



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

**Jornalismo e entretenimento no rádio: análise do programa Fim de Expediente  
da emissora CBN**

Paula Braga Evaristo

Brasília – Distrito Federal

Junho de 2015



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

**Jornalismo e entretenimento no rádio: análise do programa Fim de Expediente  
da emissora CBN**

Paula Braga Evaristo

Monografia apresentada à banca examinadora da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito para obtenção de diploma no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Nélia Del Bianco

Brasília – Distrito Federal

Junho de 2015

Paula Braga Evaristo

Jornalismo e entretenimento no rádio: análise do programa Fim de Expediente da emissora CBN

Monografia apresentada à banca examinadora da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito para obtenção de diploma no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Banca examinadora:

---

Prof<sup>a</sup> Nélia Del Bianco (orientadora)

---

Prof<sup>a</sup> Ellis Regina Araújo da Silva

---

Prof<sup>a</sup> Fernanda Casagrande Martinelli

---

Prof<sup>o</sup> Sérgio Ribeiro (Suplente)

Junho de 2015

## **Resumo**

Este trabalho traz uma análise sobre a presença e a importância de elementos do entretenimento na definição da pauta e realização do programa Fim de Expediente, da rádio CBN, emissora especializada em jornalismo. Observou-se como as características do veículo de comunicação propiciam a hibridização entre os conteúdos próprios do radiojornalismo e os do entretenimento. Para isso, foi realizada análise qualitativa baseada em referências bibliográficas sobre os gêneros para traçar as características do programa. A partir da investigação foi possível identificar elementos que possibilitam entender quais são os temas mais abordados nos programas, critérios de escolha dos entrevistados, o formato do programa e a maneira como esses fatores colaboram na combinação de entretenimento, informação e interação com a audiência num programa de rádio veiculado em emissora dedicada exclusivamente ao jornalismo.

**Palavras-chave:** jornalismo e entretenimento, radiojornalismo, entretenimento, informação e entretenimento no rádio.

## **Abstract**

This project analyzes entertainment and communication content of Radio CBN's "Fim do Expediente", journalism broadcaster. Specifically through reviewing hybrid content of journalism and entertainment. Qualitative analysis was conducted on gender bibliography definitions to diagnose program content and characteristics. Research focused on themes discussed during radio shows; reasons specific interviewers were chosen; processes to define program structure; contributions of anterior items with the audience; and the interplay between entertainment and information in the journalism broadcaster.

**Keywords:** Journalism and entertainment, radio journalism, entertainment, entertainment and radio information.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura I - Gráfico de presença dos valores nas notícias da amostra .....	50
Figura II - Interação com ouvintes pelo twitter .....	72
Figura III - Interação com ouvintes pelo twitter II .....	73

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO .....	11
2.1	Critérios de noticiabilidade e valores-notícia.....	11
2.2	Informação e entretenimento no jornalismo.....	19
2.2.1	Jornalismo de infotenimento.....	21
2.3	Jornalismo opinativo .....	24
2.3.1	Comentário.....	26
2.4	O entretenimento como valor-notícia .....	27
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	31
3.1	Definição dos critérios de análise .....	31
3.2	Amostra dos programas.....	34
3.3	A análise do objeto.....	34
4	ANÁLISE DO PROGRAMA .....	36
4.1	Política editorial da CBN .....	37
4.2	O âncora .....	38
4.2.1	A função de comentarista.....	39
4.3	A preferência pela interação com o ouvinte/internauta.....	40
4.4	Fim de Expediente .....	42
4.5	Perfil dos apresentadores .....	43
4.5.1	Dan Stulbach .....	43
4.5.2	José Godoy (Zé).....	44
4.5.3	Luiz Gustavo Medina (Teco) .....	45
4.6	Programas.....	46
4.6.1	O entretenimento e a seleção das notícias .....	46
4.6.2	O perfil dos entrevistados.....	50
4.6.3	O entretenimento na linguagem e na plástica do programa.....	54
4.6.4	O jornalismo opinativo associado ao jornalismo de entretenimento .....	63
4.7	A interação com a audiência.....	69
4.7.1	As participações por e-mail e twitter.....	71

