

A Construção Sonora da Realidade: uma Análise à Cobertura Radiofónica da Campanha para o Referendo ao Aborto

Luís Rodrigues Bonixe, Escola Superior de Educação de Portalegre, Portugal

Abstract

A linguagem radiofónica remete-nos para o universo da sonoridade, no qual a realidade é reconstruída com códigos sonoros próprios que resultam de um processo de manipulação técnica e que permitem ao ouvinte interpretar as mensagens formando imagens mentais. Os jornalistas da rádio têm, pois, um permanente desafio: contar a realidade utilizando apenas o som. Para isso, recorrem a um conjunto de elementos sonoros que lhes permitem reconstruir essa realidade e possibilitar aos seus ouvintes essa mesma reconstrução. O artigo que aqui propomos tem por objectivo reflectir sobre como é feita essa mesma construção sonora. Começamos por criar um breve quadro teórico acerca da utilização do som na rádio e da sua importância para a expressividade radiofónica para, posteriormente, nos debruçarmos sobre a forma como as rádios TSF, Antena 1 e Renascença fizeram a cobertura da campanha do referendo à Interrupção Voluntária da Gravidez, tendo como suporte para a nossa análise a utilização dos recursos sonoros do meio radiofónico.

1. Introdução

A rádio parte de uma desvantagem em relação aos outros meios de comunicação social. Não possui imagem e, como refere Rudolf Arnheim, o olho informa-nos muito melhor do que os nossos ouvidos ou nariz. O autor exemplifica:

“É óbvio que quando eu digo «Eu cheiro uma flor» usamos um símbolo verbal simplificado para «Eu cheiro o cheiro da flor» e «Eu ouço o violino» significa «Eu ouço o som do violino»; contudo, por outro lado, dizer «Eu vejo a árvore» não significa «Eu vejo a imagem de uma árvore» mas literalmente «a árvore»”. (Arnheim, 1986:21)

Arnheim lembra-nos que existe um maior número de formas de expressão baseadas e construídas com a imagem. Apenas duas não o fazem: a música e a rádio. O som na rádio assume múltiplas funções na relação comunicativa que estabelece com os receptores, na medida em que se constitui como o principal elemento expressivo.

Sem a imagem ou a palavra escrita, a emissão radiofónica hertziana estabelece um vínculo comunicativo com os seus ouvintes a partir dos códigos e ícones da realidade que as diversas sonoridades constroem ao serem emitidas. É a partir desses sons que os ouvintes criam imagens mentais sobre aquilo que ouvem.

Um dos melhores exemplos da importância do som na rádio foi protagonizado por Orson Wells que, num programa de rádio utilizou sons para representar aquilo que seria uma invasão marciana. Os ouvintes entraram em pânico.

Lembremos, a este propósito, o que refere Marshall McLuhan sobre comunicação radiofónica e a sua quase exclusiva dependência do som:

“Se sentarmos e conversarmos no escuro, as palavras de repente adquirem novos significados e texturas diferentes. (...) Todas as qualidades gestuais que a página impressa elimina da linguagem retornam à linguagem no escuro – e no rádio. Quando se oferece apenas o som de uma peça teatral, nós a preenchemos com todos os sentidos e não apenas com a visão da ação” (McLuhan, 1964:340)

Os ouvintes do programa de Orson Wells foram confrontados com uma série de sonoridades que não lhes eram familiares (referimo-nos aos sons utilizados para recriar o ambiente da chegada dos marcianos), ou seja, que o seu repertório de códigos da realidade não lhes permitia identificar, mas que recriaram mentalmente. Estamos, neste caso, no domínio da ficção.

No campo da informação radiofónica, os jornalistas esforçar-se-ão por representar a realidade, tentando fazer corresponder a realidade radiofónica com a *realidade real*.

É, pois, no domínio do jornalismo radiofónico que situamos o presente artigo com o qual pretendemos propor uma reflexão acerca da cobertura radiofónica da campanha do referendo à Interrupção Voluntária da Gravidez nos noticiários da manhã das rádios portuguesas Antena 1, TSF e Renascença, tentando articular, por um lado, o quadro teórico que defende que as notícias são uma construção social da realidade¹ e, por outro, que essa construção, no caso específico da rádio, é feita com base no som.

2. Anatomia do som na rádio

Em 1908, o republicano William Howard Taft utilizou uma técnica, que actualmente nos parece obsoleta, para divulgar as suas ideias políticas junto dos eleitores das zonas rurais do Nordeste e do Oeste norte-americano. Taft gravou num disco de 75 rotações as suas mensagens políticas, naquela que terá sido uma das primeiras utilizações do som mediado tecnicamente em campanhas eleitorais. Nessa ocasião, Taft

¹ As notícias enquanto construção social rejeitam a ideia de que a produção noticiosa é um retrato fiel e objectivo da realidade. As notícias são, assim, vistas como o resultado da (...) interacção entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação, os jornalistas e a sociedade, os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização.” (Traquina, 2001:52).

Neste contexto, é sublinhada a importância da cultura jornalística, das rotinas produtivas dos profissionais da informação e dos valores-notícia. Para Gaye Tuchman (1978) os jornalistas cobrem, seleccionam e divulgam notícias sobre temas considerados de interesse ou importância para os indivíduos que constituem a estrutura social. Deste ponto de vista, as notícias são apresentadas para a sociedade como um espelho dos seus interesses e, nessa medida, representam a estrutura da sociedade e das suas instituições. (Tuchman, 1978:183).

Ainda de acordo com a perspectiva teórica que encara as notícias como uma construção social, as notícias são narrativas pois resultam de um processo de desconstrução e reconstrução dos acontecimentos na medida em que os jornalistas utilizam processos como a própria estrutura da peça (pirâmide invertida), excluem, seleccionam ou sublinham determinados aspectos de um acontecimento. Para além de atribuírem visibilidade pública aos acontecimentos, as notícias enquanto construção social, organizam a realidade do quotidiano. (Tuchman, 1978:193).

demonstrou a importância do som enquanto elemento crucial para a divulgação das mensagens políticas. (Crook, 1998: 77).

A importância do som foi novamente comprovada quando em 1924, durante a campanha presidencial norte-americana, o republicano Calvin Coolidge percebeu que a rádio poderia mudar o estilo das campanhas e a percepção que os eleitores tinham dos seus candidatos.

Coolidge utilizou a rádio para divulgar mensagens curtas e próximas dos eleitores. O seu discurso de final de campanha foi transmitido por 26 estações de rádio. (Crook, 1998:78).

O ano de 1924 ficou, assim, anotado como um marco fundamental na história, não só da rádio, mas também da comunicação política, levando Sigelman e Bullock a afirmarem que a rádio inaugurou a «política da imagem» (2000:113).

O papel da rádio, enquanto discurso sonoro massificado, foi habilmente utilizado por Hitler. Para McLuhan, o ditador alemão "(...) só teve existência política graças ao rádio e aos sistemas de dirigir-se ao público." (McLuhan, 1964:337).

Mas se o som é o principal elemento expressivo da rádio, Armand Balsebre (2004) lembra que este meio de comunicação não vive apenas dele. O silêncio é igualmente importante, mas a sua utilização no meio radiofónico está longe de significar uma prática frequente ou intencional por parte do comunicador radiofónico. É comum surgirem momentos de silêncio numa emissão radiofónica, mas tal só acontece por falha na emissão ou decorrente de pausas durante o discurso. Balsebre sublinha (2004:136) que a reduzida utilização do silêncio na rádio resulta do facto de os ouvintes não compreenderem a sua integração na linguagem radiofónica, uma vez que não estão familiarizados com os seus códigos. O silêncio é um dos elementos da expressividade radiofónica, mas é menos frequente pelas razões que vimos.

