

RODRIGO MÁRCIO CARDOSO BORGES

O dialogismo na construção do discurso radiofônico: análise das tendências de massificação e diversificação da informação produzida na rádio CBN de Belo Horizonte

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Ciência da Informação

Linha de pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade.

Orientação: Prof^ª Dr^ª Lígia Maria Moreira Dumont

Belo Horizonte
Escola de Ciência da Informação da UFMG
2008

O dialogismo na construção do discurso radiofônico: análise das tendências de massificação e diversificação da informação produzida na rádio CBN de Belo Horizonte

À minha companheira de vida Flávia, pela lealdade na travessia.

Aos meus pais, pela abnegação, investimento e sacrifício para garantir minha iniciação e desenvolvimento dentro do universo da cultura e do conhecimento.

Agradeço,

À professora Lígia Dumont, pela dedicação, paciência, generosidade e competência na administração do processo de construção deste sonho.

Aos professores e alunos do mestrado da Escola de Ciência da Informação da UFMG, pela cumplicidade, ótima convivência e troca intelectual.

Aos funcionários da Escola de Ciência da Informação da UFMG, pela presteza e empenho em nos ajudar.

À professora Isis Paim, pelo incentivo inicial e por acreditar em meu potencial para a vida acadêmica.

Ao Luiz Henrique Yagelovic, o Ike, e à equipe da rádio CBN de Belo Horizonte pela disponibilidade e acolhida.

“O que é um mito, hoje? Darei desde já uma primeira resposta, muito simples, que concorda plenamente com a etimologia: o mito é uma fala” (Roland Barthes, *Mitologias*, 1993, p.131).

“A compreensão é uma forma de diálogo; ela está para a enunciação assim como uma réplica está para a outra no diálogo. Compreender é opor à palavra do locutor uma contrapalavra” (Mikhail Bakhtin, *Marxismo e filosofia da linguagem*, 1986, p.131, 132).

RESUMO

Os objetivos foram identificar, compreender e analisar os processos de seleção da informação e produção de notícias, tendo-se como objeto de pesquisa a rádio CBN de Belo Horizonte. Pretendia-se verificar se tais processos poderiam provocar uma relativa homogeneização das informações veiculadas. A pesquisa discutiu se os ambientes virtuais das grandes agências de informação jornalística têm primazia em detrimento das fontes formais, como órgãos públicos, fontes pessoais, utilizadas pelos repórteres, e participação de ouvintes. Essa linha mestra foi complementada pela análise da utilização das fontes de informação disponíveis na Internet, com o objetivo de verificar se as fontes acessadas pelos jornalistas são, quase sempre, as mesmas. As seguintes ferramentas metodológicas foram utilizadas, em abordagem qualitativa: estudo de caso, observação participante, entrevista parcialmente estruturada com o gerente de jornalismo da emissora e análise do discurso. A pesquisa demonstrou que o alto número de informações provenientes de assessorias de comunicação de órgãos públicos contribui para a homogeneização da informação. A observação participante também revelou que o jornalista tende a procurar fontes conhecidas, dotadas de credibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: informação e comunicação; análise do discurso; homogeneização da informação; rádio.

ABSTRACT

The aim was to identify, understand and analyze the processes of selection of information and news production of the CBN radio station in Belo Horizonte, which is the object of research. It has intended to verify if these processes could incite a relative homogenization of the broadcast information. The research discusses if the virtual environments of big agencies of journalistic information have primacy compared with formal sources such as public organs, personal sources used by reporters and participation from listeners. This main line of research was complemented by the analysis of the use of information sources available on the Internet, with the purpose of verifying if the sources accessed by journalists are mostly the same. The following methodological tools were used in qualitative approach: case study, participant observation, semi-structured interview with the journalism manager of the radio station and discourse analysis. The research has demonstrated that the great amount of information provided by the public relations departments of public organs contribute to the homogenization of information. The participant observation has also revealed that the journalist tends to search for familiar sources, provided with credibility.

KEYWORDS: information and communication; discourse analysis; homogenization of information; radio broadcasting station.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 A INFORMAÇÃO NO RÁDIO E A SUA RELAÇÃO COM A LINGUAGEM	16
2.1 Uma abordagem interdisciplinar: a ciência da informação e a análise do discurso.....	17
2.2 A construção de sentido no rádio sob a ótica de Bakhtin.....	18
2.3 A relação entre o rádio, a Internet e as novas tecnologias de produção e transmissão de informação.....	21
3 INFORMAÇÃO, OPACIDADE E IDEOLOGIA	24
3.1 Imperialismo cultural ou violência simbólica.....	26
3.2 Cultura e informação.....	30
4 FONTES DE INFORMAÇÃO	34
4.1 Fontes de informação na Internet.....	37
4.2 Seleção de notícias.....	39
5 METODOLOGIA	43
5.1 Observação participante em abordagem qualitativa.....	44
5.2 Estudo de caso.....	45
5.3 Entrevista.....	46
5.4 Pesquisa documental.....	47
5.5 Análise do discurso.....	48
6 RÁDIO CBN DE BELO HORIZONTE: estrutura e análise de dados	53
6.1 Análise da entrevista com o gerente de jornalismo da rádio CBN de Belo Horizonte.....	56
6.2 Análise do discurso veiculado na rádio CBN de Belo Horizonte.....	70
7 CONCLUSÕES	83

8 REFERÊNCIAS..... 89

9 ANEXOS..... 95

1 INTRODUÇÃO

O rádio constitui importante instrumento de transmissão de informação, principalmente considerando-se o fato de que o Brasil ainda luta pela realização de sua revolução educacional e, doravante, tecnológica. Contudo, também pode operar como poderosa ferramenta política utilizada tanto para a transformação social quanto para a manutenção do *status quo*. Comunicação e poder sempre caminharam lado a lado na história do país, premissa que pode ser corroborada pela simples observação dos critérios, ou falta deles, de distribuição de concessões públicas de rádios e TV pelo governo militar nas décadas de 70 e 80. O potencial que o rádio possui para a democratização do conhecimento tem sido sistematicamente negligenciado, prejudicado por relações meramente políticas ou comerciais. Tais esferas, política e comercial, ideológica e econômica, precisam ser amplamente, e constantemente, discutidas em suas relações com as múltiplas áreas de conhecimento da sociedade.

A rápida expansão da Internet ampliou as possibilidades de produção e veiculação de conteúdo das mídias tradicionais. Programas de rádio que antes chegavam à sociedade por meio de ondas eletromagnéticas ganham agilidade, flexibilidade, e o mundo, através da rede mundial de computadores. Essas mesmas ondas conectam redes de Internet sem fio, ou *wireless*. A produção local passa a ter, descontadas as barreiras da cultura e do idioma, amplitude global. A convergência atingiu a transcendência. Rádio, TV e Internet convivem harmonicamente em dispositivos móveis, como o telefone celular e o *i-pod*.

Se, por um lado, temos a cada dia novas possibilidades de compartilhamento de conteúdo, por outro, muitas vezes deixamos de lado velhas questões relacionadas à ética e à responsabilidade. Preocupações profissionais e pessoais podem nos afastar da reflexão crítica acerca da importância de se pensar a informação como um bem público. A universidade deve mediar esse debate. A ciência da informação, mais especificamente a linha de pesquisa informação, cultura e sociedade, pode analisar e promover a dialética entre as novas formas de produção e disseminação de informação e as formas tradicionais de utilização simbólica do conteúdo produzido nos veículos de comunicação.

Com vistas a discutir as questões apresentadas acima, foi selecionada, como objeto de pesquisa, a rádio CBN de Belo Horizonte. Sua programação,

transmitida em rede nacional, mas com espaço para produção local¹, é basicamente composta por informações jornalísticas. De acordo com o gerente de jornalismo, seu público-alvo está nas classes AB, entre 25 e 50 anos de idade. A rádio CBN foi escolhida para análise porque possui a informação como “carro-chefe”.

Os arcabouços teórico e metodológico foram desenvolvidos com o objetivo principal de tentar identificar, compreender e analisar os processos de seleção da informação e produção de notícias na rádio CBN de Belo Horizonte. Através do estudo de caso pretendia-se analisar se tais processos podem estar provocando relativa homogeneização das informações veiculadas. Essa linha mestra foi complementada pela análise da utilização da Internet, com o objetivo de verificar se as fontes de informação acessadas são, quase sempre, as mesmas. A dissertação discute se os ambientes virtuais das grandes agências de informação jornalística têm primazia em detrimento das fontes formais, como órgãos públicos, fontes pessoais, utilizadas pelos repórteres, e participação de ouvintes. Na pesquisa de campo foi realizada observação crítica do caminho percorrido pela informação, da seleção à veiculação, com vistas a identificar possíveis interferências, externas e internas, nos processos de seleção de fontes, edição e produção de notícias. Pretendia-se também verificar se há interatividade com os ouvintes, ou seja, se existe espaço para sugestões de pauta, críticas e opiniões². Outro questionamento importante referiu-se ao nível de autonomia do jornalista nos processos de busca e seleção de fontes de informação.

Tentou-se analisar o pano de fundo simbólico, presente nos processos diários do fazer jornalista, e a utilização do potencial de opções disponíveis de seleção de informação.

Após abordar os problemas e objetivos que orientaram este trabalho, é importante apontar as seguintes premissas:

¹ A presente pesquisa analisou o programa CBN Belo Horizonte, veiculado de segunda a sábado, entre 9h30 e 12h, pelo período de 27 dias. A pesquisa de campo foi realizada entre os dias 17 de novembro e 13 de dezembro de 2007.

² Barbeiro e Lima (2003) descrevem a importância do *ombudsman* (palavra de origem escandinava) nas emissoras. Esse profissional é responsável por receber, analisar e divulgar as queixas do público.

1. A prevalência das informações retiradas das grandes agências de informação pode gerar relativa homogeneização do conteúdo veiculado nas rádios.
2. Os grandes portais de notícia da Internet e os *releases*³ enviados pelas assessorias de imprensa são as fontes mais acessadas pelos jornalistas em detrimento das fontes pessoais e participação de ouvintes.

Tais premissas foram discutidas a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo, detalhada no capítulo destinado à análise dos processos de trabalho da rádio CBN de Belo Horizonte, no âmbito geral, e do programa CBN Belo Horizonte, especificamente. A observação participante também compõe a metodologia, desenvolvida em abordagem qualitativa. Entrevista parcialmente estruturada com o gerente de jornalismo, e análise documental de notícias, com foco na análise do discurso, complementaram o instrumental metodológico.

A discussão apresentada neste preâmbulo destaca uma das características fundamentais da ciência da informação, a interdisciplinaridade, nesse caso operando em convergência com a comunicação social.

Saracevic (1996) reforça o argumento supracitado ao apontar três características gerais que constituem a razão da existência e da evolução da ciência da informação. A primeira afirma que a ciência da informação tenha natureza interdisciplinar, estabelecendo relações com outras disciplinas como a ciência da computação, a administração, a inteligência artificial e a comunicação. Em segundo lugar, a ligação intrínseca entre a ciência da informação e as tecnologias da informação. Em sentido amplo, o imperativo tecnológico está impondo a transformação da sociedade moderna em sociedade da informação, era da informação ou sociedade pós-industrial. A terceira característica são suas dimensões social e humana, que ultrapassam a tecnologia.

A discussão central deste trabalho está relacionada às três características apresentadas. A pesquisa proposta possui caráter interdisciplinar, uma vez que abordou a relação entre a ciência da informação, a comunicação social e as novas tecnologias. Em consonância com Saracevic (1996), pode-se afirmar que

³ *Release*, ou *press release*, é um texto informativo, em alguns casos com viés publicitário, para divulgar notícias relacionadas a empresas ou personalidades. Esses clientes, geralmente, contratam uma assessoria de imprensa para produzir e enviar esse material para as redações dos veículos de comunicação.

as relações entre o fenômeno e o processo, informação e comunicação, definem a relação entre essas disciplinas.

Marteleteo (1992) analisa o lugar da informação nos discursos da cultura. Um dos conceitos abordados diz respeito à comunicação de massa:

Também a informação diz respeito ao advento da sociedade de massa, caracterizando uma nova forma de produzir, organizar e distribuir os bens culturais — a cultura de massa. Assim, informação costuma estar associada às formas especiais das mensagens produzidas pelos meios de comunicação massivos e suas características de difusão (MARTELETO, 1992, p.77).

Em consonância com o viés acima apresentado, o rádio opera como veículo de comunicação de massa, embora a construção de sua linguagem seja voltada para o indivíduo.

O imperativo tecnológico, apontado como segunda característica da ciência da informação, relaciona-se à utilização da Internet como uma das principais fontes de informação no jornalismo atual. As interações entre as tecnologias e a sociedade foram abordadas através da discussão de questões relacionadas a transparência, opacidade, massificação ou diversificação da informação.

Entende-se que a realização desta dissertação tenha-se justificado por alguns motivos acima relacionados, que caracterizam as dimensões social e humana da ciência da informação. Inicialmente, pela importância do tema, fundamental para o estabelecimento de visão crítica acerca dos conteúdos informacionais veiculados em um dos canais midiáticos com maior penetrabilidade no país: o rádio.

Outro fator importante considerado foi a possibilidade de realização de pesquisa enfocando a relação entre tecnologias de informação, comunicação e poder. A investigação, sistematizada e aprofundada, pôde promover significativa reflexão para a sociedade e, especificamente, para profissionais da comunicação e pesquisadores da ciência da informação.

Por último, a ligação intrínseca do tema com a área de atuação profissional do autor: a comunicação social. Através da observação diária nos últimos treze anos do processo de produção de informação no rádio, foi possível acompanhar o surgimento da Internet nas redações, e o crescimento exponencial da relação de dependência estabelecida entre os veículos de comunicação e as grandes empresas de informação, que disponibilizam boa parte do seu conteúdo na rede.

Essa nova tecnologia possibilitou a redução do tempo dos processos de produção de informações, a redução dos custos e, conseqüentemente, do número de profissionais. No rádio, especificamente em programas ao vivo, as notícias são, muitas vezes, retiradas desses grandes portais de Internet, editadas e, pela urgência ou falta de tempo, repassadas aos ouvintes sem nenhuma análise crítica.

Nos últimos anos, algumas transformações estruturais têm influenciado diretamente a rotina dos profissionais de jornalismo. A velocidade do ciclo de inovações tecnológicas, sintetizada pela lógica de convergência e portabilidade da Internet, gerou economia de tempo no processo de produção de notícias no rádio, da seleção de fontes à veiculação. Tal economia pode acarretar conseqüências que merecem análise crítica: redução do quadro de jornalistas, perda de autonomia da redação, negligência no processo de checagem das fontes, reprodução, sem análise crítica, dos conteúdos encontrados na Internet e, por fim, a relativa homogeneização da informação produzida e divulgada. A investigação deste processo constitui o eixo da presente pesquisa por algumas razões. Inicialmente, pelo poder do rádio como veículo de comunicação de fácil acesso, baixo custo e amplo alcance nacional. Seu potencial para generalização de visões simbólicas de mundo deve ser discutido. Da mesma maneira que o seu potencial para a distribuição de informação pública, voltada para a educação e para a valorização da cultura local. A compreensão das características desse meio passa pelo estudo das transformações impostas pelas mudanças tecnológicas e culturais.

No capítulo seguinte são apresentadas as principais características do rádio, as peculiaridades de sua linguagem, fundamentadas em referencial teórico voltado para a análise do discurso e construção de sentido, bem como sua relação com a Internet e as novas mídias. No terceiro capítulo são discutidos os conceitos de opacidade da informação, violência simbólica e cultura, importantes para o entendimento das relações entre diferentes atores sociais, destacando o potencial da informação como instrumento ideológico e transformador. O quarto capítulo apresenta conceitos relacionados às fontes de informação e à seleção de notícias, promovendo o diálogo entre abordagens da ciência da informação e da comunicação social. No quinto capítulo é feita a descrição da metodologia utilizada, bem como a análise dos processos de trabalho, da seleção de fontes à

veiculação da notícia, da rádio CBN Belo Horizonte, com ênfase no programa homônimo, “carro chefe” da produção desenvolvida na capital mineira. Por fim, são desenvolvidas as conclusões com reflexão crítica sobre o objeto e a pesquisa.

2 A INFORMAÇÃO NO RÁDIO E A SUA RELAÇÃO COM A LINGUAGEM

O discurso radiofônico, bem como sua enunciação, e a linguagem, fruto de sua oralidade, possuem ligação intrínseca com a cultura de seu tempo. E o tempo no rádio é o agora. A proximidade com o ouvinte pode ser tanto maior quanto maior for o reflexo das raízes culturais desse na grade de programação da emissora.

A acessibilidade do rádio e sua grande penetrabilidade relacionam-se diretamente à simplicidade técnica, que possibilita flexibilidade e baixo custo, e à coloquialidade, presente na construção do discurso através de frases curtas, muitas vezes em ordem direta. O texto radiofônico é, invariavelmente, voltado para o indivíduo, o que gera relativa sensação de proximidade entre veículo e público-alvo. A instantaneidade inerente à informação nesse meio invoca a necessidade de clareza e concisão na escrita, levando-se em conta a possibilidade de o ouvinte dividir sua atenção entre o rádio e outra atividade. Tal dispersão pode provocar muitas vezes a redundância, ou seja, a repetição de idéias por parte das emissoras, e por parte de quem esteja por trás delas, muitas vezes políticos e empresários, com vistas a alcançar maior eficácia na compreensão do que foi enunciado.

O significado da informação, ou mensagem, é construído a partir de peculiaridades na enunciação do discurso, interpretações, inflexões e pausas, aliadas ao texto — amálgama entre as vivências do redator e a linha editorial do veículo — e, em última instância, à subjetividade do ouvinte. Este último é quem detém o poder de decisão para o estabelecimento de uma relação de maior ou menor proximidade com a emissora.

Faz-se necessária a análise da construção de sentido no rádio a partir das relações fronteiriças entre a ciência da informação, a comunicação e o estudo da linguagem.

2.1 Uma abordagem interdisciplinar: a ciência da informação e a análise do discurso

A ciência da informação reforça sua característica interdisciplinar ao incorporar a análise do discurso⁴, teoria que se fundamenta na construção do conhecimento através da linguagem e destaca a importância de privilegiar um escopo amplo, sócio-cultural, em detrimento da análise centrada exclusivamente no indivíduo. Cabral *et al.*(2007) alertam para o perigo das abordagens estritamente voltadas para a subjetividade da informação, quando se pretende que esta seja interpretada como fenômeno construído socialmente.

Verifica-se, então, que na Análise do Discurso a informação não é vista como algo que instrui, mas como mensagens produzidas dentro de contextos históricos e culturais específicos e de interesses sociais específicos. [...] A abordagem da Análise do Discurso ressalta que a variedade de estruturas de conhecimento não é causada por diferenças em interpretações pessoais e que o conhecimento e as estruturas de conhecimento não são nem objetivas, nem subjetivas, mas intersubjetivas, produzidas num sistema de sentidos compartilhados. A Teoria do Discurso enfatiza também que o usuário tem diferentes identidades e posições de sujeito em diferentes contextos sociais (p.35).

Essa abordagem desloca o escopo do indivíduo, muitas vezes considerado a unidade fundamental de análise, para um nível mais geral, levando-se em conta o contexto sócio-cultural da informação presente no discurso. As relações estabelecidas em qualquer ambiente de produção de informação possuem natureza complexa. Fatores políticos, econômicos e culturais se encontram

⁴ Pinto (2002) considera difícil, ou mesmo impossível, fazer uma síntese de todas as tendências ou correntes que hoje em dia se interessam em fazer algum tipo de análise de discursos: “existem análises dependentes, ou independentes do contexto; explicativas e críticas [...], ou apenas descritivas; que desconfiam da letra do texto e procuram relacioná-lo às forças sociais ou psíquicas que o moldaram, ou que mantêm a análise na superfície, por nela confiarem; que interpretam conteúdos, ou trabalham apenas com marcas formais; que usam ou não um conceito de ideologia [...] par e par com o conceito de discurso; que analisam textos isolados, ou trabalham comparativamente; que usam técnicas estatísticas ou não, como instrumento de contextualização; que realizam um trabalho prévio de transcrição normativa dos textos em categorias semânticas ou sintáticas padronizadas, ou trabalham com marcas formais da superfície textual tal como ele se apresenta [...]. As análises de discurso que se praticam hoje se nutrem de duas tradições: a análise de discurso francesa, de um lado, e a pragmática, a etnometodologia e outras propostas psicossociológicas de abordagem de textos anglo-americanas, de outro [...]. A análise do discurso francesa, cujos nomes mais influentes foram Michel Foucault e Michel Pêcheux, tentava desde os anos 70 articular lingüística e história [...]. A tradição anglo-americana prende-se mais ao empirismo e aos conceitos da psicologia do consciente [...]. As teorias lingüísticas apropriadas são aquelas que não se limitam apenas a descrever a estrutura interna das frases, à maneira dos estruturalismos europeus e norte-americanos, mas que conceptualizam também os usos da linguagem em contextos, como a teoria da enunciação francesa, com Émile Benveniste, Antoine Culioli e Oswald Ducrot; a lingüística funcional e sistêmica de Michael Halliday e seguidores, na Inglaterra; e a pragmática lingüística norte-americana, feitas neste último caso as ressalvas quanto ao modo como concebem a contextualização” (p.13-28).

imbricados a desejos e opiniões pessoais e profissionais do indivíduo. Alguns indicadores dessas relações podem ser identificados no discurso, que possui caráter social, e no texto, construção *a priori* individual que recebe toda a carga de influências historicamente construídas pelo seu produtor.

Duas pesquisas desenvolvidas na Escola de Ciência da Informação da UFMG, que fizeram uso metodológico da análise do discurso, serviram como referência para o desenvolvimento da presente dissertação. A primeira⁵ delas analisou o sistema público de radiodifusão, tendo como objeto a BBC⁶ de Londres. A segunda⁷ tratou da relação entre informação, cultura e mentalidades, tendo como objeto de estudo informações a respeito da infância pobre no Brasil, divulgadas pelo jornal *Folha de São Paulo* entre os anos de 1994 e 1998.

No tópico seguinte será discutida a análise do discurso e a construção de sentido no rádio, tendo como ponto de referência o conceito de linguagem elaborado por Bakhtin.

2.2 A construção de sentido no rádio sob a ótica de Bakhtin

O pensador russo Mikhail Bakhtin (1986) destaca a natureza social da linguagem, arena de debates e contradições, relações de dominação e de resistência. Tal definição fundamenta a argumentação desenvolvida nesta dissertação.

O valor exemplar, a representatividade da palavra como fenômeno ideológico e a excepcional nitidez de sua estrutura semiótica já nos deveriam fornecer razões suficientes para colocarmos a palavra em primeiro plano no estudo das ideologias. É, precisamente, na palavra que melhor se revelam as formas básicas, as formas ideológicas gerais da comunicação semiótica. [...] Não é tanto a pureza semiótica da palavra que nos interessa na relação em questão, mas sua *ubiquidade social*. Tanto é verdade que a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc (BAKHTIN , 1986, p.36-41).

⁵ **Serviço público de radiodifusão:** tecnologia, sociedade e direito à informação, de autoria de Eleonora Bastos Horta, orientada por Ana Maria Rezende Cabral.

