a Fretilin não retirar as acusações de favorecimento político.

Ontem o secretário-geral da Fretilin tinha indiciado que Xanana iria rodear-se de consultores apenas dos partidos que o apoiam; hoje o candidato presidencial diz que não aceita suspeitas, Manuela Ferreira:

Som

Manuela Ferreira, a enviada especial da TSF a Timor.

As eleições presidenciais são este domingo, mas nos últimos dias falou-se muito de um possível adiamento, sem confirmação ou desmentido oficial.

Diretamente relacionada com esta questão, como identificar os jornalistas?

Se a regra é sempre identificar antes quem fala, o jornalista deve ser identificado. A necessidade de credibilizar o trabalho só aumenta essa necessidade. Já a forma de o fazer pode variar. Aceitam-se duas fórmulas, sendo que a primeira tem mais vantagens:

1. o nome do jornalista aparece no lançamento, correndo naturalmente, mas sem quebrar o raciocínio ou criar “ruído”:

... uma vitória da seleção japonesa... Carlos Silva... dedicada pelos jogadores ao imperador...

Esta solução pressupõe um diálogo de proximidade/naturalidade entre editor e jornalista e é feita à custa de uma entoação específica. A colocação do nome do jornalista obedece, no entanto, a alguns cuidados.

... uma vitória da seleção japonesa, dedicada pelos jogadores ao imperador... Carlos Silva...

Como é evidente os ouvintes saberão que o imperador japonês não se chama Carlos Silva, mas poderão ficar a glosar a “gaffe” ... mesmo com uma entoação final diferente – a identificação do jornalista no final da frase só quando há a certeza de que não vai gerar equívocos (com os substantivos ou adjetivos).

2. o nome do jornalista aparece numa frase específica de lançamento, de preferência associada a algum conteúdo:

O sistema das pulseiras eletrónicas está a ser violado por peritos informáticos e há, pelo menos dois casos, de detidos que conseguiram enganar os serviços prisionais. Uma investigação da jornalista Cláudia Santos.

Esta formulação é mais fria e distante (porque coloca o jornalista num nível à parte). Mas até para quebrar rotinas aceita-se como exceção um “refrescamento” de práticas. Há, no entanto, que evitar dois perigos:

- a criação de “muletas” mais ou menos fixas, que só servem para adormecer ou distrair os ouvintes;
- fazer a identificação com uma fórmula que marca uma grande distância face ao ouvinte:

...depois de algumas horas de espera, o principal suspeito só agora começou a responder às acusações. Repórter Francisco Santos.

Em resumo: o texto radiofónico é, por natureza, equívoco. Por isso, todos os cuidados são necessários para que o ouvinte não se distraia com questões laterais à essência da notícia. A identificação prévia de quem fala na rádio é fundamental. E isto é verdade tanto para os protagonistas ouvidos pelos jornalistas como para os próprios jornalistas.

Mesmo nas situações apontadas como exceções ou que teoricamente dispensam identificação, o correto é identificar quem fala. Sempre. Antes.

#### 4.6 “ENFIM...” (OS “RODAPÉS”)

Comecemos por desfazer um equívoco na linguagem profissional, frequente na rádio: chamar ao último parágrafo da peça do jornalista “rodapé”. “Rodapé” é o fecho do editor.

São dois conceitos completamente diferentes, mas que se estão a fundir equivocadamente (a única explicação parece ser a coincidência de ambos concluírem um assunto noticiado). E que convém, por isso mesmo, separar. O “rodapé” da peça do repórter tem um carácter absolutamente informativo; é, do conjunto de informações que há para transmitir, a menos importante na hierarquia da “pirâmide invertida”. Desfeito o equívoco de conceitos, importa fazer a caracterização pelo conteúdo.

#### *Do repórter*

O último parágrafo da peça do repórter é uma informação e nunca uma conclusão:

Repórter: o líder do PSD considera que as últimas declarações de Paulo Portas sobre a Aliança Democrática ainda não são suficientes para se iniciarem as negociações.

Durão Barroso disse hoje, à margem de uma visita a Valpaços, que o facto de o presidente do PP se mostrar disponível para falar sobre o assunto não é suficiente.

Barroso quer conhecer posições de princípio, para evitar o fracasso de uma reunião que, provavelmente, não teria consequências:

Som

Repórter: enfim, Durão Barroso à espera de respostas por parte de Paulo Portas.

Este “enfim” simboliza, aqui, tudo o que de errado se pode fazer no último parágrafo de peça: moralista, conclusivo, inútil, redundante, opinativo!

Em alternativa, qualquer coisa como isto:

Som

Repórter: O PSD já anunciou que mantém o final de outubro como data para se iniciarem as conversações e Durão Barroso diz que a partir de novembro é o Conselho Nacional do partido que decide...

### *Do editor*

Já o (verdadeiro) “rodapé”, o do editor do noticiário, pode ser conclusivo; pode, portanto, recuperar a essência do *lead* da peça ou do próprio editor (com o objetivo, aqui, de corrigir a necessidade de, na medida certa, ser redundante), usando outras palavras, claro. Também pode ser meramente informativo (o mesmo é dizer, novo), com algum dado que, entretanto, chegou ou que o repórter isolou com esse objetivo – o que pressupõe uma desejável relação com o editor.

Ou seja, pode ser tudo, menos:

- recuperar a última informação da peça, porque isso não é redundância, é uma repetição despropositada, um pleonasma e um disparate, do ponto de vista da lógica (a ideia é recuperar a informação mais distante e não a mais próxima)!
- ser moralista ou marcadamente opinativo. Como diz Jaspers, “o jornalista pode esforçar-se por levar o ouvinte a certas conclusões morais, mas não deve substituir-se ao ouvinte para tirar essas conclusões” (1998, p. 104);
- ser pouco mais do que uma inutilidade. É preciso concluir o assunto antes de passar para o próximo, mas a frase em causa não está lá apenas para ocupar espaço.

O que não pode é faltar um “rodapé” que conclua o assunto antes de passar ao próximo, de modo a evitar qualquer tipo de confusão (“ruído”) no ouvinte. Na informação televisiva a transição das imagens do assunto anterior para o editor do espaço faz essa passagem, na rádio apenas temos o som.

E por falar na possibilidade de confusão: alguns editores gostam de associar o rodapé da peça anterior ao *lead* do assunto seguinte, mesmo que não haja uma ligação óbvia. É verdade que, resultando, pode ser uma forma de captar/prender a atenção do ouvinte. Mas também é muito perigoso.

As ligações podem sair forçadas ou incompreensíveis e aí o prejuízo é muito maior: apareceu “ruído”! As ligações entre assuntos diversos são recomendáveis se o editor tiver a certeza dos méritos da ideia; na dúvida é melhor não fazer qualquer associação.

Para autores europeus, a reiteração das informações na rádio é imprescindível para superar a não permanência da linguagem falada, os problemas da descodificação simultânea e a possível falta de atenção do recetor (...). Já na escola latino-americana, teme-se, pelo contrário, molestar e perder a atenção do ouvinte justamente pela monotonia da repetição. (Meditich, 1999, p. 130)

#### 4.7. NOTICIAR EM PRIMEIRA MÃO

Começemos por esclarecer a diferença entre ser uma notícia nova ou em primeira mão: na própria definição de notícia está o conceito de novo, do que não se sabia antes. Nesse sentido, de todas as notícias que uma rádio transmite pela primeira vez durante um dia (para distinguir das inevitáveis reposições), a esmagadora maioria será nova. Mas ser nova não implica, necessariamente, ser em primeira mão. Para o ser tem de haver a certeza de algum tipo de exclusividade.

Terminou uma reunião do sindicato da função pública e é anunciada aos jornalistas a data da próxima greve. É uma informação nova, mas não é em primeira mão, a partir do momento em que todos os outros jornalistas também a vão transmitir (sobretudo os que puderem emitir em direto ou na Internet).

Dar por antecipação uma informação que os outros sabem (porque se abriu um especial, porque há noticiário à meia hora, porque a concorrência tem um programa gravado no ar...) não é primeira mão. Além de conciliar a inevitável novidade com a exclusividade, é preciso juntar uma terceira característica: a previsão de elevado impacto nos ouvintes.

Há muitas notícias, diariamente, que coincidem na novidade (não se conheciam antes) e na exclusividade (porque mais ninguém quis/soube explorar o assunto ou porque se trata de uma justificada antecipação), mas que não terão um grande impacto na opinião pública (não despertam um elevado “interesse geral”).

Finalmente: retificar ou desmentir uma notícia afeta sempre a credibilidade do órgão de comunicação social, mas isso agrava-se quando acontece relativamente a uma notícia que foi revelada como sendo em primeira mão (nem sempre quem chega primeiro é quem chega melhor...).

A concorrência entre órgãos de comunicação social, sobretudo em luta pelas notícias em primeira mão, é sempre uma realidade. Se calhar não tão feroz em Portugal como noutros países, mas relevante e até condicionadora de comportamentos. Saudável, quando não implica “golpes baixos” ou deslealdade, nomeadamente nestas situações:

#### **Citações**

Princípio orientador das citações (atribuição, identificada, de uma informação dada por outro órgão de comunicação): perante dois

extremos, é mais errado o racionamento de citações do que a sua banalização. Mas, claro, é possível, e desejável, um equilíbrio, à luz de uma preocupação estrutural. A rádio, sobretudo aquela que aposta na informação, posiciona-se transversalmente face aos outros órgãos e meios de comunicação social e não pode ter complexos de inferioridade face ao trabalho feito por outros jornalistas.

A melhor maneira de trabalhar com uma citação não é ignorá-la, se ela tem importância, mas avançar, desenvolver o assunto, encontrar novas pistas, que diminuam o impacto da informação original (contudo, sem nunca esconder, pelo menos na primeira fase, os créditos da origem). Se é importante, uma notícia de outro órgão deve ser citada e creditada. E pode, até, abrir o noticiário. Já é mais difícil de compreender que duas ou três horas depois da primeira referência não haja qualquer avanço ou, pelo menos, a indicação de que foram feitos alguns contactos.

### ***Desmentidos***

Se um determinado órgão de comunicação social consegue um exclusivo, obrigando à atenção da concorrência, a primeira tentação deve ser tentar desenvolvimentos. Isso implica muitas vezes falar com o protagonista original. E se este desmente?

Desmentir o trabalho da concorrência parece ser uma tentação das redações:

- porque anulam o efeito, descredibilizando o concorrente;
- porque põem essa rádio/televisão/jornal à frente;
- e porque, na maior parte dos casos, são fáceis – quem desmente está interessado em fazê-lo!

No entanto, em primeira instância, o desmentido deve ser feito no órgão onde a informação é dada.

Estes desmentidos correm o risco de serem desleais, quando não temos qualquer outro desenvolvimento e só nos limitamos a disponibilizar a antena para o depoimento (ainda por cima será verdadeiro?). Pior: quando nem citámos a notícia original, mas estamos disponíveis para a desmentir. Isto não significa que as notícias da concorrência não possam ser contrariadas.

## **Embargos**

Por vezes, a nível nacional e internacional, algumas entidades divulgam com bastante antecedência documentos e informações, mas pedem embargo até determinada hora (publicitando esse pedido). Trata-se de decisões unilaterais (ou seja, não negociadas, ao contrário da confidencialidade das fontes) e que, no limite, poderiam levar os jornalistas a não se sentirem amarrados a esses compromissos – e são conhecidos vários casos de violação do embargo.

A regra, se o objetivo é utilizar essas informações, é cumprir os embargos, mesmo quando o momento de divulgação não foi respeitado por um concorrente: ou se aguarda pela hora certa ou se solicita à entidade promotora a desvinculação, uma vez que o texto já foi noticiado.

Em resumo:

- por respeito aos ouvintes a opção é clara: referir sempre a origem;
- neste contexto, a melhor forma de evitar “direitos de resposta” ou processos judiciais é citar e creditar devidamente;
- a própria afirmação social da Internet obriga a informação da rádio a assumir ainda mais a transversalidade face a todos os órgãos e meios – uma espécie de radar e farol ao mesmo tempo.

Independentemente das justificações oportunistas e mais ou menos bem construídas que possam ser dadas para sucessos deste tipo, o incumprimento de um embargo deve ser considerado uma falta profissional grave, que queima e arruina as relações com a fonte, e com os restantes profissionais de comunicação; para, feitas as contas, magro ganho. (Gradim, 2000, pp.110-111)

A apropriação de uma reportagem exclusiva de outro veículo de comunicação, sem dar crédito ao veículo e ao jornalista é pirataria (...). Citar o concorrente não desprestigia a rádio nem promove o concorrente. A divulgação da expressão “determinado jornal publicou” pode provocar uma imprecisão indesejável. Há grupos de comunicação que impedem a citação de outros veículos concorrentes, o que só contribui para o desprestígio de todos. (Barbeiro & Lima, 2001, p. 25)



## 5.0 O SOM

Na rádio tudo é som. Mas, antes de avançar, temos de resolver uma questão semântica e terminológica: não é do som, entendido de uma forma global e final, que se pretende tratar neste ponto. Som, aqui, é informação produzida/fabricada por quem trabalha na rádio (jornalistas, animadores e sonoplastas). Portanto, é tudo o que se ouve na rádio, exceto o texto lido/falado pelos que ali trabalham.

Em concreto, no contexto jornalístico, distinguimos como som:

- depoimentos/entrevistas de pessoas que falam na rádio (a maior parte das vezes em pequenos excertos);
- som-ambiente (que constrói o cenário desses depoimentos);
- efeitos sonoros (sons fabricados para informação ou promoções/publicidade);
- música<sup>3</sup>

Na gíria das várias rádios em Portugal usam-se expressões como “cortar um som”, “o que é que diz esse som?”, “lançar um som” ou mesmo “fazer um som”. É principalmente disso que aqui se vai tratar, sendo que a palavra, neste contexto, tem apenas esse significado.

### 5.1. AS FUNÇÕES DO SOM

O som pode desempenhar três funções básicas na informação radiofónica: informar, credibilizar e introduzir ritmo/emotividade. A maior parte das vezes as três funções coexistem no mesmo segmento, o que o transforma num som forte, mas é possível distinguir caso a caso.

- um som informa quando acrescenta elementos novos relativamente àqueles que estão no texto do editor ou, se for uma peça, no *lead*/corpo. Esta é a situação clássica, aquela em que o som tem um real valor noticioso. Mas se o som é muito curto, naturalmente não consegue noticiar nada mais do que aquilo que os jornalistas já disseram sobre o assunto; ou se o texto construído para suportar esse som for demasiado explicativo também pode haver um esvaziamento da função informativa do som;

<sup>3</sup> E o silêncio pode ser som? Excepcionalmente sim (mas tratamos desta questão, com pormenor, no ponto sobre o “ruído”).

- um som (apenas) credibiliza quando, mais do que trazer elementos novos para o ouvinte, vai para o ar para que não fique qualquer dúvida sobre se determinada situação aconteceu ou determinado protagonista disse realmente aquilo;
- se nenhuma das situações anteriores se verificar, resta valorizar o ritmo, que surge pela introdução de um registo de voz diferente (o contraste de registos sonoros é ele próprio gerador de ritmo), e a expressividade que existe em muitos sons: a declaração lacónica do primeiro-ministro anunciando a demissão não traz nada de novo face ao que já se conhece do assunto, mas seria uma irresponsabilidade decidir não a pôr no ar! Pela credibilidade, mas também pela emoção que o assunto provoca (no ouvinte e no próprio protagonista).

E se o som não cumpre nenhuma destas funções? A resposta é simples: não vale a pena utilizá-lo, por falta de utilidade! De qualquer forma esta última questão é tão excepcional que a poderíamos considerar académica.

Embora a existência ou não de um som não seja critério para dar ou não a notícia, de uma forma geral, a informação na rádio precisa de sons, ainda por cima cada vez mais fáceis de obter com a banalização do telefone, a miniaturização do gravador (até no telemóvel) e o acesso a milhões de fontes na Internet. O risco é, aliás, chegar-se a um excesso de declarações em detrimento de factos.

### 5.1.1. OS SONS INFORMATIVOS

As generalizações tendem a ser perigosas, muito mais em contexto académico, porque podem resultar em falta de rigor. Ainda assim, neste contexto, podemos dizer que o som no jornalismo radiofónico explica o “como” ou o “porquê”. O que vale por dizer que o texto responderá às outras perguntas-básicas.

A regra ajuda a clarificar dois papéis diferentes: o do jornalista, que é quem informa, e o do protagonista, a quem pedimos que explique opções, sentimentos, motivos, etc. Ou seja, ao nosso interlocutor é pedido que exprima sentimentos, que dê opiniões e nunca que faça notícias!

Para quem começa na profissão ou para quem tem pouca experiência de trabalho numa redação é habitual surgir a pergunta: “[do

O som é melhor compreendido do que a imagem; gravadores e equipamentos estéreos são encontrados na maioria das escolas e dos lares. Provavelmente também é verdade que enquanto na televisão ou na imprensa escrita qualquer perda de padrão técnico torna-se imediatamente óbvia e inaceitável, em relação à rádio existe uma margem identificável entre o excelente e o suficiente. Isso não quer dizer que não se deva batalhar continuamente pelos mais altos padrões possíveis. (McLeish, 2001, p. 17)

conjunto de informações que estão ao meu dispor sobre este assunto] o que é que separo para texto e o que é isolado como som?”.

Repórter: Está confirmada a demissão de António Guterres. O ainda primeiro-ministro comunicou há pouco a Jorge Sampaio a renúncia ao lugar, por razões que, para já, se desconhecem.

No final da breve audiência com o Presidente da República, Guterres limitou-se a comunicar a decisão:

Som: “Pedi ontem uma audiência ao senhor Presidente da República, que acabou de me receber. Transmiti-lhe neste encontro a decisão de me demitir do cargo de primeiro-ministro, tendo solicitado que proceda à minha substituição o mais depressa possível. O senhor Presidente disse-me que iria proceder a uma série de consultas e que tudo faria para corresponder a este pedido.”

Repórter: Guterres abandonou a Presidência sem prestar declarações; Jorge Sampaio também nada vai dizer, pelo menos por enquanto, sobre este assunto, garantem os seus assessores.

O mais importante é perceber o lugar que o som desempenha neste exemplo. Há uma evidente e despropositada redundância (que seria provavelmente agravada com a entrada do editor...), resultante do facto de a opção do repórter ter sido mal feita: este som não acrescenta mais nada do que o *lead* e corpo dizem, razão pela qual não deveria ter sido envolvido em texto pelo repórter, mas sim lançado isoladamente pelo editor.

Este é um som que responde à pergunta “o quê?” e introduz uma mudança à definição feita nas primeiras linhas: o som é o “como” ou o “porquê” nas peças (feitas em estúdio ou pelo repórter), mas pode ser “o quê” quando lançado pelo editor.

## 5.2 A EDIÇÃO E A DURAÇÃO

É a crítica que mais vezes se ouve, sobretudo de políticos, mas também da generalidade dos protagonistas públicos: que os jornalistas têm poder a mais.

O poder dos jornalistas é o poder de escolher (entre tudo o que sabem poder vir a ser notícia e, depois, do total de informações disponíveis sobre esse assunto) e de hierarquizar o alinhamento das

informações que já foram selecionadas. A edição (ou montagem, como se dizia na tradição portuguesa) é uma técnica que o jornalista de rádio tem à disposição para concretizar parte desse poder.

A capacidade de trabalhar de uma forma prática e acessível uma longa gravação revolucionou o jornalismo radiofónico! E só a banalização desse ato quotidiano (aquilo que antigamente se designava, na gíria, por “corta e cola”...) faz com que não tenhamos a noção do que está verdadeiramente em causa.

A edição mudou a rádio porque permitiu que numa mesma quantidade de tempo (a duração de um noticiário) falassem muito mais pessoas, o que vale por dizer que há mais vozes, mais sons, mais assuntos. Resultado disto: aumentou o impacto, cresceu a credibilidade, a rádio tornou-se mais agradável de ouvir!

Sendo hoje um instrumento fundamental no trabalho de redação da rádio, a edição comporta também riscos: quando se procura a concisão pode perder-se a coerência da mensagem editada. Por outro lado, ao quisermos eliminar o que é supérfluo, as repetições desnecessárias, as respostas vagas ou confusas, as falhas de som ou longos silêncios, não podemos retirar espontaneidade e naturalidade à gravação – basta ver que, num determinado contexto, um silêncio pode ser uma resposta elucidativa e uma gravação assética é muito menos interessante!

Além destes, a edição comporta mais um risco: o da manipulação. Não estamos a falar de casos grosseiros (em que se suprime um “não” para parecer que é “sim”), mas sim do perigo da descontextualização: uma frase ouvida de uma forma isolada pode parecer que tem um valor muito diferente do conjunto de coisas ditas.

E se a edição, que antes era um trabalho conjunto de jornalista e operador/sonorizador (e dois pensam melhor do que um...), é hoje uma tarefa individual, isso não pode ter como consequência menos atenção sobre os problemas que a tarefa cria.

Cortar o som, mas para ficar com que duração?

Esta é uma das dúvidas que mais vezes surge a um jornalista de rádio.

O que é um som muito grande (do ponto de vista do ouvinte e não propriamente o tempo que o editor tem para o noticiário...)? E de que forma um som demasiado curto (com menos de 10 segundos, por exemplo) acaba antes do ouvinte completar o processo de decodificação/habituação a um novo registo, a um novo conteúdo?