A linguagem radiofónica baseia-se, portanto, no som e caracteriza-se por um sistema semiótico complexo, composto por subsistemas tais como a palavra, a música e os efeitos sonoros ou ruídos. (Balsébre, 2004; Meditsch, 1999).

Quanto à sua origem, os sons utilizados na rádio podem ser captados na realidade, podem ser sons tecnificados, ser música ou ritmo (Mateos, 2003:138). Os sons da realidade são os produzidos em situações, eventos ou por protagonistas e que adquirem um valor informativo e expressivo na mensagem radiofónica. É o caso dos sons de ambiente de um evento desportivo, de um comício ou de uma manifestação. Incluem-se ainda nesta categoria, as declarações dos protagonistas das notícias inseridas nas peças radiofónicas.

Mateos define os sons tecnificados como aqueles que foram produzidos e criados pela técnica radiofónica. São exemplos os efeitos sonoros incluídos na emissão radiofónica, como os que sinalizam o início de um programa, de um noticiário ou a entrada de publicidade:

“Podem cumprir uma tripla função: como indicativo da emissora ou do programa, como chamada de atenção para a audiência ou como enlace entre uma situação e outra” (Mateos, 2003:138).

Numa emissão radiofónica, existem ainda os sons que resultam das músicas que a rádio emite, e dos ruídos que, por regra, surgem de forma inadvertida, na medida em que não são produzidos intencionalmente.

Como refere Mateos (2003:139), o principal efeito dos ruídos é “(...) anular o conteúdo da mensagem que transmite.”

É através do som emitido pela rádio que os receptores descodificam a mensagem criando imagens mentais a partir dos signos sonoros transmitidos e que o comunicador radiofónico terá de se esforçar por fazer coincidir com o repertório dos ouvintes.

Uma das funções do som na rádio é, segundo Armand Balsebre (2004), a sua capacidade para reconstruir e descrever ambientes reais através da utilização de efeitos sonoros captados na realidade e que, quando utilizados em conjunto com a palavra, permitem criar uma redundância positiva que ajuda o ouvinte a assimilar a mensagem.

É um exemplo de redundância positiva quando um repórter descreve com palavras um determinado acontecimento na rua e se ouvem sons de automóveis ou buzinas, transmitindo ao ouvinte um cenário sonoro próprio do exterior. Neste caso, os sons enfatizam a palavra do repórter.

Esta redundância positiva é fundamental, na medida em que credibiliza a mensagem, atribuindo-lhe uma aura de verosimilhança e acentuando a “impressão de realidade”. (Balsebre, 2004: 127)

Mas, para que tal suceda, é essencial ter em linha de conta que a linguagem radiofónica se caracteriza por um conjunto de signos sonoros construídos numa sequência temporal contínua. Ou seja, a linguagem radiofónica resulta da união das diversas unidades sonoras que nela coexistem. É a percepção desta continuidade que permite ao ouvinte construir e descodificar a mensagem radiofónica.

A este propósito, Armand Balsebre (2004:142) fala-nos de níveis de significação na rádio. O primeiro nível, refere o autor, resulta da relação semântica entre o signo sonoro e a realidade existente. O segundo nível situa-se na relação existente entre o “eu” e a realidade percebida e, por fim, o último nível de significação é, de acordo com o autor, a *sintagmática*, ou seja a estrutura encadeada de significantes ordenada no tempo, que são, ao fim e ao cabo, os signos sonoros que constituem uma continuidade narrativa: “(...)a continuidade sequencial espectacular da realidade.” (Balsebre, 2004:142).

A linguagem radiofónica é um todo constituído por unidades mínimas que se unem graças à técnica e à tecnologia. No fundo graças à montagem radiofónica:

“A produção e reprodução sonora na rádio é, antes de tudo, um processo técnico, em virtude das características tecnológicas que definem o acto radiofónico. Este processo técnico implica a manipulação electrónica e mecânica dos fragmentos da realidade sonora: podem-se cortar e mutilar os segmentos da realidade previamente gravados pelo material reproduzido do som (...)” (Balsebre, 2004:143).

A montagem radiofónica é utilizada nas diversas formas de produção em rádio, mas é fundamental levar em linha de conta que a semelhança com a realidade é essencial no sentido de credibilizar a mensagem.

A construção de uma nova realidade, já não a *realidade real*, mas a *realidade radiofónica* formada a partir da manipulação das sonoridades, impõe aos ouvintes uma percepção diferente das coisas existentes e por isso o grau de verosimilhança é proporcional à não deformação dos sons originais.

Este aspecto é ainda mais relevante no caso da informação jornalística emitida pela rádio, considerando os valores de objectividade e rigor impostos pela profissão e inerentes ao acto de informar.

3. O som na informação radiofónica

O desafio da informação radiofónica é o de reproduzir a realidade utilizando para isso apenas o som. Sem a ajuda da imagem, a rádio reproduz a realidade construindo imagens auditivas que facilitam a decodificação das mensagens e as tornam mais próximas dos ouvintes, e como tal perceptíveis.

“As imagens auditivas equivalem, portanto, a uma fotografia ou a um plano visual e é o conjunto de imagens visuais e mentais que faz o ouvinte ver uma realidade ausente, evocada no Ser Humano mediante um conjunto de sons organizados, neste caso pelos jornalistas, e que se escutam numa emissão através das ondas”. (Denis, 1984 citado por Soengas, 2003:157)

Segundo Xosé Soengas (2003:158) as imagens auditivas funcionam, no campo da informação, a três níveis distintos:

- Informativo, na medida em que ajudam a compreender o conteúdo da informação, facilitando a decodificação.
- Referencial, pois proporcionam a percepção e a ligação ao espaço geográfico.
- Expressivo. É através das imagens auditivas que o ouvinte recebe sensações que o ajudam a assimilar aspectos conotativos próprios das mensagens.

É também o som que constrói o tempo e o espaço na rádio através dos elementos sonoros disponibilizados pelos jornalistas. Como refere Xosé Soengas (2003: 86), o espaço na informação é um espaço sonoro imaginário criado pelo ouvinte e que decorre daquilo que ele escuta.

Como o espaço radiofónico não tem um referente visual, cabe aos jornalistas da rádio proporcionar um conjunto de sonoridades que ajudem o ouvinte a construir mentalmente o espaço no qual se produziram os acontecimentos que estão a ser reportados.

Xosé Soengas (2003:89) distingue dois tipos de espaços na rádio: o espaço informativo ou real e o espaço da audiência. O primeiro é aquele onde os factos se produziram. É, portanto, o espaço da realidade reportada. O espaço da audiência é mais complexo, na medida em que é múltiplo, pois depende dos referentes que os ouvintes possuem. Por essa razão, a tarefa dos jornalistas da rádio é a de proporcionar elementos significantes do espaço real. Isso pode ser feito pela descrição do espaço, utilizando para isso a palavra, ou através de sons captados no local dos acontecimentos. Neste caso, os sons emitidos deverão ser conhecidos do receptor, ou perder-se-á a mensagem. Por exemplo, numa notícia sobre um político em campanha eleitoral, a emissão de palmas ou vaias significa, para além de apoio ou discordância, que o discurso foi produzido num comício ou num jantar de campanha.