⁶ *British Broadcasting Corporation.*

⁷ **Da notícia ao fato:** informação, discursos e mentalidades sobre a infância pobre no Brasil, de autoria de Rogério Pádua Cavalcanti, orientada por Lígia Maria Moreira Dumont.

Barros *et al.*(1997) destacam o caráter dialógico do texto, conceito apresentado por Bakhtin:

Quanto ao objeto, o texto se define como [...] produto da criação ideológica ou de uma enunciação, com tudo o que está aí subentendido: contexto histórico, social, cultura, etc. (Em outras palavras, o texto não existe fora da sociedade, só existe nela e para ela e não pode ser reduzido à sua materialidade lingüística (empirismo objetivo) ou dissolvido nos estados psíquicos daqueles que o produzem ou o interpretam (empirismo subjetivo)); dialógico: [...] o texto é, para o autor, constitutivamente dialógico; define-se pelo diálogo com outros textos (BARROS *et. al.* 1997, p.28-29).

A concepção de linguagem de Bakhtin é dialógica e considera a relação entre interlocutores. Quatro aspectos relacionados a essa premissa merecem destaque. O primeiro afirma que a origem da linguagem está na interação entre interlocutores. O segundo atesta que o sentido do texto e a significação das palavras são construídos durante sua produção e na interpretação. O terceiro ponto defende a idéia de que a intersubjetividade tem primazia em relação à subjetividade. Isso ocorre porque a relação entre interlocutores não apenas funda a linguagem e dá sentido ao texto, mas também constrói os próprios sujeitos produtores do texto. Por último, deve-se salientar que as observações supracitadas podem conduzir a conclusões equivocadas relacionadas à concepção bakhtiniana de sujeito, considerando-a individualista ou subjetivista. Na realidade, Bakhtin apresenta dois tipos de socialidade: a relação entre sujeitos, ou seja, entre interlocutores que interagem, e a dos sujeitos com a sociedade (BARROS *et. al.*, 1997, p.30-31).

Brait *et al.*(1997) consideram que um dos eixos do pensamento de Bakhtin esteja na busca de indícios que demonstrem a heterogeneidade constitutiva da linguagem.

Entre esses indícios estão, sem dúvida, a preocupação com dimensão histórico-ideológica e a conseqüente constituição signica das ideologias; a insistência da discussão de uma natureza interdiscursiva, social e interativa da palavra; a tentativa de oferecer elementos para uma reflexão sobre os gêneros discursivos; a interdiscursividade como condição de linguagem (BRAIT *et. al.*, 1997. p.93).

Pode-se, a partir dessa argumentação, pensar o texto radiofônico como produto da interação entre redator, editor, locutor e ouvinte. Todos, atores sociais, dialogando como co-produtores em uma relação de interdependência. O público-alvo é a razão de ser de todos os processos produtivos de uma rádio, sejam artísticos, jornalísticos ou comerciais.

A análise da linguagem proposta por Bakhtin leva em consideração a história, o tempo particular, o lugar de geração do enunciado e os envolvimento intersubjetivos do discurso denominados “entonação” ou “tom do discurso”. A avaliação social realizada pelo sujeito confere materialidade ao enunciado, atualizando-o do ponto de vista de sua presença factual. Tal avaliação reitera a idéia de singularidade da situação em que o enunciado acontece, e envolve a capacidade interpretativa dos sujeitos em processo interativo (BRAIT *et al.*, 1997, p.97).

Bakhtin defende a questão da variação lingüística, funcional e discursiva, características da heterologia ou pluridiscursividade. Essa terminologia é empregada, muitas vezes, nos escritos do autor, para designar a diversidade dos elementos que caracterizam o discurso: de gênero (tipos discursivos), de profissão, de camada social, de idade e de região (dialetos). Tais elementos devem ser considerados quando se pensa em comunicação verbal entre seres humanos (BARROS *et al.*, 1997, p.32).

A diversidade apontada por Bakhtin pode balizar a análise da premissa desta pesquisa sobre a possível homogeneização do conteúdo veiculado no rádio. Considerar as idiossincrasias dos elementos que formem o discurso radiofônico é fundamental para a elaboração crítica acerca das complexas relações entre interlocutores. Doravante, a relação entre jornalistas e ouvintes, rádio e público, ganha novas possibilidades de interação, reais e virtuais, a partir da Internet.

Entretanto, a análise dos dados pesquisados na rádio CBN deve considerar o seguinte argumento bakhtiniano: “a linguagem funciona diferentemente para diferentes grupos, na medida em que diferentes materiais ideológicos, configurados discursivamente, participam do julgamento de uma dada situação (BRAIT *et al.*, 1997, p.99)”.

Essa premissa corrobora a necessidade de se voltar o olhar para o contexto social, intersubjetivo e histórico de produção da informação. Os caminhos percorridos pela notícia em uma rádio são complexos, construídos a partir das

relações internas, constituídas pelo diálogo entre jornalista e linha editorial, e relações externas, da emissora com suas fontes e ouvintes.

Convém destacar que o dialogismo, segundo Bakhtin, pode assumir aspectos monofônicos ou polifônicos.

Nos textos polifônicos, os diálogos entre discursos mostram-se, deixam-se ver ou entrever; nos textos monofônicos eles se ocultam sob a aparência de um discurso único, de uma só voz. Monofonia e polifonia são, portanto, efeitos de sentido, decorrentes de procedimentos discursivos, de discursos por definição e constituição dialógicos (BARROS *et. al*, 1997, p.35).

O texto jornalístico deve conter, em sua essência, o caráter polifônico, elaborado a partir do compromisso ético de sempre ouvir todos os lados de uma questão, buscando a isenção, e não a imparcialidade utópica, na construção da notícia.

A seguir, analisar-se-ão as transformações operadas no rádio decorrentes do surgimento da Internet e do processo de convergência das mídias tradicionais.

2.3 A relação entre o rádio, a Internet e as novas tecnologias de produção e transmissão de informação

A Internet possibilita a integração das formas tradicionais de mídia. Rádio, TV, jornais, livros e revistas convergem para a rede mundial de computadores. Isso não chega a representar uma tendência de substituição dos meios convencionais de comunicação. As características fundamentais são mantidas, como o áudio e o vídeo, interagindo agora com as possibilidades do hipertexto e criando, doravante, uma mídia híbrida. O usuário, por sua vez, ganha a possibilidade de interatividade, produzindo e manipulando suas informações.

A evolução tecnológica, sintetizada na alta velocidade dos ciclos de inovação, ampliou as formas de se ouvir o rádio, que saiu das casas e ganhou as ruas por meio dos dispositivos móveis, celulares e *i-pods*, que permitem a portabilidade⁸. No entanto, não ocorreu evolução significativa em termos de linguagem e tampouco em relação à diversificação dos produtores de informação, restritos, em sua maioria, às emissoras tradicionais que detêm as concessões abertas.

⁸ Na linguagem da informática significa a possibilidade de executar aplicações características de determinado meio, no caso o rádio, em outras plataformas distintas daquela de origem.

Castells (2003, p.162) afirma que a audição de rádio esteja florescendo na Internet a partir de estações de transmissão aberta, e por meio de transmissões radiofônicas feitas pela Web. Dois fatores influenciam, aparentemente, esse desenvolvimento. De um lado, a necessidade de satisfazer o interesse por eventos locais em escala global. Em contrapartida, o sucesso comercial do rádio levou ao seu controle oligopolista por grandes conglomerados de mídia. Portanto, embora o rádio seja localmente orientado, seu conteúdo é cada vez mais comprado de sindicatos e amplamente homogeneizado. Estações de rádio alternativas, que encontrem na Internet uma forma barata, rápida e acessível de transmissão, podem contribuir para a diversificação do conteúdo disponível na rede.

No Brasil, a ampliação do conteúdo disponível em português na Internet depende, em primeira instância, da construção de uma base educacional sólida, calcada na disseminação da cultura do conhecimento, do ensino fundamental à universidade. A partir desse alicerce será possível pensar em desenvolvimento técnico, focado na cultura da inovação, com possibilidade de crescimento amplo para o país. As relações sociais necessárias para a geração desse cenário, ainda utópico, são complexas e dependem do trabalho coordenado entre sociedade civil, governo e empresas.

A guerra fria e o capitalismo do final do século XX provocaram transformações sociais que tiveram como instrumentos as novas vias de comunicação. A Internet possibilitou o desenvolvimento de uma nova economia, graças à sua eficiência, autonomia, independência em relação ao controle do Estado e potencial para a comunicação pessoal e empresarial (BARBEIRO; LIMA, 2003):

A Internet não acabará com o rádio. A Internet não concorre com o rádio; é a salvação deste. O avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio senão a Internet, o que proporcionará um salto de qualidade tanto em propagação como em conteúdo e, com isso, pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena (BARBEIRO; LIMA, 2003, p.45).

Contudo, a qualidade de conteúdo defendida acima depende da capacidade de seu produtor, que precisa conhecer a linguagem mais adequada ao meio em

que a informação será veiculada, checar e divulgar as fontes e, acima de tudo, respeitar os preceitos éticos do jornalismo.

As frequências de rádio no Brasil são disponibilizadas através de concessões públicas. Interesses políticos à parte, a informação produzida deve estar voltada à prestação de serviços e à garantia dos interesses da sociedade. Transparência informacional e diversidade de conteúdos são características importantes na valorização da cultura local em prejuízo da cultura globalizada, amplamente divulgada nos meios de comunicação.

No próximo capítulo são discutidas as relações entre opacidade da informação, ideologia, violência simbólica e cultura.

3 INFORMAÇÃO, OPACIDADE E IDEOLOGIA

A opacidade⁹ das informações distribuídas pelas tecnologias de informação e comunicação pode contribuir para a construção de novo senso-comum. A utilização da informação pela mídia reforça essa idéia. A opacidade está presente na técnica, amplamente difundida, de constante repetição de idéias, expressões e palavras que não possuam significado preciso e que, aos poucos, ganham força e passam a ser incorporadas no imaginário coletivo.

Bombardeado pela mídia eletrônica que associa a felicidade ao consumo de marcas globais, o jovem excluído — receptor da mesma mensagem exatamente que o incluído — tem como alternativas conseguir a qualquer preço o novo objeto de desejo, ou recalcar uma aspiração manipulada pelo interesse comercial (DUPAS, 2000, p.59-60).

Valente e Dumont (2003) apontam a necessidade de elaboração de políticas públicas de informação para a construção de sociedades democráticas. Para tal, é preciso buscar a descentralização do poder através da publicização e descentralização da informação. Segundo Habermas (1984), o princípio da publicidade é o instrumento que a opinião pública dispõe para julgar, rever e controlar criticamente as decisões políticas. Contudo, o fortalecimento dos interesses privados em detrimento da esfera pública acaba por esvaziar esse princípio.

Araújo e Lima (2000) acreditam que a informação seja fundamental para o surgimento de consciência crítica acerca da realidade. O intercâmbio informacional possibilita a comunicação entre sujeitos sociais, que passam a conhecer seus direitos e deveres para, em seguida, partirem para a ação individual ou coletiva.

Melo (1985) destaca que os meios de comunicação coletiva são aparatos ideológicos que se movem na direção das forças sociais que os controlam, influenciando e mobilizando pessoas e grupos, refletindo as contradições das estruturas societárias em que estejam inseridos:

⁹ Valente (2004) defende a ampliação da noção de transparência para combater o segredo, ou opacidade administrativa, presente na burocracia. Jardim (1999) afirma que a opacidade informacional produz hegemonia e exclusão (inclusive informacional) de classes não dominantes.

A essência do jornalismo tem sido historicamente a informação, aí compreendido o relato dos fatos, sua apreciação, seu julgamento racional. E o espaço da autonomia jornalística é o da liberdade, concebida como possibilidade de convivência e de confronto permanente entre diferentes modos de aprender e de relatar o real (p.58).

Entretanto, é importante delimitar o pano de fundo constituído pelas relações entre cultura, ideologia e informação:

Cultura, ideologia, informação quando referidas aos processos e relações sociais em geral, dizem respeito a relações de poder e não a aparelhos ou instituições que são os porta-vozes ou detentores dos bens culturais, embora possamos identificar alguns deles como veículos prioritários das informações produzidas socialmente, dentre eles a instituição pedagógica (MARTELETO, 1992, p.89).

O direcionamento ideológico exposto acima e o caráter eminentemente político do jornalismo não excluem a reprodução verdadeira dos acontecimentos. Segundo Melo (1985) a veracidade pode ser medida de acordo com a disponibilidade de fontes de difusão jornalística que permitam à sociedade a confrontação dos fatos, bem como a de suas diferentes versões. “Quando essa disponibilidade inexistente, a sociedade encontra seus próprios mecanismos para se acercar da realidade” (p.58).

Morin (1981, p.45-47) analisa a ideologia do ponto de vista informacional. Trata-se de sistema de idéias engendrado para controlar, acolher e rejeitar a informação. A ideologia como teoria é, em princípio, aberta à informação contraditória, que possui caráter questionador. A ideologia como doutrina é fechada a toda informação questionadora. A ideologia política, por exemplo, é muito mais doutrina do que teoria. Existe relação de repulsa entre informação e ideologia política. Isso ocorre pelo fato de que a informação possa explodir a ideologia. Esta, por sua vez, precisa manter uma relação repressora com a informação. Nossos sistemas mentais tendem a ignorar as informações que contradizem nossa ideologia. Nesse ponto, deve-se apontar a grande virtude da informação: sua capacidade de destruir a racionalização, ou seja, destruir o sistema coerente de idéias que pretende encerrar em si o real, criando nova racionalidade. O controle totalitário da informação opera para censurar as informações que preocupam e para distribuir informações tranquilizadoras. Contudo, o reconhecimento da boa ou má informação não se dá através de

testes prévios. O discernimento requer um difícil e aleatório esforço de decifração, não uma qualidade de verificação como a dos aparelhos que detectam dinheiro falso.

Os posicionamentos político e ideológico apresentados por Morin encontram-se diluídos na relação, muitas vezes contraditória, entre jornalistas e empresas de comunicação e informação. Tal relação, complexa, é construída na dialética entre funcionários, com suas referências e bagagem histórica; ouvintes, cobijados pela emissora e seus anunciantes; e linha editorial, gerada na mistura dos interesses da empresa nos campos político, econômico e ético.

A seguir, será discutida a possível violência simbólica propalada pelas tecnologias de informação e comunicação, também importante pela ligação intrínseca com os conceitos supracitados de opacidade da informação e ideologia.

3.1 Imperialismo cultural ou violência simbólica

A mídia é constantemente apontada como a grande responsável pelas trocas culturais desiguais. Nem mesmo a segmentação dos veículos de comunicação consegue dar conta da complexidade humana, nos níveis social e individual. Nesse contexto, paradoxalmente segmentado, pelos nichos de mercado e massificado, pelo volume de audiência e profusão de informações, a contradição é uma ferramenta dialética de grande valia para a afirmação de nossa identidade e, por conseguinte, de nossos valores culturais e políticos. Para tal é preciso identificar e reconhecer o outro.

Barthes (1957) acredita que o mito da ideologia burguesa seja uma fala despolitizada que elimina a qualidade histórica das coisas. O argumento abaixo pode ser correlacionado à superficialidade da imprensa atual:

O mito não nega as coisas; a sua função é, pelo contrário, falar delas; simplesmente, purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e em eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação: se constato a imperialidade francesa sem explicá-la, pouco falta para que a ache normal, decorrente da natureza das coisas: fico tranqüilo. Passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos, confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elemento pra lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, porque sem profundidade, um mundo plano que se ostenta

em sua evidência, cria uma clareza infeliz: as coisas parecem significar sozinhas, por elas próprias (BARTHES, 1957, p.163).

As tecnologias de comunicação e informação podem operar como instrumentos poderosos no processo de generalização de visões simbólicas de mundo, apresentadas como as únicas possíveis e razoáveis, que alcançam todas as esferas da sociedade: tecnológica, lingüística, econômica, política, jurídica e educativa. Pode-se, então, abordar o seguinte conceito de imperialismo cultural:

Conjunto dos processos pelos quais uma sociedade é introduzida no seio do sistema mundial moderno e a maneira com que sua camada dirigente é conduzida, pelo fascínio, pela pressão, pela força ou pela corrupção, a modelar as instituições sociais para que elas correspondam aos valores e às estruturas do centro dominante do sistema ou a se tornar sua promotora. (Schiller, 1976, p.9 *apud* MATTELART, 2005, p.75).

Mattelart apresenta a idéia de “violência simbólica”, definição que pode ser comparada à de imperialismo cultural, e que foi criada a partir da sociologia por Bourdieu e Wacquant. Os pesquisadores constataram:

[...] pela primeira vez na história, um único país se encontra em posição de impor seu ponto de vista sobre o mundo ao mundo inteiro; [...] como as dominações de gênero ou de etnia, o imperialismo cultural é uma violência simbólica que se apóia em uma relação de comunicação forçada para extorquir a submissão e cuja particularidade consiste aqui no fato de ela universalizar as particularidades derivadas de uma experiência histórica singular, levando-as a desconhecem-se como tais e a reconhecerem-se como universais. (Bourdieu e Wacquant, 2000 *apud* MATTELART, 2005, p.76).

No entanto, não se pode falar em qualquer tipo de generalização simbólica sem considerar a complexidade das relações sociais.

Thompson (2004, p.146-154) critica o argumento desenvolvido por Herbert Schiller¹⁰, após a Segunda Guerra, ao afirmar que a importância norte-americana tenha diminuído consideravelmente. Dentro do processo de reestruturação global, novas economias européias, asiáticas e latino-americanas enfraquecem a formulação original do conceito de imperialismo cultural. Grandes exportadores de

¹⁰ Herbert Schiller publicou em 1969 a tese *Mass Communications and American Empire* que articulava o argumento de que a globalização da comunicação seja fruto dos interesses das grandes corporações norte americanas, muitas vezes agindo em colaboração com interesses políticos e militares ocidentais; e de que esse processo tenha produzido uma nova forma de dependência na qual as culturas tradicionais são destruídas pelos valores ocidentais. Esse argumento, influente nas décadas de 70 e 80, é geralmente descrito como “tese do imperialismo cultural”.

bens culturais têm suas sedes fora dos limites dos Estados Unidos. O impacto nas culturas regionais também é relativo. A miscigenação, racial e cultural, é uma realidade mundial. As construções históricas sociais nascem dessa mistura. O global está presente no DNA local e vice-versa. Além disso, o acesso cada vez mais amplo às tecnologias de produção e distribuição de conteúdo, sintetizadas na expansão dos aparelhos de mídia convergente, como o celular, tornam complexa a relação entre emissores e receptores. Deve-se também considerar a subjetividade de cada indivíduo na interpretação de qualquer mensagem, fruto de histórias e ambientes absolutamente pessoais. O conceito de imperialismo cultural falha nos aspectos supracitados, embora tenha o mérito de discutir a globalização do ponto de vista das relações entre comunicação, economia e política.

Bourdieu (1992) reflete acerca do desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos na Europa pós Revolução Industrial:

O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos (em particular, do jornalismo, área de atração para os intelectuais marginais que não encontram lugar na política ou nas profissões liberais), é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, e cujas condições de possibilidade residem na própria natureza dos bens simbólicos. Estes constituem realidades com dupla face — mercadorias e significações —, cujo valor propriamente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural (BOURDIEU, 1992, p.103).

O argumento de Bourdieu, referente à sociedade europeia, cabe perfeitamente na realidade das rádios brasileiras, que se, por um lado, precisam lidar com a segmentação de público e a construção de uma boa imagem institucional, por outro, precisam fazer concessões estéticas, artísticas e editoriais para garantir as boas relações com o mercado, essenciais para a sobrevivência da emissora.

Vasquez Montalbán (1980, p.245) destaca o contraste entre a opulência informacional, proporcionada pela profusão de meios de transmissão de informação, e a visível miséria comunicacional qualitativa. É possível que a homogeneidade da informação no rádio, escopo desta pesquisa, tenha como um dos fatores a busca dos veículos pela qualidade da notícia em fontes, ou empresas de comunicação, de credibilidade reconhecida. Credibilidade esta conquistada em um complexo processo sócio-histórico, envolvendo

favorecimentos políticos e necessidade de sobrevivência em um ambiente de livre concorrência. Todavia, não podemos negar a competência técnica de determinadas fontes que se tornaram referências no mercado de comunicação, tanto pela qualidade de seus profissionais, quanto pela exatidão de suas informações, estabilidade de seus sistemas tecnológicos e atualização constante do conteúdo oferecido ao público.

Importante destacar que a violência simbólica, fruto da relativa homogeneização e mercantilização das informações veiculadas pela comunicação de massa, não significa alienação total por parte da audiência. Dumont (1998) apresenta uma pesquisa realizada por professores da USP, liderados por Maria Aparecida Baccega, que tem como objetivo analisar a abordagem das telenovelas em questões sociais distintas, tais como as que envolvem o negro e a mulher. Afirmar que um folhetim eletrônico seja um produto cultural alienante seria subestimar a capacidade de raciocínio do telespectador. Esse tipo de produção tem como vantagens a proximidade com a realidade do povo e a possibilidade de gerar certas discussões para o público relativamente pouco informado, incluindo temas atuais como uso de drogas e preconceitos racial e social.

O argumento supracitado pode ser transportado para o universo do rádio, veículo de comunicação que também se aproxima da realidade de grande parcela da população, tanto por sua linguagem simples quanto pelo seu baixo custo. Deve-se considerar também o fato de o rádio possuir amplo alcance regional. Isso possibilita a manutenção da proximidade com o público através de informações focadas na prestação de serviço e na discussão de questões relacionadas ao universo da cidade. Nesse contexto de construção intersubjetiva de informação local, o ouvinte influencia, questiona e, em alguns casos, interage efetivamente por meio da participação ao vivo, pelo telefone, ou pelo envio de críticas e sugestões de pautas via cartas ou *e-mail*.

O conceito de imperialismo cultural, que engloba a percepção de um sistema de poder engendrado para garantir a hegemonia de uma visão de mundo, parece, de fato, ultrapassado. Sob essa ótica, o pacote de dominação é extenso: institucionalização das tecnologias de informação e comunicação, modos de organização espacial, paradigmas científicos, esquemas de consumo, modelos de administração de empresas, alianças militares, direito, idioma e, por fim, símbolos

e valores culturais. Contudo, devem-se considerar a força e a diversidade das culturas e da linguagem, e a possibilidade da terceira via construída através da participação ativa da sociedade. Algumas iniciativas têm, pois, contribuído para o esgotamento teórico do modelo de Schiller: a descentralização do modelo audiovisual pela distribuição de concessões educativas e comunitárias de rádio e televisão, e pela acessibilidade às tecnologias móveis; políticas públicas fundadas no reconhecimento da diversidade (livre acesso à informação pública e à valorização da identidade local); políticas de disseminação das tecnologias e domínio das linguagens técnicas; investimentos na educação pública, sobretudo no ensino fundamental, base para a construção de cultura voltada para a inovação e o conhecimento. O caminho ideal está na afirmação de nossa identidade, na aceitação da contradição através do livre debate de idéias, princípio básico da democracia, e no estímulo à participação efetiva da população na produção e distribuição de informação.