O assunto vai ser desenvolvido no capítulo dedicado ao “ruído”, porque é impossível não ter presente que a rádio o meio de comunicação social mais castigado pelo fenómeno do “ruído”, inevitável sempre que há comunicação, mas agravado pelas características específicas do meio.

Ainda assim, fará sentido recuperar uma ideia que se sobrepõe à preocupação com o “ruído”: a necessidade de não comprometer (as regras essenciais d) o jornalismo.

### 5.2.1 O RECURSO A SONORIZAÇÕES E A EFEITOS ESPECIAIS

Em pontos anteriores vimos como usar os dois principais elementos que o jornalismo radiofónico tem ao dispor: texto/palavra e som. Falta referir uma terceira “arma”: o recurso a sonorizações (música ou efeitos especiais) – e convém desde já esclarecer que, neste contexto, “recurso a sonorizações” implica sempre um ato externo, de composição da mensagem, geralmente em estúdio. Isto por oposição aos sons que durante uma reportagem se conseguem direta ou indiretamente (as palavras gritadas numa manifestação ou os tiros que se ouvem em fundo num direto de um repórter na Palestina não são efeitos especiais. São informação pura).

Esta distinção é muito importante para clarificar do que se fala quando se fala em sonorizações: há uma atitude de composição, de acrescento, de reforço da mensagem, para ajudar a conquistar/prender a atenção do ouvinte (e só secundariamente o objetivo é estético). Como estamos a falar na utilização de um elemento exterior – que pode condicionar a veracidade da mensagem – e porque implica o recurso a um sonoplasta ou a um trabalho provavelmente complexo por parte do jornalista, as sonorizações são pouco usadas na informação.

A partir do momento em que se decide recorrer a sonorizações, para reforçar a capacidade de escuta, surgem dois caminhos:

- a opção por sons concretos ou “verdadeiros” (peça sobre uma exposição de fotografia? Cliques de máquinas a disparar! Peça sobre uma contagem decrescente para qualquer iniciativa? O som dos ponteiros a avançar segundo a segundo! Peça sobre a crise na Argentina? Um tango!);
- a opção por sons abstratos ou de “ficção” (música, nomeadamente, ou ilustrações genéricas que não têm uma ligação objetiva ou direta ao que se ouve).

A segunda opção é muito mais estimulante, principalmente porque a primeira (como os dois primeiros exemplos mostram) é repetitiva, estereotipada e já nem consegue “pisar o olho” ao ouvinte! A sonorização só faz sentido se significar uma mais-valia, se ajudar à comunicação, se surpreender... e assim “obrigar” o ouvinte... a ouvir.

Depois de escolhido o caminho, é importante avaliar a colocação desses sons: eles não podem afogar a mensagem (seja ela som e/ou texto/palavra) e não podem ser ruído, porque isso será “ruído” na escuta do ouvinte. A mensagem é afogada quando eles estão demasiado alto (ou demasiado baixo, se houver contraste), ou muito sobrepostos.

Em resumo: a sonorização será a arte de “colocar os efeitos sonoros certos (que podem ou não ser música) na hora e lugar certos”, mas mais do que definições é importante reafirmar que os efeitos na informação servem para ajudar a contar a história, mas sem criar emoções artificiais e sem diminuir a credibilidade do trabalho (o que pode acontecer quando se juntam efeitos especiais a sons puramente informativos, já que o resultado pode ser fantasia).

A configuração da linguagem  
radiofónica é o resultado do  
emprego harmonioso dos três  
elementos (...) palavra, som e efeitos.  
(Martinez Albertos, 1977, p. 189)

## 6.0 A voz

Este ponto podia ter como título “A leitura”, porque no jornalismo são muito mais as vezes em que lemos do que aquelas em que falamos na rádio (e, como se vai ver, uma coisa é diferente da outra – aliás, a alínea em que desenvolvemos “O improviso” está no ponto sobre “O Direto” e não aqui...). Mas quer a ler quer a falar a voz é sempre o meio. O principal.

### 6.1. APRENDER A FALAR NA RÁDIO

Há dois registos diferentes e quase contraditórios na rádio: o lido e o falado. O segundo é o desejado, o primeiro acaba por ser a realidade do dia a dia. Daí que se fale, como veremos a seguir, em disfarçar a leitura, resignados à inevitabilidade da escrita. Importa perceber antes algumas das características e perigos de cada um dos caminhos.

Um exemplo das diferenças: quando pomos uma entrevista no ar mas tivemos de substituir as perguntas originais (porque estão noutra língua ou porque entretanto algo correu mal) muitas vezes percebem-se os dois registos, um mais artificial, ponderado, lido, “correto”, *certinho*, o das perguntas, e outro mais natural, espontâneo, irregular por vezes, nas respostas.

Outro exemplo: quando há uma intervenção em direto de quem não está habituado a comunicar por este meio percebe-se perfeitamente se está a ler ou a falar de improviso.

Finalmente, outro caso que mostra a diferença de planos: a dicção na leitura é – regra geral – boa, mas mais imperfeita no improviso; quando se passa imediatamente de um registo para o outro as diferenças percebem-se (até pela mudança de ritmo)...

A linguagem radiofónica ideal seria um compromisso virtuoso entre os dois registos, retirando o que de pior cada um tem (a artificialidade do lido, a incerteza do improviso) e valorizando as vantagens de cada um (a *objetividade* do lido no tempo gasto e no ir direto ao assunto; a emoção/afetividade do falado).

Este compromisso continua a ser utópico, pelo que – perante a impossibilidade – há que definir um caminho. E, ponderando os vários fatores, percebe-se que é preferível um texto bem lido a um mau improviso.

O rádio, precursor do tempo direto com o telégrafo e o telefone, revela-se agora como uma manifestação [precoce] deste novo estágio intelectual eletrónico. Não representa um retorno à oralidade, mas um passo adiante em relação à escrita que engloba ambas e cria uma nova situação. A oralidade no rádio é apenas a sua manifestação aparente, há um mundo de escrita e modo eletrónico por trás de sua produção. (Meditsch, 1995, p. 3)

### 6.1.1 TODAS AS VOZES SERVEM?

Durante décadas, os jornalistas escreviam os textos para os locutores lerem – porque se entendia que os primeiros não tinham qualidades vocais suficientes. Hoje todos falam na rádio, nomeadamente em Portugal, tendo desaparecido a imagem genérica de um tom autoritário e infalível, resultante da voz grave e timbre forte (isto no caso dos homens, que constituíram durante décadas o estereótipo do locutor; no caso das mulheres, o estereótipo é a voz sedutora, sensual, perfeitamente aceitável... se não desviar os ouvintes do conteúdo informativo!).

Estas considerações parecem responder à segunda pergunta: todas as vozes servem! Mas na realidade não é bem assim. Há que distinguir dois tipos de falhas que podem inviabilizar que alguém fale na rádio: técnicas e físicas. As primeiras são relativamente fáceis de corrigir: a dicção, a entoação, a respiração e a pronúncia exigem treino e dedicação, que, na esmagadora maioria dos casos, são suficientes para resolver eventuais deficiências. As segundas são, ao contrário, difíceis de recuperar.

Uma gaguez é inibidora (salvo notáveis exceções que servem para confirmar a regra), tal como outro tipo de dislexias fonéticas. Os terapeutas da fala poderão dar uma ajuda significativa, mas se a lesão se manifestar de alguma forma na antena isso só servirá para distrair o ouvinte, causando “ruído”. Este tipo de falhas é residual e, além disso, não pode ser aqui tratado com o mínimo de desenvolvimento.

Interessa, isso sim, voltar a “todas as vozes”, aquelas que podem trabalhar e trabalham na rádio. O que é que distingue uma voz (resultado dos sons que produzimos através da laringe) de outra? Fundamentalmente, duas características intrínsecas: o tom e o timbre (também a intensidade, mas é de tal maneira técnica que se torna quase impossível resumi-la neste âmbito).

- o tom, ou altura, da voz pode ser agudo ou grave (e na ópera há ainda um nível intermédio). Se estamos nervosos, por exemplo, o tom eleva-se. Por isso o tom da nossa voz tem de nos parecer confortável; caso contrário, é certo que vão aparecer falhas;
- o timbre da voz resulta de um fenómeno complexo de ressonâncias e vibrações e depende do trabalho que as nossas cordas vocais desenvolvem. É o timbre que distingue uma voz da outra, a qualidade vocal. É o nosso “bilhete de identidade”. Este matiz pessoal é, em casos mais especiais, considerado um “dom”.

No fundo é aquilo que Roland Barthes classificava como “o grão da voz” (a individualização de cada voz, uma componente psicológica inseparável). O mesmo Barthes que escreveu que cada homem é prisioneiro da sua linguagem...

## 6.2. DISFARÇAR A LEITURA

A televisão descobriu uma maneira quase perfeita de “enganar” o espectador: o teleponto. O aparelho consegue resolver a velha equação: por um lado, o ouvinte “quer” que falem com ele, mas, por outro, o jornalista tem de ler o que escreveu.

O teleponto consegue pôr os jornalistas a olhar para o espectador (o que não seria possível se o jornalista tivesse que consultar os papéis repetidamente) e permite maior rapidez, maior fluência por parte de quem o usa (seria preciso ter uma técnica muito desenvolvida para manter os olhos no telespectador e não perder ritmo ao consultar os papéis ou conseguir falar com naturalidade estando a receber as informações pelo auricular).

O teleponto, usado universalmente nas principais televisões, não é perfeito. Por vezes percebe-se que os olhos dos jornalistas de televisão andam de um lado para o outro. “Está a ler!” Ficar muito estático a ler as notícias ou despachar o teleponto de uma forma fria retiram emotividade ou, pelo menos, naturalidade. No fundo, é aquilo que já se escreveu no ponto anterior: a transposição do registo oral para a escrita não encontra facilmente formas de atenuar o choque!

Na rádio não há o problema de nos verem a ler; mas perceberem que o estamos a fazer é tão ou mais grave. A oralidade pura é impossível na informação radiofónica, também já se disse, pelo que não resta alternativa que não seja escrever e ler. Mas sem que o ouvinte perceba. É por isso que é preciso “enganar o ouvinte!” Ou disfarçar a leitura – oralizar o texto.

Se ouvinte parar para pensar, perceberá que o jornalista de rádio está a ler. Para que não perceba, há um conjunto de cuidados que se podem seguir. São artificialismos que se tornam necessários para nos aproximar da naturalidade ou da coloquialidade (para além das preocupações com o texto, já enunciadas):

- a nossa voz, gostemos ou não, é a nossa voz. Podemos corrigi-la (na respiração, na dicção, etc.), mas nunca alterá-la. Aquilo

que por vezes se diz ser a “colocação da voz” é um erro. Pode alguém ser quem não é?;

- evitar um tom professoral na leitura significa tentar falar de igual para igual com o ouvinte;
- gesticular durante a leitura é uma boa ajuda. Afinal não gesticulamos quando falamos?;
- não comer nos minutos anteriores ao direto/gravação, principalmente doces. O açúcar engrossa a saliva;
- um texto, como uma conversa, há de ter partes mais lentas e outras mais rápidas, sem que isto implique verdadeiramente velocidade, mas sim pequenas variações de ritmo, as chamadas “pausas de tensão”, quando surgiram as palavras-chave. Não precisam de ser lidas mais alto, antes pelo contraste de ritmo(s), com recurso a um tom mais convincente;
- a interpretação do texto é outro segredo; por ser difícil de encontrar a medida certa, mas também por ser “obrigatória” para nos distinguirmos do porta-voz que lê um comunicado ou do juiz que profere uma sentença;
- à pontuação gramatical (que temos de respeitar escrupulosamente para garantir a compreensão do ouvinte) devemos juntar a capacidade de modular as palavras, porque, como se sabe, a voz humana tem matizes difíceis de representar graficamente;
- quem escreve lê! Só exceções motivadas pela urgência das notícias explicam que alguém escreva para outro ler. Ler textos escritos por outro é um convite a comunicações impessoais, as “máquinas falantes”... Foi também por isso que se acabou com a tradição dos locutores que liam as notícias escritas por outros. O texto lido pelo seu autor ganha autenticidade porque é preciso sentir o que se está a ler.

Nossa linguagem será espontânea, como se fala, e correta, como se escreve. (Porchat, 1986, p. 92)

### 6.2.1 A ESTÉTICA DO ERRO

Alguns teóricos, como Emílio Prado, falam numa “estética do erro” (1989, p. 21), uma expressão retirada do jazz e do improviso, como contraponto a uma leitura impecável, que – de tão perfeita – poderia ter um efeito distanciador no ouvinte. A “estética do erro” significa, mais do que cometer erros premeditados (ou seja, o jornalista de rádio ao escrever já calcula onde se vai enganar de propósito...), deixar campo aberto para que eles apareçam... naturalmente.

É aquilo que poderíamos designar por “jornalismo de tópicos”, praticado nomeadamente pelos editores que vão para estúdio com muita coisa na cabeça e pouca no papel. É um apelo ao improvisado, a uma certa desarrumação, à procura da naturalidade. E, em teoria, a uma certa humanização do discurso. Reconhece-se o esforço em encontrar, com esta solução, uma saída para o tal abismo que já caracterizámos várias vezes (e que alguém resumiu desta forma *impossível*: “ler naturalmente como se estivesse a falar de improvisado”).

Em Portugal, um jornalista, Francisco Sena Santos, trabalhou durante muitos anos aquilo que ele próprio descreve como “improvisado muito preparado” (Meneses, 2012, p. 58). Mas o recurso a esta “estética do erro” representa um perigo na medida em que, por um lado, o ouvinte dificilmente aceita as hesitações quase inevitáveis (o *jornalismo de eeheuuhaah...*) e, por outro, não tolera os enganos dos jornalistas. Conseguirá/quererá distinguir os erros conscientes dos inconscientes? Afinal, como dizia o poeta Manoel de Barros, “é preciso aprender a errar bem”...

A insegurança dos jornalistas no momento da leitura das notícias transmite ao ouvinte a dúvida sobre o seu profissionalismo e introduz uma fonte de “ruído” que interrompe a continuidade da locução. (Balsebre, 1994, p. 59)

### 6.3 “A LEITURA COMEÇA NA ESCRITA”

A forma como se escreve vai condicionar significativamente a maneira como se vai ler.

Dir-se-á que o ouvinte não tem acesso ao texto radiofónico, razão pela qual não vale a pena perder tempo a retocá-lo (substituir siglas e abreviaturas pelas suas palavras completas, por exemplo). No entanto, se isso se refletir na forma como o jornalista o vai ler, então o cuidado deve começar nesse momento.

Algumas rádios levam esta preocupação a tal ponto que impõem uma uniformização aos seus jornalistas, obrigando-os a escrever em folhas próprias, em determinado corpo de letra e obedecendo a alguns critérios, embora essa uniformização possa ter subjacente o princípio de que são outros a lerem os textos, o que se rejeita.

Se é verdade que a banalização dos computadores nas redações também facilitou a escrita, nem por isso deixa de fazer sentido equacionar algumas regras, sobretudo para quem começa na profissão. É que, depois, com a prática, cada um vai aprimorando um estilo, mais ou menos eficaz, de ler sem “ruído” o texto que escrevemos.

Aqui ficam alguns conselhos, uns mais prementes do que outros sobre a redação e a visualização do texto:

- usar duplo espaço para separar as linhas e triplo para marcar os parágrafos;
- nunca cortar a meio palavras ou números no final da linha (porque isso vai provocar pausas artificiais);
- nunca cortar palavras, frases ou parágrafos no final da página (mais pausas artificiais e desorganização mental);
- usar o contraste de maiúsculas/minúsculas para destacar palavras-chave;
- sublinhar (à mão?) estas palavras ou frases mais complexas;
- se necessário, marcar bem (e de preferência de forma diferente) as pausas gráficas, nomeadamente a vírgula, o ponto e o ponto-parágrafo (pontuar mal é entoar mal);
- palavras difíceis de pronunciar, e que não podem ser evitadas, podem ser apresentadas foneticamente, mas devem ser sublinhadas ou de alguma forma destacadas;
- atenção a frases que se podem revelar difíceis (“já há alguns dias...”). Um sublinhado especial prepara-nos mentalmente para a tarefa – isto se não encontrarmos uma expressão mais fácil para a substituição;
- números minimamente complexos vão por extenso (1,5 ME é um milhão e meio de euros), tal como os números que concordam com palavras no feminino. Em vez de “200 pessoas” é melhor “duzentas pessoas”;
- nunca escrever siglas quando é para ler os nomes por extenso (na hora há de sair apenas a sigla);
- escrever à mão é desaconselhável; só para sublinhar ou destacar;
- o tipo de letra não é irrelevante: especialistas dizem que lemos melhor aqueles tipos com mais traços curvos;
- as interrogações são difíceis de entoar e por vezes mesmo desagradáveis; para quando não há alternativa, os espanhóis têm um belo hábito: colocar o sinal de pergunta também no início da frase, para levar a modulação da voz no tom certo desde o princípio (porque a interrogação não deve ser feita apenas na última palavra);
- também as citações em discurso direto implicam uma entoação diferente, até para o ouvinte perceber que não é o nosso texto, que aquilo não é nosso. Sublinhar pode ser uma solução (mas há uma alínea específica sobre isto no “Ruído”);

- marcar bem a entrada de registos sonoros implica uma separação espacial e uma identificação quer do respetivo número quer do nome do jornalista/protagonista;
- e, sobretudo, ler sempre antes do direto ou da gravação e em voz alta; vale tanto como todas as anteriores recomendações juntas! Aliás, há, até, quem aconselhe que a leitura em voz alta se deve fazer à medida que se escreve. As duas juntas são a melhor síntese.

Depois de 20 anos nesta batalha de testar, treinar, orientar locutores, produtores, programadores, etc., temos observado que só ficam, só marcam, aqueles que têm algo a dizer, que trazem do berço alguma coisa a mais do que a bela voz ou o esperto jeito de falar. Continuo achando que o conteúdo é mais importante do que a forma. Se pudermos aliar ou conciliar um grande conteúdo a uma excelente performance, tanto melhor, teremos um profissional bem próximo da perfeição. (César, 1990, p. 22)

## 6.4 O DESEMPENHO VOCAL

Aparentemente questões sobre o desempenho vocal, por serem genéricas à realidade da rádio, afastam-se do objetivo específico definido para este livro, o jornalismo radiofónico. Pensamos, ainda assim, que faz sentido deixar algumas breves notas na perspetiva do jornalista de rádio.

### ***Entoação (e a modulação)***

A entoação é a leitura correta das pausas gráficas, daquelas que escrevemos no texto – e que são, basicamente, os pontos finais e as vírgulas. Uma vírgula não é abordada da mesma forma que um ponto final; se a interrogação não for devidamente... interrogada, ninguém perceberá que é uma pergunta!

Claro que quando falamos/improvisamos somos perfeitos; tão bons que nem pensamos no assunto. No entanto, quando escrevemos, temos evidentemente de pontuar (estas pausas mais não são do que sinais lógicos de transcrição da oralidade) e, mais difícil ainda, de ler. É a tal transposição complicada de realizar e de que já falámos várias vezes: se não dedicarmos atenção especial aos sinais que servem para determinar as pausas (ou as entoações) estamos a prejudicar a capacidade de descodificação do ouvinte.

A dificuldade aumenta porque, ao escrever, somos mais trabalhosos, mais complexos, menos diretos. Um exemplo: na oralidade seria impossível encontrar uma frase com várias vírgulas (“..., que..., que...”), mas na escrita isso sucede – e não é apenas na literatura. É por isso fundamental encontrar, quando falamos de notícias e de noticiários, uma “entoação média”, por oposição a uma a “entoação neutra” (monocórdica, morta) ou, no outro extremo, “cantada” (artificial, caricata).

Muito ligada à entoação temos a modulação: a capacidade de,

É surpreendente a impossibilidade da língua escrita para dar conta da entoação. Se por exemplo, digo 'ela é muito bonita' com uma entoação final ascendente ou descendente estou a fazer um elogio, mas se utilizo uma entoação descendente-ascendente sobre a última palavra, o que estou a dizer equivale a afirmar 'ela é muito bonita, mas...', desejando que o meu interlocutor perceba as reservas que tenho. Isto não pode ser representado totalmente na linguagem escrita (...). (Palmer, 1975)

através do tom e do timbre da voz, fazer vibrar as palavras, dando-lhes vida e ritmo próprios, sem alterar a acentuação correta das sílabas. A modulação é também, portanto, uma espécie de entoação, mas para evitar confusão de palavras separámos conceitos (entoar, neste contexto, refere-se apenas a ler as pausas gráficas).

A palavra golo continua a ser a mesma quer seja dita num noticiário como “golo” ou relatada como “gooooooooolo”. Este é um exemplo extremo de modulação, mas na rádio não faltam situações mais discretas de modulação. Aliás, nas notícias só funcionam se forem discretas (por oposição à leitura em publicidade, onde tudo é permitido...)!

Modulação é a capacidade de flexibilizar as palavras, através de inflexões e contra inflexões. E a tal “entoação média” só se consegue com recurso a modulações da voz.

### ***Dicção/vocalização***

Um dos grandes desafios do jornalista de rádio é aproximar-se do ouvinte (de um hipotético ouvinte-médio, claro), no que se diz e como se diz. Mas, quando chegamos ao problema específico da dicção (ou vocalização), há que alterar a prioridade: temos de falar melhor do que a generalidade dos ouvintes, pela simples razão que temos de falar correto – em muitos casos, o uso não é a norma (não é “número” ou “óvinte”).