A classificação dos sons, tendo em conta a sua coexistência na emissão, ajuda-nos a perceber o papel que assumem na construção sonora da realidade. Assim, o som em Primeiríssimo Plano é próprio de uma distância íntima, o Primeiro Plano corresponde à distância informativa, o Segundo Plano reflecte simplesmente distância e o Terceiro Plano serve para criar ambiente numa determinada situação. (Soengas, 2003:89)

No campo da informação, que é aquele que nos interessa no presente texto, o som em Primeiro Plano é o mais vulgar. É dele que falamos quando se ouve a voz do jornalista que lê a informação ou as declarações do protagonista dos acontecimentos.

Uma excepção confirma a regra nesta matéria. No caso da tradução de um som, é a voz tradutora que surge em Primeiro Plano e a do sujeito do acontecimento passa para Segundo Plano.

Os restantes planos, quando existentes, introduzem ambientes que ajudam a compreender os acontecimentos e só são admissíveis se tiverem como origem a própria realidade.

Soengas exemplifica:

“É um elemento contextualizador o murmúrio de pessoas ou de ruído do trânsito quando se faz uma pergunta na rua, porque indica que o protagonista está num espaço exterior” (2003:93).

A reportagem é o género jornalístico que, com mais frequência, recorre à recriação de ambientes utilizando as sonoridades captadas na realidade. Numa reportagem radiofónica, o jornalista recorre a um conjunto de sons captados na realidade reportada e com frequência emite-os em Segundo Plano no sentido de recriar os ambientes próprios do tempo e espaço *reais* e, desta forma, facilitar a decodificação da mensagem por parte dos ouvintes.

Para Mariano Cebrián Herreros (1992) a rádio soube aproveitar com a reportagem as suas potencialidades expressivas recorrendo precisamente ao som, sublinhando o seu poder evocador e de participação imagética que provoca nos ouvintes.

Para o autor, a tendência da rádio é a de reforçar o papel dos sons dos protagonistas através dos seus testemunhos e da emoção captada no momento:

“A reportagem baseia-se na força expressiva das imagens e dos sons captados da realidade. Estes integram-se na narração como testemunhos dos factos e carregam de vigor a comunicação. A rádio expressa-se mediante sons; a reportagem procura os sons próprios da realidade (...)” (Cebrián Herreros, 1992:153).

Vicente Mateos de Medrano (2003) propõe uma tipologia do som radiofónico no campo da informação. Um dos estádios dessa classificação relaciona-se com o carácter significativo do som radiofónico. Nesta categoria, o autor insere os sons icónicos, ou seja, aqueles que possuem uma aproximação com a realidade. Este tipo de sons é, para o artigo que aqui apresentamos, de especial relevância na medida em que engloba as declarações produzidas pelos protagonistas dos acontecimentos e as sonoridades produzidas no local dos eventos. Dois itens que analisaremos ao longo deste trabalho. Os sons icónicos desempenham, por essa razão, um importante papel na construção sonora da realidade, tal como refere Vicente Mateos Medrano.

“A rádio, reflexo parcial da realidade sonora, estabelece com o ouvinte uma relação icónica. Significa que o ouvinte recria a realidade em função da semelhança que mantém com o som que escuta na rádio, com o produzido na realidade que conhece” (2003:132)

Enquanto principal elemento da linguagem radiofónica, o som pode desempenhar um conjunto de funções na narrativa da rádio. Falamos, neste caso, do seu valor expressivo e que, segundo Mateos (2003), pode servir para descrever o ambiente de um determinado facto narrado, intensificar o valor dramático dos acontecimentos ou converter-se em informação, no caso das declarações inseridas nas peças radiofónicas.

4. A sonoridade como um valor-notícia

No contexto das teorias que consideram as notícias como uma construção social é dada especial relevância às rotinas produtivas dos jornalistas, à sua cultura profissional e é enfatizada a importância dos valores-notícia no processo de construção das notícias.

Assim, fará sentido recordar Galtung e Ruge (1993) que propuseram uma lista de critérios, segundo os quais, um acontecimento tem mais probabilidades de se tornar notícia. A frequência do evento, a sua amplitude, o seu carácter de inesperado ou a referência a pessoas da elite são alguns desses critérios.

Falamos, neste caso, de critérios de noticiabilidade transversais a toda a comunidade jornalística, mas é preciso recordar a importância e influência das especificidades de cada *medium* como condicionantes daquilo que se tornará notícia.

Mauro Wolf (1995), recorrendo ao universo televisivo, refere-se aos “critérios relativos ao meio de comunicação social”:

“Na informação televisiva, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento diz também respeito à possibilidade de ele fornecer «bom» material visual, ou seja imagens que não só correspondam aos standards técnicos normais, mas que sejam também significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento noticiado”. (Wolf, 1995:188)

A visualidade do acontecimento, como prefere chamar Nelson Traquina (2004:115), ou seja, a presença de fotografia ou de imagem em movimento pode determinar, não só, a inserção de uma notícia no noticiário como a sua posição no alinhamento televisivo ou no jornal impresso. Ou seja, a visualidade é um critério que permite valorizar a informação.

Este critério tem especial pertinência nos casos da imprensa e da televisão, por razões que se prendem com os seus dispositivos informativos. A televisão precisa de imagens e, de preferência, de «boas imagens», e nos jornais há notícias que com fotografia saem valorizadas.

Mas o critério de visualidade, assim definido, exclui a rádio. A rádio não possuiu elementos visuais, mas sim sonoros. A sonoridade do acontecimento é, por analogia com o conceito proposto por Nelson Traquina, um dos factores essenciais para, na rádio, se transformar um acontecimento em notícia.

Quer isto dizer que uma determinada informação terá mais ou menos relevância num noticiário ou, no limite, será ou não difundida, em função das condições de sonoridade que apresenta.

Ter o som de um evento ou as declarações de um protagonista pode, não apenas, significar a inclusão da notícia no noticiário, como contribui também para valorizar esse acontecimento no noticiário radiofónico.

A procura por um «bom som» é também aqui pertinente e atribuirá à peça radiofónica uma valorização informativa que tornará o acontecimento noticiado mais notado para o ouvinte.

Como refere Traquina (2003:115), os jornalistas da televisão preocupam-se em saber se há ou não imagens e qual a qualidade dessas imagens. Na rádio, a qualidade dos sons é, por analogia, fundamental para as peças que se emitem.

Vicente Mateos de Medrano (2003) fala-nos da significação informativa do som, que resulta do reflexo sonoro da realidade decorrente da combinação de vários sons, cada um deles possuidor de um valor significativo no conjunto final.

No contexto radiofónico, a significação informativa dos sons decorre da qualidade e fidelidade do som, o seu tratamento na montagem e a relação que mantém com os restantes sons. É como se se tratasse de

uma orquestra. A música final terá tanto mais significado quanto mais coerentes e harmoniosos sejam os sons produzidos por cada um dos instrumentos.

O equilíbrio do noticiário radiofónico será, igualmente, relevante na medida em que o seu conteúdo é, em certa medida, imposto pelo formato. Se um espaço informativo apenas conter peças sem o som dos protagonistas, é normal que os jornalistas da rádio procurem uma notícia “sonorizável” e abdicem de uma delas sem as mesmas condições sonoras, com o objectivo de implementar outro ritmo ao noticiário.

5. Metodologia

O objectivo do presente artigo é analisar, com base nos recursos sonoros utilizados nas peças radiofónicas, a forma como a rádio portuguesa fez a cobertura noticiosa da campanha para o referendo à Interrupção Voluntária da Gravidez que decorreu em Portugal entre os dias 30 de Janeiro e 9 de Fevereiro de 2007.