As relações descritas até agora se desenvolvem no ambiente da cultura. Torna-se pertinente discutir alguns aspectos da informação, dentro de diferentes contextos culturais.

3.2 Cultura e informação

A dialética que envolve o jornalista, no papel de comunicador, e ouvinte, com seu poder de seleção e interpretação da informação, é a característica primaz do rádio. Os demais interesses de uma emissora, políticos, econômicos e estéticos, são definidos a partir dessa relação com público. Contudo, a perspectiva que envolve empresas de comunicação, de um lado, e audiência, do outro, pode não refletir a proximidade entre os interlocutores, na medida em que mesmo as mais complexas máquinas institucionais sejam produzidas e operadas por pessoas. Estas, considerando o rádio como um veículo de força local, segmentado, compartilham o idioma, a linguagem e, em alguns pontos, o universo cultural. Então, além da relação entre veículos e ouvintes, temos a relação entre pessoas, opiniões, histórias e visões de mundo, interagindo no cerne da cultura de determinada época e lugar.

As modernas sociedades de massa convivem com a disputa pela propriedade do estatuto da verdade e do papel econômico-político que ela desempenha. Essa

asserção vai de encontro à questão do poder e da construção de uma ordem simbólica, não representativa do todo social, que regule os mecanismos de distribuição dos bens culturais, de funcionamento da sociedade, comportamentos e consciências. Nesse contexto, mais precisamente após a Segunda Grande Guerra, a informação passa a ser um problema, aproximando-se da cultura (MARTELETO, 1992, p.40).

A reorganização da ordem simbólica oculta o viés político/econômico presente nas relações internacionais. O valor de mercado assumido pela informação constitui um desafio para o Estado, que deve buscar a não-dependência cultural por meio da limitação das importações supérfluas e do incentivo à produção nacional, com vistas a torná-la competitiva:

1978: é, portanto, a data em que o conceito de “indústrias culturais” entra de forma notória nos enunciados administrativos de um organismo comunitário europeu. Ao abranger o disco, livro, cinema, rádio, televisão, imprensa, fotografia, reprodução de arte e publicidade, novos produtos e serviços audiovisuais, o conceito é assumido pela nova situação de concorrência entre as políticas culturais tradicionalmente conduzidas pelo Estado, que atingem públicos restritos, e os meios de produção e difusão para um público de massa, cada vez mais ligados ao mercado internacional. A própria eficácia dessas políticas é colocada em dúvida (MATTELART, 1994, p.229-230).

O mercado de bens culturais se consolida no Brasil a partir dos anos 60 através do aumento da produção de livros, revistas, jornais, cinema, rádio e televisão, impulsionada pelo crescimento da classe média, personificação do público consumidor, e pela concentração da população em grandes centros urbanos. A indústria cultural do país cresceu, coincidentemente, durante um período de censura e autoritarismo. Marteleto (1992) apresenta o caráter tecnicista e instrumental dessa indústria:

Portanto, a indústria cultural, normalmente referida pelos autores às esferas da arte, literatura, cinema, teatro, música, televisão, corresponde à penetração da racionalidade técnica e instrumental e da mentalidade empresarial no mundo da liberdade, da criação e da consciência dos homens, nas sociedades de massa. Ela corresponde, assim, à emergência de uma cultura científica, de caráter instrumental, amplamente enraizada e disseminada não apenas nas esferas político-decisórias e da reprodução material, quanto das formas e expressões simbólicas, pela organização de um mercado de bens culturais (MARTELETO, 1992, p.176-177).

O pensamento exposto acima tem reflexos decisivos na educação — que passa a desempenhar o papel de formadora de mão-de-obra para o mercado de trabalho — e no desenvolvimento em paralelo dos sistemas de ciência e tecnologia e do mercado de bens culturais.

Marteleteo (1995) descreve a relação complexa entre informação e cultura nas sociedades históricas, a saber:

tendo em vista que a produção e reprodução dos artefatos culturais se realiza pelo modo informacional, pelo menos nas sociedades históricas, pode-se afirmar que, nestas sociedades, toda prática social é uma prática informacional — expressão esta que se refere aos mecanismos mediante dos quais os significados, símbolos e signos culturais são transmitidos, assimilados ou rejeitados pelas ações e representações dos sujeitos sociais em seus espaços instituídos e concretos de realização (MARTELETO, 1995, p.4).

O conceito de informação apresentado por Marteleteo (1995) possui ligação intrínseca com o historicismo. Dentro dessa abordagem, Löwy (1985) destaca a contribuição de Dilthey, representante da corrente relativista, que considera as ciências sociais produtos históricos. Este afirma que a ciência social é atravessada por uma profunda contradição: ela aspira ao conhecimento objetivo, mas não considera que cada obra científica seja vinculada a uma visão de mundo que exprime uma maneira limitada e parcial de conhecer a realidade. Há necessidade de recortes metodológicos, fundamentais para o desenvolvimento de olhar aguçado acerca de qualquer objeto de pesquisa ou análise, até mesmo dentro de uma perspectiva sistêmica voltada para a sociedade. É possível identificar subdivisões, ou diferentes contextos, no interior da cultura:

a cultura como contexto refere-se a campos e a modelos de comportamento de uma formação social: a organização econômica, as relações sociais, as estruturas mentais, as práticas em geral. No entanto, admitindo que existe uma hierarquia entre os diferentes campos, cada um deles possui um peso diferenciado num contexto produtivo da dinâmica cultural. Neste sentido, enquanto a cultura se refere ao contexto geral da produção simbólica e das práticas materiais, os campos se referem às subdivisões existentes no interior da mesma cultura. Desse modo podem-se identificar diferentes subcampos, tais como o da produção erudita, da indústria cultural, da cultura popular ou outros onde se desenvolvem processos e práticas de produção, renovação e transmissão de sentidos (MARTELETO, 1992, p.98-99).

A relação entre os conceitos apresentados contribui para o desenvolvimento de visão sistêmica acerca do papel desempenhado pelo rádio. É preciso analisar a seleção de fontes de informação e produção de notícias, procedimentos específicos do jornalismo e do rádio, com o objetivo de relacionar esses processos aos atores políticos, econômicos e, regra geral, sociais.

4 FONTES DE INFORMAÇÃO

Muitos cientistas da informação descrevem e classificam as fontes em três categorias, a saber: primárias, secundárias e terciárias. As fontes primárias englobam trabalhos oficialmente inscritos e apresentados em congressos e conferências, legislação, fontes de registro de nomes, marcas comerciais, normas técnicas, patentes, periódicos, projetos e pesquisas em andamento, relatórios técnicos, teses, dissertações e traduções. Dentre as fontes secundárias estão as bases e bancos de dados, bibliografias e índices, biografias, enciclopédias, dicionários bilíngües e multilíngües, feiras e exposições, filmes e vídeos, fontes históricas, livros, manuais, *internet*, museus, herbários, arquivos e coleções científicas, registros de prêmios e honrarias, redações técnicas, metodologias científicas, siglas, abreviaturas e tabelas. São fontes terciárias as bibliografias de bibliografias, bibliotecas, centros de informação e diretórios (CUNHA, 2001).

A utilização jornalística das categorias de fontes acima listadas depende de alguns fatores tais como as características do fato, o enfoque, o tipo de conteúdo produzido — nota, reportagem, entrevista ou especial — e a relevância. Não obstante, as fontes primárias e secundárias são as mais acessadas. Jornais, revistas e *internet* são amplamente utilizadas nas redações, por exemplo. No entanto, fontes terciárias como as bibliotecas podem ser muito úteis na elaboração de uma reportagem ou na construção de uma pauta de entrevista.

As fontes de informação utilizadas pelos veículos de comunicação de massa são praticamente as mesmas, com algumas diferenças em relação ao tratamento dado ao material coletado, que será trabalhado de acordo com as características do meio em que se insira. Ortriwano (1985) aponta algumas das principais fontes de notícias, a saber: agência de notícias, informantes da própria emissora, serviço de escuta, publicações, material de divulgação disponibilizado por assessorias de imprensa ou *press release* e informantes ocasionais.

As agências de notícias transmitem aos veículos de comunicação, mediante contrato, informações sobre os principais fatos que acontecem no mundo. O material pode ser disponibilizado via Internet em diversos formatos como textos, fotografias, vídeos e gravações para rádio. No Brasil, as maiores agências de notícias estão ligadas a grandes grupos empresariais de comunicação. Entre as

principais agências nacionais e internacionais estão a *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *United Press Internacional*, *Reuters*, *Associated Press* e *Agence France Presse*.

Segundo Oliveira (1998), a integração da imprensa nacional ao sistema de informação internacional, formado por grandes grupos de comunicação, teve início na década de 1960. Um levantamento feito em exemplares do *Jornal do Brasil* de maio de 1968 e de janeiro de 1972, na hemeroteca do Arquivo Público Mineiro, em Belo Horizonte, mostrou que a publicação, àquela época, reproduzia algumas matérias do *New York Times*, *The Times* e *L'Éxpress*. Mais tarde, essa prática foi adotada por outros jornais como a *Folha de São Paulo* e a *Gazeta Mercantil*, que passaram a publicar matérias do *Le Monde*, *New York Times*, *Wall Street Journal*, *Financial Times* e das revistas *Time* e *Newsweek*. Observações empíricas apontam que o conteúdo das páginas reproduzidas de *The Wall Street Journal Américas* é semelhante nos jornais brasileiros *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Estado de Minas*. Esse processo de replicação de informação ganhou agilidade com a chegada da Internet. O custo de uma foto ou matéria foi substituído pelo valor da assinatura do endereço virtual das grandes empresas de comunicação.

Lima (1985, p.45) destaca que o capitalismo monopolista, alicerçado pelo desenvolvimento tecnológico, possibilitou o avanço da comunicação de massa. Uma das conseqüências dessa relação foi o surgimento, em larga escala, do assessor de imprensa no papel de intermediário entre a empresa e os veículos de comunicação.

Em decorrência, o processo de busca da informação começou a inverter-se, ou seja, ao invés do repórter ir diretamente à fonte, as fontes, representadas pelos inúmeros *press-releases* de assessorias, passaram a inundar as redações dos órgãos de Comunicação (p.45).

Contudo, cabe ao jornalista a checagem da fonte e a investigação do fato, reescrevendo o texto, caso haja necessidade, com a linguagem adequada às particularidades do veículo e do público-alvo. É preciso cuidado para evitar que o *press-release* assumira características de uma peça publicitária, em prejuízo de sua forma estritamente jornalística.

Campello *et al.* (2000) apresentam as organizações como importantes fontes de informação de seus públicos internos e da sociedade, acessadas por meio de fontes pessoais, que são os indivíduos que nela trabalham, ou através de fontes documentais geradas internamente. Segundo Joncew (2005), a ciência da informação classifica as organizações em comerciais, educacionais, de pesquisa, governamentais, profissionais, sociedades científicas, internacionais e organizações não-governamentais.

O conceito de 'fontes formais' engloba organizações dos setores público e privado, bem como especialistas. Esses possuem status de fontes perante a sociedade, legitimado por seu conhecimento perito específico. Para Joncew:

seria, por exemplo, 'fonte formal' uma pessoa ou organização com representação formal de poder constituído, seja ele político, intelectual, econômico ou outro. Assim, procura-se um especialista em febre amarela, para que preste depoimento sobre a doença, ou uma secretária de saúde, para verificação das medidas tomadas pelo poder público no combate ao mal (JONCEW, 2005, p.89).

Barthes (1957) critica a credibilidade excessiva dada aos especialistas no jornalismo francês da década de 50. O julgamento do autor se aplica às práticas atuais das redações brasileiras:

O jornalismo está, atualmente, todo voltado para a tecnocracia, e a nossa imprensa semanal transformou-se no centro de uma verdadeira magistratura da Consciência e do Conselho, como na época áurea dos jesuítas. Trata-se de uma moral moderna, isto é, não emancipada mas garantida pela ciência, e para a qual a opinião do especialista é mais requerida do que a do sábio universal. Cada órgão do corpo humano (visto que se deve partir do concreto) tem assim o seu "técnico", que é, simultaneamente, papa e perito máximo: o dentista da Colgate para a boca, o médico de "responda-me, Doutor" para as hemorragias do nariz; os engenheiros do sabão Lux para a pele, um padre dominicano para a alma, e o correspondente sentimental dos jornais femininos para o coração (BARTHES, 1957, p.75).

Choo (2003) classifica as fontes de informação acessadas no ambiente organizacional como conhecidas, que já foram utilizadas antes, e menos conhecidas, que podem, contudo, fornecer informações relevantes. A seleção de uma fonte depende da acessibilidade e da qualidade da informação oferecida.

Porchat (2004) destaca a importância de preservar o senso crítico com relação às fontes, prestando atenção nos interesses que podem estar por trás da

veiculação da informação. “É preciso refletir sobre a conveniência ou não das fontes oficiais. Muitas vezes a verdade dos fatos só será obtida ouvindo a comunidade (p.29)”.

Não obstante, Porchat apresenta no parágrafo seguinte a sua opinião acerca da utilização de fontes especializadas:

Diariamente a Jovem Pan faz contatos com institutos e universidades, para acompanhar o progresso do mundo científico. Profissionais capacitados da USP, Unicamp, IPT e outros institutos, sempre cautelosos na divulgação de informações, procuram rotineiramente a Jovem Pan para abordar assuntos dos quais a população precisa tomar conhecimento. Com isso, garantem a exatidão das matérias culturais, científicas e de consumo que a Jovem Pan leva ao ar (PORCHAT, 2004, p.29).

O estabelecimento de contrapontos, através da busca pela diversidade de fontes de informação, é fundamental. As visões de mundo oficiais, fornecidas e divulgadas por especialistas, não podem ser as únicas e tampouco consideradas as dotadas de maior credibilidade. A verificação das fontes e da informação são procedimentos primordiais.

4.1 Fontes de informação na Internet

Um dos preceitos do bom jornalismo, feito com ética e responsabilidade, está relacionado à apuração sistemática das notícias, através da checagem da informação. Tal premissa aplica-se a todos os meios de comunicação, tipos de fontes e, doravante, a Internet. A credibilidade de um veículo é construída, em grande parte, pela boa qualidade da informação apresentada ao seu público-alvo.

Tomaél *et al.* (2004, p.20) apresentam critérios para a avaliação de fontes disponíveis na *Web* e alerta que a sua utilização deve ser feita com cautela. Entre as principais características destacam-se clareza na apresentação e organização da informação, fator que facilita a interação entre usuário e fonte; a credibilidade e a integridade do produtor do conteúdo, estabelecidas pelo conhecimento demonstrado, e mais ainda, conquistado e reconhecido na área; revisão e atualização constantes da informação; coerência com o posicionamento editorial da fonte; precisão, ou seja, correção das informações e completeza; facilidade na utilização da fonte proporcionada pela boa navegabilidade do site;

canais abertos de comunicação entre empresa e usuário. A ausência de informações técnicas, como a citação do autor, nos textos publicados na Internet, contribui para a falta de credibilidade. Nesse caso, é importante conhecer a organização mantenedora do *site*. A observação metódica dos critérios supracitados é necessária, haja vista a profusão informacional gerada pela acessibilidade e, por que não, pela informalidade da rede mundial de computadores.

Campello *et al.* (2000, p.278-279) apontam que a velocidade dos aprimoramentos tecnológicos e a acessibilidade proporcionada pela Internet, aliadas ao grande número de acessos, consolidaram-na como fonte de informação fundamental. Esse argumento se justifica pelo fato de muitas fontes tradicionais de informação, impressa e eletrônica, possuírem, muitas vezes, endereço na Internet. Curty *et al.* (2004) corroboram essa tendência.

Dicionários, enciclopédias, catálogos entre outros, ocupam hoje espaço no meio digital e aproveitam-se do caráter interativo, dos recursos de hipermídia e hipertexto proporcionados pela rede, para agilizar o acesso e atingir um público maior de usuários (CURTY *et al.* 2004, p.88).

Contudo, a simples transposição para a Internet da linguagem utilizada nos veículos tradicionais de comunicação deve ser discutida. Os conteúdos, a linguagem e o formato da informação devem ser analisados criticamente. Sua publicação na Internet deve observar as características e potencialidades do meio, levando-se em conta as necessidades do usuário e a possibilidade de interação.

Oswaldo Francisco de Almeida Júnior, coordenador do projeto Fontes de Informação Pública na Internet, pesquisou órgãos governamentais e não-governamentais brasileiros, tais como empresas estatais, ministérios, bibliotecas, museus e centros culturais. Em sua análise de resultados, constatou a contradição entre o discurso, presente na literatura, que defende a Internet como instrumento de democratização da informação, e a prática, que apresenta fornecedores de informação guiados pela lógica de mercado, predominantemente capitalista (TOMAÉL *et al.* 2004, p.135-154).

Atualmente, com a aceleração dos processos de inovação e o surgimento de possibilidades de convergência tecnológica, como os dispositivos móveis de telefonia, a produção de conteúdo tornou-se um grande ativo econômico.

Qualidade e credibilidade da informação são, cada vez mais, diferenciais de mercado. A escassez de informações públicas na Internet também pode ter uma de suas explicações no fato de que as redes virtuais ainda não façam parte da vida da maioria dos brasileiros. Tal constatação não justifica, de forma alguma, a não inclusão no mundo virtual de informações voltadas à população. Sigamos, pois, a outro estágio de troca de informação, ultrapassando o pensamento linear com vistas a atingir um novo formato, espiral, dinâmico e multidimensional, de produção de conhecimento.

No tópico seguinte será tratada a questão da seleção de notícias, processo que define a linha editorial de uma rádio.

4.2 Seleção de notícias

A seleção da informação a ser veiculada pode revelar a visão de mundo da empresa de comunicação em questão. É o que chamamos de linha editorial:

Essa visão decorre do que se decide publicar em cada edição privilegiando certos assuntos, destacando determinados personagens, obscurecendo alguns e ainda omitindo diversos [...]. De qualquer maneira, não existem dúvidas sobre o controle que a instituição jornalística exerce sobre o que vai ser difundido em cada edição ou emissão. Tampouco existem dúvidas sobre as possibilidades que têm os profissionais de interferirem nesse controle (participarem?) (MELO, 1985, p.59-60).

Melo (1985, p.60) apresenta alguns recursos de que a empresa dispõe para controlar a seleção de informação. O primeiro deles é o verticalismo na estrutura das redações, nas quais as decisões fluem de cima para baixo, desde o editor chefe até a chefia de reportagem ou editorias especializadas. Os profissionais selecionados para cargos estratégicos nas empresas jornalísticas precisam ter o pensamento afinado com a linha editorial vigente. Contudo, não podemos descartar a influência de algumas variáveis no processo de seleção de informação, tais como os interesses do público e do mercado e a dialética entre a empresa e funcionários, observadas as orientações políticas, profissionais e éticas de cada ator. Alguns procedimentos, amplamente utilizados no jornalismo brasileiro, podem contribuir para a seleção de notícias na redação, muitas vezes limitando a visão crítica do repórter. A pauta pode operar como um filtro

ideológico, quando discutida em círculos muito fechados, dentro de estruturas hierárquicas verticais. Cuidado especial deve ser tomado com a cobertura jornalística, com o intuito de não deixá-la unilateral. Ouvir todos os lados envolvidos na notícia é primordial. Dessa forma é possível, se não evitar, ao menos minimizar, a legitimação de núcleos de poder. Tão importante quanto ouvir a história oficial, gerada nos bastidores do poder público, é auscultar as opiniões e versões produzidas pela comunidade, seja individualmente, seja nas formas legais de organização que essa possua. A relação de uma organização com suas fontes tem reflexo direto na seleção da informação. De acordo com Melo (1985):

As fontes próprias correspondem ao serviço noticioso mantido pela empresa: correspondentes, sucursais, reportagem local. Quanto maior a possibilidade que tem a organização de manter suas próprias fontes, mais controle ela possui no processo de seleção. É que seu pessoal, na sede ou fora, atua de acordo com a orientação oferecida pela pauta e portanto se aproxima do que a empresa quer ver publicado. Quanto menor a amplitude das fontes próprias, maior a dependência das fontes externas e maior a possibilidade de ter a sua linha editorial manipulada por núcleos de interesse que atuam como grupos de pressão social (p.63).

A seleção de notícias obedece, na teoria, alguns critérios entre os quais se destacam importância, interesse, abrangência, impacto, atualidade, consequência, proximidade, honestidade, exatidão, identificação, ineditismo e oportunidade. Todavia, os critérios reais de seleção têm como foco primaz os aspectos jurídicos, políticos e econômicos. A notícia passa por várias triagens para, depois de aprovada, ser submetida aos critérios jornalísticos e pessoais dos profissionais que detêm, momentaneamente, o poder de seleção (ORTRIWANO, 1985).

Vizeu (2003, p.78-84) considera a seleção de notícias um processo complexo, desenvolvido ao longo de todo o ciclo de trabalho das redações, desde as fontes até o editor. O autor apresenta revisão de literatura sobre o *newsmaking* e destaca a evolução do conceito de *gatekeeper*¹¹, introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin, em artigo de 1947 sobre as decisões domésticas relacionadas à compra de alimentos, a partir de sua adaptação ao jornalismo feita por David Manning White, em 1993. Este acredita que o processo de seleção seja subjetivo e arbitrário, com decisões subjetivas diretamente relacionadas às experiências e expectativas do

¹¹ Este conceito, utilizado pela primeira vez no jornalismo por David Manning White, considera o processo de produção de informação como uma série de escolhas, com diversos filtros ou portões (*gates*), que representam as áreas de decisão nas quais o jornalista (*gatekeeper*) seleciona o que será veiculado/publicado ou descartado.

gatekeeper. Warren Breed, também em 1993, amplia tal perspectiva a partir da análise dos mecanismos de manutenção da linha editorial e política dos jornais. As observações do autor apontam para um jornalista conformado com as normas editoriais da organização onde trabalha. Em 1994, Mauro Wolf defende a análise integrada do papel do *gatekeeper*, considerando os papéis produtivos e a organização burocrática da qual faz parte:

Essa perspectiva é diferente daquela que remete toda a deficiência da cobertura informativa exclusivamente para pressões externas, pois abre a possibilidade de captar o funcionamento da *distorção inconsciente*, vinculada ao exercício profissional, às rotinas de produção, bem como aos valores partilhados e interiorizados sobre o modo de desempenhar a função de informar (VIZEU, 2003, p.80).

Green (1980) afirma que as comunicações revelam acontecimentos e valores e que, tanto a apresentação como a informação contêm como elementos integrantes a seleção e a interpretação. Entretanto, esses processos podem ter problemas como a distorção, a apresentação incompleta até o ponto da inadequação, pré-julgamentos e omissão de dados inconvenientes aos valores manifestados. Mas não se pode esquecer que a comunicação pressupõe alguma subjetividade.

Cada enfoque tem seus limites, especialmente na comunicação de massa e para leitores com limitadas fontes alternativas de apresentação e informação. Não obstante, cada um é ao menos factível e se baseia em certa percepção da natureza do problema. (GREEN, 1980, p.171).