Quando estamos em conversa, no nosso ambiente, não nos esforçamos especialmente em pronunciar todas as sílabas. Nem pensamos no assunto. A gesticulação, a possibilidade de repetirmos imediatamente uma palavra ou de esclarecermos qualquer dúvida do nosso interlocutor resolvem bem eventuais falhas de dicção. Na rádio, e principalmente na voracidade das notícias, uma má dicção (ou seja, uma leitura incorreta de uma palavra, numa letra ou numa sílaba) pode provocar a irritação nos ouvintes que a detetarem, vai transmitir uma “informação” errada aos restantes e pode – sobretudo – influenciar negativamente a compreensão da mensagem.

A democratização do acesso ao microfone trouxe muitas vantagens e um ou outro aspeto negativo. Entre estes uma diminuição da qualidade da dicção, porque não é fácil, sem treino, falar melhor do que a generalidade dos ouvintes.

Uma boa dicção é, pois, aquela que segue linearmente o português falado... correto e que facilita a compreensão da palavra.

Algumas questões mais concretas:

- é correto, por regra, “atonizar” a última sílaba, uma vez que na nossa oralidade terminamos as palavras em queda e não em crescendo (mesmo quando são – raramente – acentuadas na última sílaba);
- deve evitar-se a chamada “vogal parasita”, que transforma final em *finale*, ler em *lere* ou “com” (dos endereços internet e telecomunicações) em *come...*;
- há quem diga que é excesso de dicção quando se diz “ministro” em vez de “menistro”. A palavra é “ministro”;
- a pronúncia (o sotaque regional) é um problema quando afeta a dicção. Não há em Portugal aquilo que se pode considerar uma norma, um sotaque-padrão, até porque também não há nenhuma entidade a fixar esse tipo de critérios. Além do mais, o sotaque das diferentes regiões do país é um elemento de riqueza cultural; já o mau português e/ou a má dicção são de rejeitar. Mais uma vez, também conta ter em atenção o público a que cada rádio se dirige, sobretudo na segmentação geográfica.

O maestro Jordi Savall (...) dizia que a nossa língua – o português – “es muy cerrada”, para explicar que não se adequava tão bem ao canto como as outras latinas – italiano, espanhol... Que comemos as sílabas finais que, consequentemente, deixam de se ouvir e, é claro, tornam a compreensão e a expressão muito mais difíceis. “Nosotros decimos: te quiero. E vosotros como?” O entrevistador respondeu: “Amo-te.” O maestro sorriu e disse: “Aí está!” E eu, ao ouvir “Amo-te” pensei comigo: “Aí está! Amo-te é uma locução esdrúxula, sem força, quase muda, que se pronuncia quase sem se ouvir o “te” enclítico, última sílaba da tal locução esdrúxula. (...) Quando “Te quiero...” também tem uma sílaba depois da tónica, mas não é comida: Te quiero! (Te quierô!... Não fica nenhuma por pronunciar com clareza). (Marques, 2001, p. 64)

### **Respiração**

Uma respiração deficiente pode ser provocada, essencialmente, por duas situações diferentes:

- inexperiência do jornalista, que controla mal a relação entre a quantidade de texto e de ar e, assim, acaba tomado pelo nervosismo;
- uma corrida para o estúdio ou para o telefone, que provoca a completa descoordenação do fôlego (a ansiedade aumenta a tensão muscular).

Uma respiração deficiente destrói o melhor texto. O fôlego e o controlo respiratório são fundamentais para não haver frases interrompidas ou, menos frequente, palavras cortadas. As interrupções durante a leitura são puro “ruído”!

Quem consegue respirar com naturalidade pode concentrar-se no texto, consegue lembrar-se de algo se for necessário, pode até improvisar; se não, surgem os enganos, o pânico de “nunca mais chegar ao fim!” Como se não bastasse, o microfone é cruel, porque amplia os ruídos...

A respiração deve ser suave e silenciosa; não deve ser feita apenas pela boca ou pelo nariz, mas sim de uma forma mista (a expiração pelo

Cuidado com a respiração, pois o microfone vai captá-la e amplificá-la. (...) Uma das coisas que demonstram que um locutor é iniciante é a forma pela qual são feitas as tomadas de ar antes de se falar. O microfone amplifica os sibilados da voz e os ruídos provocados pela boca. É extremamente desagradável ouvirmos alguns tipos de ruídos provocados pela língua, dentro da boca, durante a locução. (César, 1990, p. 83)

nariz exige uma pausa maior, mas não quebra o ritmo de comunicação nem a mensagem; a inspiração deve ser feita pela boca, para não truncar as frases, direta à barriga/diafragma). As respirações só se podem fazer nas pausas gráficas, mais prolongadas nos parágrafos (a inspiração), menos nos pontos e bastante mais curtas nas vírgulas.

### **Ritmo**

A procura de um ritmo certo visa, desde logo, tentar anular características individuais, que nos levarão a ler/falar muito rápido ou monocordicamente. Depois, procura-se encontrar uma forma de aliar a vivacidade necessária à comunicação oral com uma velocidade de discurso que permita ao ouvinte compreender o mais perfeitamente possível o que se diz – e aqui é relevante pensar que o ritmo de expressão não será o mesmo numa rádio para jovens ou numa rádio para ouvintes com mais 60 anos, por exemplo.

Não há um ritmo ideal na rádio, não há apenas um. O ritmo pode variar em função de cada notícia, dentro de três parâmetros abrangentes: a importância dos acontecimentos relatados, a hora a que falamos e mesmo o contexto em que a mensagem é transmitida.

- a importância: se há uma notícia de última hora, se essa notícia tem um grande impacto ou se, por exemplo, sucedeu algo completamente inesperado é desejável que o jornalista coloque um pouco mais de velocidade. É o caso também da jogada de perigo que pode (ou não...) dar golo;
- a hora: é compreensível que o jornalista fale num ritmo de manhã (mais pressionante, sem que seja acelerado) e noutra à noite (menos tenso, mais distendido);
- o contexto: o direto implica também um ritmo mais forte do que o gravado; e nem é uma questão da importância absoluta da notícia: a manifestação que pode resultar no corte de estrada, o relato de futebol, o primeiro-ministro que acaba de chegar à reunião onde, já se sabe, se vai demitir. Por outro lado, é importante reconhecer que a liturgia do noticiário (a gestão mais ou menos rigorosa do tempo, a necessidade de absoluto rigor, a supremacia do texto e respetivas características, os próprios sons identificativos desse espaço) cria um ritmo mais tenso do que uma emissão especial, que se prolonga no tempo e onde dominam o improvisado e o direto.

É importante ter em conta, neste contexto, que o ritmo também pode variar dentro de um mesmo texto, em função das palavras-chave e das “pausas de tensão”. São “íntimas frações”, muitas vezes aparentemente impercetíveis, mas que globalmente – na escuta – resultam num texto mais agradável de ouvir e... fixar.

### **Atitude**

Que adianta a nossa leitura estar bem entoada, a dicção ser perfeita, a respiração certa e silenciosa e o ritmo adequado (nem muito lento nem muito acelerado), se a nossa presença em antena é desinspirada, apagada, ou, pelo contrário, excitada, nervosa? Ter a atitude certa é fundamental. E difícil.

Aquilo que aqui se designa por atitude é, na verdade, o conjunto de sentimentos que passamos (inconscientemente) para o ouvinte, para além daqueles que o conteúdo das informações proporciona a cada um. Pela voz.

A ausência de imagem e de outros suportes físicos faz com que a rádio seja o único meio de comunicação que funciona plenamente no escuro; a riqueza de sensações que a rádio desperta é incomensurável, razão suficiente para nos preocuparmos com a atitude em antena. A necessidade de ter uma atitude certa na leitura é a mesma que o palhaço tem de fazer rir, mesmo quando está triste.

Por isso se pode dizer que o jornalista, neste caso, de rádio, é um ator. Estamos especialmente tristes naquele dia? Que culpa tem o ouvinte?! Entramos de férias amanhã e espera-nos a praia e o sol? O ouvinte é que se importa... Ou, mais simplesmente, estamos distraídos com qualquer coisa para além das notícias? O ouvinte vai perceber! Ou seja, entrar em estúdio, falar para um microfone ou dar o sinal de “grava” são momentos que têm que representar a transfiguração do jornalista de rádio.

Ter atitude é ter convicção naquilo que se diz (que é muito diferente de concordar ou não concordar com os conteúdos), é transmitir segurança, oferecer credibilidade. É, em suma, disfarçar sentimentos pessoais que são tão irrelevantes para o ouvinte como fundamentais para os seus “autores”... Ter atitude, no fundo, é nunca esquecer que é o jornalista que se deve identificar com o ouvinte e não o contrário...

Se o apresentador [na Grã-Bretanha ou no Brasil ainda prevalece a tendência do apresentador, que não é jornalista, mas a ideia aplica-se a estes e aos animadores] estiver indo muito rápido, talvez não ajude pedir a ele que vá mais devagar; isso provavelmente fará com que pareça afetado e cuidadoso em excesso. O importante é que ele aumente a pausa entre as frases – que é quando ocorre o entendimento. Não é tanto a velocidade das palavras que pode confundir, mas a falta de tempo para que façam sentido. (Mcleish, 2001, p. 87)

Uma atitude demasiado seca ou demasiado alegre vai levar a uma reação negativa com respeito à eficácia da mensagem. A primeira provoca um distanciamento entre fonte e recetor, e a segunda tira credibilidade. A tendência deve ser a de expressar-se amigavelmente, mas sem uma afabilidade excessiva e fictícia, que acusaria efeitos contrários aos desejados. (Prado, 1985, p. 25)



## 7.0 O CONCEITO DE “RUÍDO”

Este é o maior capítulo do livro. E isso diz muito da importância que se atribui ao problema. Mas há outro fator que releva essa importância: o conceito atravessa toda a obra, de tal forma que, apesar dos cuidados em separar as diversas informações, há algum risco de o leitor encontrar ideias que já leu antes...

A definição de “ruído”, em contexto de jornalismo radiofónico, parece muito simples: tudo aquilo que é dito pelo jornalista e que pode fazer com que o ouvinte interrompa (nem que seja por alguns segundos, mas quase sempre temporário) a escuta da rádio. Ao balizar-se desta forma, está-se a colocar de fora as situações em que a distração do ouvinte é consequência de outros fatores, exógenos quer à comunicação radiofónica (uma buzina no semáforo, o filho que grita no banco de trás do carro, alguém que toca à campainha de casa, o telemóvel) quer ao próprio jornalismo (uma falha de energia, uma avaria no satélite ou no computador da emissão; o ouvinte não gosta da voz de determinado político ou não suporta informações sobre futebol), porque sobre eles nada é possível fazer.

O principal fator de “ruído” no texto de rádio é a influência (nociva...) da escrita!

Uma nota mais: como se percebeu antes, coexistem dois conceitos para uma mesma palavra: “ruído” e ruído! “Ruído” como manifestação da teoria do jornalismo radiofónico e ruído na semântica linear da palavra (muito vento na altura da gravação? microfone longe do entrevistado? um entrevistado com muita tosse, catarro ou rouquidão?). Por isso se diz que o ruído pode ser “ruído”.

[os ouvintes] às vezes, dão-nos sérias lições, sabem quando fazemos com os pés e sabem onde falhamos. Não os enganaremos muito tempo a todos, isso ia levar a um toque a rebato qualquer. Há uma vigilância dos ouvintes que nós sentimos informalmente. (Fernando Alves, “Jornalismo e jornalistas, Clube de Jornalistas, Lisboa, outubro/dezembro 2000, p. 11)

### 7.1 O “RUÍDO” NO TEXTO

Orlando Serrano é o filho mais velho de Joaquim Serrano, conhecido no Alandroal pelo nome de ‘engenheiro’. Pai e filho dedicam-se ao negócio das avestruzes e...

“O “engenheiro” é o pai ou o filho? É provável que pela continuidade do texto o equívoco fique esclarecido, muito mais se o recetor estiver a ler. Mas na rádio poderá ser demasiado tarde: a compreensão terá sido prejudicada, pelo que esta formulação, aparentemente tão simples, é geradora de “ruído”.

Uma solução radiofónica:

Orlando Serrano, conhecido no Alandroal como o ‘engenheiro’, é o filho mais velho de Joaquim Serrano. Pai e filho...

Este exemplo remete diretamente para outro problema próprio da linguagem da radiofónica: as orações interpostas.

“Conhecido no Alandroal como o ‘engenheiro’” é uma frase intercalada na ideia principal e se neste caso, por ser curta, não interrompe o raciocínio primário, noutros são puro “ruído” (mesmo que ao escrever tal não pareça).

Orlando Serrano, que muito embora não tenha completado a faculdade, como gosta de lembrar, é conhecido por todos os que vivem e frequentam a vila alentejana do Alandroal como o ‘engenheiro’, é o filho mais velho de Joaquim Serrano. Pai e filho...

É muito provável que o ouvinte não se lembre do início da ideia quando terminar a oração intercalada, neste caso demasiado comprida ou tenha perdido o fio à meada.

Embora elas sejam muito importantes para aumentar os contrastes no ritmo de leitura – permitem, por exemplo, o aparecimento das “pausas de tensão”, recomendam-se frases interpostas o mais curtas possível e quanto menos melhor. Até porque elas são geradoras de situações como:

Luís Pinto, o deputado do Partido Socialista que lidera a muito polémica comissão parlamentar que investiga os negócios do ‘Euro 2004’, e que termina mandato daqui a duas semanas, Luís Pinto já disse que por ele os trabalhos vão...

Assim escrita, a frase parece uma aberração. E é verdade que, sendo escrita, nunca haveria necessidade de o nome ser repetido. Mas no improvisado acaba por ser a melhor solução para garantir a linearidade do raciocínio por parte do ouvinte, depois de uma ou mais orações extensas.

Estes são dois exemplos, muito simples, de como, facilmente, surge “ruído” na escrita radiofónica, muito por culpa da nefasta contaminação da imprensa (até o aparentemente inofensivo “etc.” é disso um exemplo)...

A mensagem radiofónica morre no momento em que é transmitida. O que vale por dizer que, como ninguém anda de bloco de notas ou com um gravador a registar o que é dito, se o ouvinte não a conseguir entender nesse momento também não haverá uma segunda oportunidade. Por isso, o texto que escrevemos para dizer na rádio tem de ser imediatamente inteligível: uma frase mal construída, uma expressão ambígua, uma ideia complicada ou os factos apresentados sem lógica poderão ser sinónimos de “ruído”.

Alguns exemplos :

- o uso do futuro: na comunicação oral provavelmente ninguém diz “amanhã irei às compras” mas esta é a fórmula correta na escrita. “Durão procurará um acordo” não é uma frase que se use na nossa oralidade; seria mais correto afirmar “Durão vai procurar um acordo” (ainda que isso contrarie a regra de não dizer em duas palavras o que se pode dizer numa) ou, melhor, “Durão procura um acordo”, se isso não ferir a lógica dos acontecimentos ;
- o presente é tempo verbal indicado na linguagem radiofónica, por pressupor atualidade, imediatez, proximidade. Claro que nem sempre é possível escrever no presente do indicativo: muitas vezes o passado é inevitável (o que é incorreto é, num mesmo texto, misturar tempos verbais, quando se pode unificar), mas há sempre essa possibilidade fantástica do “presente histórico” (“... é por isso que há dois anos abandona o parlamento...”).
- as siglas: há algumas (como CGTP, CRIL ou MRPP) que são mais conhecidas do que o nome completo, mas a maior parte das siglas é desconhecida e deve ser usada a denominação do sindicato ou da associação (não necessariamente na íntegra). Há outras siglas que são tão conhecidas como o nome completo e aí podem usar-se indiferentemente (PSD, PSP);

- a dupla negativa: alguém percebe quando se diz “estamos todos de acordo que não se deve não dar esta lição”? ou, como escreveu, Gil Vicente: “nem de pão não nos fartamos”; outro exemplo, mais corrente: “não há neste governo nenhum ministro que não tenha estado num executivo anterior” (qualquer um de nós diria “todos os elementos deste governo já foram ministros ou secretários de Estado no passado”); a segunda negação pode anular a primeira...
- inversão do sujeito: por contaminação tituleira, os jornalistas gostam muito de escrever coisas como esta: “areia suja, bactérias na água e falta de informação são algumas das falhas encontradas pela Quercus nas praias portuguesas”. “Umas tripas, rabanadas e uma garrafa de vinho é o que vamos jantar logo” – alguém fala assim?
- escrita incorreta, formação ou flexão das palavras: “o bombeiro entreviu [interveio]” ou “vão haver [vai haver] mais greves”, “terão c’analizar [que analisar] o documento”, “hádem [hão de] saber...”;
- para além da confusão/perplexidade que causa no ouvinte, a falta de uma uniformização em nomes estrangeiros, neologismos, novas palavras e morfologia composta do português (as quatro situações que exigem uma intervenção unificadora) é também um sinal de desarrumação. É necessária uma intervenção unificadora, que não significa retirar criatividade e margem de manobra aos jornalistas;
- demonstração de ignorância: “o juiz pediu prisão preventiva” (é o Ministério Público que pede) ou “o jogador sofreu uma simples luxação” (uma luxação é uma doença com gravidade);
- mau uso da língua: “o autocarro vai em direção à Campanhã” (a Campanhã) ou “a Irlanda venceu à Coreia do Sul” (ganhou à...);
- pleonasmos despropositados como “hemorragia de sangue” ou “repetir de novo”.

Cinema, rádio, televisão, revistas são uma escola de distração: olhamos sem ver, escutamos sem entender. (Bresson)<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Retirado da Wikipedia ([http://www.wikipedia.or.ke/index.php/Robert\\_Bresson](http://www.wikipedia.or.ke/index.php/Robert_Bresson))

### 7.1.1 O SENSACIONALISMO

O sensacionalismo é “ruído” quando um ouvinte se sente enganado por alguma informação dada (ou pela falta dela). Estamos, pois, a falar de atos por parte dos jornalistas (conscientes ou inconscientes) que provocam algum tipo de divórcio no ouvinte. Muito mais se este achar que houve intenção de o enganar...

Exemplos que podem pressupor uma quebra de confiança:

- -uma informação falsa (seja uma notícia em “primeira mão” ou uma “dica” relevante de trânsito);
- sensacionalismo (não há correspondência entre o que é prometido – nos títulos ou no *lead* do editor – e o que é a seguir revelado pelo repórter).

Uma avaliação empírica diz-nos que o ouvinte, por regra, é implacável com as falhas de quem trabalha na comunicação social. Muito mais se acha que foi enganado deliberadamente.

### 7.1.2. OS NÚMEROS

De todos os exemplos de “ruído” em rádio os números são os mais perigosos. A situação é de tal forma grave que, genericamente, se pode dizer que “não há números bons” na escrita de rádio. Quando muito, é possível tentar diminuir o impacto negativo, atenuar o “ruído”, oralizando os números dentro do possível e relativizando-os.

Algumas situações:

- horas: só interessam as de Portugal; se for relevante podem ser dadas simultaneamente as do local de origem da notícia;
- tempo: duas da tarde e não 14 horas; mas tanto se pode dizer “três menos num quarto” como “duas e 45” (esta última já é imediatamente descodificável...); hoje, ontem e amanhã, depois de amanhã, de hoje a oito dias, na próxima semana; da mesma forma, em vez de “dia 28” é correto dizer “de hoje a oito dias” ou “na próxima semana”; só mesmo quando não há alternativa é que devem aparecer os números;
- ordinais: idealmente só usar até ao 20º lugar. A partir daí já não o tricentésimo, quadragésimo sexto, mas a “posição 346”... (temos aqui um exemplo de como a linguagem radiofónica pode chocar os mais puristas; mas dizer que um ciclista foi octagésimo oitavo não é o mesmo que informar que ficou no lugar 88 – para quem ouve e, até, para quem lê);
- pontos ou vírgulas: 3,5 ou 3.5 milhões de contos é errado. Três milhões e meio de euros. No caso de graus e percentagens, a uniformização deve fazer-se por “três vírgula cinco” e não “três ponto cinco”;

- temperaturas: devem ser aproximadas (é melhor dizer que estão 27 graus do que 26,7 graus);
- frações de tempo: nas provas de automobilismo os comentaristas gostam de dizer “um minuto, 12 segundos e 325 centésimos”! Ninguém fixa e, pior, ninguém sabe o que é essa fração de tempo... (os jornais no dia seguinte ou a televisão à noite podem dar os quadros e as tabelas...);
- resultados desportivos: no futebol nenhuma equipa ganha por 3-4. A intenção de realçar que foi uma vitória forasteira deve ficar clara no texto;
- manifestações e greves: os promotores fornecem invariavelmente números muito mais elevados do que as autoridades; restam duas alternativas: não dizer nada sobre esse pormenor ou, então, dar as duas partes;
- “cerca de”: é sempre bom fazer aproximações, mas não há “cerca de 17 feridos”. A aproximação é feita aos números redondos: 10, 20, 30, 300, 5000, etc.; os números grandes são sempre arredondados;
- moedas: os dólares são uma moeda estranha aos portugueses (tal como as libras e os reais). E sempre que os valores são elevados é importante tentar ter um termo de comparação (cem milhões de euros pode parecer muito, mas se anterior verba para a mesma finalidade foi de 300 milhões...);
- milhas: à exceção da prova atlética, devem ser convertidas em quilómetros (1609 metros); atenção às milhas náuticas, são diferentes;
- percentagens: uma percentagem é sempre preferível a um número total (porque já pressupõe uma relativização). Mas um número em percentagem não deve ser, por si só, a conclusão, a notícia; precisa sempre de uma comparação/contextualização. Se não é a história do meio frango...; E por falar em percentagens, como fazer a concordância? 30 por cento das mulheres fumam; 70 por cento da cortiça portuguesa vai para Espanha; 5 por cento da população não sabe ler; 50 por cento dos jornalistas devem ser aumentados!
- lotarias e totolotos: mais números que não funcionam. Mas é mesmo muito importante (os números da lotaria do Natal, por

- exemplo)? Então é fundamental preparar o ouvinte, avisá-lo de que vamos daqui a pouco dar-lhe os números premiados;
- terremotos: os valores devem ser sempre relacionados com a totalidade de uma ou de outra escala (Richter e Mercali);
  - telefones: para um número de telefone “funcionar” junto dos ouvintes são precisas duas condições: ser relativamente fácil de decorar e ser muitas vezes repetido; um número de telefone na rádio tem uma utilidade quase nula...
  - cem/sem: “o governo promete 100 reembolsos do IRS por dia”. Mas ouvida, a frase pode ter uma compreensão ao contrário. Na imprensa a grafia diferente das palavras anula este problema, mas no discurso radiofónico as palavras homófonas podem ser “ruído”;
  - “Duzentas gramas”? Não, duzentos gramas. Grama é masculino.