Para o presente estudo procedemos à análise de todas as peças jornalísticas sobre a campanha emitidas durante o período acima referido, nos noticiários das 8 e 9 horas da manhã das rádios Antena 1, TSF e Renascença. Durante a primeira semana de campanha foram gravados os noticiários das 9 horas e, na segunda semana, os das 8 horas. A escolha dos noticiários referidos deveu-se ao facto do período da manhã representar o principal espaço informativo da rádio portuguesa.

Procedemos ao levantamento dos recursos sonoros utilizados nas notícias sobre a campanha tais como a inserção de *declarações dos protagonistas dos acontecimentos, os sons de ambiente* utilizados e a *inserção de trechos musicais* nas peças radiofónicas.

O uso de declarações dos protagonistas tem diversas funções como credibilizar a informação transmitida (Soengas, 2003), reforçar o sentido e enquadramento, na medida em que deve constituir-se como o núcleo da notícia (Fidel, 2006) e atribuir ao discurso jornalístico um sentido polifónico (Meditsch, 1999). A análise das declarações dos protagonistas permitiu-nos identificar as principais vozes e temas focados durante a campanha.

Os dados apurados foram, posteriormente, quantificados com base no tempo de emissão das declarações, o que nos permitiu perceber qual o peso de cada uma das vozes nos noticiários emitidos.

A escolha do factor tempo para a presente análise prende-se com o facto de a duração de emissão de uma peça ou som representar um dos principais critérios de valoração da informação radiofónica (Soengas, 2003:85).

Analisámos ainda, seguindo uma abordagem qualitativa, a cobertura radiofónica da campanha do referendo ao aborto com base na utilização de trechos musicais e sons de ambiente nas peças radiofónicas. A

inserção destes elementos sonoros ajudam a recriar para os ouvintes o espaço e o tempo dos acontecimentos, neste caso da própria campanha (Soengas, 2003).

6. A campanha para o aborto

O referendo à interrupção voluntária da gravidez realizado em 2007, seguiu-se a um outro que teve lugar em 1998 e cuja vitória coube aos defensores do *Não* ao aborto. O referendo acabou, no entanto, por não ser vinculativo devido à elevada abstenção então verificada.

Os defensores da realização de um novo referendo em 2007 argumentaram que, passada quase uma década após a realização da anterior consulta popular sobre a mesma matéria, estaria na altura de efectuar um novo escrutínio, tendo em conta, por um lado, as mudanças verificadas na sociedade e por outro, a situação que consideravam de injustiça, e que tinha a ver com o facto de em Portugal as mulheres continuarem a ser julgadas pela prática de um aborto.

Por outro lado, os defensores da não realização do referendo alegaram que, tratando-se de uma questão de valores e de consciência individual o tempo decorrido desde a última consulta popular não seria suficiente para que se tivessem verificado alterações significativas nesta matéria. Argumentavam ainda que, para mudar a lei do aborto no sentido de evitar que as mulheres continuassem a ser julgadas em tribunal, não seria necessário realizar um referendo, bastaria fazê-lo na Assembleia da República. Os defensores da não realização do referendo, alegaram, por fim, que a pergunta colocada a escrutínio, e que fora proposta pelo Governo, não era a mais adequada.

De sublinhar ainda a posição do Partido Comunista Português que, embora defendendo a alteração da lei do aborto que vigorava, não pretendia a realização de um referendo, argumentando que o governo em funções, mercê da maioria absoluta que detinha, deveria proceder a essa alteração sem ouvir a população portuguesa.

Apresentamos uma curta cronologia dos principais acontecimentos anteriores à campanha para o referendo:

No dia 19 de Outubro de 2006, o Parlamento português aprovou a pergunta colocada a referendo e que foi a seguinte: *“Concorda com a despenalização da interrupção voluntária da gravidez, se realizada, por opção da mulher, nas primeiras 10 semanas, em estabelecimento de saúde legalmente autorizado?”*

No dia 15 de Novembro de 2006, o Tribunal Constitucional considerou que a questão a ser posta a referendo não feria a Constituição Portuguesa e no dia 29 de Novembro do mesmo ano, o Presidente da República tornou pública a decisão de convocar o referendo para o dia 11 de Fevereiro de 2007.

No campo dos media, merece relevância a posição da direcção da Rádio Renascença a favor do *Não* à questão colocada a referendo, tornada pública no dia 29 de Novembro de 2006 num comunicado disponível no site da emissora.

Podia ler-se o seguinte:

“O Presidente da República acaba de convocar um novo referendo sobre o aborto. É mais um debate que envolve valores e situações humanas - muitas delas dolorosas.

Queremos, a este respeito, marcar a posição da Renascença. Nos seus espaços informativos, a Renascença actuará com a objectividade própria dos meios de comunicação social. Saberá, por isso, ouvindo as diversas partes, distinguir factos e propaganda; notícia e opinião. No que à posição da Renascença diz respeito, não podem, no entanto, restar dúvidas: a Renascença situa-se inequivocamente do lado da vida e do “Não”, perante a pergunta posta a sufrágio.”

(A Posição da Renascença, 2006.)

7. Análise de dados - Tratamento jornalístico

O quadro I mostra o enfoque das peças radiofónicas emitidas. Consideraram-se as peças com enfoque no *Sim*, aquelas que se reportavam a acções/argumentos a favor da questão colocada a referendo. Por oposição, identificámos peças com enfoque noticioso no *Não*, ou seja, as que noticiaram acções/argumentos contra a pergunta colocada a referendo. Verificámos, ainda, a existência de peças com *duplo enfoque*, ou seja aquelas que no mesmo texto radiofónico fizeram referência a acções/argumentos a favor e contra a questão colocada a escrutínio. As peças *neutras* são aquelas que, embora dizendo respeito à interrupção voluntária da gravidez, não faziam referência a qualquer acção/argumentos a favor ou contra a pergunta do referendo.

A cobertura radiofónica caracterizou-se, ainda, pela emissão de peças sobre sondagens, espaços de opinião e peças de auto-promoção para programas informativos sobre a interrupção voluntária da gravidez.

Quadro I – Número de peças emitidas sobre a campanha para o aborto

	TSF	RR	Antena 1	Total
Peças com enfoque no SIM	4	3	3	10
Peças com enfoque no Não	4	10	5	19
Peças com <i>duplo</i> enfoque	2	0	1	3
Peças neutras	2	2	4	8
Sondagens	3	1	0	4
Promoção Programas	3	0	0	3
Espaços de opinião	0	3	0	3
Total	18	19	13	50

Emili Prado (1985:47) identifica três tipos de notícias quanto ao seu formato. A *notícia-escrita* que é lida apenas pelos jornalistas sem apoio de sons de protagonistas, a *notícia com inserção de testemunhos* na qual são inseridos excertos de declarações das fontes ou protagonistas e a *notícia com entrevista*, que inclui a emissão de uma curta entrevista aos protagonistas.

Seguindo a tipologia proposta por Prado, verificamos que a emissão de *notícias escritas* representou apenas 24% (quadro II) da totalidade de peças emitidas. Falamos de peças lidas unicamente pelos jornalistas e que versavam sobre a apresentação de sondagens, leitura de comunicados ou de informações sobre eventos realizados no âmbito da campanha. Estas peças foram lidas, naquilo que constitui uma prática comum nas três rádios analisadas, pelo pivot do noticiário e, nalguns casos recorrendo à voz de outro jornalista que desenvolve o tema.

Reparemos no exemplo:

Pivot - "Esta terça-feira é o primeiro dos onze dias da campanha para a interrupção voluntária da gravidez. Os movimentos defensores do Sim e do Não apostam em acções de rua. Esclarecimento acima de tudo, Valter Medeiros."