Valorizar o interesse público durante a seleção e a edição de notícias deve ser uma das grandes premissas do profissional de informação. Esse é o primeiro passo para a credibilidade, utopia perseguida pelos veículos de comunicação diariamente, da escolha das fontes à veiculação da notícia. Para tal, é importante estimular o livre debate entre jornalistas, empresas e audiência. A dialética pode equilibrar a relação de forças na sociedade. Se por um lado a linha editorial dos veículos de comunicação muitas vezes opera como uma barreira à informação pública, por motivos econômicos, políticos e pragmáticos, por outro é inegável o poder que o jornalista tem para mediar a construção desse contrato social. As relações estabelecidas e os processos desenvolvidos na práxis de uma redação revelam o jogo de poder subjacente. As seleções das fontes de informação e,

posteriormente, das notícias, definem, consciente ou inconscientemente, posicionamentos ideológicos.

5 METODOLOGIA

A metodologia utilizada na presente pesquisa buscou, inicialmente, através da estratégia do estudo de caso, identificar o caminho percorrido pela informação na rádio CBN de Belo Horizonte, da seleção das fontes à veiculação da mensagem, para, em seguida, analisar os processos de produção de notícia e os textos prontos para a enunciação. A consecução dos objetivos deveu-se à combinação de alguns instrumentos metodológicos que possibilitaram o conhecimento da rotina e das atribuições dos profissionais da redação, bem como o desenvolvimento de olhar crítico voltado para as relações entre a emissora, com interesses materializados na linha editorial, jornalistas e ouvintes.

O estudo de caso da rádio CBN de Belo Horizonte foi realizado em três etapas. Os manuais de metodologia de Laville e Dionne (1999) e Guba e Lincoln (1994) orientaram as duas etapas iniciais, sendo a primeira a opção pela abordagem qualitativa e a definição do objeto para posterior realização do estudo de caso. A segunda etapa constituiu-se de pesquisa de campo com observação participante, entrevista parcialmente estruturada com o gerente de jornalismo, radioescuta¹² do programa CBN Belo Horizonte e pesquisa documental.

A terceira etapa, na qual se desenvolveu a análise do discurso, fundamentou-se nos conceitos de sintaxe e semântica discursiva propostos por Fiorin (1990;1993), e no pensamento dialógico de Bakhtin (1986;1993), analisado por Brait, *et al.*(1997). A escolha desse ferramental metodológico teve como objetivo a promoção de reflexão crítica sobre os seguintes processos: seleção de fontes; escolha da notícia; edição e produção de matérias; veiculação da notícia final, com análise do discurso presente nos textos prontos para veiculação.

Na etapa conclusiva da pesquisa realizou-se reflexão sobre as premissas da dissertação: a prevalência das informações retiradas das grandes agências de informação pode gerar relativa homogeneização do conteúdo veiculado nas rádios; o advento da Internet reduziu o número de jornalistas nas redações das rádios; os grandes portais de notícia da Internet e os *releases* enviados pelas assessorias de imprensa são as fontes mais acessadas pelos jornalistas em detrimento das fontes pessoais e participação de ouvintes.

¹² Tipo de jornalismo que produz noticiário a partir de informações obtidas em programas de rádio. No texto acima, o termo refere-se ao processo de audição crítica do programa CBN Belo Horizonte.

A seguir, serão pormenorizadas as ferramentas metodológicas que permitiram a análise verticalizada do objeto.

5.1 Observação participante em abordagem qualitativa

A pesquisa de campo, realizada durante os meses de novembro e dezembro de 2007, fez uso da observação participante em abordagem qualitativa. Para o fechamento da dissertação foi coletado material complementar, em julho de 2008. A abordagem qualitativa possibilita informação contextualizada, análises locais e individuais em detrimento de generalizações, redução das ambigüidades, reconhecimento da relação de interdependência entre teorias, fatos e valores, e interação entre o pesquisador e o fenômeno (GUBA; LINCOLN, 1994).

A pesquisa qualitativa é a mais apropriada para a análise específica dos processos de produção da rádio CBN, desenvolvidos em ambiente complexo composto por inter-relações histórico-sociais entre profissionais, ouvintes e empresa.

A observação participante possibilitou a convivência com os profissionais da emissora, gerente de jornalismo, jornalistas, âncora, produtora-executiva e estagiários, e o acompanhamento das rotinas da redação. Essa técnica não tem verdadeira estrutura. Isso não significa que ela não possua orientação. Seu ponto de partida é uma hipótese, mesmo que menos explícita do que na abordagem estruturada. Nessa forma de observação o pesquisador se integra à situação de maneira direta e pessoal (LAVILLE; DIONNE, 1999):

Não impondo limite à investigação nem estrutura de análise definida *a priori*, a observação participante permite “ver longe”, levar em consideração várias facetas de uma situação, sem isolá-las umas das outras; entrar em contato com os comportamentos reais dos atores, com frequência diferentes dos comportamentos verbalizados, e extrair o sentido que eles lhe atribuem (p.180-181).

O argumento acima revela a importância da utilização complementar das técnicas de observação participante e entrevista, com o intuito de identificar contradições entre o discurso e a prática. Notas descritivas e analíticas foram produzidas durante o período de pesquisa de campo. Na ocasião foi possível

conhecer a estrutura da rádio CBN Belo Horizonte e mapear o caminho percorrido pela informação, da fonte à veiculação. O conteúdo retirado das observações é discutido no tópico destinado à análise de dados.

5.2 Estudo de caso

Na primeira etapa, a estratégia metodológica escolhida para a definição do objeto da pesquisa foi o estudo de caso, pela possibilidade de aprofundamento que oferece.

Se o estudo de caso incide sempre sobre um caso particular, examinado em profundidade, toda forma de generalização não é por isso excluída. Com efeito, um pesquisador seleciona um caso, na medida em que este lhe pareça típico, representativo de outros casos análogos. As conclusões gerais que ele tirará deverão, contudo, ser marcadas pela prudência, devendo o pesquisador fazer prova de rigor e transparência no momento de enunciá-las (LAVILLE; DIONNE, 1999, p.156).

Belo Horizonte possui cerca de 20 emissoras rádios com concessão aberta operando em FM¹³. A maior parte privilegia a música, com inserções pontuais de informação ao longo da programação. Uma parcela reduzida dessas rádios possui a informação como ativo. Na triagem inicial foram identificadas três emissoras que têm estruturas organizacionais voltadas para a produção de notícias: Band News, Itatiaia e CBN.

A definição do recorte metodológico ocorreu a partir do mapeamento das grades das emissoras supracitadas e de contatos por telefone com os chefes de redação. Optou-se pela análise do programa jornalístico CBN Belo Horizonte, veiculado de segunda a sábado, entre 9h30 e 12h. Alguns motivos orientaram a escolha do objeto: a acessibilidade do autor da presente pesquisa à redação e aos documentos veiculados no programa com vistas à identificação e à análise detalhada dos processos de produção e veiculação da informação e a relação desta com a cultura local; a utilização de ferramentas tecnológicas de operação em rede nos processos de seleção, produção e circulação, interna e externa, de informações; a possibilidade de desenvolver pesquisa com independência. A autonomia garantida ao pesquisador pelo gerente de jornalismo possibilitou o

¹³ As emissoras que operam em FM, frequência modulada, possuem melhor qualidade de sinal e menor alcance que as emissoras que transmitem em AM, amplitude modulada.

acesso à documentação produzida pela emissora, a livre circulação pela redação e pelo estúdio do ar, o contato direto com os jornalistas e o questionamento dos processos internos.

As conclusões do estudo de caso da CBN de Belo Horizonte podem auxiliar futuras reflexões acerca das relações que permeiam os ciclos de produção de informação no rádio, especificamente, e no jornalismo, de maneira geral. A linguagem e a semiologia presentes nos aspectos técnicos de construção de textos e discursos se misturam aos campos da política, da economia e da cultura na construção da linha editorial. A ciência da informação pode contribuir para a análise sócio-ideológica dos fluxos de comunicação gerados dessas relações.

5.3 Entrevista

Na segunda etapa do plano metodológico foi desenvolvida a pesquisa de campo, com coleta de dados e observação participante. Na ocasião foi feito o acompanhamento da rotina dos profissionais responsáveis pela produção do programa CBN Belo Horizonte (estagiários, *trainee*, produtor-executivo, âncora¹⁴ e chefe de reportagem); entrevista parcialmente estruturada com o gerente de jornalismo, escolhido pela sua experiência e por seu conhecimento sistêmico dos processos diários de seleção de fontes de informação e produção de notícias; análise documental com vistas a selecionar o material adequado à análise do discurso.

A entrevista, realizada no dia 13 de dezembro de 2007, teve o roteiro de perguntas elaborado com o intuito de refletir sobre a rotina de produção de notícias para o programa CBN Belo Horizonte, analisando processos, a interação entre jornalista e ouvinte, e os limites impostos pela linha editorial. No decorrer da entrevista questões contingenciais foram incluídas. Elas integram o roteiro disponível no ANEXO 1 desta dissertação. O material coletado foi confrontado às informações da observação participante, e serviu de subsídio à análise crítica que, seguindo os preceitos do jornalismo ético, tentou apresentar as diferentes visões, tanto do ponto de vista institucional quanto profissional. Laville e Dionne (1999) definem entrevista parcialmente estruturada como:

¹⁴ Âncora é o jornalista que apresenta e conduz determinado programa.

entrevistas cujos temas são particularizados e as questões (abertas) preparadas antecipadamente. Mas com plena liberdade quanto à retirada eventual de algumas perguntas, à ordem que essas perguntas estão colocadas e ao acréscimo de perguntas improvisadas (p.188).

A entrevista parcialmente estruturada possibilita maior aproximação com o entrevistado e boa flexibilidade para eventuais alterações no roteiro de perguntas. Foi justamente o que ocorreu durante a pesquisa de campo. A flexibilidade do roteiro foi determinante para a obtenção de informações relacionadas aos valores profissionais do gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte.

5.4 Pesquisa documental

Laville e Dionne (1999) afirmam que o termo “documento” designa toda fonte de informação já existente, impressa ou audiovisual.

pode-se concluir que a coleta da informação resume-se em reunir os documentos, em descrever ou transcrever eventualmente seu conteúdo e talvez em efetuar uma primeira ordenação das informações para selecionar aquelas que parecem pertinentes (p.168).

As notícias selecionadas para a análise durante a pesquisa de campo na rádio CBN de Belo Horizonte tiveram, em sua maioria, origem em fontes oficiais de informação como, por exemplo, assessorias de órgãos públicos. Em alguns casos o *release* é recebido via *e-mail*, fax ou coletado da Internet. A informação é checada, a nota produzida e, finalmente, revisada. Em outros, o repórter produz a matéria, buscando as informações diretamente na fonte através do trabalho de apuração. O material revisado e pronto para a veiculação é disponibilizado no ambiente de rede gerenciado pelo software *i-news*¹⁵. Os documentos analisados nesta dissertação foram retirados desse *software*¹⁶.

A alta velocidade do fluxo de informações da rádio CBN, recebidas e produzidas, e a flexibilidade do processo jornalístico — na qual notícias e pautas

¹⁵ *Software* interno utilizado pela equipe da redação da CBN onde são realizados os processos de análise, edição, redação e armazenamento das informações recebidas. O *i-news* possibilita a comunicação direta entre os jornalistas da CBN.

¹⁶ No ícone “redator” do *i-news* é possível acessar o material produzido e as informações sobre o que foi ou não veiculado. O ícone “pauta” do *i-news* possibilita o acesso às pastas com as produções de cada mês e, dentro destas, as produções diárias.

são substituídas por outras de acordo com sua relevância — inviabilizam o arquivamento dos *releases* pela empresa. Alguns foram recuperados e serviram de referência para a análise dos dados. Eles podem ser consultados no ANEXO 3 desta dissertação.

5.5 Análise do discurso

Na terceira etapa da pesquisa foi desenvolvida a análise dos dados coletados. O referencial teórico apresentado no corpo da dissertação e o método da análise do discurso fundamentaram a reflexão sobre o processo de produção de notícias na rádio CBN de Belo Horizonte em todas as suas etapas, da seleção das fontes à veiculação.

Pela associação direta aos núcleos de poder e relação com autoridades públicas foram selecionados, para a análise do discurso, textos relacionados a política, polícia, economia, meio ambiente e educação. Também foi feita análise de uma nota produzida a partir da sugestão de um ouvinte. Embora esse tipo de participação seja efetivamente estimulado através de chamadas na programação, e ocorra, de fato, via *e-mail* e telefone, o percentual de material veiculado fruto da interação entre ouvintes e emissora é reduzido. Segundo o gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte, a participação via *site*¹⁷ tem sido cada vez maior. As mensagens postadas no *link* “*fale conosco*” são recebidas pela direção da empresa. Essa as repassa aos coordenadores locais, responsáveis pela circulação interna dessas informações.

Fiorin (1990) apresenta, no livro *Elementos da análise do discurso*, as possibilidades de uma interpretação textual:

O texto pode ser abordado de dois pontos de vista complementares. De um lado, podem-se analisar os mecanismos sintáticos e semânticos responsáveis pela produção de sentido; de outro, pode-se compreender o discurso como objeto cultural, produzido a partir de certas condicionantes históricas, em relação dialógica com outros textos (p.10).

A análise dos documentos coletados foi feita através dos conceitos de sintaxe discursiva e semântica discursiva. Ainda de acordo com Fiorin (1993), a primeira opera como campo da manipulação consciente onde o falante lança mão de

¹⁷ <http://cbn.globoradio.globo.com/cbn/institucional/faleconosco.asp>

estratégias argumentativas com o objetivo de convencer seu interlocutor. A estratégia discursiva é organizada em função de um jogo de imagens, e a semântica discursiva é o campo das determinações inconscientes, assimiladas pelo homem ao longo de sua vida, bem como o reflexo dos discursos habitualmente utilizados em determinada época. Possui caráter ideológico, visto que reflete a maneira de o indivíduo, ou de a classe social, pensar o mundo:

A sintaxe discursiva compreende os processos de estruturação do discurso. Assim, pertence a ela um procedimento como a introdução ou não da primeira pessoa no discurso (por exemplo, eu acho que Pedro foi ao cinema e Pedro foi ao cinema). O uso da primeira pessoa cria um efeito de sentido de “subjetividade”, enquanto sua não-utilização produz um sentido de “objetividade”. Se um cientista dissesse “Eu afirmo que a terra é redonda”, isso poderia ser entendido como um ponto de vista pessoal. Entretanto, quando ele diz “A Terra é redonda”, é como se o próprio fato se narrasse a si mesmo. Nesse caso, temos a impressão de que uma verdade objetiva se estabeleceu (FIORIN, 1993, p.17).

As visões de mundo não podem ser desvinculadas da linguagem. A cada formação ideológica corresponde uma formação discursiva, ou seja, um conjunto de temas e figuras que represente uma visão específica do mundo. Segundo Fiorin (1990, p.65), figura é “todo conteúdo de qualquer língua natural ou de qualquer sistema de representação que tem correspondente perceptível no mundo natural”: árvore, vagalume, sol, correr, brincar, vermelho, dentre outros. Tema é “um investimento semântico, de natureza puramente conceptual, que não remete ao mundo natural”: elegância, vergonha, raciocinar, calculista, orgulhoso, etc. Logo, existem textos predominantemente figurativos ou temáticos:

Já vimos que, dependendo do grau de concretude dos elementos semânticos que revestem os esquemas narrativos, há dois tipos de texto: os figurativos e os temáticos. Os primeiros criam um efeito de realidade, pois constroem um simulacro da realidade, representando, dessa forma, o mundo; os segundos procuram explicar a realidade, classificam e ordenam a realidade significativa, estabelecendo relações e dependências. Os discursos figurativos têm uma função descritiva ou representativa, enquanto os temáticos têm uma função predicativa ou interpretativa. [...] Quando tomamos um texto figurativo, precisamos descobrir o tema subjacente às figuras, pois para que estas tenham sentido precisam ser a concretização de um tema, que, por sua vez, é o revestimento de um esquema narrativo (FIORIN, 1990, p. 65-66).

A leitura isolada de uma figura, ou de um tema, não é suficiente para uma boa análise textual. Para encontrar o tema subjacente às figuras é necessário buscar o percurso figurativo, que é a leitura do encadeamento e das relações entre as figuras. O encadeamento de temas é chamado de percurso temático. Segundo Fiorin (1990), “um conjunto de lexemas¹⁸ abstratos, que manifesta um tema mais geral, constitui, num texto verbal, um percurso temático”:

Da mesma forma que os percursos figurativos, os percursos temáticos devem manter uma coerência interna. Quando isso não ocorre o texto fica contraditório. Não cabe, por exemplo, no percurso temático do amargor do exílio, colocar o tema das delícias da vida num país estrangeiro. É claro que podemos mostrar num texto percursos temáticos antitéticos ou mesmo superpostos para criar determinados efeitos de sentido. Assim, do mesmo modo que nos textos figurativos, a quebra da coerência nos textos temáticos pode ser um recurso para transmitir determinados conteúdos (p.74).

Os textos são narrativas complexas em que enunciados de ação (fazer) e de estado (ser) se organizam de maneira hierarquizada. Uma narrativa complexa compreende quatro fases, a saber: a manipulação, a competência, a *performance* e a sanção.

Na fase de manipulação da narrativa um sujeito age sobre o outro com o intuito de levá-lo a querer ou dever fazer alguma coisa. A manipulação pode se dar através de vários estratagemas. Fiorin (1993) destaca quatro tipos: tentação, oferecendo benefícios ao manipulado; intimidação, através do castigo; sedução, enaltecendo alguma característica do manipulado; e provocação, em forma de desafio.

Na fase da competência, o sujeito central da narrativa possui um saber e/ou poder fazer que o diferencia do público ou audiência. A *performance* é a fase na qual é processada a transformação central da narrativa. Na última etapa, da sanção, ocorre a constatação de que a *performance* tenha ocorrido e o reconhecimento do sujeito que tenha operado tal transformação.

¹⁸ De acordo com Fiorin (1990, p.70), os lexemas são as palavras que se acham no léxico de uma língua. O aprofundamento do conceito revela o lexema como uma organização virtual de sentido, que, embora possuindo um núcleo permanente, realiza-se de maneira distinta nos diferentes contextos em que se encontra. O termo “olho” significa “cada um dos dois glóbulos situados na parte anterior da cabeça que constituem o órgão da visão”. O sentido pode variar quando se utiliza o recurso da metáfora. Ex: analisa tudo com olho crítico; o que engorda o porco é o olho do dono.

No entanto, é mister reconhecer que nem todo texto seja uma narrativa. Nessa dissertação foram analisados textos jornalísticos que podem ocultar algumas das fases descritas acima, ou nem mesmo tê-las.

Um jornal sensacionalista, ao contar um assassinato, narra em geral a *performance*: como foi o crime, quem o realizou, quem era a vítima, etc. Num romance policial, como, por exemplo, *O assassinato no Expresso Oriente*, de Agatha Christie, o relato da *performance* ocupa poucas páginas e o romance, então, ocupa-se da sanção, ou seja, da descoberta do criminoso. Nele a sanção é o desvelamento de um segredo (FIORIN, 1990, p.25).

Se o discurso é a materialização das formações ideológicas, o texto é o lugar da manipulação consciente, em que o indivíduo organiza, da maneira que lhe for conveniente, os elementos de expressão disponíveis. O discurso é social, enquanto o texto é individual. Há, portanto, um nível maior de liberdade na textualização, embora esta seja condicionada pelos processos modelizantes de aprendizagem. No caso específico do jornalismo, a linha editorial pode ser um limitador. O discurso, na medida em que é determinado pelas formações ideológicas, cita outros discursos. Por isso, os mesmos percursos temáticos e figurativos podem-se repetir.

O percurso temático da “salvação da pátria” foi usado milhares de vezes pelos que falavam a palavra do poder depois de 1964. No imaginário da classe média, o tema do “luxo” e do “requinte” é figurativizado por “baixelas de prata, porcelanas, tapetes persas, poltronas de veludo, quadros, etc”. Porque o discurso tem essa função citativa, a liberdade discursiva é muito pequena, quando não é nula (FIORIN, 1993, p.41).

Na análise de dados foram identificados os percursos figurativos e temáticos recorrentes nos textos produzidos para o programa CBN Belo Horizonte. O objetivo é refletir sobre o pano de fundo ideológico da informação no rádio, materializado na busca pela manutenção da linha editorial.

Bakhtin destaca o caráter dialógico do discurso. Para ele a linguagem não é ideologicamente neutra e sim complexa e, no signo, confrontam-se índices de valor contraditório. Dessa forma, a língua é dialógica e complexa, com discursos historicamente produzidos (BARROS *et al.*, 1997).

O autor russo considera a palavra o fenômeno ideológico por excelência, e o modo mais puro e sensível de relação social. A realidade da palavra é absorvida

por sua função de signo. Isso significa que ela é neutra em relação a qualquer função ideológica. Mas pode preencher qualquer função ideológica: estética, científica, moral e religiosa.

[...] a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. É portanto claro que a palavra será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais (BAKHTIN, 1986, p.41).

A utilização imbricada das ferramentas metodológicas acima foi fundamental para o apontamento de indicadores textuais e discursivos que serviram como subsídio para o delineamento e a clarificação da reflexão proposta nesta dissertação. No capítulo a seguir desenvolve-se a análise dos dados coletados na rádio CBN de Belo Horizonte.

6 RÁDIO CBN DE BELO HORIZONTE: estrutura e análise de dados

A rádio CBN, Central Brasileira de Notícias, foi fundada em 1º de outubro de 1991 e integra o Sistema Globo de Rádio. A emissora opera em formato *all news*¹⁹ e transmite em rede, via satélite, 24 horas de jornalismo para as principais capitais do país, dentre as quais estão Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. O formato foi inspirado nos modelos das rádios norte-americanas CBS — *Columbia Broadcasting System* — com conteúdo local e prestação de serviços e ABC — *American Broadcasting Company* — acrescentando o conceito de rede.

A afiliada de Belo Horizonte possui estrutura de redação relativamente simples. Na parte da manhã a equipe é composta por um gerente de jornalismo, um chefe de redação, três repórteres, um *trainee* e dois estagiários. A informação produzida na redação é transmitida aos ouvintes através do estúdio do ar, que conta com um jornalista, apresentador ou âncora, e um produtor executivo. As funções são interligadas por meio de um software customizado, o *i-news*, que permite aos profissionais a comunicação em tempo real, nos moldes do *messenger*²⁰, a busca de informações por palavras-chave e o monitoramento do caminho percorrido pela notícia, de sua fase inicial, em forma de *release*, por exemplo, até sua fase final, no formato de nota ou reportagem. Reuniões de pauta são realizadas diariamente para definir o que vai ao ar: enfoques, entrevistas, principais fatos e ajustes finais. As notícias produzidas podem ser aproveitadas pelas demais empresas de jornalismo do sistema Globo.

A rádio CBN opera em rede com programação nacional intercalada por intervenções locais. O objeto de estudo escolhido foi o programa CBN Belo Horizonte, veiculado de segunda a sábado, entre 9h30 e 12h00, que possui a seguinte estrutura:

- 9h30 às 10h: giro de reportagem para situar os ouvintes a respeito dos principais fatos e acontecimentos;

¹⁹ Formato dedicado à transmissão exclusiva de notícias. Segundo artigo publicado por Adhemar Altieri no portal “Observatório da Imprensa”, a pioneira das rádios *all news* foi a WINS, de Nova York, criada em 1965 pelo então poderoso (e hoje extinto) Group W de emissoras.