Se os números disserem pouco para a notícia, não os use. Se usar procure relacionar sempre que possível o número, a quantia, com o dia-a-dia das pessoas. (Klockner, 1997, p. 51)

### 7.1.3 OS PRONOMES (*RESPETIVAMENTE*)

Existem palavras que estamos habituados a usar na escrita mas que na rádio são puro “ruído”. Alguns pronomes são disso um bom exemplo. Mas não só:

#### ***Respetivamente***

É a palavra *proibida* na rádio!

Um presidente que foi deposto, outro que morreu e outro que não se sabe onde está.

Isto tudo nas últimas horas, no Mali, na Somália e na Guatemala, respetivamente...

Alguém conseguirá fixar que foi na Somália que morreu o presidente?

E se à primeira vista este exemplo é demasiado radical, “na prática ninguém diria isto”, a verdade é que sempre que se usa o respetivamente estamos a confundir o ouvinte.

#### ***“Primeiro, segundo, terceiro”***

Outra forma de “ruído” resulta da utilização de numerais ordinais nas notícias:

Nas últimas 24 horas três golpes de estado, no Mali, nas Honduras e nas ilhas Fiji.

No primeiro, um antigo Presidente da República decidiu apelar a um levantamento popular e milhares de pessoas acabaram por invadir o palácio presidencial, obrigando o até agora chefe de estado a fugir;

O segundo foi promovido por um grupo de oficiais da força aérea e apenas se sabe que tem havido confrontos nas ruas da capital;

Finalmente, o terceiro, que já se sabe ter fracassado, uma vez que o Presidente da República emitiu há algumas horas uma nota oficial, dizendo que a situação está calma e os revoltosos, em número indeterminado, detidos.

Pergunta óbvia: onde foi o terceiro golpe de estado, isto no pressuposto de que o ouvinte conseguiu fixar, pelo menos, que o primeiro foi no Mali?

A utilização, como neste exemplo, de numerais ordinais é “ruído” grave, porque o ouvinte vai certamente ficar a meio da mensagem.

Outro caso parecido com este, embora não tão grave:

Octávio Machado e José Mourinho são treinadores bastante diferentes.

Um prefere a exposição pública, o combate externo, a provocação;

Outro é mais resguardado, introvertido, preferindo o diálogo para o interior da equipa e do clube.

Fica claro, à medida que se ouve a peça, que o segundo é o Mourinho?

### ***Seu/sua***

Um potencial foco de equívocos...

De quem é o livro? De Cavaco Silva ou do próprio Marcelo? Ou, até, de Durão?

É lógico que o se o livro fosse de Durão Barroso este estaria presente. Mas este é um raciocínio dedutivo – ainda que básico – e a escuta de rádio não permite raciocínios dedutivos.

A escrita de rádio exige outros cuidados:

Marcelo Rebelo de Sousa faltou ao comício de Durão Barroso, porque à mesma hora estava numa cerimónia em Almada, onde Cavaco Silva apresentava o seu livro de memórias.

Idealmente dever-se-iam evitar os pronomes possessivos (seu, sua) na comunicação radiofónica, porque podem ser geradores de equívocos.

Vítor Constâncio garantiu que a última gestão do Banif não teve culpa na falência do banco e que a sua credibilidade não pode estar em causa.

A sua, de Vítor Constâncio, ou a da última gestão do Banif?

### ***Este/esse***

Os pronomes demonstrativos também podem gerar equívocos e merecem, por isso, atenções especiais. Tem de ficar claro qual é o nome a que o pronome se refere.

A feira do livro de Lisboa, dedicada este ano à filosofia, apresenta pela primeira vez uma seleção de manuscritos antigos.

Estes foram escolhidos pela associação portuguesa de alfarrabistas, de acordo com esse tema.

Em conclusão: a linguagem radiofónica combate a repetição de palavras, mas esta repetição não deve ser eliminada se estiver em causa a compreensão da mensagem (no limite do absurdo, é preferível ficar feio do que incompreensível); além disso é sempre possível – e desejável – recorrer a atributos, substitutos e sinónimos dos nomes, desde que estes sejam perfeitamente descodificáveis (aquilo que na literatura se chama anáfora).

Reafirmamos que “a rádio é diferente” e, portanto, escrever para ela pressupõe uma mudança total de mentalidade ao redigir. Uma transformação que permita compreender que a descodificação se faz no presente e que as mensagens não permanecem no tempo nem no espaço. Como tal, não se podem repetir. (Haye, 1995, p. 92)

## **7.1.4 EXCESSO OU FALTA DE INFORMAÇÃO**

Não há nem provavelmente haverá consenso sobre a *medida certa* na informação radiofónica: quantas palavras ou quanto tempo deve

durar uma notícia, um som, um texto? Existem alguns estudos, mas as conclusões variam, até, de língua para língua.

O espanhol Emílio Prado cita uma investigação realizado para a agência Associated Press, que diz que “a compreensão ótima é dada pelas frases com uma média de 19 palavras” (1989, p. 35). Mas este estudo de Flesch refere-se “à legibilidade nos Estados Unidos durante os anos 40 e, portanto, tem apenas um valor indicativo” (1989, p. 35).

Outro estudioso, o italiano Gadda, escreveu em 1973 que “o tamanho máximo das frases na rádio é de quatro linhas dactilografadas, sendo de duas a ideal” (Prado, 1989, p. 35). Mas o mesmo Prado lembra que o italiano possui uma estrutura mais semelhante ao espanhol do que o inglês. “Seriam 18 as palavras por frase que dariam uma compreensibilidade máxima a um texto radiofónico” (1989, p. 35).

Luís Paixão Martins refere estudos realizados com a língua francesa:

numa frase com 17 palavras, a memória imediata do leitor médio apreende 12 (...). Numa frase com 40 palavras, a mesma memória apreende uma quantidade igual. O que deixa muito a desejar quanto à retenção da ideia do texto. O problema seria ultrapassado com a divisão da frase em duas. (Martins, 1983, p. 46)

Mas, também neste último caso, como se percebeu, a referência ao leitor remete para estudos destinados à imprensa. Ou seja, não é fácil encontrar a medida virtuosa. Pelo que é relativamente fácil suceder que uma notícia tenha excesso ou, pelo contrário, falta de informação.

### ***Excesso de informação***

O Ministério dos Negócios Estrangeiros está a fazer a fazer contactos junto das autoridades brasileiras para que sejam libertados o mais depressa possível os portugueses presos no Brasil, quando protestavam junto à sede do Movimento dos Sem-Terra.

Este nem é um *lead* muito exagerado. Mas é muito grande. Pode levar a perder o sentido original da frase. E arranjar exemplos mais caricatos seria muito fácil... Excesso de informação é o mesmo que dizer frases demasiado longas, demasiadas e extensas orações intercaladas, pronomes relativos (*que, que, que...*) sem se chegar à conclusão.

## Falta de informação

Já está marcado o funeral de António Pinheiro.

A família do jornalista acaba de anunciar que as cerimónias se realizam amanhã no cemitério dos Prazeres.

António Pinheiro morreu ontem, depois de duas semanas de internamento hospitalar, com 100 anos.

Inicialmente pensou-se que o antigo locutor da BBC seria cremado, mas agora a família acaba de revelar que haverá funeral e enterro no cemitério.

Num comunicado enviado à comunicação social, a mulher de António Pinheiro diz ser esta a melhor forma de agradecer aos muitos portugueses que sentiram de uma forma especial o desaparecimento do jornalista.

E, afinal, quando é o funeral? A data da marcação é tão importante que justifica o *lead*. Os ouvintes que queriam saber e ficaram atentos à notícia sentiram-se certamente defraudados. Ficaram a pensar no assunto. Ouvirão a próxima? É “ruído”!

Outra hipótese onde por vezes se verifica falta de informação: nos títulos das notícias. Mais uma vez se trata da transposição dos tiques da imprensa querer ser (tão) “curto e grosso” que se sacrifica o rigor e a presença de dados importantes no texto.

Em resumo: aceitando-se as 150 palavras por minuto, um noticiário de 10 minutos tem 1500 palavras. O que equivale a pouco mais de duas colunas de jornal. O muito grande na rádio é muito pequeno no jornal! Uma notícia de minuto e meio (aquilo que se aconselha na rádio, apesar de não se poder considerar pequena) terá pouco mais de 200 palavras. O que num jornal não é nada.

Dizer o essencial, esclarecendo as dúvidas principais do ouvinte e gastando o mínimo de tempo é a resposta possível para este problema, seguindo Prado: “o princípio da economia de palavras deve estar em mente na hora de redigir um texto radiofónico” (1989, p. 34).

Quanto mais longa é a frase, mais aumenta o número de hipóteses sucessivas formuladas pelo cérebro do ouvinte antes de chegar à hipótese correta, e mais riscos se corre de esquecer uma parte dos elementos ou de os interpretar mal. Como o ouvinte não pode voltar atrás para «gravar» os elementos que faltam ou defeituosos, arrisca-se a todo o momento a formular hipóteses erradas. (Jespers, 1998, p. 107)

### 7.1.5 A OPINIÃO

Qualquer jovem candidato a jornalista aprende que não se deve misturar opinião com as notícias. E a principal razão que justifica esta certeza nem é a mais relevante para a matéria desta alínea: o rigor, a

imparcialidade, a (pseudo)objetividade. Aqui, de uma forma muito mais simples, importa deixar claro que uma notícia com opinião é um hipotético convite ao ouvinte para se desligar – embora seja necessário perceber de que tipo de opinião estamos a falar.

Os palestinianos do campo de refugiados de Jenin continuam a afrontar o poderoso exército israelita.

O “poderoso” tem, aqui, que utilidade? Dá mais a ideia de quem está tomar partido: os pobres dos palestinianos, indefesos, contra o gigante israelita! E quem não concordar com a formulação? Vai continuar a ouvir? Ou vai ficar a discutir a atitude do jornalista? Desligará? Interroga-se? É isto o “ruído”.

Mas seria muito simplista resumir opinião em rádio ao uso de adjetivos e advérbios. É que nem sempre a utilização de adjetivos é errada – por vezes ajudam a contextualizar e podem facilitar a interpretação, se o jornalista que os usa está seguro que assim é, por dominar o assunto ou por ter sido testemunha dos factos.

A bolsa continua a cair, há vários papéis em baixo, tem sido mesmo uma manhã bastante agitada.

Mas por regra o seu uso é perigoso.

O judo português está de parabéns, Nuno Ferreira acaba de conquistar o terceiro lugar no campeonato europeu, que está a decorrer em Atenas.

Parabéns pelo terceiro lugar? Mas em anteriores campeonatos o mesmo judoca não ficara em primeiro? A medalha de bronze não é necessariamente uma desilusão, mas também dizer que “está de parabéns”?!

Uma medalha de bronze para o judo português. Nuno Ferreira acaba de conquistar o terceiro lugar no campeonato europeu, que está a decorrer em Atenas.

A evitar a todo o custo: os juízos de valor. E quanto mais superlativos forem os adjetivos...

### 7.1.6 A LINGUAGEM ARTIFICIAL

A linguagem dos jornalistas, sobretudo da rádio e da televisão, é excessivamente contaminada por clichés (“palavra, frase, expressões ou ideias muito gastas pelo uso”) ou lugares-comuns (“ideia, assunto ou dito banal, que toda a gente repete”) que transformam negativamente a mensagem.

Esses chavões assumem por vezes a lógica de um jargão (“linguagem própria de um grupo profissional, gíria profissional”) ou, pior, de um maneirismo (“afetação nos modos, no falar, no estilo”), seguindo as definições retiradas do *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea*, da Academia das Ciências de Lisboa.

Os jornalistas de rádio devem usar uma linguagem que seja ao mesmo tempo próxima daquela que os ouvintes (o tal ouvinte-médio, imaginário) estão habituados a ouvir, sem ceder a extremos, quer de erudição quer de banalização. Por isso, mais do que apresentar uma lista de expressões que, enquadrando-se hipoteticamente nas classificações feitas anteriormente, são “proibidas”, optou-se por definir uma espécie de rede de critérios, onde cada um pode peneirar a palavra ou a expressão em dúvida.

- não usar duas ou mais palavras quando a mesma coisa se pode dizer numa (um “agente da ordem” é um polícia);
- não usar palavras ou expressões que sendo semanticamente corretas aparecem deslocadas da linguagem média (“missiva” é carta!);
- não usar palavras ou expressões que podem ofender/indignar os ouvintes, porque isso é uma forma de “ruído” (sejam palavras, sejam imagens como “sexo fraco” ou ainda apreciações como esta do trânsito: “depois de cinco acidentes seguidos na A1, em direção a Lisboa, agora mais outro, felizmente no sentido contrário”. Felizmente? E quem foi prejudicado?);
- combater as palavras ou expressões (*clichés*...) que sejam disparatadas e possam causar perplexidade no ouvinte (“a bola não entrou por uma unha negra”. Unha negra?!);
- evitar as palavras ou expressões que, sendo (ainda por cima mal...) usadas numa determinada área de atividade, não

Acho que éramos todos mais felizes se um dia, à semelhança do que os jornalistas da BBC tentaram fazer na II Guerra Mundial e, mais recentemente, nas Malvinas/Falkland, a nossa rádio (pública e privada) fosse capaz de fazer o relato de um Portugal-Itália sem torcer por nenhum dos lados. Reservando as tomadas de posição para o momento do comentário geral. (Gomes, 1996, pp. 120-121)

- encontram eco fora daí: por que é que a expressão “moldura humana” apenas se usa no futebol? Ou por que é que a chuva tem de ser “torrencial”, os “marcos” têm de ser “históricos”, a água “é um precioso líquido”, um “campeão sagra-se” e os êxodos “são em massa”? São frases que até podem ter começado por ser expressões interessantes, mas que se banalizaram de tal maneira, a ponto, de hoje, pouco ou nada significarem...;
- evitar as gírias/jargões profissionais, como o “jornalês” (“sindicato do setor”, “ministro da tutela”, “levar a cabo”, “subordinado ao tema”, “usar da palavra”) que não têm reflexo no dia a dia, mas contaminam perigosamente a linguagem;
  - ainda nas gírias/jargões profissionais, atenção especial às informações fornecidas pela polícia, meteorologia ou bombeiros: vêm misturadas com “agentes da autoridade” ou “da ordem”, “ocorrências” ou “incêndios circunscritos” que “deflagram”. Alguém fala assim?
  - face à tendência para que determinadas linguagens especializadas se sobreponham (o futebol, a economia...), parece importante combater essas subversões, seja pela abundância de “ruído” seja pelo aligeiramento da forma, que resultam, a maior parte das vezes, da importação de gírias e jargões técnicos, sem a consequente tradução ou adaptação à realidade da rádio, da adaptação (por ser mais fácil) de estereótipos e lugares-comuns, que, na ausência de texto, estão sempre “à mão” e se institucionalizam pela abundância de diretos e, mais importante, do improvisado – não ter o trabalho de escrever e de pensar o que se escreve é uma tentação... Esta subversão também acontece durante a chamada continuidade informativa, mas é audível de uma forma estruturada (consciente? inconsciente?) em espaços temáticos;
  - as novas palavras: a língua é obviamente dinâmica e todos os anos surgem novas palavras. Sendo a rádio, provavelmente, o meio menos indicado para estrear essas palavras, dever-se-á fazer acompanhar os termos em causa de algum tipo de explicação, quando eles forem realmente necessários (“resíduos sólidos é o mesmo que lixo!);
  - como lidar com os palavrões? Um palavrão é algo que – no mínimo - vai desassossegá-lo o ouvinte. E, com alguma certeza,

poderá levar a um corte na comunicação. Por isso este tipo de vernáculo é de evitar. A exceção: se a palavra ou expressão em causa é fundamental para a compreensão da mensagem por parte do ouvinte;

- citações em discurso direto podem gerar equívocos: por um lado, o ouvinte não vê as aspas, por outro há o risco de confusão com o próprio jornalista: “Não me demito, nem que a isso me obriguem”, diz o bastonário da Ordem dos Advogados.” Como regra é aconselhável a transformação das frases em discurso indireto.

Em resumo: não usar palavras ou expressões que não passem na pergunta: “sinceramente, eu diria isto?”. É que na dúvida (e há muitas situações duvidosas, como “muita tinta correu” ou “como peixe na água”) deve imperar o bom senso e a sensibilidade do jornalista. E depois dessa primeira pergunta, ainda se pode fazer uma outra: “o ouvinte percebe e aceita isto?”.

Um jornalista não deve esquecer que tem uma função social com alguma responsabilidade junto do ouvinte. Como se pode ler na versão original do *Livro de Estilo da TSF*, “quanto mais banal é a situação menos se deve banalizar a linguagem”.

### 7.1.7 ERUDIÇÃO E ESTRANGEIRISMOS

O uso de estrangeirismos na comunicação social (um dos prazeres secretos de muitos jornalistas!) é uma forma de erudição. Mas não é a única. Há outras maneiras de contrariar (consciente/inconscientemente?) aquilo que todos aceitam serem duas das principais regras da escrita – neste caso – de rádio: simplicidade e clareza.

Na “aldeia global”, os estrangeirismos são cada vez mais frequentes e inevitáveis, mas nem por isso mais desejáveis ou corretos. Como regra, devíamos recusar todos os estrangeirismos (o que se aplica também às locuções em latim), embora se aceitem algumas exceções: aquelas palavras que sabemos serem já do domínio público e que admitimos pertencerem ao universo lexical dos nossos ouvintes (ou seja, aquelas que são descodificáveis de imediato) e aquelas que não têm uma tradução inevitável.

Uma compatibilização difícil de fazer, portanto. A palavra *software* pode ser relativamente aceitável, mas ao mesmo tempo relativamente duvidosa?

O fascismo semântico pode e deve ser combatido. Por que razão um toxicodivulga «rouba autorrádios» enquanto um gestor «deu um desfalque de meio milhão» ou «desviou fundos»? João Com Fome é pura e simplesmente «o réu», ao passo que, sentado no mesmo banco, um ex-governante é «o ex-ministro acusado pelo Ministério Público de...»? Os ciganos «burlam», vendendo latão por ouro, gato por lebre, ao passo que os empresários «se envolvem em processos de faturas falsas», ou «deixam de pagar à Segurança Social»; Maria é despejada por «não pagar a renda», enquanto a empresa onde trabalha continua com «salários em atraso». E podem contornar-se tais armadilhas da linguagem? Não é nada fácil. Mas pode-se, pelo menos, estar atento. (Gradim, 2000, p. 137)

Aceita-se, em resumo, que nem todos os estrangeirismos são iguais. Mas a erudição no texto também surge pelo uso do português “arcaico” ou demasiado seletivo (por oposição às palavras com origem latim popular que todos usamos no dia a dia) ou pelo recurso a alguns neologismos (novas palavras, criadas para se adaptarem a novas exigências da humanidade).

Mais do que os exemplos, importa deixar claro que, como dizia um dos maiores linguistas que escreveram sobre a rádio, o italiano Carlo E. Gadda, o uso de locuções estrangeiras cria no ouvinte um “complexo de inferioridade cultural, que provoca angústia, raiva e irritação”.

Os bróculos contêm um agente químico que mata a bactéria responsável pela maioria dos câncros de estômago, segundo um artigo que a revista *Proceedings*, da Academia Nacional das Ciências dos Estados Unidos, publica terça-feira.

Em testes laboratoriais, os cientistas da John Hopkins University School of Medicine detetaram que um químico, sulforafano, mata a *helicobacter pylori*, uma bactéria que causa úlceras no estômago e é responsável por muitos câncros fatais.

“Sabemos que o sulforafano é eficaz na proteção de câncros”, afirmou Jed W. Fahey, um dos investigadores responsáveis pelo estudo.