Jornalista (2ª voz) – Movimentos e partidos estarão na estrada até 9 de Fevereiro (...)"

(Antena 1 – Noticiário das 9 horas – 30 de Janeiro de 2007)

As *notícias com inserção de testemunhos* de protagonistas representam a maior parte da totalidade das peças emitidas durante o período de análise.

Tal como refere Eduardo Meditsch (1999:181), os enunciados na rádio possuem um sentido polifónico, na medida em que raramente é apenas o jornalista que fala, pois é frequente recorrer ao discurso de outros. A inclusão de declarações de protagonistas nas peças radiofónicas resulta de um processo de selecção por parte dos jornalistas que emitem de "viva voz" apenas um excerto das declarações originais. A inserção de

tais declarações tem por objectivo credibilizar a informação e criar ritmo no noticiário, tal como reforça Xosé Soengas:

“As declarações, mesmo em diferido, reforçam a credibilidade da informação, para além de romper a monotonia e criar ritmo ao programa (...)” (2003: 171).

A inserção de declarações nas peças radiofónicas indica, igualmente, a valoração que os jornalistas atribuem às notícias. Uma notícia sem declarações de protagonistas pode significar que não houve possibilidade de as obter, mas pode indicar também que o tema não possui a relevância suficiente para as incluir.

Quadro II – Caracterização das peças emitidas quanto ao uso de declarações

	TSF	RR	Antena 1	Total
Total de peças emitidas	18	19	13	50
Peças sem testemunhos de protagonistas	4	4	4	12
Peças com testemunhos de protagonistas	14	15	9	38
Percentagem de peças sem testemunhos de protagonistas	22,00	21,00	31,00	24,00
Percentagem de peças com testemunhos de protagonistas	78,00	79,00	69,00	76,00

O quadro II mostra que, no conjunto das três emissoras estudadas, das 50 peças emitidas, em 38, os jornalistas inseriram declarações de protagonistas.

Apenas por uma vez encontrámos uma notícia com entrevista. Referimo-nos a um directo da Antena 1 sobre o seminário “Quando começa a vida humana?” no noticiário das 9 horas do dia 2 de Fevereiro de 2007. No directo é entrevistado Pedro Nunes, bastonário da Ordem dos Médicos e organizador do evento. No nosso estudo interessa-nos, sobretudo, a separação entre notícias com declarações e sem declarações, razão pela qual inserimos esta notícia com entrevista nas *peças com inserção de testemunhos de protagonistas*.

7.1. O peso das vozes

Como vimos, as rádios estudadas privilegiaram a inserção de declarações dos protagonistas nas peças noticiosas. Procederemos, nos próximos pontos deste artigo, a uma análise mais pormenorizada a essas peças.

Com o objectivo de determinar o peso das vozes nos noticiários analisados, procedeu-se à contagem do tempo das declarações dos protagonistas emitidas nas notícias radiofónicas sobre a campanha do referendo à interrupção voluntária da gravidez.

Consideraram-se vozes em defesa do *Sim*, todas aquelas cujo discurso produzido era a favor da questão colocada a referendo. Pelo contrário, as intervenções que rejeitavam a solução proposta a escrutínio foram classificadas como sendo a favor do *Não*.

Por fim, verificou-se a existência de um conjunto significativo de intervenientes que se pronunciaram sobre o aborto, mas produziram um discurso neutral, não tomando partido sobre a questão colocada a referendo nos excertos emitidos pelas rádios.

Quadro III – Percentagem de tempo de emissão de vozes nos noticiários em relação à posição assumida

	TSF	RR	Antena 1	Total
Vozes em defesa do <i>Sim</i>	51	37	18	37
Vozes em defesa do <i>Não</i>	39	55	51	49
Vozes Neutras	10	8	31	14
Total	100	100	100	100

A análise das peças com a inserção de declarações dos protagonistas das notícias permite-nos constatar que, em termos globais, são as vozes em defesa do *Não* que mereceram mais tempo de emissão por parte das rádios estudadas.

Uma análise parcelar permite-nos concluir, no entanto, que a TSF foi a única rádio que não concedeu mais tempo de emissão aos defensores do *Não* e que a Renascença foi a emissora onde, por mais tempo, se escutaram vozes defendendo o *Não* à questão colocada a referendo.

Apesar da posição pública tomada pela Emissora Católica Portuguesa de defender o *Não*, não se verificou, da parte da rádio, a exclusão das vozes defensoras do *Sim*, que representaram 37 por cento do tempo de emissão de sons de protagonistas das notícias.

A rádio de Serviço Público foi a que concedeu menos tempo de emissão às vozes favoráveis ao *Sim*, mas foi também a Antena 1 que concedeu mais tempo às vozes consideradas neutras.

7.2. As vozes da campanha

Tratando-se da campanha para um referendo sobre uma matéria que ultrapassa o contexto político, e na qual os movimentos criados para a ocasião seriam os protagonistas, verifica-se que na rádio, os cidadãos com voz nas notícias e identificados como fazendo parte de movimentos cívicos, representaram apenas 8% do tempo dos registos sonoros escutados nas três emissoras.

Quadro IV – Percentagem de tempo dos excertos sonoros dos protagonistas das notícias emitidas pelas rádios ²

	TSF	RR	Antena 1	Total
Políticos	54	48	46	50
Movimentos Cívicos	10	1	20	8
Médicos	13	16	31	19
Jornalistas	13	23	0	14
Populares	0	8	0	3
Religiosos	3	0	0	1
Outros	7	4	3	5
Total	100	100	100	100

O quadro V mostra que o acontecimento “Campanha do referendo ao aborto” foi construído pela rádio recorrendo maioritariamente a declarações produzidas por políticos. As rádios que constituem o nosso *corpus* de análise privilegiaram a emissão de declarações dos políticos, tivessem intervindo em representação do partido político ou em nome individual.

A voz dos políticos representou metade do tempo que as emissoras estudadas dedicaram à emissão de declarações. A rádio TSF foi a que mais tempo emitiu a visão dos políticos.

Maria José Nogueira Pinto, então vereadora do CDS-PP na câmara de Lisboa, foi a voz com mais tempo de declarações emitidas, uma situação que se justifica pela sua participação num espaço de opinião no final do noticiário das 9h da Rádio Renascença.

José Sócrates, que se empenhou na defesa do *Sim*, foi a segunda voz mais escutada nos noticiários analisados, tendo sido, inclusivamente, o político mais ouvido pelos ouvintes da TSF.

Registámos, ainda, o recurso a declarações de políticos que intervieram em nome individual e não do partido ao qual pertencem.

Um exemplo que ilustra esta situação é a peça emitida pela Antena 1 no dia 6 de Fevereiro no noticiário das 8 horas sobre um debate realizado na Amadora e no qual participaram três mulheres de partidos diferentes, mas todas defensoras do *Não*. As participantes foram Maria José Nogueira Pinto (então do CDS-PP), Matilde de Sousa Franco (PS) e Helena Lopes da Costa (PSD).

Outro exemplo é o da deputada socialista, Maria do Rosário Carneiro, que defendeu o *Não* à questão colocada a referendo, ao contrário da posição oficial do PS. A deputada foi, sobretudo, ouvida na Rádio Renascença sobre o já referido projecto de lei apresentado em 2004.

² - Apresentamos em anexo uma tabela com a relação das vozes escutadas nas peças e o sentido das declarações emitidas em relação à questão colocada a referendo.