5	CONCLUSÃO .....	74
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	76
7	ANEXOS.....	78

## 1 INTRODUÇÃO

As práticas jornalísticas estão diretamente relacionadas com dois segmentos: os fatos e o público. A notícia, elemento central do jornalismo, consiste na construção de relatos sobre os acontecimentos por meio da apuração e do compromisso com valores básicos que caracterizam a produção de qualidade: aquela que tem foco no interesse do público, objetividade, equilíbrio e pluralidade de fontes. O compromisso inicial dos veículos de comunicação é com o interesse do público, ou seja, aquilo que é essencial que o público saiba para formar sua opinião sobre os fatos. É para o público que o jornalismo é feito. Com as mudanças trazidas pela evolução tecnológica na comunicação, a relação entre jornalistas e público deixou de ser uma via de mão única (onde o papel do jornalista acaba quando este entrega o produto informativo ao consumidor). Cada vez mais as demandas do público mostram-se um fator que deve ser considerado em todo o processo de produção das notícias.

Segundo Fabia Dejavite (2006), com o objetivo de satisfazer as exigências deste público, os anos seguintes ao surgimento dos primeiros veículos jornalísticos foram marcados pela mudança de visão das empresas, que passaram a tratar as notícias como mercadorias e a produção dos jornais como um comércio, porém sem perder a função social. O trabalho jornalístico e a notícia transformam-se, assim, na principal matéria-prima deste processo. Nos dias atuais, o conceito de notícia tem passado por mudanças. Para a autora, a preocupação em satisfazer os interesses do receptor tem ganhado mais espaço na atualidade, já que a separação entre entretenimento e informação não faz sentido para o leitor, visto que este procura os veículos de comunicação em seu tempo livre. Para o receptor, a notícia que não é capaz de entreter não é informativa, mas sim enfadonha. Sobre as transformações na produção das notícias, Dejavite (2006) afirma:

“Se não quisermos ser ultrapassados, devemos levar em consideração que o público participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia. Agora, as empresas jornalísticas estão mais atentas ao que é solicitado pelo consumidor e têm transformado a dinâmica da criação das notícias” (DEJAVITE, 2006, p. 68)



Na busca por um novo formato, o jornalismo tem se aproximado do entretenimento em todas as etapas do processo de produção (desde a seleção até a veiculação das notícias), criando produtos híbridos que reúnem informação e entretenimento. O objetivo desta pesquisa foi analisar a utilização do entretenimento em uma produção jornalística de rádio. O programa analisado foi o Fim de Expediente, transmitido pela CBN todas as sextas-feiras, às 18h. O objeto deste estudo não se enquadra nas características dos programas convencionais, sendo um híbrido entre informação e entretenimento inserido na programação de uma emissora dedicada exclusivamente ao jornalismo. Em sua linha editorial, apresentada no Manual de redação da CBN, a emissora evidencia a intenção de estabelecer uma relação próxima com o ouvinte afirmando que “seriedade não é sinônimo de sisudez” (TAVARES (org.), 2011, p. 43).

Comandado pelos apresentadores Dan Stulbach, Luiz Gustavo Medina e José Godoy, o programa tem como proposta realizar um apanhado dos principais acontecimentos da semana de maneira descontraída e bem-humorada. Nesta proposta, os apresentadores fazem comentários sobre as notícias da semana e utilizam linguagem descontraída e plataformas digitais que permitem a participação do ouvinte, como a leitura de comentários enviados por e-mail e *Twitter*. Em cada edição os apresentadores contam com a presença de um convidado, que apresenta informações e comentários sobre a sua área de conhecimento. Normalmente, o entrevistado fala sobre temas como cultura, cinema, gastronomia, literatura, etc. O convidado é entrevistado em uma conversa fluida, da qual o ouvinte é convidado a participar. O fato de que nenhum dos apresentadores é jornalista também contribui e dá mais liberdade para que o programa utilize-se de outros elementos, estabelecendo conexão entre a opinião, a informação e o entretenimento.