Este excerto de uma notícia da agência Lusa de 28 de maio de 2002 deixa-nos várias pistas:

- o texto de agência noticiosa não serve para a rádio;
- há demasiados estrangeirismos;
- há demasiados pormenores;
- a ciência ou o ambiente são áreas do conhecimento que deixaram de ser *propriedade* de especialistas e interessam cada vez mais à população em geral; alguns dos seus termos técnicos acabam por passar para o domínio público. Mas a maioria continua a ser impenetrável;
- este texto exigiria muito cuidado no tratamento “técnico” (só na questão da erudição): o nome do investigador não é relevante se não o citarmos, a John Hopkins University School of Medicine passaria a ser a faculdade de medicina da Universidade John Hopkins (nos Estados Unidos) ou só “investigadores da

Universidade John Hopkins”, a *helicobacter pylori* seria a helicobactéria (um neologismo é preferível a um estrangeirismo...), o nome da revista seria substituído por “revista da Academia das Ciências dos Estados Unidos” e a palavra sulforafano não seria necessária;

- a rádio é complementar com outros meios de comunicação social: o jornal ou a Internet trariam todos os pormenores...

As formas complexas podem representar riqueza expressiva na literatura, mas são um obstáculo à compreensão na rádio. (Haye, 1995, p. 93)

### 7.1.8 CACOFONIAS, REPETIÇÕES E ECOS

As palavras que escolhemos exigem um cuidado especial, não apenas pelo que querem ou podem dizer (o mais importante), mas também pelo efeito sonoro que provocam, distraíndo o ouvinte e podendo afetar a compreensão da mensagem.

#### **Cacofonias**

Num relato de futebol:

... mais um canto para a equipa do Belenenses, o sétimo, só nesta primeira parte. Wilson joga curto para Cafu, Cafu deu para...

Cafu deu?

Quem se apercebeu da cacofonia entre o nome do jogador e o verbo (palavras cuja justaposição não é eufónica, harmoniosa ou gera confusão) irá continuar a ouvir atentamente ou ficou por momentos divertido com o resultado sonoro? Este pode ser um exemplo extremo (porque a justaposição resulta em algo de caricato e porque o jogador se chama assim), mas não é, nem de perto nem de longe, único.

O palestiano que há uma semana chegou a Portugal continua à procura de morada. Depois de Lisboa e Porto, agora é a vez de...

Uma procura demorada, sem dúvida! E há situações em que o resultado é exatamente o contrário do que se pretendia: “... e responsável” ou “aulas de religião e moral” ... Muitas vezes dá-se o exemplo – clássico – do “alma minha gentil”, mas “a rota”, “para Zita Seabra”;

“ferido numa mão” ou “... que aguçam” são outros casos. Se a cacofonia se pode evitar, procuram-se outras palavras ou, em muitos casos, basta mudar a ordem para resolver o problema; se isso não é viável, a entoação certa e/ou uma ligeira pausa de separação ajudam a eliminar a cacofonia.

### **Repetições**

As repetições no texto jornalístico acontecem pela utilização consecutiva da(s) mesma(s) palavra(s): “O Partido Socialista é um dos partidos que...” As repetições são desagradáveis na audição e se, tal como a situação anterior, não põem em causa diretamente a compreensão (isto, é, percebe-se perfeitamente a frase), não deixam de poder irritar o ouvinte – e demonstrar pobreza lexical da parte de quem fala/escreve.

Nem todos os casos são iguais, evidentemente, uma vez que o impacto das repetições varia de acordo com a proximidade entre si (o exemplo citado é grave porque há demasiada proximidade) e com o peso das próprias palavras (já se viu que, num texto, há umas mais importantes do que as outras). Outro dos problemas das repetições é que povoam o texto de rimas (e o problema destas rimas é que podem prender demasiado a atenção a questões marginais) ...

### **Ecos**

Mas as rimas também acontecem quando a terminação das palavras, ainda que diferentes, é foneticamente igual: “O acusado foi interrogado pelo magistrado. A sanção em questão é de dois anos de prisão”.

Mais uma vez a proximidade dos sufixos é determinante. As rimas ou ecos são outro caso de potencial distração do ouvinte (talvez mais do que de irritabilidade), porque prendem demasiado a atenção... mas a pormenores.

O facto de as rimas funcionarem bem na publicidade atesta o impacto que têm. Acontece que um texto jornalístico não se resume à simplicidade de uma frase... As rimas mais frequentes e perigosas são as feitas em “ão” e em “mente” – têm uma sonoridade muito marcada (mais do que em “ar”).

Já se sabe: para uma linha razoável ou uma correta informação, há léguas de insensatas cacofonias, de confusões verbais e de incoerências. (Borges, 2013, p. 39)

## 7.2 “RUÍDO” NO SOM

Recuperamos várias indicações de como o som, também, pode ser fonte de “ruído” (antes ou depois de ter sido editado):

- duração excessiva ou demasiado curto;
- repetições no discurso, hesitações, ruído (tosse?);
- referências no som a informações não descodificáveis (“esse ministro”, “aquela estrada”), a não ser pelo recurso ao texto;
- “corte e cola” (edição) mal feito, a prejudicar a compreensão;
- qualidade do próprio som (por causa do telefone, porque surgiu ruído na gravação);
- dobragens/traduições malfeitas;
- numa mesma peça, sons com dois ambientes diferentes, estúdio e telefone;
- sonorizações ou efeitos especiais desajustados e que prejudicam a compreensão da mensagem.

Mas há outros casos que merecem reflexão, até porque é impressionante a indiferença que a generalidade dos jornalistas sente pela qualidade do som que eles próprios obtêm: a procura da notícia é algo que pode justificar várias horas de pesquisa, mas muitas vezes parece que a missão jornalística se esgota nesse momento – o som seria, neste cenário, um corpo estranho à lógica jornalística, com o qual é preciso lidar, mas mantendo uma relação distanciada.

Como é que o ouvinte pode perceber o trabalho se a escuta está prejudicada?

A agravar: a tendência do jornalismo radiofónico parece indicar que – por razões financeiras – cada vez mais o jornalista desempenhará as funções que antes eram da responsabilidade de um operador/sonorizador. Se os acionistas esfregam as mãos, o ouvinte tem razões para se preocupar: o resultado final terá provavelmente menor qualidade, porque o jornalista – no mesmo período de tempo disponível – passa a preocupar-se com mais coisas: além da pesquisa, seleção e tratamento da informação, ainda tem de cortar e montar os sons e gravar a peça. E não faz sentido pensar que o ouvinte não é muito exigente com o som. O ouvinte não faz distinção entre texto e som, é tudo igual quando toca a provocar “ruído”.

Finalmente: Todos os sons que não são em português devem ser traduzidos (ou seja, dobrados). As exceções, como os sons muito

O ouvinte depende unicamente do som e deve poder ouvi-lo com clareza e precisão. Sons distorcidos, confusos ou precariamente agregados são cansativos para o ouvinte, que acabará perdendo o interesse. (McLeish, 2001, p. 25)

curtos, estão perfeitamente identificadas. O pacto com os ouvintes não permite distrações, falsas presunções (“percebe-se perfeitamente...”) ou hipotéticas erudições (“os nossos ouvintes entendem o inglês perfeitamente”). As traduções do castelhano, uma espécie de braço-de-ferro entre jornalistas de rádio e ouvintes, são sobretudo um teste à resistência destes. Com prejuízo sempre da rádio (não é por acaso que o “livro de estilo” interno da RTP diz que “todas as línguas estrangeiras têm de ser traduzidas. O castelhano é uma língua estrangeira”, pág. 74).

### 7.3 “RUÍDO” NA LEITURA

A leitura do texto (e diferenciamos o improvisado, tratado na próxima alínea) é só mais uma hipótese de complicar a compreensão da mensagem...

Última e decisiva fase do processo jornalístico em rádio, a leitura exige cuidados. Para que:

- o texto não seja lido muito rápida ou muito lentamente;
- a entoação das pausas gráficas (vírgulas e pontos, essencialmente) não seja feita fora dos momentos certos ou não pareça artificial (“o locutor está a cantar”!);
- a dicção não crie novas palavras (“c’aquele”);
- não haja conjugações verbais mal feitas (“haverem”?);
- não haja falhas de dicção ou vocalização (o inimitável “número” ...);
- os sentimentos pessoais de quem fala se sobreponham à atitude que é necessária para transmitir as informações;
- a respiração não atrapalhe a tarefa.

Os erros mortificam o locutor e divertem os ouvintes. (Newman, 1966, p. 31)

Depois de eliminados estes riscos ainda sobra um problema: o texto não pode ser demasiado lido, não pode, pelo menos, parecer que é.

### 7.4 “RUÍDO” NO DIRETO

O próximo ponto deste livro é dedicado ao direto. Um conjunto de textos onde, além de equacionar os riscos da opção, se fará o elogio dos méritos e das virtualidades desta fantástica arma que a rádio possui. A ponto de, a determinada altura, se poder perguntar: se o direto é um dos fatores que faz aumentar as audiências, se é tão próximo do ouvinte,

por que não fazer a rádio toda (ou quase toda) em direto? A resposta envolve vários fatores, mas aqui importa-nos destacar os que estão relacionados com “ruído”/rigor.

Vejamos alguns exemplos:

- durante uma entrevista, telefónica ou presencial, o jornalista vai dando sinais sonoros de concordância (a discordância é menos frequente) ou interrompe demasiadas vezes. Se a entrevista for para emitir depois é quase sempre possível em estúdio “limpar” o som; em direto já não há nada a fazer!;
- durante um debate, dois (ou mais...) convidados “pegam-se” e começam a “atropelar-se”. Não se percebe nada. Na televisão até poderia ser divertido. Mas o *circo* na rádio não funciona. Gravado, várias opções seriam possíveis; no direto resta desligar-lhes o microfone, se é que o ouvinte ainda está sintonizado...;
- o repórter está em direto, fez o seu *lead* e vai lançar um som. Enquanto carrega no botão ou porque surgiu qualquer dificuldade surge uma pequena pausa. O editor entra e corta, pensando que o repórter terminou. Perdeu-se informação. Na gravação isto nunca aconteceria!
- o repórter está em direto mas por problemas na escuta ou falha na comunicação não ouviu a pergunta do editor; se está combinada previamente deve seguir em frente; se não, deve pedir esclarecimento (assumindo que não ouviu) ou formular uma entrada neutra; a pior solução é aquela que muitas vezes acontece: “eu não ouvi muito bem a pergunta que fizeste, mas de qualquer forma o problema aqui...” (é reconhecer perante o ouvinte uma fragilidade, correndo o risco de passar ao lado da resposta pedida);
- o relator (relator? ver Glossário) vai entrar em direto para a primeira intervenção (muito aguardada...). Primeira chamada. Não entra. Segunda tentativa. Não entra. E o ouvinte à espera. Terceira chamada? Igual. O ouvinte vai procurar na concorrência quem não o faça sofrer...
- convidado, comentador ou repórter ao telefone; a chamada não entra logo ou perdeu-se uma pequena parte da mensagem. O editor não deve ter problemas em pedir para repetir essa parte, se foi suficiente para o ouvinte se aperceber e se prejudicou a

- compreensão. Há dúvida? Pede-se para repetir (muito mais se for o início do repórter, o seu *lead*...).
- conferência de imprensa em direto: os primeiros minutos costumam a ser tempo perdido (agradecimentos, pressupostos, contextualização do caso, etc.). Raramente acontece haver uma declaração inicial com... *lead*. Mas e se o protagonista decide começar forte? Não se pode arriscar e deve transmitir-se em direto. Só que na maior parte das vezes é “ruído”. Se os preliminares se estiverem a prolongar o repórter ou o editor devem intervir (com notas suplementares ou com auxílio de estúdio).
  - ainda as conferências de imprensa: como muitas vezes acontece não se ouvem as perguntas. Há silêncio (mesmo que em fundo se possam sentir algumas vozes, este silêncio é ruído). O repórter/editor tem de ocupar o espaço, mas sem cair na tentação de repetir a resposta anterior. Pior: se depois de uma pergunta que não se ouve a resposta é “nada disso, nem pensar, não posso admitir uma coisa dessas,” o ouvinte está a perguntar o quê? “Ruído” puro, apenas compensado pelo interesse elevado que o assunto despertará. Solução: a rádio também tem de se preocupar previamente com a captação das perguntas, a partir do momento em que entende ser importante difundir as respostas (entregando um microfone aos jornalistas participantes ou pedindo-lhes que façam as perguntas de um determinado local, colocando um operador-sonorizador ou um repórter na captação desse som – que é importante para o ouvinte e para a compreensão da mensagem, ao contrário do que é costume pensar);
  - invocar o ouvinte: é necessário ter em conta que uma linguagem invocativa, usada como hábito, torna-se desajustada, perigosa (confunde-se com a publicidade) e além disso facilmente se banaliza, correndo o risco de passar a sentimentalista, sobranceira ou paternalista – “quem é o jornalista para me dizer isso?”

Juntem-se, agora, mais estes argumentos:

- na oralidade, na nossa linguagem do dia a dia, somos muito opinativos. À medida que os jornalistas se vão libertando do texto ou são obrigados a improvisar, são cada vez mais “eles próprios”. Mas então isso não é bom, atendendo ao tal desejo

de proximidade, de expressividade? Neste aspeto, não. Há claramente uma fronteira entre a função de jornalista e as opiniões do dia a dia. Só que o excesso de coloquialidade pode fazer com que um repórter diga que “felizmente só houve um morto” ou o relator afirme que determinada equipa “não vale nada” por estar a perder aos 10 minutos (embora depois até consiga dar a volta na segunda parte)! Só no direto é que a falta de rigor nos faz “passar do oito ao oitenta”... Outro exemplo frequente: o repórter termina uma entrevista em direto e diz: “um depoimento lúcido deste senhor”. Não temos que classificar nem as entrevistas nem o que quer que seja nas notícias!;

- embora tentemos ser rigorosos (quando damos ou pedimos uma informação, quando fazemos um juízo de valor) nem sempre o conseguimos. Mas ser rigoroso, nessas circunstâncias do dia a dia, não é um fim em si próprio, é apenas um ideal. No jornalismo, pelo contrário, é um objetivo fundamental. O cantor do próximo disco não é “um inglês que tem sido muito falado”, o protagonista do som da peça não é “um dos dirigentes do sindicato” ou o acidente não foi “num dos acessos norte a Lisboa”. Mas é muito fácil, no improviso, sem rede (sem tópicos...) diminuir o rigor das várias informações. Imagine-se, em conclusão, os problemas que sistematicamente não apareceriam com desmentidos e, até, processos judiciais... Só mesmo em direto é que um jornalista dirá “penso que...”;
- há sempre o risco de os factos mexerem com as emoções dos jornalistas, como aconteceu no Brasil, quando, em 1990, o governo de Collor de Melo anunciou que as poupanças individuais estavam bloqueadas; durante a conferência de imprensa da ministra das finanças os jornalistas perceberam que também eles eram afetados. “Foi uma confusão geral e ninguém entendeu mais nada (...). Foi um *show* de desinformação. A emoção colaborou muito para isso, tanto dos entrevistados como dos entrevistadores” (Barbeiro & Lima, 2001, p. 29) ou como quando um relator de futebol chorou em direto após determinado jogo terminar. Esta gestão das emoções é muito importante quando se pensa no direto em rádio. Se, por um lado, se recusa o jornalista frio e distante, por outro, não se pode sucumbir ao (por vezes elevado) valor emocional das notícias. Será possível

atingir o que refere o livro de estilo da Rádio Itatiaia (Brasil: “quem disse que isenção é frieza? O verdadeiro jornalista pode impregnar-se de emoção e, ao mesmo tempo, fazer um balanço equilibrado e verídico de determinado acontecimento” (Barbeiro & Lima, 2001, p. 42)?

Portanto, estar em direto é quase o mesmo que estar a produzir “ruído” (embora os graus de risco variem em função da situação: um relato de futebol é a tarefa mais perigosa, ler um noticiário da meia hora é muito pouco arriscado...). Por isso, o direto na rádio é mais um bem precioso que é necessário administrar com todo o cuidado...

Dois critérios devem ser tidos em conta: o ouvinte apercebeu-se do erro? A compreensão ficou prejudicada? As duas respostas afirmativas não deixam dúvidas sobre a existência de grave “ruído”...

Em conclusão, direto ou gravado? Se as possibilidades são exatamente iguais (a peça com sons que podia ser gravada, mas vai ser lida em “tempo real”) e, ponderadas vantagens e desvantagens, o gravado é sempre preferível!

Há que recordar o perigo constante de que o ouvinte passe do estádio de escutar ao de ouvir. Uma boa razão para deixar de escutar é o aumento da dificuldade de compreensão. (Prado, 1989, p. 39)

#### 7.4.1 O “MINUTO DE SILÊNCIO” E O HINO NACIONAL

Como lidar com momentos de ritualização coletiva em direto? Juntamos dois exemplos, diferentes, mas com a mesma resposta: a decisão é editorial e não administrativa.

##### **O “minuto de silêncio”**

A banalização da escuta da rádio nos carros trouxe uma nova ambição a este meio de comunicação social, mas obrigou a novas adaptações (nem sempre conscientes): a possibilidade de sintonizar digitalmente duas dezenas de estações com um simples toque aumenta a facilidade de ouvir mas também a precariedade da fidelização. É neste contexto que entra a questão do silêncio.

Alguém entra de carro e liga o rádio. Na sua estação preferida encontra silêncio. Ficarà à espera? Alguém viaja de carro, ouvindo a sua estação preferida, mas de repente a emissão fica em silêncio. Será do seu autorrádio? Será avaria? Ao mudar de estação encontra logo a resposta...

É por isso que faz sentido dizer que silêncio na rádio é “ruído”! Ou recuperar esta máxima: “tudo aquilo que não tem tradução sonora não existe na rádio”.

É claro que na nossa oralidade o silêncio não é um elemento completamente estranho e que é aceite com alguma facilidade que o silêncio é uma “técnica” de aproximação, sobretudo psicológica (pela intimidade e ambiente que pode criar). Mas a chamada sociedade audiovisual, a nossa, rejeita claramente o valor comunicacional do silêncio como um dos elementos da linguagem sonora e o ouvinte desabitua-se.

Não cabe a quem faz jornalismo na rádio recuperar o silêncio!

Faz sentido, neste contexto, perceber que em muitas redações se diz que “é falta de educação não respeitar o minuto de silêncio.” Como se pode ler na versão original do Livro de Estilo da TSF, as “situações em (...) que há um minuto de silêncio são para desrespeitar. O repórter é um cronista e não um dos intervenientes”.

Uma exceção muito concreta: há por vezes momentos de intensa dramática carga emocional coletiva que podem ser só por si... informação! (não é o caso da evocação da morte de um antigo dirigente de um clube no início jogo de futebol, mas, por exemplo, a morte de uma importante figura pública).

O problema parece, contudo, ultrapassado, porque o “minuto de silêncio” passou a ser um “minuto de palmas”. A questão do “ruído” desaparece nesse contexto. Resta a avaliação editorial do interesse.

O silêncio pode ser informação quando o entrevistado hesita na resposta; aí não faz sentido “limpar” essa informação. Mas imagine-se que o silêncio demora não dois ou três segundos, mas uns trágicos 10! O jornalista deve cortar, pôr uma amostra de dois segundos e, se for relevante, referir-se ao tempo total.

### ***O hino nacional***

“Respeitar” o hino nacional numa emissão em direto deverá ser uma opção editorial. Da mesma forma que não pode haver qualquer obrigação de o respeitar também não haverá qualquer regra para o desrespeitar.

Depende do repórter (ou do editor, dependendo de quem esteja no local) decidir se determinado momento, em que se ouve o hino nacional, é relevante em termos noticiosos. Momentos de grande ansiedade coletiva, de elevado envolvimento público justificam essa transmissão (pode mesmo ser um som importante).

Um dado mais: a banalização dos momentos em que o hino é cantado reforça a ideia de que a decisão de o transmitir terá de ser editorial.

Um jornalista, em serviço, perante situações rituais de que está a fazer a cobertura, não devendo manifestar qualquer adesão ou aplauso ao que está a assistir, deve, no entanto, assumir uma posição de discrição e respeito (...). Excetua-se, naturalmente, a prática de atos imprescindíveis e inadiáveis para a cobertura noticiosa, nomeadamente a captação de imagem ou de som (Recomendação do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas 2/R/2001, de 13 de março<sup>5</sup>)

<sup>5</sup> “Como atuar perante rituais em lugares públicos”, Recomendação do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas 2/R/2001, de 13 de março. Retirado de <http://www.jornalistas.eu/?n=74>



## 8.0 O DIRETO

De todos os meios, aquele onde o direto melhor pode ser potenciado – pela facilidade em o conseguir – é a rádio. Tendencialmente a rádio seria toda em direto. Tão condicionado pelas características do próprio meio, o jornalismo radiofónico não pode deixar de potenciar este trunfo. Mas a importância que o direto tem para o jornalismo radiofónico é proporcional à complexidade que gera – como se viu antes, quando se analisou o “ruído” no direto. E como se verá nos pontos seguintes.

### 8.1 “UM BOM DIFERIDO É MELHOR DO QUE UM MAU DIRETO”

A rádio nasceu em direto, mas a tecnologia permitiu-lhe passar ao registo diferido em convivência com o direto, numa lógica de aproveitamento das diversas potencialidades (conciliar méritos e anular desvantagens dos dois registos).

O direto pode informar o ouvinte no momento em que tudo está a acontecer (aquilo que Eduardo Meditsch [1997] chama de “existência em tempo real”), põe o ouvinte a partilhar, torna-o importante (é tão testemunha quanto o repórter) e dá-lhe uma noção de poder (aparentemente não há intermediários entre a realidade escolhida e relatada e o que está a ouvir). O direto, em suma, significa audiências para as rádios – uma rádio de música com animadores ao vivo tem mais audiência do que uma rádio feita por computadores.