²⁰ *Software* que permite conversas *online*, em tempo real, usando apenas um navegador da *web*.

- 10h às 10h30: bloco dedicado às notícias de Belo Horizonte, com debates sobre as principais questões;
- 10h30 às 11h: bloco sustentado por temas relacionados à saúde e bem estar, geralmente com uma entrevista, de até 10 minutos de duração, sobre o assunto;
- 11h às 11h30: o esporte é o carro-chefe deste bloco;
- 11h30 às 12h: horário dedicado aos assuntos mais relevantes do dia.

Cada parte do programa possui um tema central, que não ocupa necessariamente todo o tempo do bloco. Uma notícia relevante, atual, que desperte o interesse do público da emissora, chamada de *factual*, pode derrubar a formatação previamente produzida do programa. A estrutura do CBN Belo Horizonte é flexível, podendo ser alterada de acordo com a relevância editorial de uma notícia.

As informações chegam à redação da CBN provenientes de diversas fontes, a saber: *e-mail*, sites, telefone, fontes externas, equipes de reportagem, *releases*, assessorias de imprensa, agências de notícias e participação de ouvintes através do *e-mail* geral da rádio ou telefone. Alguns sites, que possuem atualização constante, são monitorados diariamente pela equipe da rádio. Nesse grupo, destacam-se os portais da empresa brasileira de infra-estrutura aeroportuária (INFRAERO), do Corpo de bombeiros, da Polícia Militar do Estado de Minas Gerais, da Rede Globo Minas, do jornal Estado de Minas (UAI), do jornal Hoje em Dia e da Defesa Civil. Posteriormente, as informações são checadas via telefone. A rádio Itatiaia e alguns programas jornalísticos da TV Globo são monitorados. Para tal, os jornalistas utilizam um monitor, ligado durante todo o dia no centro da redação, e radioescuta.

A notícia percorre várias etapas antes da veiculação. Inicialmente, o chefe de reportagem realiza a triagem e análise do material recebido, identificando o que pode ser transformado em nota e o que pode vir a ser uma matéria jornalística. Na etapa seguinte é realizada a apuração ou checagem da notícia. O próximo passo é a produção, ou seja, a redação da nota. Depois de pronta, a nota é revisada pelo chefe de reportagem para, só então, ser veiculada ou descartada. A ordem de leitura (posição da notícia dentro do programa) no estúdio do ar é determinada pelo apresentador, de acordo com a relevância editorial da

informação, salvo orientação expressa da redação para veicular determinado conteúdo em determinado horário. Especialistas são, em muitos casos, entrevistados com o objetivo de analisar e discutir a notícia.

A estrutura reduzida da redação da rádio CBN de Belo Horizonte, auxiliada pela arquitetura de rede, materializada no software *i-news*, possibilita o controle da informação veiculada pela chefia de reportagem. Com isso, é possível garantir a qualidade do texto radiofônico e a obediência à linha editorial da empresa. O dialogismo de Bakhtin é exercido durante as reuniões de pauta. A relação intersubjetiva entre jornalistas, linha editorial e ouvintes²¹ ocorre no momento em que são definidas, e negociadas, as informações mais relevantes, que mereçam destaque no corpo do programa.

Importante analisar o papel das tecnologias de informação e comunicação nas redações. O chefe de reportagem acredita que a Internet e o celular tornaram o jornalismo mais ágil, inclusive no que diz respeito à localização das fontes de informação. Em contrapartida, a Internet possibilita a cópia de notícias, processo chamado pejorativamente de “*control c, control v*”. A seleção de notícias é constante, haja vista o grande volume de informações recebidas. É preciso cuidado. O conteúdo pode ficar superficial pelo fato de o jornalista não precisar ir de encontro às fontes. Boa parte dessas possui endereços virtuais. Um dos estagiários da CBN acredita que a Internet possa deixar o jornalista acomodado. Se por um lado é possível acessar uma profusão de fontes, sites e portais de notícia, por outro, o acesso acaba limitado às que possuam credibilidade, confiabilidade e que sejam familiares ao profissional.

Os critérios para a avaliação de fontes disponíveis na Web apresentados por Tomaél *et al.* (2004) corroboram o argumento supracitado. Os autores apresentam características como a clareza na apresentação e organização da informação, a credibilidade e integridade do produtor do conteúdo, revisão e atualização constantes da informação, coerência com o posicionamento editorial da fonte, precisão e facilidade na utilização da fonte proporcionada pela boa navegabilidade do site.

²¹ A importância do ouvinte nesse processo não pode ser desprezada. Sua participação no dia-a-dia, por *e-mail* e telefone, pode não ser tão expressiva. Mas o público é o objetivo final de todo o conteúdo produzido na emissora e foco dos anunciantes, fundamentais para a saúde financeira da empresa.

Campello *et al.* (2000, p.278-279) constataam que muitas fontes tradicionais de informação, impressa e eletrônica, possuem, muitas vezes, endereço na Internet. De fato, a tradição pode conduzir à credibilidade. Mas a qualidade deve ser o fator determinante. Some-se a tudo isso a variável tempo. As rotinas cada vez mais aceleradas das redações exigem soluções rápidas e precisas. Nada mais natural que o jornalista recorra às fontes já estabelecidas.

O âncora do programa CBN Belo Horizonte defende a opinião de que a tecnologia possa acabar com a função do apurador, profissional responsável pela checagem das informações, além de reduzir drasticamente o número de funcionários de uma redação. Estruturas enxutas geram acúmulo de função. Com isso, o jornalista, sobrecarregado, não tem mais tempo para investigar, pesquisar e buscar fontes. A miríade informacional e o aumento do ritmo de trabalho podem levar à consolidação das assessorias de imprensa como fontes preferenciais. *Releases* bem feitos, com melhor conteúdo, podem ter mais chance de se tornarem notícia. Ainda segundo o âncora, por causa disso, atualmente, poucas reportagens transformam-se em livros ou dossiês. Ele não acredita que a Internet acomode o jornalista, embora possa legitimar o discurso de redução do quadro de funcionários proferido pelos patrões. A Internet é positiva e agiliza os processos. Todavia, as redações continuam dependendo de bons profissionais e de boa produção de conteúdo.

O questionamento apresentado acima pode ser diretamente associado à crítica elaborada por Lima (1985). O autor aponta a tendência de inversão dos processos de busca de informação. O repórter não vai mais ao encontro das fontes de informação. Agora, a informação produzida pelas assessorias de imprensa, na forma de *release*, vai ao repórter na velocidade dos *e-mails*. Não obstante, o poder de seleção e produção sempre esteve, e sempre estará, nas mãos do jornalista, que deve desempenhar sua função, seguindo os preceitos da ética e do bom senso.

6.1 Análise da entrevista com o gerente de jornalismo da rádio CBN de Belo Horizonte

Neste tópico processou-se a análise da entrevista com o gerente de jornalismo da rádio CBN de Belo Horizonte, profissional com vasta experiência

na área da comunicação, com passagens pelas mídias impressa e eletrônica. O roteiro de perguntas, em formato parcialmente estruturado, sofreu pequenas alterações contingenciais, pertinentes ao cumprimento do objetivo de identificar e criticar os processos informacionais do objeto de pesquisa. A entrevista foi realizada na sede da rádio CBN de Belo Horizonte, no dia 13 de dezembro de 2007. A seguir, uma visão geral da programação da emissora, segundo o gerente de jornalismo.

“A CBN não trabalha com editorias separadas. Trabalhamos com todos os assuntos. Por ser uma rádio nacional, a gente deve utilizar o seu espaço local pra marcar uma presença muito forte em Belo Horizonte. Durante a semana, de segunda à sexta, são duas horas e meia direto, de 9h30 às 12h, com o CBH Belo Horizonte, e 4 *breaks*²² por hora pra veiculação de notícias locais. Isso não impede que notícias muito importantes sejam veiculadas imediatamente na rede, e tampouco que o espaço de rede seja utilizado para informações locais. Por exemplo: um grande incêndio pode interessar à rede. Mas algumas informações acerca dessa mesma notícia interessam mais ao público local, como o trânsito, se está viável ou não. Existindo a possibilidade, a coordenação de rede é acionada. A CBN é uma rádio nacional, mas com características locais e com muita proximidade do ouvinte, que acho que é uma característica de qualquer rádio hoje. A gente trabalha muito com serviço, cidade, política, economia, polícia, ou seja, praticamente todos os assuntos que interessam ao ouvinte. Nosso ouvinte é muito exigente e dá retorno muito fácil. O retorno é muito interessante e existe uma cobrança por parte do ouvinte”.

Abaixo, são discutidos os critérios de seleção de fontes de informação. Conciliar o interesse público, da coletividade, e as necessidades de informação da audiência específica da emissora, é um dos desafios das empresas de comunicação.

“A informação precisa ter interesse público. O preceito básico de qualquer informação é o interesse público. Muitas vezes chegam *releases* que na realidade querem vender o peixe do cliente. Todos são analisados, pois você não precisa dar a informação na forma que o assessor (de imprensa) quer. Mas, no meio do *release* você descobre, por exemplo, que tem um serviço ali que vai atender a população. Esse serviço passa a ser o foco principal, levando informação pro nosso ouvinte, nosso público específico. Como também tem muito material que chega e não vale nada, sendo descartado. O interesse do ouvinte, do público-alvo, é considerado. Na realidade, como a gente produz pra 3 rádios (CBN, Globo e BH FM), acabamos trabalhando com praticamente todos os públicos e classes sociais. Os assuntos são bem trabalhados. Muito material é aproveitado. E não só o que chega. A postura

²² Intervalos comerciais.

não é apenas passiva. É preciso também uma postura muito ativa pra buscar a notícia”.

Novas ferramentas, velhos processos. As tecnologias ampliaram as possibilidades de recuperação da informação e acesso às fontes. Mas o trabalho de apuração continua imprescindível. Abaixo, as fontes de informação utilizadas na CBN Belo Horizonte.

“Todas as possíveis. Desde nossos ouvintes, que são fontes, e têm as informações, logicamente, checadas. Os profissionais que trabalham na redação, no dia-a-dia. Além disso, utilizamos as ferramentas básicas como o telefone, o computador, *sites*, jornais, fontes de cada profissional, órgãos públicos. É preciso saber trabalhar e checar se realmente é uma fonte confiável. Por isso, a questão da apuração é extremamente importante. Independente da sua origem, a informação deve ser checada”.

O bom jornalista não trabalha com fontes estáticas. É preciso flexibilidade, autonomia e respeito. Barbeiro e Lima (2003) destacam que o compromisso do jornalista é com a verdade e não com a fonte. O gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte fala sobre a utilização de fontes preferenciais.

“A gente tem que saber respeitar todas as fontes. Um ouvinte que liga pra contar um caso pessoal pode dar uma bela de uma matéria. Como também pode ser uma autoridade, como pode ser o porteiro, ou um fax, ainda tem gente que utiliza o fax, o que chega pelos *e-mails*, o que está nos sites. O que é importante é saber avaliar a informação que chega. Ela pode chegar por várias formas, infinitas, mas a questão da avaliação é muito importante. Isso é muito trabalhado com os profissionais da CBN. Uma má avaliação pode derrubar uma matéria belíssima, como pode também fazer com que uma matéria saia do padrão da rádio, ou seja, saia da linha editorial. É muito importante a interação entre os profissionais. Em caso de dúvida deve-se perguntar, discutir. A linha editorial deve ser a linha mestra daquilo que vai ao ar”.

O público detém o poder de selecionar a informação que lhe interesse e influenciar o conteúdo editorial das rádios. Tal influência nasce da relação dialógica entre jornalistas, emissora, que dita a linha editorial, anunciantes, que viabilizam a manutenção estrutural da empresa, e ouvintes, objetivo precípua transfigurado em audiência, consumidores e, por que não, produtores de conteúdo. Na CBN Belo Horizonte a interação ocorre, de fato, mas não representa percentual significativo do conteúdo veiculado.

“Muito. A gente inclusive estimula. Temos uma chamada que roda durante a programação, chamando os ouvintes a participar. Seja com o dia-a-dia, o que ele está vendo, trânsito, alguma informação, como também para programas específicos, como o “Raízes de Minas”, que tem uma chamada específica pra quem queira mostrar, ou conheça, alguma curiosidade de Minas, alguma cidade interessante, alguma coisa turística, alguma coisa histórica. A gente está sempre estimulando a participação do ouvinte, porque isso é básico no rádio. Se o ouvinte não se sentir interagindo com o rádio, tem alguma coisa errada”.

A informação, no rádio, pode percorrer vários caminhos. O material inicial é recebido via *e-mail*, telefone, fax, contato pessoal, repórter, ou retirado da Internet. A etapa seguinte é decisiva no processo jornalístico: a apuração. Uma boa checagem da informação pode determinar a qualidade e a exatidão da notícia. O jornalista deve ter, sempre, uma postura cética, questionando o material que tem à mão. O caminho percorrido pela informação é definido após a verificação de sua relevância e veracidade.

“Recebemos o material e depois é feita a apuração. Se foi determinado que aquilo vai ser uma nota, a redação transforma em nota, a chefia de reportagem checa se a nota está dentro, se tem algum erro de português, se tem algum erro de informação, se o foco da nota foi pra outro lado. Se foi pra outro lado ela pede uma nova apuração, já orientando. Se por acaso vai valer uma matéria, essa matéria de redação, o repórter de dentro da redação entra em contato com a pessoa que faz uma gravação, edita e aí vai ao ar. Se por acaso é algum assunto que mereça e seja importante que o repórter esteja no local, imediatamente ele é deslocado pra lá, pra poder sentir. Se por acaso for alguma coisa que valha a pena não só deslocar, como viajar, ele imediatamente vai pra lá, como o caso do terremoto²³, por exemplo, um caso inusitado. Por mais que estivesse a setecentos e setenta quilômetros daqui, mandamos um repórter. Evidente. A gente tinha de estar com um repórter no local. Depende muito do assunto. Na realidade, são várias formas de trabalhar isso. Pode ser desde a informação chegando pra gente e a gente avaliando que teremos que mandar um repórter a setecentos quilômetros daqui, e aí a informação será levada do local da notícia ao ouvinte, como pode ser alguma informação que chega via *e-mail*, que seja uma nota simples de serviço. Aí o redator irá fazer a nota, a chefia de reportagem sempre vai checar, passa pra dentro do estúdio, o âncora vai ler e aí chega pro ouvinte”.

A linha editorial começa a ser construída nos processos de seleção da informação e de escolha das fontes. As empresas controlam o conteúdo veiculado, mas com algumas limitações. O aumento do fluxo informacional proporcionado pelas tecnologias dificulta a fiscalização, sobretudo em estruturas

²³ O terremoto ocorreu em Itacarambi, Minas Gerais, em dezembro de 2007.

organizacionais complexas, com muitos departamentos e grande número de funcionários. Equipes reduzidas facilitam a disseminação da cultura voltada para a manutenção da linha editorial e gestão da informação. Não obstante, o jornalista tem o poder de interferir na definição do perfil da emissora. É ele quem produz a notícia e se relaciona com as fontes. Trabalhar com autonomia é primordial.

“Sim. Autonomia todos têm que ter. Eu acho que todo repórter e todo jornalista tem que ter as suas fontes. Isso aí é uma coisa básica e fundamental. Agora, é importante a relação com a fonte. Isso aí é uma coisa que não pode extrapolar a nossa linha editorial. E aí é o meu papel. Estar sempre zelando pela linha editorial. Então, todos têm a liberdade aqui de fazer a apuração, montar as matérias e as matérias irem ao ar. E eu estou sempre ouvindo. Se por acaso ela foge da linha editorial, imediatamente essa matéria é suspensa, o repórter é chamado e aí a gente vai ter uma conversa. É praticamente impossível isso acontecer porque nós temos uma equipe muito azeitada e se existe alguma dúvida eles me ligam. Se por caso eu não estiver por aqui, e a dúvida persistir, a direção nacional é acionada. “Vocês acham que isso está dentro do enfoque correto? Ou é uma casca de banana?”. Sabe? Nós não temos a preocupação de dar a notícia rapidamente. Nós temos a preocupação de dar a notícia corretamente. Porque hoje em dia a questão do furo é um negócio tão... Sabe? Um site deu. A rádio tal deu. Não interessa. Se não estiver bem apurado...eu prefiro que a gente apure tudo até o final pra não cair realmente numa casca de banana. É a preocupação que a gente tem. Essa relação com a fonte tem que ser respeitosa. Mas nunca uma relação que vá interferir na informação que vai ao ar”.

A liberdade mencionada acima é limitada pelos interesses econômicos e políticos da empresa. A tentativa de manutenção da linha editorial leva muitas vezes à inflexibilidade, reduzindo a autonomia dos profissionais da redação. O gerente de jornalismo afirma ser quase impossível que os jornalistas da CBN Belo Horizonte fujam da linha editorial. Esse discurso sugere um rígido enquadramento do corpo de funcionários.

A ética deve ser o fio condutor dos processos de um veículo de comunicação e sua busca relaciona-se diretamente com a independência no fazer jornalístico. Tal independência encontra, naturalmente, limites na linha editorial da empresa, que possui duas faces coexistentes: a primeira representa a imagem ideal da instituição e é repassada ao público e aos anunciantes. Trata-se da imagem pública da empresa, revelada no discurso do gerente de jornalismo; a segunda, complexa, é formada pela relação dialógica entre funcionários e direção, empresa e anunciantes, interesses jornalísticos e interesses comerciais /

políticos, empresa e público, jornalista e ouvinte. Dessa forma, são feitas concessões e, a partir das contradições desse emaranhado de relações, é engendrada a linha editorial da rádio. O reflexo das escolhas influencia a cultura organizacional, voltada para a preservação dessa linha editorial. Profissionais jovens, que buscam inserção no mercado de trabalho, podem ser moldados de acordo com a cultura da empresa. O gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte falou sobre independência jornalística, equipe de trabalho e linha editorial.

“[...] quando a CBN começou essa independência deixou um pouco assustadas as pessoas. Assustadas no bom sentido. Mas hoje, a CBN já é muito conhecida no mercado exatamente por isso. E é lógico que ela procura pessoas que vão trabalhar mais ou menos dentro dessa linha dela.[...] Então, a minha equipe é uma equipe azeitada. Pra você ter uma idéia, ontem mesmo eu estava com um pessoal da direção nacional aí e eles ficam impressionados como que de repente não existe um rodízio aqui, porque em várias praças é aquele entra e sai. Aqui não. Aqui a coisa mais difícil do mundo é alguém sair e alguém entrar. E normalmente as últimas vagas que surgiram foram vagas que foram ocupadas não por pessoas que já estão no mercado há muito tempo. Não tenho nada contra. Inclusive tem vários aqui que estão na minha lista pra entrar. Mas, coincidentemente eu estava buscando alguns perfis que bateram com ex-estagiários, *ex-trainees* nossos. Então, são pessoas que foram formadas já dentro da nossa cultura”.

“A linha editorial da CBN é uma linha editorial mais simples. [...] O básico é a gente ter consciência de que temos que reportar os fatos e não estamos aqui pra poder fazer nada contra ou a favor de ninguém. Estamos aqui pra fazer um jornalismo básico, ouvindo todos os lados. E nós temos a cara dos nossos comentaristas. São aqueles que também, com total independência, comentam o fato dentro de uma experiência dele. Então, por exemplo, muitas vezes você vai pegar a Miriam Leitão²⁴ e ela vai fazer uma crítica que pode não ser a mesma feita pelo Sardenberg²⁵. Normalmente a coisa é mais azeitada, mas o Arnaldo Jabor²⁶ pode ter uma opinião completamente diferente do Heródoto²⁷. Ou não. Mas ele está ali como um comentarista, um cara polêmico, e deixa claro que está falando a posição dele como um profissional experiente, um comentarista. É preciso não misturar comentaristas, linha editorial, reportagem. Evidentemente que você não vai colocar um comentarista, por exemplo, que vá falar numa linguagem pra um público que não tem absolutamente nada a ver com a CBN. Então acho que cabe a cada veículo, com seu perfil... nosso perfil ele trabalha, os comentaristas, tudo, em cima de um público que a gente quer atingir. É evidente”.

²⁴ Comentarista de economia da CBN.

²⁵ Carlos Alberto Sardenberg é comentarista de economia e âncora do programa CBN Brasil, veiculado em rede nacional no horário do almoço.

²⁶ O cineasta e jornalista carioca é comentarista da CBN e da TV Globo.

²⁷ O jornalista Heródoto Barbeiro é âncora do Jornal da CBN, veiculado em rede nacional no início da manhã.

Compartilhar a informação é parte importante do processo de produção jornalística. Alguns processos e ferramentas podem auxiliar na disseminação dessa cultura. Os departamentos e seus profissionais precisam dialogar e as reuniões de pauta e o software *i-news* auxiliam a rádio CBN a buscar o cumprimento desse objetivo. As informações coletadas e veiculadas no período da manhã são repassadas aos profissionais do período da tarde. A mesma coisa ocorre com o turno da noite. O processo é espiral, orgânico. Cada célula da empresa deve alimentar as demais com informação.

“Na realidade a coisa só pode funcionar se realmente o carro está com todas as peças em dia. A gente tem uma reunião de pauta. Bom, além de todo mundo que está muito consciente da linha editorial que a gente busca, a gente tem duas reuniões de pauta pela manhã e além da reunião de pauta onde a gente define o que trabalhar em termos de reportagem e matérias, a gente tem um acompanhamento diário através do sistema (*i-news*). Então, o tempo todo eu estou interferindo, naquilo que estou ouvindo. A chefe de reportagem, se por acaso a entrevista está indo pra um lado e alguém tem uma sugestão pra que ela seja mais interessante, na mesma hora a gente interfere, manda pro âncora como sugestão. Evidentemente, o âncora tem liberdade total de trabalho lá dentro (do estúdio do ar), inclusive de opiniões. [...] a tarde começa a ser trabalhada com uma reunião rápida, com o que temos e o que priorizar. É fechada uma pré-pauta pra tarde. Com a chegada do pessoal da tarde uma nova reunião é feita, pra repassar as pautas pros repórteres e pra coordenação da tarde. No final da tarde é feito um balanço, que será passado pra quem fica à noite, que repassa pra equipe da manhã todos os recados, sugestões e uma pré-pauta pronta. Quem chega de manhã já tem uma visão de como foi a tarde e como fechou a noite. A gente procura ter o tempo todo essa comunicação e se eu tenho alguma dúvida sobre o que foi feito ou não eu busco no sistema e como foi feito, só como sugestão”.

Objetividade e subjetividade convivem na produção jornalística. A primeira, utópica, consiste na observação da realidade social e tentativa de descrição do fato em formato jornalístico. Tal descrição é influenciada pelo universo de signos e bagagem cultural do jornalista. Nesse ponto, objetividade e subjetividade se relacionam. A busca pela objetividade passa pelo direito ao contraditório. Ouvir todas as partes envolvidas em determinado fato é regra fundamental do jornalismo. Sob a ótica de Bakhtin, pode-se chamar esse procedimento de dialogismo polifônico.

“É. Eu acho que está. A objetividade é presente o tempo todo. Agora, a subjetividade está também. Pra mim, ela não está tão forte quanto a objetividade. Mas a subjetividade, não tem jeito, ela está no nosso dia-a-dia.