As questões de ordem médico-científica tiveram uma presença frequente nos noticiários analisados. Para o tratamento desses temas, as rádios recorreram ao discurso de especialistas, como é o caso dos médicos. As declarações destes profissionais atingiram 19% das intervenções nas peças radiofónicas.

Apesar de muito discutida, a presença da voz de religiosos nas notícias sobre a campanha para o referendo ao aborto não foi frequente. Apenas por uma vez se ouviram declarações de um membro da Igreja e tal aconteceu na TSF e pertenceu a um representante da Igreja Católica. A Rádio Renascença, apesar de ter emitido várias notícias sobre a posição da Igreja Católica, não emitiu, no *corpus* estudado, qualquer som de elementos daquela confissão religiosa.

Em relação aos jornalistas que tomaram posição pública sobre a questão colocada a referendo, a sua voz foi ouvida apenas em espaços de opinião na TSF e Rádio Renascença.

No caso da TSF, ocorreu em dois curtos excertos emitidos nos noticiários das 9 horas dos dias 30 e 31 de Janeiro. Quanto à emissora Católica, referimo-nos às intervenções de Helena Matos no espaço de opinião do noticiário das 9 horas.

Só por uma vez, no *corpus* estudado, as rádios emitiram declarações de populares. Aconteceu no noticiário das 9 horas da Renascença do dia 30 de Janeiro, numa curta peça em que foram inquiridas várias pessoas na rua no sentido de saber o que esperariam da campanha para o referendo que começava naquele dia.

7.3. Os temas da campanha

A presença nas peças jornalísticas de declarações dos protagonistas dos acontecimentos noticiados é vista, não apenas como uma forma de credibilizar essa informação (Soengas, 2003), mas também permite esclarecer, valorizar a peça, enfatizar e certificar o enunciado elaborado pelo jornalista.

Quando falamos na inserção de declarações dos protagonistas referimo-nos aos segmentos de fala extraídos do discurso original desses protagonistas. Essa tarefa resulta, em todo o caso, num processo de selecção, síntese e condensação por parte do jornalista que, condicionado pelos constrangimentos de ordem temporal impostos pelo meio radiofónico, se esforça por extrair os excertos sonoros que considera mais relevantes para serem tornados públicos.

O recurso à emissão das declarações dos protagonistas ajuda a esclarecer o sentido da peça, na medida em que reforçam a ideia principal da notícia. Com efeito, os excertos sonoros devem constituir-se como o núcleo central da notícia (Fidel, 2006:186).

O quadro V mostra os principais temas abordados nas peças com declarações de protagonistas emitidas pelas rádios Antena 1, TSF e RR nos noticiários estudados.

Quadro V – Temas das peças emitidas sobre a campanha do referendo (em percentagem)

Temas	TSF	RR	Antena 1	Total
Alternativas ao aborto	8	0	0	3
Capacidade do Serviço Nacional de Saúde	8	0	11	5
Campanha	15	31	33	26
Drama pessoal e familiar	8	0	11	5
Médico/científica	15	18	22	18
Questão financeira	15	6	11	11
Questão moral	8	0	0	3
Questão política	15	38	11	24
Referendo	8	6	0	5

Verificamos que, apesar dos assuntos relacionados com a problemática da Interrupção Voluntária da Gravidez não terem estado ausentes da cobertura radiofónica, os dados apurados permitem-nos constatar que foram os temas relacionadas com a própria campanha que por mais vezes constituíram o enfoque das notícias emitidas.

Referimo-nos às peças cujo sentido principal se dirige para apelos ao voto ou comentários a sondagens. Trata-se, afinal, de uma tendência da cobertura mediática de outros actos de democracia, como é o caso mais frequentemente estudado de eleições presidenciais (Serrano, 2006), embora nesse cenário estejamos a falar na estratégia e jogo dos candidatos políticos, figuras que não existem no referendo que analisamos. As peças emitidas pelas rádios Antena 1, TSF e Renascença enfatizam, igualmente, o referendo à Interrupção Voluntária da Gravidez como uma questão política resultante da decisão dos políticos. A predominância de temas relacionados com a campanha e com a acção política não será alheia ao predomínio de vozes de políticos nas peças radiofónicas emitidas, tal como vimos no ponto anterior deste artigo.

O tratamento do referendo como o resultado de uma decisão política baseou-se na ideia de que, apesar de haver alternativas ao aborto, o governo optou pela realização de um referendo.

Consideremos o seguinte exemplo a propósito da notícia sobre o projecto-lei apresentado em 2004 por duas deputadas da bancada socialista que previa a despenalização do aborto, mas sem o recurso a um referendo.

O texto lido pelo jornalista, que transcrevemos, reforça o carácter optativo da realização do referendo.

Pivot - “De resto foi o partido socialista que optou pela convocação do referendo em detrimento de outras soluções. O PS nunca viabilizou, por exemplo, o projecto-lei apresentado por duas deputadas independentes que integram a bancada socialista e que previa a manutenção da actual lei, mas acabando com os processos-crime em tribunal”.

(Noticiário das 9 horas da Renascença, do dia 30 de Janeiro de 2007)

Outro exemplo que enfatiza a questão política, ocorreu quando o primeiro-ministro, José Sócrates, referiu que não mudaria a lei em vigor se o *Não* vencesse o referendo. Tais declarações mereceram-lhe fortes críticas de teor político, protagonizadas, aliás, por um dos elementos de um movimento cívico.

“(...) este ultimatum num tom tão desesperado evidencia bem a falta de preocupação que o partido socialista tem com as mulheres portuguesas. Isto mostra também, que o argumento utilizado até à exaustão da prisão das mulheres nada diz, nada significa e o que está em causa verdadeiramente é uma vitória política. Não somos nós as mulheres. Isto é um amuo. Isto é uma birra”

(Jacinta Oliveira, Associação Mulheres em Acção, TSF, 8 horas – 5 de Fevereiro de 2007)

Por outro lado, sublinhamos a presença constante de temas relacionados com a Interrupção Voluntária da Gravidez e que enquadrámos num registo médico/científico. Referimo-nos a questões do foro deontológico dos médicos e sobretudo à questão da existência de vida humana às 10 semanas de gravidez, um dos temas mais frequentes ao longo da campanha.

Uma vez mais, recorremos a uma análise qualitativa para exemplificar como esta questão foi tratada de diferentes modos e de como os segmentos de fala escolhidos pelos jornalistas conduzem a distintos sentidos para o tema.

O seguinte exemplo mostra como a questão foi apresentada como um problema científico, sobre o qual é necessário proceder a estudos e investigação. Esta perspectiva foi apresentada por médicos e cientistas.

Recordemos um excerto do directo da Antena 1 a propósito do Seminário “Quando começa a vida Humana?”:

“O seminário é precisamente para ouvirmos médicos com pensamento estruturado sobre esta matéria para nos dizerem o que pensam. As conclusões serão no fim. Não tenho a certeza que se chegue a uma conclusão consensual, mas tenho a certeza que vamos todos ficar muito enriquecidos deste debate”.

(Pedro Nunes, Bastonário da Ordem dos médicos, entrevistado em directo no noticiário das 9h da Antena 1 do dia 2 de Fevereiro de 2007)

Num registo diferente, a questão da existência de vida humana às 10 semanas de gravidez foi apresentada como uma certeza, como se depreende das declarações produzidas por Paulo Portas, do Partido Popular:

“O que é que a ciência vem determinando com maior precisão? Que há ali uma vida em desenvolvimento. Um projecto de vida. E portanto, a evidência científica esclarece, ilumina. Só por obscurantismo é que se pode achar que não há ali vida”.