Se o direto tem tantos méritos por que não usá-lo mais vezes, garantindo mais audiência, portanto?

Não há apenas (muitas) razões de “ruído” na comunicação – já analisadas – a inviabilizar a perpetuação do direto na rádio. Também pode haver argumentos financeiros – o computador não tem férias nem folgas e o direto implica pessoas. Mas não é exatamente por isto que não há mais transmissões em direto: é porque, ao mesmo tempo que é tão atraente, também se revela perigoso!

Aquilo que há pouco se descreveu como a falta de intermediação entre realidade e ouvinte só aparentemente é bom para o recetor.

O que é melhor: um jornalista profissional, balizado por critérios mais ou menos universais (tendencialmente públicos, portanto), a decidir o que é notícia ou uma câmara da CNN em Bagdade a debitar informação em excesso e, muitas vezes, sem contextualização?

Um microfone aberto e tudo pode acontecer! Coisas boas, claro, mas também coisas más: instrumentalização/manipulação da informação, calúnias/difamação, alteração de prioridades jornalísticas (aquilo que na gíria jornalística se designa por “palha”), incapacidade, muitas vezes, de ouvir “a outra parte”. E tudo isto (a que se juntam os muitos exemplos de “ruído” já analisados) poderá levar a perder ouvintes.

O direto é, portanto, uma tentação perigosa: responde a alguns desejos imediatos (inconscientes?) dos ouvintes, mas terá custos elevadíssimos no médio-prazo. Isto significa que tem de haver uma gestão cuidadosa dos momentos do direto. E que podem ser basicamente quatro:

- situações de exceção, quando a expectativa dos ouvintes é grande (grandes acontecimentos de elevado impacto público);
- eventos importantes/interessantes que não podem ser reproduzidos (um jogo de futebol, por exemplo, ou a discussão do orçamento de Estado no parlamento);
- acabou de acontecer e não há tempo para gravar, embora seja importante noticiar já (a reunião dos sindicatos com o governo terminou em cima do noticiário? O repórter deve entrar em direto!);
- uma reação “a quente”, um comentário “em cima da hora”, um depoimento imediato.

De uma forma geral, as restantes reportagens poderão ser gravadas.

Em resumo: o direto exige uma avaliação criteriosa, porque casuística, e uma gestão cuidadosa, porque irreversível, mesmo sabendo que a comunicação em direto é, por regra, mais próxima e mais comunicativa com o ouvinte. Mas também sabendo que pode ser mais caro (linhas, operadores, material técnico), mais demorado (mais palavroso), mais arriscado (mais falhas, mais emocional, mais falta de rigor, *no direto tudo se mostra...*) e mais imperfeito como comunicação (anula a construção da notícia, há menor capacidade crítica e de contextualização).

Um exemplo: o selecionador nacional de futebol divulga em direto os 20 nomes para o próximo jogo. Por ordem alfabética. Se o repórter teve acesso prévio há de fazer uma leitura imediata da notícia, da principal novidade; senão, terá de a fazer mal termine a lista, até porque o ouvinte naturalmente não vai conseguir fixar.

É por tudo isto, em suma, que se afirma ser melhor um bom dife-rido do que um mau direto!

## 8.2 O IMPROVISO

Seguimos a regra que diz que o melhor improvisado é o escrito. Mas o improvisado não é parte integrante da oralidade, esse filão que o jornalista de rádio tenta alcançar? Convém, primeiro, desfazer este equívoco.

O jornalista procura a oralidade, mas uma oralidade fabricada (ou eletrónica, como também é chamada, por oposição à oralidade genuína). Significa isto que existem vários elementos que devem ser tidos em conta para produzir a oralidade que oferecemos aos ouvintes: uma leitura falada (disfarçada, portanto), uma linguagem ao mesmo tempo apelativa e direta/simples, a utilização de sons (que transmitem diversidade), além dos inúmeros constrangimentos psicológicos ou profissionais.

O improvisado é um sinónimo de oralidade espontânea, mas não da oralidade fabricada/radiofónica – “preparar as coisas cuidadosamente para ter a certeza de que saem verdadeiramente espontâneas” diz Walter Ong (citado em Meditsch, 1997). E, contudo, o improvisado existe na rádio:

- numa longa emissão em direto, onde o máximo que se consegue é um guião de entradas (sucodem tantas coisas inesperadas que é impossível ter textos para cada uma ou sequer tópicos), como um jogo de futebol;
- durante um noticiário, quando a atualidade “prevista” é alterada por uma informação nova;
- provocada por um problema técnico ou uma falha, que obriga a alterar o guião;

Mesmo sendo marginal ao jornalismo radiofónico, o improvisado existe e convém ser... preparado. É que, ao contrário do que por vezes se pensa, a capacidade de improvisar não é um dom. É, antes, algo que exige elevada concentração e calma. Treina-se (até um “bom dia” pode ser escrito...).

Um jornalista chamado a fazer muitas horas de emissão em direto (um editor, por exemplo) deve ter as suas próprias “bengalas” mentalizadas, o mais diversificadas possível, para as emergências mais previsíveis: um som que não entra, a chamada telefónica que cai, o depoimento

Pela sua imediatez, pela simultaneidade quase total entre o momento da produção da mensagem e o da sua receção, o ‘direto’ está habitualmente ligado à reduzida elaboração técnica (por exemplo, pela ausência de montagem) e à de uma grande espontaneidade do discurso – o que garantiria a objetividade da mensagem, dissimulando o inevitável ‘ponto de vista’ do jornalista, intimamente ligado à sua posição (espacial e temporal, social e cultural). (Lavoine, s.d., p. 21)

Recordo-me de um colega, também locutor, que ao dar uma notícia sobre a situação económica do país [Brasil] usou a expressão ‘fundo do poço’ para referir-se ao alto custo de vida. Neste momento, a rosca que prendia a extremidade da haste de apoio do microfone (...) desprendeuse, fazendo com que o mesmo batesse fortemente sobre a mesa de som, provocando um forte barulho no ar, seguido de um silêncio lacónico. Rapidamente ele colocou-se distante do microfone dizendo baixinho – ‘deixaram a tampa do poço aberto e agora quem está no fundo do poço sou eu. Enquanto dou um jeitinho para sair daqui, vamos rolando um pouco mais de música pra você’. Disparou o cartucho da música e tudo voltou ao normal como se nada tivesse acontecido. Este é o improviso espontâneo, que vem com o tempo, com a experiência do trabalho. (César, 1996, p. 75)

trocado no alinhamento, etc. Assim como saberá que, por exemplo, ser engraçado no improviso é correr o risco de cair em desgraça...

Só com treino e concentração se pode evitar “a rádio do eeehhh-huuuu”, que caracteriza muitos jornalistas, quando passam do registo lido para o improviso.

### 8.2.1 PÊSAMES E PARABÉNS

A tendência, várias vezes referida neste trabalho, para amaciar o jornalismo, tornando-o mais cooperante face aos protagonistas, também se manifesta na facilidade com que se ouve, em direto, dar parabéns ou pêsames – porque isso pressupõe uma adesão do jornalista ao facto que deveria relatar o mais distanciadamente possível.

Outra questão: o repórter que dá os parabéns a determinada pessoa usará o mesmo critério em situações semelhantes? E ao fazê-lo não está a vincular o próprio meio de comunicação em que trabalha? O que pensarão disso os ouvintes? Uma coisa muito diferente é a direção da rádio fazê-lo em editorial, devidamente assinalado.

Haverá exceções? Provavelmente sim, mas, como forma de a enfatizar, deixamos apenas a regra.

### 8.2.2 “DOUTORES E ENGENHEIROS”

É uma unanimidade nacional reconhecer que Portugal é um país afetado pelo complexo dos doutores... Trata-se de uma tradição tão enraizada na sociedade portuguesa que ninguém escapa – e os jornalistas não estão imunes. É por isso que, apesar de alguns cuidados, acontecem periodicamente situações injustificadas no tratamento académico, mas que passam também pelos títulos honoríficos, nobiliárquicos ou eclesiásticos.

A regra na escrita parece simples, ainda que polémica: no jornalismo radiofónico não há tratamentos que demonstrem deferência ou reverência. Outra coisa é, em certos contextos, usar essas palavras como informação ou como substituto do próprio nome (o arquiteto pode ser Siza Vieira ou o professor, Marcelo Rebelo de Sousa). Uma exceção: no nome dos bispos é posto previamente um “D.”, letra que também acompanha o nome do pretendente à coroa portuguesa e os reis de Portugal. Tentar mudar poderia provocar “ruído” na comunicação. No mesmo contexto, chamar “sua santidade” ao Papa ou ao Dalai Lama

não deixa de ser uma deferência. O que se recomenda, como substitutos, são as palavras que classificam a função: Papa, chefe espiritual da Igreja Católica ou dos budistas tibetanos.

No entanto, quando interpelamos determinado interlocutor, em direto, algumas condições alteram-se. Nestas circunstâncias é normal que haja alguma deferência. Tratar Mário Soares pelo nome parece agressivo (e esta agressividade pode ser interpretada como... “ruído”), justificando um “Dr. Mário Soares”.

Contudo, é sempre preferível recorrer aos cargos e às funções que as pessoas desempenham do que aos seus eventuais títulos académicos: “Sr. Ministro” ou “Sr. Ministro Morais Sarmento” são opções mais corretas do que “Dr. Morais Sarmento.” No caso de Mário Soares, no entanto, “Sr. Eurodeputado Mário Soares” também seria “ruído”.

Em figuras/funções muito conhecidas, “Senhor Presidente” é tão válido como “Dr. Jorge Sampaio”. Outro exemplo que mostra como são diferentes os registos escrito e improvisado: será aceitável chamar alguém, durante um direto, como “Sr. Fulano de tal”, mas numa notícia escrita usar a palavra “senhor” para identificar alguém carrega um sentido depreciativo.

### 8.2.3 TUTEAR

Apenas os jornalistas se podem tratar por tu durante a emissão. Tutear é algo que introduz proximidade e que humaniza a linguagem (porque é assim que se tratam aqueles que são próximos e que falam de igual para igual), enquanto o tratamento na terceira pessoa é distanciador e deve ficar reservado para aqueles que são nossos convidados na antena.

Da mesma forma, os que trabalham na rádio devem tratar-se sempre que possível pelo primeiro nome, depois da apresentação inicial, porque isso introduz proximidade e naturalidade no diálogo. Já tratar um protagonista na antena por tu indicia cumplicidade e pode retirar margem para que a conversa possa ser tão escrutinadora quanto o necessário.

E o que fazer quando há protagonistas que tratam por tu os jornalistas, seja para os amaciar seja genuinamente? Se for antecipável, deve ser pedido para que tal não aconteça (parece promíscuo...); se o jornalista for apanhado de surpresa no improvisado não se deve referir ao assunto.

O objetivo é manter rigorosamente a mesma atitude e reforçar a atenção para combater outros sinais de excessiva proximidade/confiança.

### 8.3 “FALHAS E LAPSOS”

“Falhas e lapsos” são os pequenos erros que surgem muitas vezes na comunicação em direto (não confundir com eventuais falhas ou lapsos de caráter editorial e ético, que exigem ou podem exigir um desmentido). Existe um princípio na profissão que diz que os jornalistas não se desmentem “no ar”. É uma regra de puro bom senso, que visa também evitar o aumento de “ruído”: um desmentido duplica sempre a hipótese de o ouvinte se distrair quando se apercebe que algo correu mal. Ou seja, o reconhecimento do erro é uma segunda hipótese para o ouvinte dele se aperceber.

Algumas situações relativamente comuns:

- o editor engana-se no nome do repórter que acabou de chamar; mas o repórter não lhe responde qualquer coisa como isto: “desculpa Pedro Silva, mas aqui não é o Joaquim Santos quem fala, mas sim o António Joaquim!”. O repórter deve completar o seu trabalho como se nada tivesse acontecido (e acerta a questão na redação, se necessário...). O editor poderá em rodapé voltar a referir o nome do repórter, agora corretamente, mas, lá está, sem dizer que se enganou;
- o repórter está em direto e pronuncia mal uma palavra. Apercebeu-se. Corrige de imediato (sem qualquer referência ao facto) ou corrige na próxima vez que tiver de a dizer. Eventualmente nem será uma palavra determinante para a compreensão da mensagem e nem corrige...

A partir destes casos, importa acentuar:

- não são situações relevantes para o ouvinte, que não se apercebe ou nem chega a ter tempo para se aperceber;
- o nome dos jornalistas é sempre uma prova de credibilidade, mas a correção de um engano casual (como os citados anteriormente) só serve para distrair o ouvinte (a “roupa suja lava-se em casa...”);
- a haver lugar a uma correção, deve ser feita no final e nunca interrompendo.

A necessidade de um desmentido vai aumentando proporcionalmente com a importância do assunto.

Editor: A greve geral marcada para hoje em França está a ter uma adesão muito grande, é o que garantem, pelo menos, as confederações sindicais. Não há transportes públicos, serviços do estado e municipais estão fechados.

Vamos até à capital francesa onde está o nosso enviado especial, Paulo Santos. Paulo, as ruas de Paris estão hoje mais desertas do que nunca?

Repórter: Por acaso até nem é o que se passa na zona onde me encontro, junto ao Arco do Triunfo, onde há milhares de pessoas nas ruas...

Este desmentido do repórter não se justifica – e pode causar perplexidade (“ruído”?) no ouvinte. Claro que, a montante, houve um problema de comunicação entre editor e repórter. E, claro, o ouvinte tem de ser bem informado. Com rigor. Mas haveria outra forma de conciliar a situação. Seria preferível uma resposta do repórter mais “aberta”, mais neutra, para não provocar “ruído”, sem deixar de dar, depois, as informações:

Editor: A greve geral marcada para hoje em França está a ter uma adesão muito grande, é o que garantem, pelo menos, as confederações sindicais. Não há transportes públicos, serviços do estado e municipais estão fechados.

Vamos até à capital francesa onde está o nosso enviado especial, Paulo Santos. Paulo, as ruas de Paris estão hoje mais desertas do que nunca?

Repórter: confirma-se, para já, uma elevada percentagem de adesão, que será mesmo superior a 80 por cento. A face mais visível talvez seja a greve nos transportes públicos; não há autocarros, nem há metro, não há comboios. E muita gente optou por não vir trabalhar. Não há quase trânsito nas ruas, mas muita gente aproveitou o dia de sol para passear por Paris...

Uma reação deste tipo, por parte do repórter, implica algum “sangue frio” e bastante discernimento. Mas, primeiro, exige assimilar a convicção de que um desmentido põe em causa a credibilidade da própria estação. Só numa situação-limite, em que é realmente

importante clarificar determinada informação, se deve privilegiar o rigor em detrimento deste tipo de “ruído” – um exemplo: o editor chama o repórter que está num jogo de futebol e lança-o com um resultado errado; o repórter tem de corrigir imediatamente (mas sem agressividade e sem valorizar a falha).

Em resumo: as retificações, quando se trata de casos inócuos como muitos dos aqui retratados, só complicam a compreensão da mensagem, além de passarem uma ideia de desorientação para o exterior. Se é verdade que reconhecer os erros publicamente humaniza a comunicação e valoriza o papel do ouvinte, pedir desculpa é dizer a todos o que se passou (os que ouviram e os que não se aperceberam). Esta dupla consequência tem de ser bem ponderada em função da gravidade da falha e se o lapso afetou a compreensão. Afinal, como se diz no Brasil, “se errar não peça perdão. Diga ‘isto é’, ‘ou melhor...’.”

No caso de se produzir um erro, o jornalista deve julgar a sua importância. Se o erro não produz uma confusão importante ou uma mudança de sentido na frase, não é necessário corrigi-lo. No caso de se considerar necessária a repetição correta, esta deve ser feita com naturalidade, sem pressa nem irritação desnecessárias, sendo igualmente desnecessário pedir desculpas aos ouvintes. (Prado, 1989, p. 21)

#### 8.4 A “PERGUNTA INÚTIL”

Ouve-se muitas vezes dizer que não há perguntas estúpidas, apenas respostas estúpidas ou desinteressantes. Esta teoria pragmática quer, no fundo, justificar a ideia de que uma pergunta aparentemente disparatada pode originar uma resposta interessante.

Isto é rigorosamente válido para a imprensa, uma vez que o jornalista poderá sempre optar por editar a entrevista, eliminando por exemplo repetições. Já nos meios (ditos) audiovisuais o princípio só é válido nas gravações. Porque no direto tudo se altera...

Editor: os emigrantes portugueses em Paris marcaram para esta hora uma manifestação, a primeira na história da comunidade, para protestar contra o encerramento da Casa de Portugal.

Esta instituição, patrocinada pela Fundação Gulbenkian, vai fechar no final do mês, mas a comunidade emigrante entende que as autoridades em Portugal devem arranjar forma de manter as portas abertas.

Em direto do bairro parisiense para onde está marcada a manifestação, o repórter Frederico Saraiva:

Repórter: é realmente a primeira manifestação marcada pela comunidade portuguesa em Paris, e são esperadas algumas centenas de imigrantes.

Comigo está o representante da associação luso-parisiense, Ramiro Carvalho; por que é que marcaram esta manifestação?

Se já se sabia, pelo editor, e com algum detalhe, a razão, porque começar com esta pergunta? A “pergunta inútil” povoa as entrevistas em direto e é uma chaga do jornalismo radiofónico, devido à perda genérica de combatividade dos jornalistas (ser combativo sem ser agressivo) e à juvenilização das redações (quanto mais jovem, menos preparado, é a regra).

Alguns exemplos:

- no final de um jogo de futebol, em que João Pinto marcou três golos, o repórter pergunta-lhe (afirma?): “Uma grande noite, João Pinto...”
- após umas eleições em que determinado partido consegue uma grande vitória, o repórter pergunta ao vencedor: “Satisfeito?”;
- mesmo a formulação “em aberto” pode ser errada, nos casos em que se antecipam as respostas do tipo: “como se sente nesta altura?”

Estas são as “perguntas inúteis”. Até o ouvinte mais distraído poderá criticar o repórter que as faz – e no limite isso remete-nos para o problema do “ruído”. Perguntar o que já se sabe ou o que não oferece dúvida pode levar, inclusivamente, a que o entrevistado responda: “o que é que acha?” ou “claro”, “é óbvio”, “evidente”, etc.

A “pergunta inútil” implica dois grandes erros:

- a anulação do repórter (para procurar o óbvio não é preciso ser jornalista) e pouca ou nula profundidade jornalística (não há mesmo outras coisas para perguntar?);
- a afirmação-concordante (que até indicia – ainda que injustamente? – algum posicionamento do repórter) e passividade (o repórter não é um inimigo do protagonista, mas também não tem de lhe agradecer!).

Jogador de futebol geralmente tem pouco para dizer. Se a opinião dele não é importante para quê colocá-la na sua matéria? Que adianta repetir para o ouvinte que o time perdeu por azar, que vamos levantar a cabeça e sair para a próxima? Ou você investiga a fundo as causas de uma derrota (procurando provar que não foi nada de azar) ou então é melhor livrar seus ouvintes de cansativos lugares-comuns. (Carvalho, 1998, p. 43)

## 8.5 O RELATO DE FUTEBOL

Uma nota prévia: reconhecemos que colocar um texto sobre os relatos de futebol na rádio no capítulo sobre o direto é uma opção discutível, mas baseada no facto de que as principais características do relato se ancoram no facto de ser feito em direto. Mas estamos perante uma matéria complexa, ou não fosse o relato desportivo a tarefa jornalística mais difícil de desempenhar na rádio.

O relato de futebol representa um clímax de tudo aquilo que se escreveu até agora, seja positiva seja negativamente (a que se acrescentam outras noções que ainda vamos desenvolver mais à frente): do texto (domínio das noções jornalísticas e linguagem apelativa) à voz (dicção, entoação), passando pelo combate ao “ruído” (por exemplo, a gestão das emoções), pelo exercício do improviso e pelo respeito pelo rigor. Tudo isto a uma velocidade excessiva (a bola é redonda...) e a acontecer em simultâneo.

A imprevisibilidade dos acontecimentos e a consequente impossibilidade de ter um guião, a duração brutal dos relatos (por vezes mais de duas horas, com um pequeno intervalo) e a emoção que os ouvintes colocam na escuta são apenas mais algumas dificuldades para quem faz relatos.

### ***Principais erros***

Esta soma de fatores não justifica os principais erros que aparecem com frequência e que devem ser combatidos:

- confusão permanente entre opinião e factos (os juízos valorativos e os adjetivos devem ficar para o comentador; o relator e o repórter devem descrever o que se passa e o que veem);
- uma linguagem estereotipada (que já faz parte do anedotário nacional e que não pode ser justificada pela facilidade de descodificação; há outras formas de dizer, imediatamente percebidas pelo ouvinte);
- inutilidades que ocupam a antena (sendo uma das mais conhecidas: “a equipa que joga da nossa esquerda para a nossa direita”, como se isso tivesse alguma importância para o ouvinte – a diferença entre um estereotipo e uma inutilidade é que o primeiro pretende informar, a segunda não diz nada);
- falta de rigor (que vai desde as quase-sempre-falhadas previsões de quem joga ao remate que afinal não passou a rasar a barra ou à lesão do jogador que parece muito grave).