O objetivo da análise foi identificar de que forma o entretenimento, a opinião e a informação estão articuladas para a produção de sentido dentro do programa e quais os critérios de noticiabilidade e valores notícias que guiam a seleção dos fatos e convidados no Fim de Expediente. Nesta análise foram identificados os elementos do entretenimento presentes em todo o processo de produção, desde a seleção das notícias a serem comentadas até a linguagem e as plataformas utilizadas na apresentação do programa e como estas características

aparecem associadas ao jornalismo. Para isso, foi necessário entender os conceitos do jornalismo associado ao entretenimento e do jornalismo opinativo, descritos, respectivamente, por Fabia Dejavitte (2006) e José Marques de Melo (1985).

No primeiro capítulo deste trabalho foram revistos os conceitos de noticiabilidade utilizados para estabelecer as rotinas jornalísticas. Visto que são estes os critérios que definem quais informações estão aptas para receberem o tratamento jornalístico e tornarem-se notícia. Neste processo, o entretenimento tem surgido como um importante valor-notícia visto que, contemporaneamente, os valores-notícia tradicionais do jornalismo convivem com outros fatores, como a busca das empresas jornalísticas por abranger o maior número possível de receptores, algumas práticas jornalísticas têm buscado se aproximar de noções do entretenimento no momento de seleção das notícias. Ainda neste capítulo, foram identificados os conceitos e características das produções jornalísticas que unem informação e entretenimento e do gênero jornalístico opinativo, presentes no programa Fim de Expediente.

A metodologia da pesquisa levou em conta a identificação das características dos gêneros, apresentadas no referencial teórico, nos áudios das quatro edições analisadas. A partir da delimitação das características de cada gênero, foi possível identificar como os elementos foram utilizados pelos apresentadores na construção da proposta do programa Fim de Expediente. Por fim, a análise das edições da amostra evidenciou a relação entre os elementos do jornalismo opinativo, a informações e o entretenimento dentro do programa, assim como critérios de noticiabilidade e a utilização de elementos da linguagem radiofônica com o objetivo de estreitar a relação entre os ouvintes, os apresentadores e a informação.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A produção jornalística pode ser identificada pelos gêneros informativos (notícia, reportagem, entrevista, etc.) e opinativos (comentário, editorial, coluna, etc.) que delimitam funções e características de cada estilo de linguagem. O programa Fim de Expediente da Rádio CBN, objeto desta análise, não se encaixa exclusivamente em um único gênero. O programa semanal é uma mescla dos gêneros jornalismo opinativo e de entretenimento. Isso acontece porque, no contexto deste programa, os gêneros jornalísticos não atuam como delimitadores, mas sim como recursos de linguagem que, ao serem combinados, caracterizam outro formato alternativo, de natureza híbrida, diferenciado do tradicional estilo de produção jornalística da CBN.

Por conta das características do programa foi necessário entender os conceitos de noticiabilidade (que definem a pauta de cada edição), dos gêneros jornalísticos envolvidos, e o que caracteriza o entretenimento, assim como os elementos da linguagem radiofônica.

### **2.1 Critérios de noticiabilidade e valores-notícia**

A notícia é a unidade essencial ao jornalismo. A própria profissão e as práticas jornalísticas são construídas em torno das características que identificam quando um acontecimento conquista o status de notícia. Segundo Nelson Traquina (2005), as definições de notícia pelos próprios jornalistas não são aprofundadas e não passam de citações como “aquilo que acontece”. Na tentativa de delimitar o conceito de notícia, o autor descreve que o mundo jornalístico tem como referência a noção de normalidade. Assim, tudo o que foge à normalidade tem possibilidade de conquistar a condição ou o status de notícia.

As notícias presentes nos veículos jornalísticos são resultado dos processos de apuração e seleção dos jornalistas. É esperado que, uma notícia de qualidade, atenda a quatro critérios fundamentais: novidade (deve conter

informações novas, que não repitam as já conhecidas), proximidade (um fato gera mais interesse quando acontece próximo do receptor, quando implica diretamente na vida do público), relevância (acontecimentos corriqueiros não são interessantes. A notícia deve ser importante) e repercussão (um acontecimento atrairá a atenção do público quando for muito grande ou muito pequeno). A partir desses conceitos que caracterizam o que é a notícia, é possível concluir que é digno de tornar-se notícia tudo aqui, ou seja, aqueles fatos ou acontecimentos que têm relação direta com o interesse do público.