(Paulo Portas, no noticiário das 9 h da TSF do dia 1 de Fevereiro de 2007)

Por fim, numa breve análise ao quadro V, referimo-nos à presença das questões financeiras, sobretudo no que diz respeito à utilização dos dinheiros públicos para o financiamento das Interrupções Voluntárias da Gravidez, um argumento, utilizado em tom crítico, pelos defensores do *Não*.

9. O ambiente da campanha na rádio

A construção sonora da realidade não contempla apenas a inserção de declarações dos protagonistas nas peças radiofónicas. A utilização de sons de ambiente do local onde ocorrem os acontecimentos ajudam a construir a realidade reportada pela rádio.

Detenhamo-nos em duas reportagens emitidas no período analisado.

No noticiário das 8 horas do dia 8 de Fevereiro, a Renascença emitiu um excerto de 2 minutos e 39 segundos de uma reportagem intitulada “Às Dez Semanas de Vida”.

A peça reproduz os sons produzidos durante uma consulta realizada às 10 semanas de gravidez e na qual o médico realiza uma ecografia à mulher grávida. Enquanto realiza o exame, o médico explica o que está a observar:

“E agora estamos aqui com um tamanho que eu vou medir. Desde a cabecinha, até às nádegas. (...) Estamos com 40 milímetros desde a cabecinha até às nádegas”.

(RR, noticiário das 8 horas – 8 de Fevereiro de 2007)

A explicação do médico é acompanhada por um trecho musical calmo, próprio para bebés. Frequentemente, ouvem-se breves apitos resultantes da utilização do aparelho de medição.

Um dos sons com mais significado no excerto emitido é o do batimento cardíaco do bebé. O som surge em primeiro plano nos segundos iniciais para depois passar para um segundo plano, dando lugar a um diálogo entre o médico e a mulher grávida.

Os sons utilizados na peça demonstram aquilo a que Armand Balsebre denomina de função expressiva do som (2004:127). O autor insere nesta categoria as sonoridades que suscitam uma relação afectiva. "(...) uma vez que representa uma realidade, o efeito sonoro transmite-nos um estado de ânimo, um movimento afectivo" (Balsebre, 2004:127). Esta relação de afectividade resulta da analogia do som com a ideia que se pretende transmitir.

A reportagem da Renascença intitulada "Às Dez Semanas de Vida" pretende demonstrar que, ao tempo de gestação previsto na questão colocada a referendo para aborto legal já existe uma vida.

Esta ideia perpassa das explicações produzidas pelo médico que realiza a ecografia.

"Estamos aqui agora a ver a face. Vê a mãozinha a passar agora ali à frente? Portanto, veja, estamos aqui na nuca. Aqui é o alto da cabeça. Aqui estamos com a testa. Aqui uma mãozinha (...)"

(RR, noticiário das 8 horas – 8 de Fevereiro de 2007)

Na rádio, os jornalistas recorrem a um conjunto diverso de sons, que não se esgotam nas palavras que lêem, para contar a realidade. O recurso aos sons de ambiente produzem também esse efeito expressivo e acentuam a mensagem que se quer fazer passar.

"Uma boa reportagem radiofónica é aquela que deixa escutar os aspectos sonoros dos acontecimentos, que introduz a palavra só para situar, reforçar e garantir que os sons adquirem a plenitude do seu significado ou o reflexo da realidade". (Cébrían, 1992:180)

No caso da reportagem que aqui analisamos, verificamos que o uso de sons, como o do coração do bebé a bater, e que se ouve em Primeiro Plano significando "vida", ou a inclusão na peça de uma música própria para bebés, que nos remete para um cenário de afectividade e carinho, demonstram o recurso às potencialidades sonoras para criar nos ouvintes uma imagem e uma percepção da realidade que se quer veicular.

Vejam os outros casos.

Na reportagem emitida pela TSF no noticiário das 8 horas do dia 9 de Fevereiro, o primeiro-ministro José Sócrates produziu declarações durante o jantar de encerramento da campanha para o referendo.

Num dos excertos, José Sócrates apela ao voto no *Sim* e fá-lo num tom empolgado e apelativo. As declarações do primeiro-ministro são escutadas em Primeiro Plano (PP) sobre uma salva de palmas que se ouve, permanentemente, em Segundo Plano (SP).

“Força PS. (Pausa. Palmas em PP). Muita Força PS. (Pausa. Palmas em PP). Gostaria que todos se empenhassem na campanha para honrarmos a democracia e para fazermos no domingo uma mudança à altura daquilo que Portugal espera do PS. Força PS”.

(TSF, noticiário das 8 horas, 9 de Fevereiro de 2007)

O texto de saída do som, lido pelo repórter, enfatiza a ideia de uma sala cheia, ou pelo menos com muita assistência, que as constantes palmas que se escutam no registo sonoro deixam perceber.

“1500 pessoas aplaudiram entre elas estavam oito ministros do governo socialista”.

(TSF, noticiário das 8 horas, 9 de Fevereiro de 2007)

A utilização de sons captados no tempo e espaço em que decorre a acção atribui à peça radiofónica credibilidade, para além de ajudar a criar ambientes. É um recurso utilizado nos diversos géneros jornalísticos da rádio, mas com particular incidência na reportagem, como nota Mariano Cebrián Herreros:

“A reportagem radiofónica baseia-se no valor documental dos sons da realidade. A rádio procura esses testemunhos como elementos imprescindíveis da reportagem. Ou há documentos sonoros, ou, pelo contrário, não se consegue uma boa reportagem. A reportagem procura sons originais das vozes dos protagonistas e testemunhos com carga emocional que encerram as situações de tragédia ou de explosão de alegria”. (1992:179).

O que estas duas reportagens nos mostram é que os jornalistas da rádio recorrem a um conjunto diversificado de sons e que essas sonoridades enfatizam a mensagem que se pretende fazer passar, criando a redundância positiva de que nos fala Armand Balsébre (2004:127) e que ajuda o ouvinte a criar a sua imagem mental sobre a realidade reportada.

10. Conclusão

Tentámos, ao longo do presente artigo, propor um quadro teórico que nos ajude a perceber como a rádio reconstrói a realidade, sabendo que o faz utilizando apenas o som. Partimos do pressuposto teórico de que as notícias são uma construção social e quisemos articular esse conceito com o discurso jornalístico produzido na rádio portuguesa.

Analísamos um caso que marcou a actualidade informativa em Portugal no início de 2007 e que foi amplamente acompanhado por todos os *media* e, naturalmente, pela rádio.

Verificámos que as rádios estudadas acompanharam com frequência os principais acontecimentos relacionados com a campanha do referendo à Interrupção Voluntária da Gravidez e que o fizeram recorrendo a vários instrumentos que a rádio, enquanto meio de comunicação baseado no som, disponibiliza.

Independentemente do sentido narrativo que a montagem e edição dos sons conferem às notícias, os jornalistas da rádio procuram que as peças que constroem incluam sonoridades captadas directamente da realidade e que esses sons sejam perceptíveis para os ouvintes.

A construção sonora da realidade depende, assim, de três pilares fundamentais: os sons do acontecimento, a construção feita pelo jornalista e a imagem mental criada pelos ouvintes.

O acompanhamento noticioso efectuado pela rádio no caso que analisámos baseou-se numa visão polifónica com o frequente recurso ao olhar dos protagonistas dos acontecimentos, como comprovam os dados obtidos (76% das peças tinham declarações). Desta forma, a rádio portuguesa potenciou uma das vantagens da informação radiofónica que é a de possibilitar que determinados factos ou argumentos sejam expostos de “viva voz” pelos seus protagonistas, credibilizando essa mesma informação.