Certo é que o relato é tão difícil de executar que é quase impossível sair perfeito. Mas também é isto que faz do relato uma arte, estádio impossível de alcançar pela esmagadora maioria das outras funções editoriais que temos de desempenhar na rádio (talvez a crónica ou uma reportagem muito bem elaborada). Como provar que é uma arte?

### ***Principais dificuldades***

Há argumentos que mostram ao mesmo tempo a importância e a dificuldade do relato de futebol:

- vivendo a rádio em Portugal alguma ausência de notoriedade, os relatores são dos poucos profissionais reconhecidos pelo público. Isto deve-se à paixão que os portugueses têm pelo futebol, mas também a algum reconhecimento dessa... arte!
- é frequente ver gente nos estádios de futebol a ouvir rádio, incluindo aquele próprio jogo; e também acontece com muitas pessoas desligar o som da televisão (o relato televisivo em Portugal é muito frio e continua sem resolver a redundância com as imagens) – mais uma vez, a televisão não matou a rádio...

Há quem considere que o relato de futebol não é jornalismo (e, portanto, os limites passam a ser muito difusos), mas neste contexto entendemos o relato como um exercício jornalístico. E, como tal, tem de respeitar a essência do conjunto de técnicas e prioridades deste trabalho.

### ***Outras questões***

Relatores? Optámos, aqui, pela palavra relator, embora por vezes se ouça narrador e relator. Estarão as três corretas, mas como se trata de um relato (e não tanto de uma narração – Brasil?) é lógica a palavra relator. Relator? Confunde-se com os tribunais (ver Glossário).

E nos casos em que não há comentador? Escreveu-se há pouco que o relator ou o repórter se devem limitar aos factos, evitando análises valorativas, que ficam para os comentadores. Se não há comentador em estúdio, deve assumir da exceção.

Neste caso, sendo obviamente necessário um comentário ao jogo, relator ou repórter devem fazê-lo. Curto, simples e sempre que possível respondendo a uma pergunta do editor que esteja em estúdio, de alguma forma para separar funções.

E dois relatores? Por vezes ouvem-se dois relatores num mesmo jogo, um por cada equipa. Duas razões podem justificar esta opção: a importância do acontecimento, para o qual a estação destaca as suas principais forças; “marketing” da estação, associando-se a essa exceção. São razões, como se percebe, exógenas, que dizem pouco ao ouvinte.

Para além de questões de “ruído” da compreensão da mensagem que podem resultar de haver diversas vozes a fazer, genericamente, as mesmas funções, há uma questão suplementar, que, essa sim, é perigosa: os relatores mudam de equipa ao intervalo, pondo em causa a ligação do ouvinte à voz.

E os relatos feitos em estúdio? Há cada vez mais relatos feitos em direto do estúdio. Nesse caso deve ser dito no início do relato que o mesmo está a ser feito do estúdio, com recurso a imagens de um determinado canal de televisão (especificar qual).

## 9.0 OUTROS GÊNEROS JORNALÍSTICOS EM RÁDIO

... outros gêneros jornalísticos, para além da notícia – a essência do trabalho jornalístico em rádio.

... outros gêneros jornalísticos, ainda, para além dos clássicos que se estudam nos cursos de jornalismo (reportagem, entrevista, crónica). Alguns deles inesperados, talvez por nunca termos pensado que também eram uma forma diferente de fazer jornalismo.

### 9.1 A ENTREVISTA

Consideramos a entrevista como a essência do jornalismo e, talvez mais do que noutros meios de comunicação social, da rádio, em particular; notícia e entrevista são, aliás, os pilares deste trabalho. Se a notícia, e o jornalismo em geral, pretendem responder a perguntas essenciais como “quem?”, “onde?” ou “porquê?”, não é pela entrevista que lá chegamos?

Seis ideias básicas:

- a melhor pergunta que se pode fazer é “porquê”;
- as entrevistas nunca são espontâneas (devem, aliás, ser muito bem preparadas), mas têm de o parecer;
- há muitos estilos de entrevistar (dependendo do objetivo que se estabelece) mas, de uma forma genérica, pode dizer-se que as entrevistas jornalísticas devem ser combativas no conteúdo e cordiais no tom (numa entrevista que é para ser transmitida como tal, em pergunta-resposta, é impossível o jornalista perder a calma; se a conversa descambar mais vale terminá-la mais cedo do que se perder em diálogos com o convidado);
- os entrevistados aceitam dar entrevistas ou responder a perguntas para dizerem apenas o que pretendem ou, porque não podem recusar, para tentarem não dizer nada;
- a rádio, e a rádio informativa em particular, casam perfeitamente com a entrevista (seja como meio indireto para se obter informações seja como fim em si próprio – um espaço de entrevista, um direto no noticiário);
- mais do que se preocupar com perguntas que outros possam considerar estúpidas, o jornalista de rádio deve preocupar-se

com a falta de perguntas. Como se pode ler no *Manual de Jornalismo* da rádio Jovem Pan, “não tenha como objetivo principal fazer perguntas, mas obter informações” ((Porchat, 1986, p. 49).

## CARACTERÍSTICAS, A PARTIR DE QUATRO TIPOS DE ENTREVISTAS

### **Em função do tamanho ou da ambição:**

Uma entrevista de três ou quatro minutos permite no máximo três ou quatro perguntas, aquelas que é realmente importante fazer. Já uma entrevista com 20 ou 30 minutos implica uma preparação cuidada, uma seleção abrangente das perguntas, uma gestão racional dos tempos, uma preocupação com o próprio entrevistado e com os diversos picos de interesse. Uma entrevista grande, se for apresentada como tal em espaço próprio, deve ter um lançamento próprio e deve haver a preocupação de pontualmente recordar o nome/função do entrevistado (nas perguntas ou em alguma interrupção).

### **Em função de ser gravada ou em direto:**

Numa entrevista gravada tudo é possível, principalmente se o jornalista tiver a possibilidade de editar o que lhe parecer mais importante; numa entrevista em direto todos os passos têm de ser medidos com muita cautela, desde a forma como são feitas as perguntas (mais sintéticas, mais diretas) às interrupções, que podem ser “ruído” para o ouvinte. A entrevista em direto é, por regra, mais emocionante para o ouvinte, mas a gravação permite desenvolver mais os temas e obter mais informações.

### **Em função de ser presencial ou pelo telefone:**

A entrevista presencial permite ao jornalista perceber, pelos gestos ou pelo olhar, as reações do entrevistado. Numa entrevista telefónica (cada vez mais abundante) o jornalista limita-se às respostas, o que vale por dizer que esta hipótese é mais vantajosa para o entrevistado. É menos interessante – como conceito - para o ouvinte. Uma entrevista presencial é mais exigente para o jornalista, mas mais recompensadora; uma entrevista telefónica é mais democrática (uma chamada para o Ruanda ou para o Brasil em alguns minutos) e instantânea – e não é isso a rádio?

### **Em função do formato:**

É muito diferente se a entrevista é para ser apresentada num esquema de “pergunta-resposta” (ainda que sujeita a alguma construção jornalística, com edição de partes menos importantes e a colocação de uma “cabeça”) ou se é para desmontar em um dois, três ou mais bocados, misturando-os com texto do jornalista. Só para se ter uma noção das diferenças, neste segundo cenário é perfeitamente aceitável, desde que a coerência do discurso esteja salvaguardada, misturar excertos obtidos em respostas diferentes da mesma entrevista.

### ***Erros e falhas***

A importância da entrevista no jornalismo radiofônico é proporcional à probabilidade de surgirem erros ou falhas ou, pelo menos, dúvidas.

- direto ou gravado, os jornalistas devem fazer uma pergunta de cada vez. Duas juntas (ou mais...) dão pretexto para o entrevistado escapar (consciente ou inconscientemente), o jornalista perder-se e o ouvinte confundir-se;
- principalmente em direto, não há “uma última pergunta”. E se não é (até porque da resposta imediatamente anterior surgiu um dado novo)? Só vai causar “ruído”...
- por regra um jornalista não deve responder a eventuais perguntas dos entrevistados; é uma tática para desviar as atenções, intimidar ou amaciar. Como não é possível avaliar as motivações de cada caso há que estabelecer um princípio: jornalista que se deixa enredar nestas situações fica sempre a perder (e não é por medo, é porque a sua função é perguntar e não responder!);
- já se disse no início que não há melhor pergunta (genericamente) do que “porquê?”. E não há melhor maneira de mostrar cuidado pelo ouvinte do que pedir ao entrevistado que dê exemplos (essa é forma correta de compensar a abstração de que os entrevistados tantas vezes gostam)...
- é normal que o jornalista agradeça no final da entrevista, principalmente se for em direto;
- em contrapartida, na abertura não há lugar a “perdas de tempo” com saudações e preâmbulos. Não esquecer que, do lado do ouvinte, a primeira resposta funciona como o *lead* da entrevista em direto (descontrair o entrevistado com algumas perguntas

- macias no início? O princípio da conversa é demasiado importante para se perder...);
- se, em direto, o entrevistado aproveitar a primeira resposta para se perder em considerandos marginais, congratular-se ou lamentar determinado caso, o jornalista deve avaliar cada situação (se é genuíno, se é curto, se é uma fuga à resposta), interrompendo se for necessário. E deve repetir a primeira pergunta, para recomençar a entrevista.
  - o jornalista deve aparecer muito? Não é correto dizer que “quanto menos aparecer melhor”, porque isso pode significar uma anulação ou uma minimalização do jornalista. Mas quanto mais simples e diretas forem as perguntas provavelmente melhores serão as respostas;
  - as interrupções do jornalista têm de ser bem medidas; em excesso tornam-se “ruído”. Mas se este for muito passivo põe em causa o seu trabalho como jornalista. O ouvinte não gosta de ouvir sucessivas interrupções do jornalista, mas também perderá o interesse se o entrevistado se arrastar longos minutos numa resposta ou se se limitar a repetições;
  - há perguntas que exigem “sim” ou “não” e, ao contrário do que defendem alguns teóricos, isso não é um erro. Um erro é abusar de perguntas dessas, porque a conversa ficará desinteressante. Mas em situações que exijam clarificação nada melhor do que um “sim” ou um “não”...
  - se o protagonista não quer responder a uma pergunta isso deve ficar claro junto do ouvinte (o convidado tem esse direito, mas o jornalista também). Primeiro há que insistir uma ou duas vezes; se ele mantiver a recusa e não o explicar, e antes do jornalista partir para a pergunta seguinte, deve marcar a situação inequivocamente. O seu compromisso estruturante é com o ouvinte, não é com o entrevistado;
  - se o entrevistado agradece ou, pior, elogia uma pergunta o jornalista – seguindo o raciocínio de que não deve entrar em diálogo com o convidado – mantém-se “mudo e quedo”. Só numa situação muito ostensiva (e pouco provável) se justificaria um comentário do entrevistador;
  - o jornalista pode assumir-se como “advogado do diabo”? Há uma diferença grande entre provocações e perguntas. Se a

- entrevista tiver apenas as primeiras pode ficar desequilibrada e confundir o ouvinte sobre as motivações;
- perguntar, provocar, julgar - um tríptico evolutivo que por vezes sucede (inconscientemente) nas entrevistas. O jornalista não é juiz (nem polícia...);
  - na gravação de uma entrevista, nomeadamente se a previsão é de que será importante, dois gravadores em simultâneo são melhor opção do que apenas um. Mas mais sensato é conferir a gravação ainda com o entrevistado presente – qualquer problema pode ser reparado a tempo...
  - pode haver assuntos combinados previamente, nomeadamente assuntos que o entrevistado tenha deixado claro que não quer responder? Pode, mas o jornalista deve deixar claro, no início, que o convidado não quer falar sobre determinado assunto (nomeadamente se há alguma expectativa de que esse tema seria abordado);
  - só numa situação muito excecional as perguntas podem ser divulgadas previamente ao entrevistado. E não é porque isso pode limitar o desenvolvimento de novas perguntas. É porque isso anula o próprio jornalista. No limite, é preferível dizer que este ou aquele tema vão ser abordados. Num pequeno depoimento telefónico é lógico explicar ao entrevistado o que se pretende (mas sem revelar em concreto as perguntas...);
  - é legítimo pagar para obter entrevistas? Esta é uma questão muito duvidosa, até porque há (não em Portugal, pelo menos nesta altura) quem só fale mediante um pagamento. Se houver a certeza de que o pagamento não vai a(du)lterar o conteúdo (e essa parece ser a questão mais importante) não parece haver grandes reservas de princípio;
  - felizmente não existe a tradição, em Portugal, de os entrevistados (políticos ou dirigentes desportivos...) imporem o nome de quem os vai entrevistar; essa é uma decisão da direção editorial e nunca do entrevistado;
  - por vezes ouve-se dizer nas redações: “não vale a pena ligar, ele não fala”. A esta frase deve contrapor-se uma outra: “se não ligarmos é que ele não fala”. O jornalismo está cheio de surpresas...

O jornalista não é quem faz perguntas, mas quem detém o direito sagrado de as fazer e de as fazer seja a quem for e sobre que tema for. (Kundera, 1990, p. 111)

## 9.2 A REPORTAGEM

De que é que falamos quando falamos de reportagem? Da conferência de imprensa no parlamento? Do trabalho com gente que vive em aeroportos de vários pontos do mundo, feita por telefone e Skype? Ou do enviado especial à guerra no Afeganistão?

De comum, entre os três casos, a ideia de exterior, de deslocação, fazendo justiça à etimologia da palavra em latim que significa transportar, levar... ao ouvinte as informações apuradas pelo repórter (a testemunha privilegiada de quem está em casa ou no carro e delega nos seus representantes o apuramento dos factos).

Reportagem é tudo aquilo que não pode ser feito em estúdio! Por isso não há repórteres a fazer entrevistas na redação. Se o jargão da rádio é equívoco, os conceitos não o devem ser. Se reportagem é o que é feito no local onde os factos se acontecem, uma conferência de imprensa ou o trabalho de um enviado especial ao Afeganistão são reportagens. A investigação sobre quem vive em aeroportos não (feita inteiramente na redação, sem contactos pessoais directos, sem ir “ao terreno”).

Dois conceitos para a palavra reportagem:

- muitas das notícias apresentadas em rádio são reportagens, desde que feitas fora da redação: a conferência de imprensa do treinador do Sporting, a chegada ao aeroporto da seleção nacional, a manifestação à porta do hospital, o corte de estrada, o almoço entre autarcas. Enviada pelo telefone ou gravada em estúdio é igual, desde que implique a recolha de informações no local, de preferência com som ou sons (mas não obrigatoriamente, o repórter a informar é que é o essencial);
- a chamada “grande reportagem” tem características diferentes: não precisa de se relacionar com a atualidade (é, muitas vezes, aquilo que se pode designar por “atualidade fabricada”), tem uma duração grande (meia hora ou mais) e, mesmo na construção do texto, obedece a uma lógica bastante diferente da “pirâmide invertida”: desenvolver 30 minutos (ou mais...) de texto e sons exige criar pontualmente focos de interesse (pequenos *leads*), para segurar a atenção do ouvinte – se um minuto e meio é tempo sugerido para que ele não desligue...

Uma “grande reportagem”, regra geral, implica muito trabalho de estúdio, incluindo o recurso a sonoplastias e, assim, dificilmente será uma tarefa individual. Os jornalistas mais experientes terão mais

facilidades (menos dificuldades?) em conceber, pesquisar, desenvolver e estruturar em estúdio um trabalho destes.

### 9.3 O DEBATE

Por debate entende-se a presença de duas ou mais pessoas em estúdio, com um jornalista a moderar, para debater um ou mais temas, durante um período de tempo definido. O que distingue o debate da entrevista é, ao nível do conteúdo, a possibilidade de apresentar diversas ideias sobre um mesmo assunto. Este é um género jornalístico, no sentido em que tem características idiossincráticas, pouco adaptado ao meio radiofónico.

Eis alguns dos principais problemas, que podem contribuir para uma dose excessiva de “ruído” junto do ouvinte:

- o excesso de vozes (seis candidatos às eleições?) mais o jornalista;
- a sobreposição de registos sonoros (se é para debater é para poderem falar uns com os outros; mas ao mesmo tempo?);
- a necessidade de distribuição mais ou menos equilibrada dos tempos (com, muitas vezes, prejuízo para o interesse geral);
- para que cada um possa falar um mínimo de tempo razoável (e que justifique a própria realização do debate) o debate com cinco convidados não pode demorar meia hora...
- numa situação-limite, aceita-se que o moderador desligue o microfone ao um ou mais convidados. Como forma de evitar a incompreensão, pelo “ruído”, tendo em conta que mais vale perder um convidado do que um ouvinte.

E, contudo, os debates existem e é preciso enquadrá-los com alguns cuidados:

- apenas do ponto de vista do “ruído”, quanto menos pessoas participarem num debate melhor. Duas, representando posições opostas, é o ideal; cinco convidados será o máximo tolerável, a partir do qual é impossível perceber quem é quem;
- identificar quem está ou vai falar é fundamental. E não apenas no início do debate, mas regularmente, porque são muito poucos os protagonistas que se conseguem identificar pelo timbre/tom;
- para além das óbvias preocupações jornalísticas, as prioridades do moderador aumentam e vão muito além dos temas

A melhor lição que recebi em rádio, entre tantas, ocorreu em 1986, durante a campanha para o governo do Estado de São Paulo. Voltei de um dia de trabalho (...) com o gravador lotado de entrevistas. O diretor da rádio Jovem Pan, Fernando Vieira de Mello, queria saber sobre a temperatura da campanha, o humor do candidato, as brigas dos aliados. Liguei o gravador para que ele ouvisse as declarações. Em cinco segundos ele desligou no aparelho e impôs a seguinte regra: daquele dia em diante eu deveria acompanhar a campanha sem o gravador. ‘Quero informação e você me vem com entrevistas!’, dizia ele. ‘Você é repórter ou um segurador de microfone?’ Durante uma semana fiquei sem o gravador. O foco do meu trabalho mudou. Em vez de perseguir vozes, comecei a andar atrás de notícias, de declarações em *off*, de encontros noturnos entre assessores. Aqueles dias sem gravador mostraram a brutal diferença entre reproduzir declarações oficiais gravadas e o verdadeiro trabalho de reportagem. (Parada, 2000, p. 34)

O moderador distribuirá de forma flexível o tempo. A quantidade de tempo disponível para cada postura não tem por que ser necessariamente idêntica. Dependerá da fluidez expressiva de cada candidato. A medida deve depender mais da quantidade de dados fornecidos em cada intervenção do que do tempo que se leva em expressá-los. Evidentemente, não pode haver um grande desequilíbrio, mas tampouco deve-se ser rígido na distribuição. (Prado, 1989, p. 94)

propostos e do esclarecimento dos assuntos. Da possibilidade de compreensão do debate à gestão equilibrada dos tempos não faltam preocupações para quem modera o debate (desde a definição de critérios [Direto? Gravado?]) e sua divulgação ao tratamento dos convidados em plano de igualdade jornalística (o que não é o mesmo que cronometragem).

#### 9.4 O PODER DOS OUVINTES

Portugal terá sido dos últimos países, com uma sociedade estruturada na democracia, a descobrir as potencialidades da rádio como meio de comunicação bidirecional (um nível abaixo da verdadeira interatividade, provavelmente utópica). Nem a televisão nem o jornal permitem – com plenitude – pôr os recetores a participar da emissão. Na televisão, porque imagens paradas não funcionam; no jornal, porque uma ou duas cartas “do leitor” não são verdadeiro *feedback*.

No início do século passado, Bertold Brecht lamentava que a rádio “além de transmitir, não recebesse. (...) que fizesse o ouvinte não apenas ouvir, mas também falar”. “Que meio fabuloso seria” (Brecht, 2005, p. 35), protestava o dramaturgo, ensaísta e poeta alemão. Já nessa altura Brecht pensava que seria a rádio a poder “converter as informações dos governos em respostas às perguntas dos governados” (2005, p. 35).

Há 70 anos a rádio dava os primeiros passos como meio de difusão de massas e o telefone era ainda uma raridade. O desenvolvimento simultâneo destes dois meios permitiu concretizar a ambição de Brecht, primeiro nos Estados Unidos e depois um pouco por todo mundo onde a democracia se consolidou.

O jornalismo radiofónico em Portugal teve de esperar até 1995 para ver nascer o primeiro programa de *call in* ou *phone in*, como são designados no mundo anglo-saxónico: o “Fórum TSF” foi a primeira experiência portuguesa, com sucesso, de “poder dos ouvintes”. Depois dele outros se seguiram.

Mas como o classificar? Não é um mero programa de debate ou de entrevistas, sendo, antes, um novo género jornalístico (de fusão vários géneros).

Do ponto de vista das prioridades jornalísticas, estes programas devem assumir algumas prioridades, para tentar limitar os riscos de desinformação e manipulação:

- transparência nos critérios de seleção dos ouvintes;
- os ouvintes devem ser identificados, ainda que essa identificação não possa – no limite – ser efetivamente testada; ser a rádio a ligar para os ouvintes, depois do primeiro contacto, confere um nível mínimo de credibilidade;
- ausência de qualquer tipo de questões prévias aos ouvintes sobre o que pensam dizer;
- fusão equilibrada entre ouvintes e convidados (que garantem informação, pela sua qualidade de especialistas, e pluralidade, por virem das diversas áreas);
- moderação cooperante, mas não passiva (cortando a palavra em caso de difamação, por exemplo; corrigindo em casos especiais).