Agora, o mais importante que eu acho é que a gente não está trabalhando aqui pra empurrar notícia “goela” abaixo. A gente tenta o tempo todo fazer com que o ouvinte reflita. Trazemos informações, comentários, com reflexão, pra que o ouvinte tenha a sua própria opinião. A gente traz vários tipos de informação, de várias maneiras, mas quem tem que formar a sua opinião é o próprio ouvinte. Eu não tenho que formar opinião pra ninguém. A gente fala muito nisso: “a gente trabalha com formador de opinião hoje em dia”. A gente pode ser um auxiliar nisso, já que temos os canais pra levar informação até lá. Agora, o mais importante de tudo é que cada um forme a sua opinião: que cada um seja um formador de opinião e um disseminador dessa opinião. A CBN respeita muito isso. Não queremos colocar nada “goela” abaixo. Queremos trazer informação pra que você reflita. E aí você tem objetividade e subjetividade nisso”.

O discurso acima deve ser relativizado. A notícia é produzida em contexto dialógico. Não há imposição. Mas, a empresa possui sua visão de mundo que determina os processos de seleção e construção da informação. De fato, o ouvinte precisa refletir acerca dos interesses subjacentes à informação.

A grande velocidade do ciclo das inovações tecnológicas vem transformando os processos de trabalho em todas as áreas do conhecimento. Evoluções fundamentais na comunicação humana foram catalisadas por avanços nas técnicas de produção e distribuição de informação, da escrita à prensa de Gutenberg, do telefone à Internet. Ao longo dos anos o rádio ganhou agilidade graças aos dispositivos móveis e ampliou o alcance por meio da transmissão em rede, via satélite e, doravante, via fibra ótica e Internet. Cartucheiras e gravadores de rolo²⁸ deram lugar aos *softwares* de edição, melhorando expressivamente a qualidade das produções. A convergência ganha as ruas e as casas. O rádio de pilha transfigura-se em celulares e computadores *on-line*. O formato digital amplia as possibilidades de transmissão. O som, com qualidade de *CD*, tem agora a companhia dos dados, das imagens e do hipertexto. Abaixo, o gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte descreve o impacto das tecnologias nas redações.

“Na realidade impactaram muito. As pessoas morrem de rir quando digo que a gente trabalhou até o final da década de 90 com máquina de escrever, com fax, sem celular praticamente. Tudo isso parece uma loucura quando você pensa em trabalhar com uma rádio em rede nacional e com cartucho. [...] E hoje a gente trabalha com equipamento de última geração, o tempo todo a gente está reciclando, ou seja, as máquinas, os computadores, os

²⁸ Aparelho para gravação e reprodução de sinais de áudio em fitas magnéticas de rolo. As edições eram feitas utilizando-se gilette e durex.

sistemas novos. [...] Antigamente uma notícia chegava pelo telex, pelo fax e aí você ia tentar falar pelo telefone. Você ia tentar falar com o repórter se o rádio no carro funcionasse, com uma chieira violenta. Várias vezes tínhamos de entrar ao vivo pelo rádio. Coitado do ouvinte que ouvia aquilo. Numa rádio que era AM, e depois veio pra FM, não existia *e-mail*, celular. E aí você começou a falar em alguns pontos da cidade. Depois você começou a falar em todos os pontos. Então hoje, por exemplo, a gente está falando diretamente de qualquer ponto do mundo, ao vivo, em tempo real, sem *delay*²⁹[...] Você precisava de um rádio pra ouvir um rádio. Hoje você ouve rádio em qualquer computador. Hoje você não só ouve o rádio, mas se você quiser ver o estúdio de São Paulo, quem está e o que o cara está fazendo que está lá dentro. Quer dizer, a tecnologia hoje é tudo em uma rádio nacional como a CBN”.

As recentes transformações tecnológicas não alteraram a estrutura da redação da CBN na visão do gerente de jornalismo da emissora.

“A CBN teve um período... ela começou inchada. Ela começou muito inchada mesmo. E a gente teve que fazer um enxugamento pra ver inclusive se o próprio projeto CBN era viável, isso também no meio da década de 90. Isso foi nacional. Não foi daqui. Não teve a ver com a tecnologia e sim com uma reestruturação da própria rádio, um redirecionamento do projeto. E a partir daí não. Eu estou trabalhando basicamente com o mesmo pessoal, independentemente da tecnologia ter chegado aqui ou não. O jornalismo vem-se mantendo. Porque é o seguinte: não adianta ter toda a tecnologia se não tem gente pra utilizar. [...] Eu preciso daquele cara que vai buscar, que vai atrás da matéria, que vai checar a matéria, que vai fazer a matéria. A tecnologia vai me auxiliar a trazer essa informação mais rápida, com mais veracidade. Agora, ao mesmo tempo, eu tenho que ter muito mais cuidado, porque a tecnologia incentivou também a uma certa cópia generalizada. [...] tem uns sites que querem recortar de uma fonte limpa. Sem citar fontes muitas vezes. Alguns citam. Pelo menos isso. Então assim, aqui, quando você é de ponta você não tem como reduzir. Você tem como reduzir quando você depende da ponta”.

Em contrapartida, o âncora do programa CBN Belo Horizonte acredita que a expansão das tecnologias possibilitou e, de certa forma, legitimou o discurso de enxugamento da “máquina” apregoado pelos patrões. O apresentador também afirma que a redação da CBN, antigamente, contava com cerca de 100 jornalistas.

A seguir, é discutido se a Internet pode homogeneizar os conteúdos veiculados nas rádios.

²⁹ Termo técnico usado para designar o atraso de sinais em circuitos eletrônicos. No rádio, designa o atraso do som nas transmissões em rede (via-satélite ou Internet).

“É o que eu estou falando. Depende do veículo. Depende de qual é a linha do veículo. Eu nunca vou fazer uma coisa dessas. Na realidade eu pretendo sempre estar na ponta. Eu pretendo sempre estar trazendo uma informação que seja referência de credibilidade, isenção, mas que seja referência de todos os outros veículos. E não que eu vá buscar em outros veículos a informação que eu não tive competência pra poder pegar aqui. É o que eu te falei. Não me interessa estar primeiro. Mas interessa estar primeiro com a informação. Segundo: que ela esteja correta. E se der pra estar o mais rápido possível com todas as duas primeiro, melhor ainda. Não vou deixar de buscar isso. Mas existem passos anteriores”.

A ausência de centrais de apuração possibilitou, no passado, o surgimento do “*Gillette Press*”, nome dado ao processo no qual o jornalista recortava as notícias dos jornais impressos que poderiam virar matérias. Em muitos casos, essas notícias eram lidas na íntegra, no rádio e na TV, sem nenhum tipo de adaptação da linguagem para esses meios de comunicação. O advento da Internet facilitou o acesso a fontes de informação do mundo inteiro e a segunda geração da *world wide web*, batizada de *web 2.0*³⁰, ampliou as possibilidades de produção de conteúdo por parte de qualquer usuário. Entretanto, a utilização ética da informação é muitas vezes deixada de lado. O desrespeito aos direitos autorais e a reprodução de notícias sem a devida citação das fontes produtoras são práticas usuais no mercado de comunicação. O gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte acredita na existência da “*Internet Press*”.

“Exato. Existe. Existe sim. Principalmente aos sábados e domingos que você tem mais tempo e dá uma olhada. E também porque redações de outros lugares não têm um pingão de problema entre eles, né, eu acho um problema, de ficar ligando, tentando apurar, ao invés de apurar o fato onde o fato está, liga pra cá pra apurar o fato com a nossa redação. Eu acho isso o cúmulo, mas isso existe muito. Você pode ver nos próprios sites, se você der uma “zapiada”³¹, num minuto você vai ver, ou praticamente a mesma coisa... Isso não é só nos sites não. Eu já cansei de ver, por exemplo, publicado em jornais impressos, entrevistas que a gente faz aqui na CBN Belo Horizonte na íntegra, sem citar a fonte. Na íntegra. As mesmas sonoridades, as mesmas vírgulas, as mesmas perguntas. O repórter que está na outra redação acha interessante, muda uma coisa ou outra na cabeça³², mas não tem como mudar a resposta do entrevistado”.

³⁰ A *web 2.0* possibilitou o surgimento de ferramentas como as “*wikis*”, páginas comunitárias da Internet que podem ter seu conteúdo alterado por qualquer usuário. A *Wikipedia* é a mais conhecida delas.

³¹ Expressão utilizada para descrever a fuga do telespectador de um determinado canal através da utilização do controle remoto.

³² Metáfora utilizada no meio jornalístico. O mesmo que *lead*. Essa palavra, de origem inglesa, pode significar “guia”, “pista” e “indício”. Trata-se da abertura do texto, objetiva, clara e concisa, com as informações básicas sobre o tema.

A asserção do gerente de jornalismo isenta a CBN dos problemas relacionados à reprodução de informações buscadas em fontes externas ou virtuais. Contudo, alguns fatores podem dificultar o controle do processo de produção de notícias. Equipes reduzidas pressupõem menor número de jornalistas nas ruas e maior utilização da Internet, posto que nem sempre seja possível a apuração através do telefone. Estruturas pequenas levam, invariavelmente, ao acúmulo de funções e à sobrecarga dos funcionários. Em alguns casos, estagiários assumem o papel de jornalistas experientes. O ritmo acelerado das redações impede muitas vezes a revisão do material que será veiculado.

A nova dinâmica na comunicação mundial, pautada pela profusão informacional, reforça a importância do trabalho de apuração nas redações. O âncora do programa CBN Belo Horizonte acredita que a tecnologia possa desencadear o fim dessa função. O gerente de jornalismo não endossa tal hipótese.

“Não. Nunca. É o que eu estou te falando. Pode desaparecer dependendo do veículo que você está. Mas em hipótese nenhuma. Pelo contrário. O apurador é uma peça fundamental. Um veículo que se diz sério tem que ter o apurador. Porque senão ele vai ter o *Internet Press*, vai ser um recorte. Aí é muito fácil. Cola e recorta. Recorta e cola”.

Castells (1999) apresenta o conceito de virtualidade real em que um sistema de comunicação capte a realidade, ou seja, as experiências simbólica e material das pessoas, deixando-as imersas em uma composição de imagens virtuais que se confundem com a própria experiência. A Internet faz parte da realidade das redações, mas a realidade dos processos de produção jornalística não pode se resumir à Internet. Afinal, as tecnologias podem acomodar o jornalista? Abaixo, a resposta à indagação.

“Sim. Pode sim. Isso é uma briga minha diária aqui de que uma fonte de informação não se resume à Internet. Pra mim a Internet é uma excelente fonte de pesquisa, de informação, mas não da informação fechada. Então, por exemplo, você tem uma matéria a ser apurada. Eu vou ter que apurar essa matéria onde ela está acontecendo. E com certeza ela não está acontecendo dentro da Internet. Agora, ela pode me auxiliar a me dar subsídios pra que a minha matéria fique mais interessante, com fatos, com dados. Eu hoje não tenho necessidade mais de montar um banco de dados

aqui daqueles violentos. Eu sei onde é que eu posso buscar na própria CBN as informações que já estão lá”.

Cunha (2001) pesquisou as fontes de informação sob a ótica da ciência da informação. Em seu trabalho a Internet aparece como fonte secundária. A reflexão sob a ótica do jornalismo ganha outro viés. A Internet seria um meio para se chegar a fontes de informação, a saber: veículos de comunicação e usuários. Uma análise holística do processo de produção de notícias pode reduzir a importância das tecnologias nas redações. Ferramenta de um processo complexo que envolve o levantamento do fato, a apuração, o envolvimento com fontes pessoais, a redação do texto, a edição, a aprovação por parte do chefe de reportagem e a veiculação, a Internet faz, cada vez mais, parte do cotidiano das empresas de comunicação. Contudo, não pode ser considerada fonte de informação.

“Fonte eu acho meio complicado. Na realidade eu coloco a Internet mais como um auxiliar. Ela tem que ser auxiliar, nunca uma fonte. Eu posso até chegar no site...” a gente não tem essa matéria aqui hein”? Agora, quem vai apurar se aquela matéria é verdade, se não é, somos nós através das nossas fontes. Ela pode ser uma referência, ela pode ser um auxiliar de banco de dados, mas ela nunca pode ser uma fonte porque qualquer um hoje trabalha dentro da Internet, coloca qualquer coisa dentro da Internet. E até os próprios sites mais respeitados têm uma briga pra estar o tempo todo saindo na frente. Então, eles estão o tempo todo mudando e arrumando a informação. [...] Eu já vi isso uma vez acontecer há muitos anos atrás com um jornal impresso de grande circulação por aí, que pra mim soou como uma das coisas mais ridículas que eu já vi na minha vida. Ele deu uma notícia de um assunto que estava muito detalhado, que tava todo mundo muito em cima do assunto e, de repente, ele resolveu o problema, sozinho. Deu primeira página. [...] No dia seguinte ele teve que se retratar acusando uma agência de notícias de ter dado a informação errada. Uma mesma agência de notícia que ele citou bem pequenininho. Na realidade, ele colocou como matéria principal que a agência de notícias tinha dado errado, não que eles tivessem corrido atrás, não apurou, e, de repente, deu uma barrigada dessa violenta. Uma barrigada que ficou famosa aqui em Minas Gerais, não precisa de eu citar”.

Lima (1985) afirma que a evolução da comunicação de massa amparada pelo desenvolvimento tecnológico possibilitou o surgimento, em larga escala, do assessor de imprensa no papel de intermediário entre a empresa e os veículos de comunicação. A consequência foi o começo da inversão do processo de busca de informação. Ao invés de o jornalista ir à fonte, as fontes passaram a invadir as redações. O *press-release* é a materialização desse fenômeno. O âncora do

programa CBN Belo Horizonte corrobora tal argumentação ao afirmar que os *releases* mais bem escritos têm maior chance de se transformar em matéria. O aumento da concorrência no mercado de comunicação caminha em paralelo com a ampliação do acesso às tecnologias. Qualquer usuário é um produtor em potencial. Percebe-se, em consonância com o raciocínio de Castells (1999), a evolução do pensamento de McLuhan. Inicialmente, o “meio era a mensagem”. Esse argumento indica a primazia de grandes grupos de comunicação na produção da informação. Posteriormente, com a tendência de segmentação dos veículos de comunicação, e da informação, a “mensagem passou a ser o meio”. Atualmente, o aforismo novamente se transforma com a entropia informacional. Agora “a mensagem é a mensagem”. Nesse cenário, a boa qualidade do conteúdo passa a ser o diferencial. Não obstante, um *release* bem escrito tem mais chances de se transformar em notícia? Abaixo, a opinião do gerente de jornalismo da CBN Belo Horizonte.

“Depende. [...] Ele só vai virar notícia se tiver notícia ali dentro. [...] Muitas vezes chegam uns *releases* tão ruins, tão ruins, que o cara consegue derrubar a pauta dele, porque ele não consegue mostrar o que quer. É exatamente o oposto. [...] Não é porque o *release* é bem escrito. É porque muitas vezes o assessor de imprensa esconde, por incompetência de não conseguir sacar jornalisticamente o que ele tem na mão”.

“Eu acho que existem assessorias e assessorias. Isso aí pra mim é uma coisa muito clara, eu sempre deixo muito claro. Existem assessorias extremamente profissionais e existem assessorias que parecem feitas por secretárias. [...] Agora, que facilitou demais, a tecnologia, a Internet, pras assessorias, mas muito”.

O surgimento do termo “Sociedade da Informação” no século XX está atrelado ao conceito de globalização. A penetrabilidade e a flexibilidade das tecnologias de informação e comunicação ampliam a utilização destas para diferentes esferas da sociedade, das arenas política e econômica à esfera educacional. A informação e o conhecimento tornam-se ativos associados às novas formas de produção, intelectual e material. A utilização consciente das novas ferramentas tecnológicas é condição de sobrevivência no mercado. Todavia, não se pode esquecer que ao longo da história alguns dos maiores avanços na comunicação humana, que transformaram e derrubaram paradigmas sociais, nasceram atrelados a inovações técnicas. O acesso ao conhecimento e

à informação sempre foram formas irrefutáveis de poder. Vivemos, mais uma vez, uma transição social que tem a tecnologia como uma variável importante. O jornalismo está vivendo essa transição? A palavra evolução seria mais apropriada?

“Eu não falo que é transição. Porque isso nunca vai acabar. Eu acho que a tecnologia começou a partir do momento que se colocou um megafone na boca. Veio a tecnologia. E aí vai. E aí veio. Um dia, de repente teve uma onda, o Roquette Pinto³³ veio com o rádio. E daqui a pouco isso aí foi melhorado... quer dizer, não existe uma transição. Existe um aperfeiçoamento daquilo que você está trabalhando. Então, por exemplo, quando eu entrei em televisão, a televisão era uma. Hoje a televisão é outra, completamente diferente. Eu já tive que, pra poder conseguir gerar uma matéria de um seqüestro lá de Juiz de Fora, literalmente sangrar, porque o equipamento estava dando problema lá e tive que usar a tecnologia mor que era um palito, e eu apertando o palito e ele acabando com o meu dedo, e quando terminou o palito estava lá na metade do meu dedo. Quer dizer, a tecnologia da televisão já foi, isso aí é folclórico, o mais importante da televisão era uma fita crepe. Então assim, o rádio, durante um bom tempo, ficou mais ou menos naquela mesma, sem uma evolução tecnológica expressiva. Só que hoje ele entrou dentro de tudo. Hoje não é só o rádio. É o telefone, é a televisão, é qualquer coisa. Antigamente, você poder ouvir uma música em um gravador... hoje está aí o *i-pod*, com *MP3*, 4, 5, 6. Toda hora está acontecendo uma coisa nova. Daqui a pouco vai ter um cortador de unha que corta sua unha enquanto você estiver dormindo. Então a tecnologia, em todas as áreas, o tempo todo, está aí. A tecnologia está aí. Tem que ser. É evoluir. O mundo está evoluindo. Então a gente não tem um período de transição. Isso não vai acabar nunca. Só na hora que o mundo acabar. Daqui a pouco acaba, porque também o povo está acabando com o mundo. Só acaba por aí. De repente começa de novo... você não sabe”.

O aumento da velocidade do ciclo de inovações tecnológicas tem alterado processos do fazer diário das redações: acesso à informação, apuração, gravação, edição e veiculação. Mas depende de cada profissional a manutenção das características fundamentais do jornalismo: ética, responsabilidade, isenção, compromisso com a informação pública e com a verdade.

“É. O mais importante é que você, cada vez mais, tenha ferramentas que vão te auxiliar. Agora, a sua formação jornalística, o veículo que você está trabalhando, sua linha editorial, isso aí é uma coisa de dentro. Não tem nenhuma tecnologia que vá interferir nisso. Eu só vou ter que ficar mais atento, ou menos atento. Eu vou ter mais facilidade, ou menos facilidade. Agora, sua formação é sua formação. Você pode ser um picareta, aí falando como profissional, você pode ser um excelente profissional, você pode ser

³³ Edgard Roquette Pinto foi um dos precursores do rádio no Brasil, fundador, em 1923, da rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a primeira emissora do Brasil.

um cara avoadado. Independentemente da ferramenta que você tem na mão, a sua formação... A única coisa que pode facilitar ou dificultar é o acesso que você vai ter a essa tecnologia. Agora, o que você vai fazer com ela. Aí é muito da sua formação profissional mesmo. Isso daí eu não abro mão em hipótese nenhuma quando eu vou contratar alguém aqui dentro. Isso aí pra mim é primeiro lugar. Em segundo lugar vêm os conhecimentos. Mas quem é o profissional? Quem é aquela pessoa? Qual a base ética? Qual a base da honestidade? O que ele está pensando em termos de jornalismo? Isso pra mim é fundamental”.

Se a inovação tecnológica é uma variável relevante no intrincado processo de evolução social, mais importante é o uso que se faz dela. As tecnologias podem operar a favor dos processos de homogeneização da informação e redução de jornalistas nas redações. Isso depende da postura adotada pela empresa e pelo profissional. Em meio à profusão informacional, a qualidade da informação segue como grande diferencial de mercado.

Os dados coletados durante a entrevista com o gerente de jornalismo da rádio CBN de Belo Horizonte revelam a visão que a empresa julga ideal. Entretanto, tal discurso institucional não apresenta de forma clara a linha editorial adotada pela emissora, e exclui todo e qualquer tipo de problema existente durante o processo de produção de notícias.

A seguir, foi feita a análise do discurso veiculado, no programa CBN Belo Horizonte, à luz da filosofia da linguagem proposta por Bakhtin e da mitologia de Barthes, situando emissores e receptores, e suas interações, no meio social.

6.2 Análise do discurso veiculado no programa CBN Belo Horizonte

O caminho conceitual percorrido pela lingüística bakhtiniana identifica-se com a complexidade das interações sociais e, especificamente nesta dissertação, com a intersecção entre os campos da ciência da informação, lingüística e comunicação social. Complexidade que define com propriedade o cenário onde se desenvolvem os processos de produção de notícias de uma rádio. A análise apresentada a seguir pressupõe alguma subjetividade. A heurística dessa pesquisa busca a reflexão, e não o determinismo, justamente pela natureza intrincada das relações informacionais no ambiente da comunicação.

As notícias analisadas a seguir estão agrupadas de acordo com a fonte de informação utilizada na produção da notícia e, em alguns casos, de acordo com a

forma e o conteúdo do texto. Pela associação direta aos núcleos de poder foram escolhidas notícias relacionadas a política, polícia, economia, meio ambiente e educação. A maior parte dessas informações teve origem em fontes oficiais como, por exemplo, assessorias de comunicação. Também foi feita análise de uma nota produzida a partir da sugestão de um ouvinte. Os dados foram selecionados durante os meses de novembro e dezembro de 2007. Para o fechamento da dissertação foi coletado material complementar, em julho de 2008.

“Será enterrado nesta manhã, em Bom Jesus do Galho, na Zona da Mata de Minas, o corpo do integrante da Fetaemg, Federação dos Trabalhadores na Agricultura de Minas Gerais, João Alves de Calazans, morto na última terça-feira. Ele foi assassinado com um tiro na nuca, na porta de sua casa, que fica em um assentamento do Incra, no município de Pingo D’água. Segundo a Fetaemg, João Calazans, que era o líder sindical da cidade, já tinha recebido várias ameaças de morte, de proprietários de terras e dos próprios trabalhadores rurais. Policiais Militares e Civis de várias cidades da região estão à procura de suspeitos. Segundo informações da Fetaemg, ainda não confirmadas pela Polícia, duas pessoas foram presas. O corpo de João Calazans foi velado durante toda a noite na cidade de Pingo D’água e foi levado para Bom Jesus do Galho, cidade natal do trabalhador (**Fonte:** Apuração do jornalista/ polícia militar/ Globominas. **Produção do texto:** 13/12/2007)”.

O jornalismo possui algumas perguntas básicas que auxiliam a construção de uma notícia, matéria ou entrevista: *o quê, quem, como, quando, onde e por quê?* Essas questões, disseminadas nos banco das instituições de ensino superior e nem sempre utilizadas na prática das redações, podem auxiliar a análise de discurso proposta na presente dissertação.