Numa outra perspectiva de análise, verificámos que só raramente a rádio portuguesa fez uso nas notícias de outros recursos expressivos como a música ou sons de ambiente para a cobertura da campanha do referendo ao aborto. Uma situação à qual não é alheio o facto da reduzida utilização do género reportagem, que mais frequentemente utiliza aqueles recursos.

Estamos, pois, perante uma cobertura que valorizou a palavra dos protagonistas e das fontes de informação. A análise efectuada permitiu-nos determinar que os jornalistas das rádios estudadas construíram o acontecimento “campanha do referendo ao aborto” seleccionando e privilegiando a voz dos políticos, personalidades, já de si, com acesso normal e regular aos meios de comunicação social.

Este cenário tem, a nosso ver, maior pertinência quando se fala de uma campanha sobre um tema que extrapolou o universo político, embora, naturalmente com ele relacionado e para a qual foram constituídos movimentos de cidadãos cuja presença na cobertura radiofónica foi muito reduzida.

Diversos estudos mostram a tendência dos jornalistas para reproduzir a visão daqueles que possuem um acesso normal aos meios de comunicação social Molotch e Lester (1993). Recordemos também Leon Sigal (1973) que analisou os jornais norte-americanos The New York Times e The Washington Post tendo concluído que as informações dos acontecimentos chegam aos jornalistas provenientes sobretudo das fontes oficiais.

Por outro lado, as teorias do jornalismo sublinham que a relevância da personalidade envolvida nos acontecimentos é um importante critério de noticiabilidade (Traquina, 2004; Soengas, 2003; Wolf, 1995).

Michael Schudson (2003) refere que para se compreender o que é notícia é necessário, em primeiro lugar, perceber quem são as fontes de informação. O sociólogo norte-americano conclui que as principais fontes de informação estão ligadas aos governos.

Schudson encontra explicação para este cenário no facto de os *media* necessitarem de notícias em tempo útil que lhes permitam alimentar o dispositivo informativo, caracterizado pela dependência do tempo. Ora, diz-nos Schudson, as fontes governamentais entendem isso e disponibilizam com regularidade informações para os jornalistas.

A interpretação de Schudson faz todo o sentido quando falamos de jornalismo radiofónico, na medida em que o seu dispositivo se caracteriza por apertados *deadlines*. Na rádio, torna-se imprescindível garantir um fluxo informativo de hora a hora, quando não, de meia em meia hora.

O recurso a vozes com acesso normal e regular aos *media* e, mais importante, habituadas a falar para os *media* garantindo “um bom som”, sugere-nos a existência de uma estratégia por parte dos jornalistas no sentido de garantir o cumprimento de tais *deadlines*.

Bibliografia

Arnheim, Rudolf (1986). *Radio*. New Hampshire: Ayer Company Publishers.

A posição da Renascença (2006). Disponível online:

<http://www.rr.pt/InformacaoDetalhe.aspx?AreaId=11&SubAreaId=107&ContentId=188293> [Consultado, 2 de Dezembro de 2006]

Balsebre, Armand (2004). *El Lenguaje Radiofónico* (4ªed.). Madrid: Cátedra.

Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Generos informativos audiovisuales*. Madrid: Editorial Ciencia.

Crisell, Andrew (1994). *Understanding Rádio*. London: Routledge.

Crook, Tim (1998). *International Radio Journalism*. London: Routledge.

Fidel Rodríguez Borges, Rodrigo (2006). *Rádio e Informação – Elementos para el análisis de los mensajes radiofónicos*. Universidad de la Laguna.

Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1993). A Estrutura do noticiário estrangeiro. A Apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In, N. Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*. (1ªed.). Lisboa: Vega. 61-73.

Hall, Stuart et.al. (1993). A produção social das notícias: o *mugging* nos media, In, N. Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*. (1ªed.). Lisboa: Vega. 224-248.

Hendy, David (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.

Mateos Sainz de Medrano, Vicente (2003). *La Rádio: Voz, Sonido e Información*. Madrid: Universidad António de Nebrija.

McLuhan, Marshall (1964). *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix

Medistch, Eduardo (1999). *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva.

Merayo Pérez, Arturo (2002). La Construcción del Relato Informativo Radiofónico. In M.P. Martínez-Costa (Coord.). *Información Radiofónica* (pp.59-96). Barcelona: Ariel.

Molotch, Harvey & Lester, Marilyn (1993). As Notícias como Procedimento Intencional: Acerca do Uso Estratégico de Acontecimentos de Rotina, Acidentes e Escândalos. In, N. Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*.(1ªed.). Lisboa: Vega, 34-51.

Prado, Emili (1985). *Estructura de la Información Radiofónica*. Barcelona: Editorial Mitre.

Rodero Antón, Emma (2002). La Presentation de la Información Radiofónica. In M.P. Martínez-Costa (Coord.). *Información Radiofónica* (pp.195-232). Barcelona: Ariel.

Rodrigues, Adriano Duarte (1995). O Acontecimento. In, N. Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega. 27-33.

Santos, Rogério (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva.

Schudson, Michael (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton & Company.

Sigelman, Lee & Bullock, David (2000). Candidatos, questões políticas, corridas de cavalos e sensacionalismo – A cobertura das campanhas presidenciais de 1888 a 1988. *Comunicação e Linguagens*, 1(27), 109-137.

Sigal, Leon V. (1973). *Reporters and Officials – The Organization and Politics of Newsmaking*, Lexington: D.C. Heath and Company.

Serrano, Estrela (2006). *Jornalismo Político em Portugal – A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*, Lisboa: Colibri.

Soengas, Xosé (2003). *Informativos Radiofónicos*. Madrid: Cátedra.

Traquina, Nelson (2004). *A Tribo Jornalística*. (1ªed.). Lisboa: Editorial Notícias.

Traquina, Nelson et al. (2001). *O Jornalismo em Análise de Casos*. Lisboa: Caminho.

Tuchman, Gaye (1978). *Making News - A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

Vollafañe, J. et al. (1987). *Fabricar Noticias – Las Rutinas Productivas en Radio y Television*. Barcelona: Editorial Mitre.

Wolf, Mauro (1995). *Teorias da Comunicação* (4ªed.). Lisboa: Presença.

Anexo

Protagonistas com declarações nas peças radiofónicas, segundo a posição assumida no som emitido

Protagonista	Posição assumida no som emitido
Ana Roque	Neutral
António Costa	Sim
António Pinto Ribeiro	Sim
Bagão Felix	Não
Beatriz Cabrita	Neutral
Carvalho da Silva	Neutral
Correia de Campos	Sim
Daniel Oliveira	Sim
Fernanda Cândia	Sim
Filipe Anacoreta Correia	Não
Helena Lopes da Costa	Não
Helena Matos	Sim
Isabel Neto	Não
Jacinta Oliveira	Não
Jerónimo de Sousa	Sim
João César Neves	Não
José Manuel Pureza	Sim
José Sócrates	Sim
Laurinda Alves	Não
Lúcia Gomes	Sim
Luís Graça	Neutral
Luís Lopes	Não
Manuela Ferreira Leite	Não
Marcelo Rebelo Sousa	Não
M ^a a José Nogueira Pinto	Não
M ^a Rosário Carneiro	Não
Margarida Neto	Não
Marques Mendes	Não
Matilde Sousa Franco	Não
Médica Sueca	Neutral
Padre Feytor Pinto	Não
Paulo Portas	Não
Pedro Nunes	Neutral
Populares	Neutral
Ribeiro e Castro	Não
Rui Nunes	Neutral