O 'Fórum' é considerado um espaço inovador na medida em que terá vindo preencher uma necessidade sentida pelo público, e não correspondida pelos média, de afirmação de cidadania, de expressão dos seus pontos de vista lado a lado com os convidados – as elites. Esta representação, assim traduzida em termos gerais, concretiza-se depois no patamar da gestão do programa: pelo parco recurso à censura ou ao veto; pela intenção de permitir o acesso ao máximo número de pessoas interessadas, sem melindrar os ouvintes que de modo recorrente, quase diariamente, utilizam aquele tempo de antena. (Taborda, 1998, p. 143)

#### 9.4.1 O “INQUÉRITO DE RUA” (VOX POPULI)

Há um jornalista destacado para ouvir, na rua, opiniões sobre a reforma da educação em Portugal. A ideia é construir um alinhamento de sons com cerca de um minuto. Precisar, por isso, de pelo menos cinco sons (cada um à volta de 20 segundos).

A partir daqui tudo está em aberto:

- grava os cinco primeiros que aparecem e dá o trabalho por concluído?
- entre os cinco primeiros há dois ou três desinteressantes (monossilábicos, por exemplo) e decide gravar mais alguns até ter cinco bons?
- dos cinco primeiros, quatro são negativos (quatro estudantes que vinham juntos?) pelo que opta por gravar mais alguns?

Finalmente está satisfeito: tem cinco sons interessantes (três negativos e dois positivos ou ao contrário). Regressa à redação, corta as partes irrelevantes e junta-as numa sequência sem texto, que o editor no noticiário vai lançar. Acontece que esta prática, banalizada nas redações de televisão, mas também usada na rádio, deve ser questionada de princípio a fim.

- cinco sons representam o quê e quem? Ou mesmo dez?
- o que é um som desinteressante? O jornalista acha desinteressante o quê?

- quatro amigos (estudantes) que pass(ei)am na rua desvirtuam por completo o resultado final?
- que se pretende – em termos informativos – com este tipo de inquéritos? Qual a sua validade?
- a ausência do jornalista do trabalho não é uma forma de o descredibilizar/marginalizar ainda mais?

Por muito que o *lead* e o lançamento do editor sejam cuidadosos, a ideia deste jornalista só pode ser querer mostrar o que pensam os portugueses sobre esse assunto em concreto. Uma espécie de sondagem muito amadora, humanizada com sons dos próprios portugueses. O local onde é feito este “inquérito de rua” condiciona o resultado (mais urbano? mais rural? à porta de uma escola? num jardim onde há muitos reformados?), para já não falar da dimensão da amostra.

Editor: nesta semana em que estamos a dedicar especial atenção à reforma da educação, o repórter Joaquim Santos esteve na rotunda do Marquês de Pombal, em Lisboa, onde ouviu a opinião das 12 primeiras pessoas que se disponibilizaram a falar sobre as principais preocupações que o assunto lhes desperta; é um resumo desses depoimentos que agora apresentamos.

Repórter: A redução das férias escolares para um mês e o fim dos exames anuais são os dois temas que mais preocupam aqueles que aceitaram responder no nosso ponto de reportagem. Das 12 respostas, seis foram claramente negativas, três favoráveis às iniciativas do ministro da Educação e três pessoas disseram saber pouco sobre a reforma do sistema educativo, quando se lhes perguntou: concorda com as propostas do ministro da Educação?

Sons

Repórter: O posto de reportagem esteve a recolher as respostas na rotunda do Marquês de Pombal entre as 3 e as 4 desta tarde.

Se um jornalista elabora um “inquérito de rua” deve rodear-se de preocupações jornalísticas, que começam pela partilha, com os ouvintes, da “metodologia de recolha” (que critérios na seleção, em que local ou locais), passam pela assinatura do próprio trabalho e terminam no cuidado a ter em evitar extrapolações dos resultados. Mesmo assim, o “inquérito de rua” pode ser facilmente desacreditado porque

difícilmente se cumprirão as regras e cuidados jornalísticos, aceites quotidianamente noutros géneros<sup>6</sup>.

Parece uma elaboração exagerada ou despropositada? Isso só mostra como é complicado o uso do “inquérito de rua” na rádio (e na comunicação social em geral).

## 9.5 A OPINIÃO (A ANÁLISE)

É fundamental distinguir quatro tipos de opinião na rádio:

### ***A crónica***

É um espaço de liberdade do seu autor (jornalista ou não), regra geral pouco relacionado com a atualidade, quase nada sujeito a regras jornalísticas. Claro que o seu autor pretende comunicar com os ouvintes, claro que utilizará uma linguagem descodificável e recusará o “ruído”, claro, também, que terá como preocupação uma abertura (equivalente a um *lead*) que prenda os ouvintes ao texto; claro, finalmente, que não deverá fazer três minutos de texto.

Mas – bem vistas as coisas – qualquer um destes quatro argumentos é mais de bom senso do que... jornalístico. O que valoriza a crónica é o estilo de quem escreve, na forma como se escreve e como se lê.

### ***O editorial***

Não tem tradição na rádio em Portugal, por oposição aos jornais, onde é, em muitos casos, diário. É um texto da responsabilidade da direção editorial e que vincula o órgão de comunicação social, quase sempre subordinado à atualidade informativa. Neste contexto convém distinguir o editorial da “nota da direção”, que surge numa lógica de esclarecimento ou em defesa do “bom nome” da estação).

### ***O comentário***

Neste contexto, comentário implica a emissão de uma opinião sobre os mais variados (desporto, política, cultura, economia, etc.), por parte de observadores mais ou menos neutros, sejam eles jornalistas, académicos ou genericamente especialistas. E não a tomada de posição de agentes com interesses mais ou menos evidentes nos temas em causa.

Um produtor [equivalente ao editor no nosso jornalismo] poderá começar com a intenção deliberada de demonstrar a avassaladora popularidade de certas figuras públicas – supostamente as que concordam com as suas próprias. Esse tipo de manipulação, além de trair a confiança que o ouvinte depositou nele, em última análise é contraproducente. O ouvinte faz a sua própria enquete [inquérito] todos os dias – ele saberá se a emissora é tendenciosa ao refletir a opinião pública. Provavelmente mais do que o radialista, o ouvinte conhece a sua própria realidade ao ouvi-la. (McLeish, 2001, p. 126)

<sup>6</sup> Ainda mais perigosos do que os “inquéritos de rua” são os chamados televotos e consultas “online”. O seu uso pelos jornalistas é perigoso, porque o perigo de manipulação é muito elevado.

Espera-se que o comentador diga aquilo que o jornalista não sabe e/ou não pode dizer – isto porque continua válida a separação entre factos e opiniões (e se nem sempre as fronteiras são claras, as características da rádio, nomeadamente a instabilidade na escuta, obrigam a um cuidado redobrado).

### ***A análise***

Nesta lógica, faz sentido acrescentar uma quarta forma de expressão de opinião, a única que se enquadra nas tarefas dos jornalistas da redação ou correspondentes. A análise representa a possibilidade de o jornalista contextualizar e enquadrar os factos, tentar explicá-los, assumindo a sua subjetividade (e o seu domínio da realidade), mas sem ter de emitir juízos de valor.

A análise representa uma evolução face à necessária disciplina dos factos, à “ditadura” da “pirâmide invertida”, ao formalismo das notícias. Permite acrescentar valor interpretativo e explicativo e, assim, previsivelmente uma descodificação mais fácil por parte dos ouvintes; em simultâneo, dá uma outra dimensão profissional ao próprio jornalista de rádio.

Quando houver textos de análise, estes devem ser identificados como tal. No contexto aqui descrito análise tem um valor diferente de comentário, por ser menos opinativo, menos marcado, mais factual, menos subjetivo do que o comentário.

O papel do jornalista não deve circunscrever-se a repetir e contrapor até à exaustão declarações de porta-vozes. Importa valorizar o esforço de contextualização e a ambição explicativa. Cumprir a regra de “ouvir os dois lados” é insuficiente. É necessário ir mais além. Como dizia um velho manifesto: “Não basta relatar os factos com verdade. É necessário dizer a verdade sobre os factos”. (Mesquita, 1998, p. 87)

## 10. GLOSSÁRIO

Fica uma lista de alguns termos técnicos ou que são usados na gíria diária da rádio e do jornalismo radiofónico. Nesta lista não estão palavras e conceitos tratados detalhadamente em alíneas anteriores, como *lead*, “pirâmide invertida”, “entoação” ou “antena aberta”.

**“À faca”:** diz-se dos cortes (edição) mal feitos, em cima de uma respiração ou que alteram a compreensão. “Isso saiu à faca”...

**Alinhamento:** a paginação dos diferentes conteúdos num noticiário ou noutro espaço informativo.

**Antena:** vulgarmente, a palavra remete para a estrutura metálica que se coloca(va) no telhado para captar o sinal da televisão (ou da rádio). Mas, antena também é o mesmo que “no ar”, emissão. “Essa entrevista já está em antena”.

**Audiência:** não há em Portugal uma verdadeira noção das audiências de cada rádio. Feitas bi ou trimestralmente, permitem sobretudo perceber tendências. Mas se a rádio tem uma emissão especial ou conseguiu um grande exclusivo, que desenvolve ao longo do dia, isso dilui-se completamente. O conceito usado em Portugal é o de “audiência acumulada de véspera”, ou seja, “número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido. Este indicador é calculado sobre a véspera (fonte: “Bareme”).”

**“Ar”:** a rádio é etérea, porque as mensagens passam depressa, mas também porque se propaga pelo éter, pelo ar. É um sinónimo de emissão. “Está no ar”.

**“Branca”:** o mesmo que silêncio indesejado. Sempre que um som não entra no momento certo, que o emissor se cala ou que o microfone não liga há uma “branca”. É “ruído”, porque instabiliza a relação com o ouvinte (que fica confuso ou até procura alternativa).

**“Bruto”:** é o total de tempo da gravação. Está em “bruto” porque não foi tratado jornalisticamente (isto é, não se fez um ou mais excertos).

**“Capacidade de retenção da atenção”:** prender a atenção de um espectador de televisão não é fácil (muito por “culpa” do telecomando), mas segurá-la na rádio ainda é mais difícil. O facto de apenas existir um suporte (o som) e o recurso a apenas um sentido (o ouvido) limita a relação entre emissor e recetor. Como se não bastasse esta característica, a

portabilidade da rádio (uma das suas maiores vantagens...) faz com que seja possível ouvi-la em qualquer lado, a fazer outra coisa qualquer. Mas fazer “outra coisa qualquer” enquanto se ouve rádio também significa que mais probabilidade há de distração.

**“Cabeça”**: o mesmo que *lead*, a primeira frase da notícia de rádio, seja do ponto de vista do editor seja do próprio repórter.

**“Cacha”**: o exclusivo noticioso de um jornalista ou de um órgão de comunicação social. Erradamente grafado, por vezes, como “caixa” ou “caxa”. Tem uma duvidosa origem linguística, mas é universal em todas as redações portuguesas. Também um exemplo de uma palavra que o ouvinte não sabe – nem precisa de saber – o que é.

**“Corta e cola”**: uma expressão que vem do tempo das fitas das bobinas, em que as colagens se faziam manualmente, isto é, cortava-se a fita e colava-se mais à frente. Com os sistemas informáticos a expressão perdeu sentido, mas não caiu em desuso. “Cola mais à frente”.

**Cortina (sonora)**: pedaço muito curto de música que separa rubricas ou os ecrãs de publicidade. O mesmo que separador.

**“Dar”**: talvez seja o verbo mais recorrente na redação de uma rádio. “Já demos isso?” é uma fórmula abreviada de “já emitimos essa informação?”. “A que horas dá as notícias?”, pergunta o ouvinte. A rádio dá...

**“Deixa”**: são as últimas palavras de um som ou de um direto, para permitir que o repórter ou o editor peguem na emissão sem pausas artificiais. O conhecimento prévio da “deixa” é condição importante para uma boa articulação e para evitar “brancas”. Também se usa a terminologia inglesa: “out” e “in” (para o início do som).

**Editar**: pode querer dizer várias coisas, desde a montagem do som (cortar/colar), mas também ler/escrever os noticiários ou, ainda (mais raro), um sinónimo de “ir para o ar” – “quantas vezes esse som já foi editado?”. Reeditar: “uma entrevista que vamos reeditar daqui a pouco”; reeditar, neste caso, significa voltar a pôr no ar.

**“Falso direto”**: é um direto gravado! Gravação que vai para o ar na íntegra, tal como foi gravada, mas sem que se diga que é em direto...

**Feed back**: na tradução literal significa que um som está a reentrar pelo microfone (de um telefone, por exemplo). É a chamada sobrealimentação, porque o retorno está alto ou há um rádio muito perto do telefone. Mas tem uma outra conotação, ao nível da audiência: é ter a

noção do retorno da informação junto dos ouvintes. “Houve algum *feed back* da emissão?”.

**“Híbrido”:** chama-se híbrido ao sistema telefónico que permite colocar no ar ou gravar as chamadas telefónicas, fornecendo, a quem fala, retorno da emissão.

**Jingle:** mensagem publicitária/promocional curta, musicada ou não, em espaço identificado (genericamente, o mesmo que *spot*). Diferente da “promo”.

**Off:** diz-se “fazer um *off*” quando se trata de ler um texto a seco, seja na informação seja na publicidade.

**“Papel”:** “fazer um papel” é escrever um texto. Usa-se principalmente quando não há sons.

**“Peça”:** o trabalho jornalístico, uma notícia por exemplo, é chamado de “peça”. Geralmente tem uma duração reduzida e está associado a gravação, embora também se possa “ler uma peça” em direto. “Fazer uma peça”...

**“Picar”:** usa-se quando se fala da concorrência informativa e dos seus conteúdos. Tem um sentido de plágio (“picar um som” é usá-lo sem crédito), embora por vezes não haja uma carga negativa: quando se trata de substituir um som que temos, mas que está em más condições sonoras. “Picar a concorrência” também pode significar ouvir o que dizem os noticiários das outras rádios.

**“Promo”:** é uma “promo” quando promove uma iniciativa regular ou especial da emissão.

**“Sem-fim”:** a música que suporta os títulos do noticiário é um “sem-fim”. Isto é, nunca acaba. Tem uma estrutura circular, repetindo-se. Mas precisa de ter ritmo, para não se tornar (muito) monótona...

**Separador:** (ou cortina) apenas musical ou cantado, serve para separar dois assuntos que não têm ligação, por exemplo, numa “hora informativa” (ou para tapar uma “branca”).



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbeiro, H. & Lima, P. R. (2001). *Manual de radiojornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Barthes, R. (1982). *O grão da voz*. Lisboa: Edições 70.
- Borges, J. L. (2013). *Ficções*. Retirado de <https://teoriadoespacourbano.files.wordpress.com/2013/02/borges-ficc3a7c3b5es.pdf>.
- Brecht, B. (2005). Teoria do rádio (1927-1932). In E. Meditsch (Ed.), *Teorias do rádio* (pp. 35-46). Florianópolis: Insular.
- Bresson, R. (1975). *Notes sur le cinématographe*. Paris: Gallimard.
- Camargo, T. N. (2000, 9 de setembro), Português – Pleonasma: vício ou estilo. *Folha Online*. Retirado de [www.uol.com.br/folha/educacao/ult305u197.shtml](http://www.uol.com.br/folha/educacao/ult305u197.shtml).
- Carvalho, A. (1998). *Manual de jornalismo em rádio*. Belo Horizonte: Armazém de Ideias.
- César, C. (1990). *Como falar no rádio*. São Paulo: Ibrasa.
- Chantler, P. & Sim, H. (1998). *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus Editorial.
- Gomes, A.; Rodrigues, A. D.; Curvelo, A.; Miguel, A.; Sala, A.; Videira, A.; Almeida, A. V.; Crespo, F. M. | Correia, F.; Garcia, H.; Nunes, J. D.; Guerra, J. P.; Louro, J. S.; Lopes, J.; Duarte, J.; Mendes, J.; Andrade, J. N.; Rebello, L. F.; Mauperrin, M. J.; Maia, M.; Sousa, N.; Barreiros, N.; Pires, O.; Tojal, P.; Morisson, R. & Cruz, R. P. (1996). *Colóquios sobre rádio*. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Autores.
- Eco, U. (1971). Guida all interpretazione del linguaggio giornalistico. In L. Marino & C. Vittorino (Eds.), *La stampa quotidiana in Itália* (pp. 333-377). Milão: Bompiani.
- Gadda, C. E. (1953). *Norme per la redazione de um testo radiofonico*. Turim: Edizioni Radio italiana.
- Gradim, A. (2000). *Manual de jornalismo*. Covilhã: UBI.
- Haye, R. (1995). *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires: Paidós.
- Hortsmann, R. (1991). *Writing for radio*. Londres: A & C Black.
- Jespers, J.-J. (1998). *Jornalismo Televisivo*. Coimbra: Minerva.

- Jorge, A.; Brites, M. J. & Minga, E. (2016). *Fazer rádio online com crianças e jovens: Manual de sugestões*. Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo. Retirado de <http://pt.radioactive101.eu/2016/01/30/radioactive-portugal-lanca-manual-de-sugestoes-para-fazer-radio-online/>.
- Klockner, L. (1997). *A notícia na Rádio Gaúcha*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Kundera, M. (1990). *Imortalidade*. Lisboa: Dom Quixote.
- Lavoine, Y. (s. d.). *A rádio*. Lisboa: Veja.
- Lopes, V. S. (1982). *Iniciação ao jornalismo audiovisual*. Lisboa: Centro do Livro Brasileiro.
- Martinez Albertos, J. L. (1977). *El mensaje informativo: periodismo en radio, TV y cine*. Madrid: Complutense.
- Martins, L. P. (1983). *As armas dos jornalistas*. Lisboa: Ália Edições e Publicações.
- Marques, A. (2001). *Tento na língua!...* Lisboa: Plátano Editora.
- Mcleish, R. (2001). *Produção de rádio*. São Paulo: Summus Editorial.
- Meditsch, E. (1995). *Sete meias-verdades e um lamentável engano...* Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina. Retirado de <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardomeias-verdades.htm>.
- Meditsch, E. (1997). *A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico*. Retirado de <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.html>.
- Meditsch, E. (1999). *A rádio na era da informação*. Coimbra: Minerva.
- Meneses, J. P. (2012). *Estudos sobre a rádio. Passado, presente e futuro*. Porto: Mais Leituras Editora.
- Mesquita, M. (1998). *O jornalismo em análise - A coluna do Provedor dos Leitores*. Coimbra: Minerva.
- Newman, J. F. (1966). *Periodismo radiofónico*. Cidade do México: Limusa-Wiley.
- Observatório da Imprensa (s. d.). *Informação e Magia – A nova era do rádio*. Retirado de <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/al230520016.htm>.
- Palmer, F. R. (1975). *Teoria gramatical*. Barcelona: Ediciones Península.
- Parada, M. (2000). *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Editora Panda.

- Porchat, M. E. (1986). *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Editora brasiliense.
- Prado, E. (1989). *Estrutura da informação radiofónica*. São Paulo: Summus Editorial.
- Rodrigues, A. D. (2000). *Dicionário breve da informação e comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Roth, P. (1998). *Casei com um comunista*. Lisboa: Dom Quixote.
- Taborda, M. J. (1998). *Mass media e cidadania. A rádio como esfera pública*. Dissertação de Licenciatura, ISCTE, Lisboa. Retirado de <http://escs.no.sapo.pt/massmedia.pdf>.
- Traquina, N. (Ed.) (1999). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja.
- TSF (2003). *Livro de Estilo da TSF Radio Jornal* (edição fotocopiada e interna)

## NOTA AUTOBIOGRÁFICA DO AUTOR



Tive a sorte de fazer parte de um momento histórico da rádio em Portugal: as emissoras piratas da segunda metade da década de 80 do século passado. Comecei aos 15 anos e não mais parei. Continuei ligado às rádios locais (sobretudo em Vila do Conde), estive na RDP e ajudei a fundar a Rádio Nova. Entre 1991 e 2015 trabalhei na TSF.

A rádio é a minha vida e eu dediquei-me a ela o melhor que pude: quando comecei a dar aulas de jornalismo (na saudosa Escola Superior de Jornalismo), a minha primeira disciplina foi rádio. E quando fiz o doutoramento escolhi a rádio (e a ligação à Internet) para objeto de estudo.

Na rádio fiz tudo o que se possa imaginar – até escrever livros, que, como este, pretendem ajudar a compreender melhor a rádio.

Quando não estou a dar aulas ou a fazer jornalismo, trato dos meus bonsais ou estou no estádio, a ver os jogos do Rio Ave FC.

Embora com um carácter muito pragmático, *Jornalismo radiofónico* é um livro tão prático quanto teórico. Nele se reflete a preocupação de desenvolver, em vários aspetos, uma ideia relativamente à especificidade da comunicação radiofónica, situando-se o jornalismo nas características de receção do próprio meio. É por isso que o capítulo sobre o “ruído” é um dos mais desenvolvidos e retrabalhados nesta obra que retoma, com sentido pedagógico, uma parte substantiva de *Tudo o que se passa na TSF. Para um livro de estilo*, publicado pelo autor em 2003.

As profundas transformações que ocorreram nos últimos anos no campo da comunicação não mudaram o jornalismo radiofónico, mas mudaram (pelo menos parcialmente) o autor, razão pela qual, comparando as duas obras, o leitor vai encontrar um estilo menos definitivo e absoluto neste volume. Dedicado a estimular a reflexão sobre o próprio jornalismo radiofónico, este livro é dirigido sobretudo a quem estuda a rádio.