A notícia apresentada acima responde a todas as perguntas fundamentais. Do ponto de vista da análise do discurso tem-se o desenvolvimento do percurso temático da violência através de figuras como “tiro na nuca”, “morte” e “assassinado”. A *performance* é levada aos ouvintes através da descrição do crime. A sanção destaca a ação da polícia e a possível, e não comprovada, captura dos suspeitos.

Algumas características do rádio reforçam o caráter efêmero da informação: a flexibilidade, proporcionada por tecnologias como a Internet e o celular; a audiência rotativa e dispersa; a simplicidade da linguagem. Esses fatores aliados ao ritmo acelerado de produção, muitas vezes com equipe reduzida, dificultam a

análise aprofundada do fato. Quando utilizadas com pertinência, entrevistas e *suítes*³⁴ ajudam a contornar a falta de profundidade associada ao rádio. Algumas das notícias selecionadas para esta pesquisa certamente tiveram desdobramentos na programação da CBN. Não obstante, os textos analisados estavam prontos, e revisados, para a veiculação.

“Uma menina de onze anos foi mantida em cárcere privado e estuprada por vários dias em Imbé de Minas, na Zona da Mata do Estado. Segundo a Polícia Militar, o suspeito, um comerciante identificado como Edivaldo Rosa Dionízio, de 40 anos, confessou o crime. Depois de uma denúncia anônima, os policiais foram até um terreno, na zona rural da cidade, onde encontraram o suspeito em uma casa, trancada com cadeado. A criança estava dentro da casa, escondida em um banheiro. O comerciante contou que dava comida e mantinha relações sexuais com a menina. Ela confirmou as informações. O suspeito foi preso em flagrante e levado para a delegacia (Fonte: Assessoria de Comunicação da Polícia Militar de Minas Gerais. Produção do texto: 13/12/2007)”.

A informação supracitada, retirada de *release* enviado pela polícia militar e adaptada para a linguagem radiofônica, tem a primeira frase construída com o objetivo de despertar, e reter, a atenção do ouvinte. A utilização de tal recurso, comum no jornalismo, requer atenção e bom senso, por margear, muitas vezes, o sensacionalismo. O tema da violência é mais uma vez abordado. A figurativização ocorre por meio dos termos “cárcere privado”, “estuprada por vários dias”, “crime” e “relações sexuais”. Esses elementos compõem a descrição detalhada da *performance*. A sanção é concretizada pela prisão em flagrante do suspeito, ressaltando a eficiência do trabalho da polícia militar.

A boa relação do jornalista com as fontes pode render o acesso a informações em primeira mão. Agilidade que pode conduzir à credibilidade, se o processo de apuração for bem feito. Dentro desse processo a autonomia é fundamental. Barbeiro e Lima (2003) destacam os cuidados e a conduta que o jornalista deve ter em relação à fonte: a pertinência exige que jornalista e fonte não sejam amigos pessoais; a identificação da fonte, caso não seja necessário protegê-la, gera credibilidade, respeito, flexibilidade e compromisso com a verdade.

³⁴ Do francês *suite*, isto é, série, seguimento. Em jornalismo designa a reportagem que explora os desdobramentos de notícia publicada na edição anterior.

A assessoria de comunicação da polícia militar de Minas Gerais, bem como seu portal de notícias, por sua atualização constante, são fontes bastante utilizadas pelo jornalismo da CBN Belo Horizonte.

“O Comando de Policiamento da Capital está promovendo a Operação Férias Seguras. Como grande parte da população viaja neste mês de julho, várias residências ficam vazias, tornando-se alvo para a ação de criminosos. A operação conta com 384 policiais, que distribuem material com dicas de segurança para a população e trabalham na prevenção e arrombamentos. Também são empenhados 164 militares de guarnições móveis, que atuam no policiamento nas 24 áreas de segurança de Belo Horizonte de forma itinerante (**Fonte:** Assessoria de Comunicação da Polícia Militar de Minas Gerais. **Produção do texto:** 01/07/2008)”.

O texto acima revela o percurso temático da insegurança nas grandes cidades. O percurso figurativo subjacente é construído a partir do nome da operação promovida pela polícia militar: “férias seguras”. Os termos “alvo”, “criminosos” e “arrombamentos” corroboram tal argumento. A competência da polícia é o mote do texto. A mesma competência é o destaque da nota seguinte:

“A Polícia Militar apreendeu nove quilos de pasta de cocaína no bairro Residencial Lagoa em Betim, na região metropolitana. O material foi encontrado durante o cumprimento de um mandado de prisão expedido em nome de Wagner Resende do Prado, de 26 anos. O homem foi preso depois de uma investigação em parceria com a Polícia Civil. Também foram apreendidos um microondas e uma balança de precisão (**Fonte:** Assessoria de Comunicação da Polícia Militar de Minas Gerais. **Produção do texto:** 01/07/2008)”.

Barthes alerta que a moral moderna é garantida pela ciência e calcada na prevalência da tecnocracia. Nesse ambiente, a opinião do especialista é supervalorizada. Argumentos apresentados por mestres, doutores, autoridades e órgãos oficiais podem conter erros e merecem apuração detalhada. A divulgação de números precisa ser cautelosa. Estatísticas são, em muitos casos, utilizadas politicamente, ou com viés propagandístico. É necessário conhecer e divulgar a metodologia e a fonte.

Abaixo, informações divulgadas pela polícia federal, apuradas pela equipe da CBN. Os textos possuem características semelhantes. Figuras recorrentes como “mandados”, “busca” e “apreensão” indicam o tema subjacente: “o cumprimento da justiça”. A divulgação das proporções das operações realizadas pela polícia

federal pode ser interpretada como prestação de contas à sociedade, ou como propaganda relacionada à eficácia das ações realizadas.

“Agentes da Polícia Federal estão cumprindo 231 mandados de busca e apreensão e 38 de prisão em sete estados e no Distrito Federal para apurar o desvio de pelo menos 700 milhões de reais nos cofres públicos. São recursos que seriam usados em obras do PAC, casas populares, e compra de material de construção. Em Minas, são pelo menos 19 cidades investigadas [...]. São mil agentes envolvidos na operação em todo o país. Segundo a PF, é a maior operação do gênero já realizada (**Fonte:** Polícia Federal. **Produção do texto:** 20/06/2008)”.

“Agentes da Polícia Federal participaram da Operação i-Commerce dois, para combater a pirataria de *softwares*, jogos para videogames e obras audiovisuais. Foram expedidos 49 mandados de busca e apreensão, que estão sendo cumpridos em treze estados mais o Distrito Federal. Em Minas Gerais, onze locais estão sob investigação [...]. O balanço das apreensões vai ser divulgado às três horas da tarde, na sede da Polícia Federal, em Belo Horizonte (**Fonte:** Polícia Federal. **Produção do texto:** 01/07/2008)”.

A divulgação através do rádio de análises de indicadores econômicos é um desafio para o jornalista. A complexidade dos números pode confundir o ouvinte e termos técnicos devem ser explicados. A obscuridade da informação leva ao discurso monofônico e impossibilita a relação dialógica entre os atores envolvidos no processo de comunicação, e sem compreensão não há troca. Os jornalistas da CBN demonstram a preocupação com a inteligibilidade, pois os índices econômicos citados são contextualizados para o ouvinte. Um texto sobre o IPCA³⁵ deve necessariamente explicar que se trata de um índice que mede a evolução dos gastos de famílias com renda de um a quarenta salários mínimos.

Valente e Dumont (2003) apontam a necessidade de descentralização do poder através da publicização e descentralização da informação. A construção de uma sociedade democrática depende da participação efetiva da população nos processos de produção de conteúdo e comunicação. A consolidação desse cenário passa pela elaboração de políticas voltadas para o combate à opacidade das informações públicas.

As assessorias de comunicação de órgãos públicos podem tanto favorecer o acesso à informação, com vistas a garantir o princípio da publicidade, como operar a favor da propaganda, defendendo os interesses de seus representados.

³⁵ O IPCA, Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, é o índice oficial do Governo Federal para medição das metas inflacionárias.

As funções de uma assessoria perpassam as três habilitações da comunicação social, a saber: jornalismo, com o objetivo de divulgar as ações do assessorado ou da instituição e estabelecer contato com a imprensa, publicidade, com ênfase na promoção e divulgação de ações, produtos ou eventos, e relações públicas, buscando boas relações com a sociedade, empresas e instituições. Para alcançar a isenção da informação é preciso discernimento, experiência e bom senso por parte do jornalista. A maioria dos órgãos públicos se relaciona com a imprensa através de assessorias de comunicação que, cada vez mais, utilizam o ambiente virtual para a propagação de suas mensagens. Portais, sites e *e-mails* agilizam processos que outrora dependiam de deslocamento físico e contatos interpessoais. As notas apresentadas a seguir tiveram como fonte assessorias de comunicação de órgãos oficiais.

“O desembargador José Tarcízio de Almeida Melo toma posse nesta sexta-feira, na presidência do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais. Ele substitui o desembargador Joaquim Herculano Rodrigues no cargo. Para a vice-presidência e corregedoria será empossado o desembargador José Antônio Baía Borges. A sessão solene de posse será realizada no Fórum Lafayette. O novo presidente do TRE de Minas já atuou como juiz membro da corte eleitoral, foi também procurador geral da Assembléia Legislativa, diretor da Amagis e da Associação dos Magistrados Brasileiros. É vice-presidente e corregedor do TRE desde fevereiro deste ano. Já o desembargador Baía Borges é desembargador do Tribunal de Justiça do Estado desde outubro de 1998 e membro substituto da Corte Eleitoral mineira desde setembro de 2006. Com a posse dos novos presidente e vice-presidente, está formada a Corte que comandará os trabalhos das Eleições 2008 (**Fonte:** Coordenadoria de Comunicação Social do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais. **Produção do texto:** 02/07/2008)”.

O tema central do texto acima é a legitimação dos novos presidente e vice-presidente do Tribunal Regional Eleitoral, desembargadores que estarão à frente dos trabalhos das eleições. O discurso é construído a partir da breve apresentação dos currículos dos magistrados. A experiência profissional destacada no texto sugere a credibilidade na escolha da corte. Entrevistas com especialistas, bem como a análise de comentaristas, podem ajudar o ouvinte a compreender os trâmites do poder judiciário. Contudo, para maior conhecimento sobre os processos de sucessão e posse é preciso recorrer ao regimento interno do tribunal.

As notícias apresentadas a seguir possuem construção textual similar. A sintaxe das primeiras frases confirma tal asserção. O texto inicia com a

apresentação do réu e o valor afixado da multa. Trata-se, mais uma vez, do tema “cumprimento da justiça”. O discurso se presta à negação da imagem corporativista dos tribunais pela prática da punição entre pares, seguindo a metáfora do corte na própria carne. A utilização do tempo verbal futuro do presente é recorrente: “vai ter que pagar”. Com isso, a sanção não se concretiza. A punição está por vir. O desenvolvimento da nota é objetivo e as fontes são devidamente citadas.

“O ex-prefeito de Sem Peixe, na Zona da Mata, José Gomes do Couto, do PMDB, vai ter que pagar mais de 251 mil reais, valor referente a construção de um centro de geração de renda para capacitação de trabalhadores rurais, obra que não teve início na época do mandato. [...] (Fonte: Tribunal de Contas da União. **Produção do texto**: 23/06/2008)”.

“O Tribunal de Contas da União condenou o ex-prefeito de Jaíba, no norte do estado, Giovani Antônio da Fonseca, ao pagamento de 103 mil reais. Ele é acusado de não prestar contas de recursos recebidos do Fundo Nacional de Assistência Social que seriam usados no programa de Apoio Criança Carente em Creche. [...] (Fonte: Tribunal de Contas da União. **Produção do texto**: 27/06/2008)”.

“Dois ex-vereadores de Divinópolis, centro-oeste de Minas, vão ter que pagar dez mil reais de indenização por danos morais a um outro ex-colega. Januário de Souza Rocha Filho e Antônio Fausto da Silva Barros, ambos do PMDB, foram condenados a pagar a Milton Donizete da Silva, do PRTB, por danos morais por causa de denúncias de corrupção, na eleição do presidente da câmara de Divinópolis, em dezembro de 2003. [...] (Fonte: Assessoria de Comunicação Institucional do Tribunal de Justiça de Minas Gerais. **Produção do texto**: 30/06/2008)”.

O programa CBN Belo Horizonte também veicula conteúdo voltado para a prestação de serviço, orientação ao consumidor e divulgação da cultura local. Fontes oficiais, ligadas ao estado, utilizam o espaço da emissora para divulgar suas ações e prestar contas à sociedade. Segundo Thompson (2004, p.110), na Grécia Clássica, diferentemente dos tradicionais estados monárquicos da Idade Média e início da Europa moderna, cidadãos se reuniam para discutir questões de interesse público, na tentativa de promover o bem comum. Mas mesmo as assembleias gregas constituíam uma esfera pública de acesso restrito: menores de 20 anos, mulheres, escravos e estrangeiros eram excluídos. A construção do estado constitucional moderno garante ao cidadão o livre direito de expressão e associação. As ações ligadas ao poder são, de fato, mais visíveis, e a imprensa,

em certa medida, contribui para que isso ocorra. No entanto, não se pode negar a existência de mecanismos de governo encobertos pela burocracia, pela tecnologia e pelas transações políticas a portas fechadas. Muitas vezes, o que é veiculado na mídia é o que pode ser veiculado na mídia, ou melhor, o que pode trazer algum retorno positivo se for veiculado na mídia. O interesse político se mistura em demasia com o interesse público e fica difícil para o público, nesse caso, o ouvinte, ter subsídios para formar sua opinião de maneira clara e consciente. As notas abaixo respondem a contento as perguntas básicas do jornalismo apresentadas no início deste tópico. Todavia, podem servir tanto à manutenção do princípio de publicidade quanto à divulgação de propaganda oficial.

“Estudantes das últimas séries do Ensino Médio, ou jovens com idade entre 18 e 24 anos, e que já concluíram a educação básica, podem se inscrever em cursos profissionalizantes da Rede Estadual de Ensino. São 75 cursos em 12 áreas de formação profissional [...]. O programa é feito por 37 instituições privadas credenciadas pela Secretaria de Estado da Educação. As inscrições podem ser feitas até o dia 31 de janeiro, no site www.educacao.mg.gov.br, sem til e sem cedilha (**Fonte:** Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Estado da Educação. **Produção do texto:** 20/06/2008)”.

O texto sobrejacente apresenta o tema da formação de mão-de-obra e conseqüente inserção no mercado de trabalho. A parceria público/privada em questão foi aparentemente promovida pelo governo estadual. A ênfase nos números do programa revela o caráter propagandístico da mensagem. A inscrição via internet pode ser um limitador para jovens de baixa renda.

Defesa do consumidor, prestação de contas ou propaganda institucional? Na seqüência, uma notícia que pode apresentar concomitantemente essas três características.

“A empresa de chocolates Nestlé, com sede em Curitiba, foi condenada a pagar indenização por danos morais a uma criança que comeu um bombom contaminado com larvas de inseto. A decisão foi do Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Em 2005, uma menina de seis anos ganhou de presente uma caixa de bombons e começou a comer os doces quando a mãe percebeu que de dentro do produto saíam larvas brancas. Segundo a família, a criança passou mal, vomitou e teve febre logo depois de ingerir o chocolate. A mãe entrou em contato com a empresa que recolheu o produto para análise. Ficou comprovado que dentro dos bombons havia larvas, excrementos de inseto, teias e um inseto morto. [...] A indenização foi fixada em três mil reais. Ainda cabe recurso da decisão (**Fonte:** Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça de Minas Gerais. **Produção do texto:** 27/06/2008)”.

A provável sanção é apresentada na primeira frase. A descrição detalhada da *performance* legitima a importância da decisão judicial. O viés sensacionalista é confirmado pela recorrência do lexema “larvas”, citado três vezes no texto, e pela utilização de figuras como “vomitou” e “excremento de inseto”.

A nota abaixo divulga um evento de interesse público, mas não perde o enfoque publicitário associado à fonte de informação: a assessoria de imprensa da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Alguns indicadores contribuem para tal interpretação. Inicialmente, a ênfase dada à participação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil na elaboração do projeto da lei 9.840: “também vai ter destaque uma avaliação da lei 9.840, fruto de um projeto de lei de iniciativa popular encabeçado por diversos setores da sociedade, entre os quais a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, a CNBB”. O conteúdo da lei poderia ter sido citado de forma objetiva. É pertinente analisar uma das frases finais da nota: “várias dioceses e movimentos ligados à igreja católica estão usando a metodologia do projeto eleições 2008”. Tal afirmação possui caráter polissêmico: do ponto de vista jornalístico, informa o ouvinte; do ponto de vista da propaganda, enaltece a iniciativa da igreja católica; do ponto de vista público, convoca a participação popular, sobretudo dos católicos. O tema “combate à corrupção eleitoral” é exposto na primeira frase.

“Como combater a corrupção eleitoral e o clientelismo político. Esses são os temas de debate do quinto seminário temático do Projeto Eleições 2008, desenvolvido pelo Núcleo de Estudos Sociopolíticos da Arquidiocese de Belo Horizonte e PUC Minas, neste sábado. Também vai ter destaque uma avaliação da Lei 9 mil 840, fruto de um projeto de lei de iniciativa popular encabeçado por diversos setores da sociedade, entre os quais a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, CNBB. Desde 2000, ano da primeira eleição em que foi aplicada a lei, a Justiça Eleitoral cassou o mandato de 623 políticos acusados de compra de votos. Os dados são de outubro de 2007. Para o evento de amanhã está prevista a presença de representantes do Tribunal de Justiça, do Tribunal Regional Eleitoral e da Comissão de Fiscalização da Propaganda Eleitoral. Também vão participar como debatedores integrantes de comitês de combate à corrupção eleitoral e representantes de entidades da sociedade civil que monitoram as irregularidades nas campanhas políticas. Os seminários temáticos acontecem mensalmente e estão programados até o mês de setembro, para motivar uma participação mais qualificada e transformadora dos eleitores nas eleições deste ano. Outras ações do projeto são desenvolvidas em todas as paróquias da Arquidiocese de Belo Horizonte. Várias dioceses e movimentos ligados à Igreja Católica estão usando a metodologia do Projeto Eleições 2008. O debate será a partir das duas da tarde deste sábado no prédio 43, do campus Coração Eucarístico. Mais informações podem ser

obtidas pelo telefone (31) 3319-4978, no site do Nesp :www.pucminas.br/nesp (Fonte: Assessoria de Imprensa da PUC-MG. **Produção do texto:** 27/06/2008)”.

O fator tempo é decisivo na comunicação. A relevância, o acesso às fontes e a disponibilidade de material são determinantes para o aprofundamento de determinada informação, que pode se transfigurar em uma simples nota, matéria ou entrevista. As notas a seguir têm em comum a simplicidade e a objetividade da informação, talvez influenciada por um dos fatores supracitados. O caráter efêmero da notícia muitas vezes oculta a complexidade das relações sociais. Quando se trata de meio ambiente, por exemplo, fatores políticos, econômicos e sociais encontram-se imbricados em uma relação dialógica e intersubjetiva. O intrincado jogo de poder é exposto de forma superficial nos textos apresentados a seguir. Isso é perfeitamente compreensível uma vez que o jornalista, nesses casos, deva buscar a isenção.

“Um convênio firmado entre a Procuradoria-Geral de Justiça e o Instituto Grande Sertão vai ajudar na proteção ambiental da sub-bacia do Rio Verde. O acordo tem o objetivo de promover ações de prevenção ecológica e potencializar projetos da bacia do São Francisco, para o desenvolvimento sustentável da região. O anúncio oficial do acordo foi feito na noite desta sexta-feira, durante inauguração da sede do Ministério Público em Montes Claros, na região norte do Estado (Fonte: *Software i-news*. **Produção do texto:** 27/06/2008)”.

A primeira frase da nota acima poderia ter sido relativizada. Não é possível afirmar que o convênio vá de fato ajudar na preservação da sub-bacia do Rio Verde. Por trás do tema “proteção ambiental” pode estar oculto o debate sobre a transposição do Rio São Francisco. O percurso temático indica essa possibilidade, a saber: “promover ações de prevenção ecológica”, “potencializar projetos da bacia do São Francisco” e “desenvolvimento sustentável da região”.

“A Serra da Calçada em Brumadinho, na região metropolitana de Belo Horizonte, foi tombada provisoriamente pelo Conselho Estadual do Patrimônio Cultural. A área abriga espécies raras de animais e vegetais, ruínas históricas e mananciais que abastecem cerca de 400 mil pessoas. Com o tombamento provisório, a mineração fica proibida. O tombamento definitivo da Serra da Calçada depende da elaboração de um relatório pelos técnicos do Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (Fonte: Secretaria de Comunicação do Governo de MG. **Produção do texto:** 01/07/2008)”.

O tema central da notícia sobrejacente é a preservação ambiental. A necessidade dessa ação é comprovada pela repetição do termo “tombamento” e pela utilização das figuras “espécies raras”, “ruínas históricas” e “mananciais”. O caráter provisório da sanção expõe a dificuldade em se conciliarem desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

A aplicação ao jornalismo do dialogismo proposto por Bakhtin pressupõe a diversidade de fontes de informação com vistas a possibilitar a participação efetiva, na grade da emissora, de setores distintos, e muitas vezes antagônicos, da sociedade. Notícias provenientes de movimentos associativistas têm espaço na programação da CBN Belo Horizonte, conforme se segue.

“CUT realiza plenária no Sesc Venda Nova. Dentre os principais objetivos dessa 11ª Plenária Estatutária estão a análise de conjunturas nacional e estadual; balanço da atuação da CUT; plataforma de desenvolvimento da Central; políticas sindicais e permanentes, estatuto e finanças; recomposição da direção estadual, o plano de lutas e, ao final do encontro, serão eleitos os delegados e delegadas à 12ª plenária nacional (**Fonte:** Apuração do jornalista/Central Única dos Trabalhadores. **Produção do texto:** 29/06/2008)”.

“Foram prorrogados os prazos de vencimento das dívidas rurais. Parcelas de operações da Securitização Um e Dois, do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira e dos Programas de Saneamento de Ativos e de Revitalização de Cooperativas Agropecuárias, que venceriam hoje, foram prorrogadas para o dia primeiro de outubro. O prazo de pagamento da parcela de custeio agrícola das safras 2003/2004, 2004/2005 e 2005/2006 também foi alterado. A nova data é dia 15 de agosto (**Fonte:** Federação da Agricultura e Pecuária de Minas Gerais. **Produção do texto:** 01/07/2008)”.

A linha editorial de um veículo de comunicação nasce no plano ideológico em consonância com os princípios éticos que regem o jornalismo. Todavia, o desenvolvimento dessa linha é dinâmico e complexo, fruto das interações entre múltiplos atores sociais. Uma rádio precisa negociar interesses éticos, que solidifiquem sua credibilidade frente à sociedade, e interesses mercadológicos, que garantam sua sobrevivência como empresa. Fatores econômicos estão invariavelmente conectados a fatores políticos. Por trás dessa macro-dinâmica se encontram os indivíduos, profissionais forjados em suas idiossincráticas histórias de vida e partícipes do processo de construção da linha editorial, visto que a produção de conteúdo recebe, por mais que se busque a isenção, fragmentos da subjetividade do jornalista. Inegável também o peso considerável que a direção

da empresa possui na construção e na manutenção da linha editorial. Ética, ideologia e técnica formam a amálgama do fazer jornalístico. Na busca da isenção, a ideologia, característica indissociável do indivíduo, deve, ao menos, afastar-se da técnica. O jornalista deve ouvir todos os envolvidos em qualquer episódio, buscando o equilíbrio de sua produção. Não foi o que ocorreu na nota seguinte.

“PPS decide apoiar informalmente a candidatura de Márcio Lacerda, do PSB, após ameaçar indicar o candidato a vice na chapa de Sérgio Miranda, do PDT. Mas uma conversa com o governador Aécio Neves na sexta-feira fez com que o partido recuasse. Mas o PPS e o PSDB decidiram divulgar uma nota conjunta anunciando a participação informal com críticas à direção nacional do PT, que vetou a participação formal das duas legendas. Na nota os dirigentes do PPS e do PSDB alegam que não permitirão que em Minas, prevaleça a visão menor daqueles que, distantes das fronteiras do Estado, não conseguem perceber a verdadeira dimensão do que está em construção. Eles alegam que respondem ao sectarismo e à intransigência com generosidade, responsabilidade e verdadeiro comprometimento com o bem comum (Fonte: Apuração do jornalista. Produção do texto: 29/06/2008)”.

O percurso temático da liberdade democrática é alicerçado através da utilização do termo “generosidade” e da expressão “comprometimento com o bem comum” como contrapontos ao “sectarismo” e à “intransigência”. O pano de fundo ideológico é explicitado na frase: “Na nota os dirigentes do PPS e do PSDB alegam que não permitirão que em Minas prevaleça a visão menor daqueles que, distantes das fronteiras do estado, não conseguem perceber a verdadeira dimensão do que está em construção”. A versão do partido criticado não foi apresentada, embora a autoria da crítica tenha sido devidamente creditada.

A CBN incentiva a participação dos ouvintes através de chamadas na programação. O canal mais divulgado para que o público interaja é o ícone “*fale conosco*” presente no *site* da rádio. As mensagens postadas são recebidas e filtradas pela direção da empresa, e repassadas aos coordenadores locais caso haja pertinência. Essas são encaminhadas aos profissionais adequados para possível retorno ao ouvinte ou produção de conteúdo a partir do questionamento apresentado. Solicitações também são recebidas no *e-mail* geral da CBN e via telefone. Entretanto, o volume de notícias e matérias produzidas a partir desse

material é relativamente baixo. A notícia seguinte foi desenvolvida a partir da sugestão de um ouvinte.

“Um morador do aglomerado das Pedras, na região oeste de Belo Horizonte, reclama do baixo valor das indenizações pagas pela prefeitura para pessoas que têm imóveis desapropriados pelas obras do PAC. Segundo o ouvinte, o dinheiro recebido não é suficiente para comprar uma casa em outro local que não seja um aglomerado. Ainda de acordo com o morador, a pressão para que eles aceitem a oferta é grande. As reclamações são maiores na vila Antena, Leonina e São Jorge onde grande parte da população não quer mudar, e afirma que as obras irão beneficiar as cidades prejudicando muitos moradores. Em nota, a prefeitura afirma que a indenização é de até 17 mil reais nos casos em que a família não é dona do terreno. Nesses casos é feito o reassentamento em um imóvel até esse valor. A planilha está aberta ao morador e, segundo a prefeitura, os valores até ultrapassam os de mercado. Em caso de dúvida, os moradores podem conversar diretamente com a equipe social ou com os engenheiros que trabalham no Aglomerado Morro das Pedras (**Fonte:** ouvinte da CBN. **Produção do texto:** 30/06/2008)”.

A nota acima foi produzida de forma dialógica, ouvindo todas as partes envolvidas na questão. A rádio CBN de Belo Horizonte não possui oficialmente um *ombudsman* em seu quadro de funcionários, profissional que desempenha o papel de ouvidor, representante e porta-voz dos ouvintes. Essa função é dividida internamente, conforme a descrição processual supracitada. As mensagens recebidas através do *site* são centralizadas nos cargos mais elevados da hierarquia da empresa. Não obstante, essa verticalização não é uma regra, visto que outros canais de participação sejam efetivamente utilizados.

O corpo metodológico utilizado na análise de dados realizada neste capítulo permitiu a descrição da estrutura, o conhecimento e a interpretação dos processos de trabalho da rádio CBN de Belo Horizonte. Os resultados da pesquisa, as críticas ao objeto e à dissertação e as possibilidades de continuidade da reflexão proposta se desenvolvem a seguir, nas conclusões.

7 CONCLUSÕES

A natureza interdisciplinar da ciência da informação permitiu a pormenorização dos objetivos propostos nesta investigação, que eram identificar, compreender e analisar os processos de seleção da informação e produção de notícias na rádio CBN de Belo Horizonte. Através do estudo de caso pretendia-se analisar se tais processos podem estar provocando relativa homogeneização das informações veiculadas. Essa linha mestra foi complementada pela análise da utilização da Internet, com o objetivo de verificar se as fontes de informação acessadas são, quase sempre, as mesmas. Para alcançar o nível de reflexão desejado, foi necessário deixar de lado a informação reificada para discutir as interações entre atores sociais, a saber: empresa, profissionais e audiência. A combinação de instrumentos metodológicos utilizada na pesquisa possibilitou a análise dos processos e das relações dialógicas presentes na produção do programa CBN Belo Horizonte. O cruzamento dos dados coletados forneceu alguns indicadores para a avaliação crítica das premissas pré-estabelecidas que regem esta dissertação.

A prevalência das informações retiradas das grandes agências de informação pode gerar relativa homogeneização do conteúdo veiculado nas rádios? Sim, tal fato foi verificado na presente pesquisa.

A acessibilidade da Internet, ampliada pelas possibilidades de publicação de conteúdo advindas da *Web 2.0*, permite que qualquer usuário se torne um produtor de informação. Nesse ambiente, clareza, qualidade e credibilidade são algumas das características fundamentais para que uma mensagem se diferencie das demais. A imagem historicamente consolidada de algumas empresas de comunicação, associada à possibilidade de investimentos em mão-de-obra qualificada e infra-estrutura tecnológica, é, muitas vezes, corroborada na Internet. A credibilidade no mundo real pode render um grande número de acessos no mundo virtual. No dia-a-dia de uma redação, o jornalista tende a procurar fontes que sejam conhecidas, confiáveis e que possam gerar informações “oficiais”.

Sob a perspectiva local, a rádio CBN de Belo Horizonte possui estrutura física relativamente simples. Um olhar sistêmico revela a complexidade de suas operações, inseridas na arquitetura do maior conglomerado de comunicação do

país, a Rede Globo. O processo é dinâmico e dialógico. O formato da grade de programação intercala produções locais e nacionais. Cada célula tem amplo acesso às fontes produtoras de informação das demais empresas do grupo. Os processos de seleção e produção de notícias têm sua origem nas relações entre jornalista e fontes internas, descritas acima, e externas e pessoais.

A análise de dados revelou a ampla utilização de fontes formais de informação, tais como assessorias de comunicação de órgãos públicos e especialistas. A tentativa de manutenção da credibilidade, a segmentação da emissora, o número reduzido de profissionais, a profusão informacional, a escassez de tempo, as especificidades técnicas de algumas editorias e notícias, e o caráter local do programa podem justificar a tendência observada.

O método da análise do discurso demonstrou o caráter propagandístico de boa parte das informações provenientes das assessorias de comunicação de órgãos públicos. A recorrência em várias notas do tema “cumprimento da justiça”, com a utilização da metáfora do corte na própria carne, com a qual políticos são virtualmente punidos, indica a preocupação das fontes oficiais com a desconstrução da imagem corporativista do poder público. A semelhança entre as estruturas sintáticas e semânticas de vários textos confirmou a tendência de homogeneização da informação. A ampla divulgação do conteúdo gerado pelos órgãos de comunicação do poder público no programa CBN Belo Horizonte sugere o alinhamento ideológico entre a emissora e boa parte das fontes utilizadas. As notícias analisadas na presente pesquisa revelam uma linha editorial pouco crítica em relação às informações produzidas pelas instituições governamentais. No entanto, verificou-se que o material retirado das fontes formais é checado, redigido de acordo com as características da linguagem radiofônica, revisado e, muitas vezes, analisado no ar em entrevistas com especialistas. O enfoque da notícia pode não ser o proposto pela fonte.

Os grandes portais de notícia da Internet e os *releases* enviados pelas assessorias de imprensa revelaram-se as fontes mais acessadas pelos jornalistas em detrimento das fontes pessoais e participação de ouvintes?

Por intermédio da observação participante e da análise de dados foi possível verificar que a CBN recebe e veicula diariamente grande volume de informações provenientes de assessorias de imprensa. Em contrapartida, a infra-estrutura informacional das empresas do grupo Globo é utilizada preferencialmente, em

prejuízo dos grandes portais de notícia da Internet. As editorias escolhidas para a análise, como política, economia e polícia, são naturalmente alimentadas, em boa proporção, pelas instituições oficiais. Grande parte destas possui assessorias virtuais que são devidamente acessadas de acordo com o grau de atualização das informações. A força da comunicação “oficial” é inegável. Inegável também é o poder que os veículos de comunicação têm tanto para homogeneizar a informação como para apresentar a dimensão sistêmica dos fatos, estimulando a formação de consciência crítica. A produção de notícias voltadas para o interesse público depende de variáveis como a linha editorial adotada pela empresa, autonomia dos jornalistas e utilização de fontes próprias.

Os atuais modelos de gestão, cada vez mais enxutos, dificultam a produção de conteúdos exclusivos e diversificados. Foi através da percepção dessa tendência que as assessorias de comunicação se consolidaram no mercado. Observou-se que a equipe da rádio CBN de Belo Horizonte mescla profissionais experientes, recém formados e estagiários. O âncora do programa CBN Belo Horizonte afirmou que a redação da emissora chegou a contar com cerca de 100 jornalistas. Atualmente, no horário da manhã a redação possui aproximadamente 10 pessoas. O gerente de jornalismo disse, durante a entrevista, que a CBN começou “inchada” e que, em meados da década de 90, passou por uma reformulação estrutural, com redução do quadro de funcionários, visando a garantia da viabilidade do projeto da rádio. No entanto, o atual número de profissionais na redação da emissora pressupõe acúmulo de funções, sobrecarga de trabalho, ampla utilização da Internet e facilidade no controle das informações por parte da direção da empresa.

A observação participante também revelou que o jornalista tende a procurar fontes conhecidas, dotadas de credibilidade. O acesso à informação produzida pelas demais empresas do grupo é limitado pelo caráter local do programa. Uma das saídas encontradas passa pela análise da notícia através da participação de especialistas, ou por meio da apuração aprofundada por parte do jornalista que, se pertinente for, lança mão de suas fontes pessoais. Isso depende do foco da notícia.

A variável tempo, ou a ausência dela, associada à falta de pessoal, às vezes leva a soluções práticas que passam pelo acesso a fontes estabelecidas e aproveitamento de informações advindas de assessorias de imprensa. São

necessários experiência e bom senso para identificar uma informação relevante. Importante também a consciência de que a completeza e a exatidão da notícia só podem ser alcançadas através de um bom trabalho de apuração.

Duas etapas do processo de produção de notícias podem garantir a manutenção da linha editorial da empresa: a reunião de pauta e a revisão dos textos. Evidencia-se nesse ponto o caráter ideológico subjacente ao discurso da busca pela isenção. Essa se mostra utópica por envolver, além da técnica, variáveis multidimensionais que perpassam os campos político, econômico, cultural e social. A aproximação do olhar revela também a dialética entre indivíduos forjados em ambientes históricos absolutamente singulares. A falta de visão crítica no discurso do gerente de jornalismo revela a necessidade de controle das informações. Os jornalistas têm autonomia para desempenhar suas funções com relativa liberdade. Relativa porque toda empresa de comunicação possui uma linha editorial salvaguardada pelas chefias, elo entre jornalistas e direção, processos de trabalho e reuniões de pauta. Na CBN isso não se revelou diferente. Além das reuniões de pauta diárias, nas quais são definidos os temas que serão veiculados, os textos são sistematicamente revisados pela chefia de reportagem antes da veiculação.

O aumento da participação dos ouvintes pode contribuir para a diversificação do conteúdo veiculado. Como? É preciso analisar as possibilidades de interação. Atualmente, o telefone e a Internet são as principais ferramentas de comunicação entre o público e a CBN. Chamadas veiculadas na programação incentivam a utilização do *link* “*fale conosco*”, presente no *site* da emissora. Não obstante, as mensagens postadas nesse ambiente são controladas pelo alto escalão da empresa. As características da CBN, rádio voltada exclusivamente para a produção de notícias, o perfil de audiência e a busca pela credibilidade exigem uma seleção criteriosa das informações. Sob esse aspecto, é perfeitamente natural que o número de matérias pautadas por ouvintes seja relativamente menor, pois nem todas as sugestões possuem a relevância necessária. O controle de qualidade e a manutenção da linha editorial ficam a cargo das gerências e das chefias de reportagem. São eles os responsáveis pela definição do que pode ser veiculado. Entretanto, a relação dialógica entre a rádio e o público poderia ser bem aproveitada se o *site* da CBN funcionasse efetivamente como *ombudsman* digital, com a presença de um profissional que

representasse os ouvintes e distribuísse essas informações com vistas a promover a reflexão crítica acerca dos processos internos. Atualmente, as informações postadas nesse ambiente de rede são recebidas e distribuídas pela diretoria da empresa. O conhecimento acerca das necessidades e críticas da audiência tende a promover avanços significativos nos processos de produção e na qualidade do serviço prestado à sociedade. A relação dialógica será estabelecida quando o ouvinte for o *ombudsman* da emissora. As opiniões e as questões enviadas pelos ouvintes, e pelos internautas, devem ser respondidas diariamente na programação da CBN.

Para Bakhtin a palavra é o fenômeno ideológico por excelência, e o modo mais puro e sensível de relação social. Sob essa ótica, as rádios podem operar como importantes arenas de discussão pública, sobretudo as emissoras que privilegiam a informação. É o caso da CBN que possui boa penetrabilidade na cultura local. A ampliação da participação da audiência na grade da emissora pode minimizar, ainda que de forma isolada — haja vista a segmentação das rádios —, a homogeneização.

A ética jornalística passa pela busca da isenção, ou, segundo o dicionário Houaiss (2001), equidade, caráter ou condição daquele que não é parcial. Essa é a base para a solidificação da informação polifônica. A escassez de fontes, a segmentação das emissoras, a redução do número de profissionais e a pressão do tempo contribuem para a disseminação de discursos monofônicos em todos os níveis da comunicação humana. E a rádio CBN de Belo Horizonte não está livre disso. Administrar interesses políticos, econômicos e editoriais é o desafio de qualquer empresa que respira o jornalismo.

A realização desta dissertação sugere a possibilidade de futuras investigações relacionadas à circulação de informação interpessoal dentro de um ambiente organizacional; análise da enunciação do discurso; ingerência dos departamentos comerciais nos processos de produção de informação; e a evolução da linguagem radiofônica, agora produzida e veiculada na Internet e nos dispositivos móveis. Tais abordagens podem contribuir para o aprofundamento das questões desenvolvidas durante o estudo de caso da rádio CBN de Belo Horizonte.

Bakhtin considera a consciência individual um fato sócio-ideológico. Portanto, tal consciência nasce das relações entre atores sociais: indivíduos, família,

igreja, órgãos públicos, instituições de ensino e empresas. Nessa lógica, a informação é o componente fundamental para o estabelecimento das conexões dialéticas. O controle da informação tem sido, até então, a base para a definição das relações de poder. A superação desse paradigma depende da disseminação, em todas as esferas da sociedade, de uma consciência que valorize o diálogo, a troca de conhecimentos, a transparência e o respeito à contradição. A síntese da dialética proposta pela ciência da informação está na utilização ética do verbo compartilhar.

8 REFERÊNCIAS

ALTIERI, Adhemar. **Emissora *all news* é a novidade no ar**. Observatório da Imprensa, 31 Maio 2005. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=331IPB001>>.

Acesso em 11 jul. 2008.

ARAÚJO, Eliany Alvarenga; LIMA, Katiane A. Internet, identidade cultural e regionalismo: inclusão ou exclusão informacional? **Informação e Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n.2, p. 159-172, 2000.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch; LAHUD, Michel; VIEIRA, Yara Frateschi. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **Toward a philosophy of the act**. Translation and notes by Vadim Liapunov. Austin: University of Texas, 1993.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**: produção, ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In: BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Ed. UNICAMP, 1997.

BARTHES, Roland. **Mythologies**. Paris: Seuil, 1957.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BRAIT, Beth. **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Ed. UNICAMP, 1997.

BRAMAN, Sandra. **The emergent global information policy regime**. London: Palgrave Macmillan, 2004.

CABRAL, Ana Maria Rezende; REIS, Alcenir Soares dos (Orgs.). **Informação, cultura e sociedade**: interlocuções e perspectivas. Belo Horizonte: Novatus, 2007.

CAMPELLO, Bernadete Santos; CÉNDON, Beatriz Valadares; KREMER, Jeanette Margueritte. **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CAVALCANTI, Rogério Pádua. **Da notícia ao fato**: informação, discursos e mentalidades sobre a infância pobre no Brasil. 2001. 125 f. Dissertação (mestrado em ciência da informação) — Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2001.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**. São Paulo: SENAC, 2003.

CUNHA, Murilo Bastos. **Para saber mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. Brasília: Briquet de Lemos, 2001.

CURTY, Renata Gonçalves. Fontes de informação industrial na Internet. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Avaliação de fontes de informação na Internet**. Londrina: Ed. Universidade Estadual de Londrina, 2004.

DUMONT, Lígia Maria Moreira. **O imaginário feminino e a opção pela leitura de romances de séries**. Tese (doutorado) — ECO-UFRJ/IBICT, Rio de Janeiro, 1998.

DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação**. São Paulo: Ed. Unesp, 2000.

EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Orgs.). **Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

FIORI, José Luís. **Os Moedeiros falsos**. Petrópolis: Vozes, 1997.

FIORIN, Jose Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 2.ed. São Paulo: Contexto: Ed. Universidade de São Paulo, 1990.

FIORIN, Jose Luiz. **Linguagem e ideologia**. 3.ed. São Paulo: Ática, 1993.

FREY, Klaus. Governança eletrônica: experiências de cidades européias e algumas lições para países em desenvolvimento. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Orgs.). **Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002, p.141.

FRANÇA, Júnia Lessa; VASCONCELLOS Ana Cristina. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 8.ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

GREEN, Reginald H. Comunicações de massas, a nova ordem econômica internacional e outro desenvolvimento. In: MATTA, Fernando Reyes. **A informação na nova ordem internacional**. Paz e Terra: Rio de Janeiro, 1980.

GUBA, Egon; LINCOLN, Yvonna. Competing paradigms in qualitative research. In: N. K. Denzin; Lincoln, Y.S (Eds.). **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HORTA, Eleonora Bastos; CABRAL, Ana Maria Rezende. **Serviço Público de Radiodifusão: tecnologia, sociedade e direito a informação**. 178 f. Dissertação

(mestrado em ciência da informação) — Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2000.

ISENÇÃO. In: HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa 1.0**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2001.

JARDIM, José Maria. **Transparência e opacidade do Estado no Brasil**: usos e desusos da informação governamental. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 1999.

JONCEW, Consuelo Chaves. **A participação das fontes formais na qualificação da notícia**. Tese (doutorado em ciência da informação) — Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2005.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**. Manual de metodologia de pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas Sul; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania**: uma contribuição para o estudo do *press-release* no Brasil. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985.

LÖWY, Michael. **Ideologias e ciência social**: elementos para uma análise marxista. São Paulo: Cortez, 1985.

MARTELETO, Regina Maria. **Cultura, educação e campo social**: discursos e práticas de informação. Tese (Doutorado) — Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1992.

MARTELETO, Regina Maria. Cultura informacional: construindo o objeto informação pelo emprego dos conceitos de imaginário, instituição e campo social. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 1, p.1-8, 1995.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: histórias das idéias e das estratégias. Petrópolis: Vozes, 1994.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MORIN, Edgar. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

NOVO MANUAL DE REDAÇÃO. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.

OLIVEIRA, Ana Maria R. **Imprensa e globalização**: tendências atuais do noticiário internacional no Brasil. Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, 1998.

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

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. São Paulo: Ática, 1989.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da informação: origem e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.41-62, jan./jun. 1996.

SINGLETON, Royce; STRAITS, Bruce. **Approaches to social research**. New York: Oxford University Press, 1993.

TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís (Orgs.). **Poder e dinheiro**: uma economia política da globalização. Petrópolis: Vozes, 1998.

TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni (Orgs.). **CBN, a rádio que toca notícia**. 1.ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2004.

TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Avaliação de fontes de informação na Internet**. Londrina: Ed. Universidade Estadual de Londrina, 2004.

VALENTE, Ana Paola de Moraes Amorim. **Transparência e opacidade**: o Siafi no acesso à informação orçamentária. São Paulo: Annablume, 2004.

VALENTE, Ana Paola de Moraes Amorim; DUMONT, Lígia Maria Moreira. Acesso à informação de governo: condição para manter público o orçamento. **Oficina**, Belo Horizonte, v.10, n.17, p.18-36, 2003.

VASQUEZ MONTALBÁN, Manuel. Opulência ou miséria na informação: a descontextualização histórica das notícias. In: MATTA, Fernando Reyes. **A informação na nova ordem internacional**. Paz e Terra: Rio de Janeiro, 1980.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: Ed. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2003.

9 ANEXOS

Anexo 1 — Roteiro da entrevista com o gerente de jornalismo da rádio CBN de Belo Horizonte

- 1) Dados pessoais.
- 2) Quais são as principais editorias, ou seja, aquelas que pautam o maior número de matérias?
- 3) Quais são os instrumentos de coleta/seleção de informações?
- 4) Existem fontes preferenciais?
- 5) Quais são as fontes disponíveis na Internet mais acessadas?
- 6) Quais são os critérios de seleção de fontes de informação?
- 7) As fontes de informações são sempre checadas?
- 8) Qual seria a relação ideal entre jornalista e fonte? Isso ocorre na prática?
- 9) Os ouvintes podem indicar pautas e temas para discussão?
- 10) Qual o caminho percorrido pela informação até chegar ao ouvinte?
- 11) Os jornalistas possuem autonomia na escolha das fontes?
- 12) A subjetividade entra em que parte do processo de produção de notícias?
- 13) De que maneira as tecnologias impactaram os processos e a estrutura das redações?
- 14) As recentes inovações tecnológicas podem acabar com a apuração?
- 15) A Internet pro bem e pro mal. A Internet pode acomodar o jornalista?
- 16) A Internet pode homogeneizar as informações veiculadas pelas rádios?
- 17) O âncora do programa CBN Belo Horizonte disse que hoje em dia os *releases* mais bem feitos, com melhor conteúdo, tem mais chance de virar notícia. Você concorda com essa afirmação? Essa tendência, de fato, existe?
- 18) Estamos vivendo um período de transição do jornalismo, transição esta capitaneada pelas tecnologias?