É função do jornalista identificar quais as notícias que terão capacidade de atender ao interesse do público e organizar as informações apuradas, hierarquizando e aprofundando no que é fundamental. O cuidado e o aprofundamento no processo de apuração, com o objetivo de buscar a veracidade das informações é que diferenciam a produção jornalística de outros relatos como, por exemplo, aqueles postados por pessoas em redes sociais, blogs, etc. Na maioria das vezes, nestes não há elementos que comprovem a informação, que assegurem que algo é verdade. O jornalista conta com a fé do público no compromisso estabelecido com a verdade sobre o fato, sendo que as técnicas de apuração são o mecanismo para separar o que é notícia e o que não passa de boato ou informação inverídica.

Diante da quantidade de emissores de informação nos dias atuais (o próprio público é um emissor de informação que pode tornar-se notícia), os jornalistas enfrentam outra questão: como selecionar o que é notícia para determinado público levando em consideração o aumento substancial da quantidade de informação disponível? A informação, elemento central que permite construir as notícias, passa por critérios de seleção que definem quais acontecimentos têm condições para receberem o tratamento jornalístico e se tornarem notícia. Para definir e selecionar os acontecimentos que tem potencial noticioso e merecem passar pelo processo de apuração os jornalistas utilizam critérios de noticiabilidade, nos quais estão inclusos os valores-notícia.

Os critérios de noticiabilidade estão presentes na rotina de produção dos jornalistas e são aspecto fundamental da cultura profissional. São os critérios de

noticiabilidade que, aplicados pelos jornalistas, definem quais acontecimentos e histórias serão noticiados. O autor Mauro Wolf define o conceito de noticiabilidade:

(...) corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2008, p. 196)

A noticiabilidade está relacionada à probabilidade do fato ser divulgado. Para ser elevado à condição de notícia, o acontecimento deve apresentar atributos compatíveis com os valores-notícia. São os valores-notícia que sugerem o que deve ser realçado ou omitido.

Os processos de seleção da informação ocorrem em diferentes níveis da produção jornalística. Segundo Michael Kunczik (2002), as notícias podem passar pelos critérios de seleção do repórter, do editor ou pelo crivo editorial do proprietário do veículo. Para Nelson Traquina (2005, p. 63), “os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento ou assunto é susceptível de se tornar notícia e, por isso, possuindo valor-notícia”. Esses critérios de seleção e noticiabilidade são compartilhados pelos profissionais e ajudam a sistematizar a seleção das informações e sistematizam a produção jornalística. Os valores-notícia somente adquirem significado quando inseridos na rotina produtiva jornalística em conjunto com outros critérios de noticiabilidade, atuando de maneira complementar e hierarquizada.

Apesar de servirem como guia para a produção do que é noticiado, os valores-notícia não são responsáveis por engessar a produção jornalística. Assim como faz Traquina, o autor Mauro Wolf (2008) destaca que a definição dos valores-notícia não torna o processo de definição das notícias mais rígido. O autor afirma que:

Por conseguinte, é falacioso representar o processo de seleção como uma escolha rígida, sem margens, preordenada, vinculada a critérios fixos. Estes últimos certamente encontram-se presentes – justamente os valores notícia e outros elementos de produção –, mas a sua relevância é sempre complementar a uma avaliação complexa, que busca definir um ponto de equilíbrio entre múltiplos fatores. (WOLF, 2008, p. 205)

Assim, os valores-notícia tornam possível a repetitividade de procedimentos na rotina jornalística e permitem a definição quase que automática do

que é ou não notícia, mas a seleção dos acontecimentos que serão publicados ainda apresenta caráter subjetivo.

Outra característica dos valores-notícia apontada por Wolf (2008) é a atuação de maneira conjunta, a aplicação em cachos. Deste modo, uma notícia pode estar apoiada em mais de um critério de noticiabilidade. São as diversas combinações entre os valores-notícia que dão força para que um acontecimento seja classificado como apto para de ser noticiado.

Apesar de servirem como guia para a produção, é inevitável relacionar os principais valores-notícia que foram consagrados e são frequentemente utilizados na seleção das notícias. O autor Mauro Wolf (2008) afirma que os critérios de noticiabilidade derivam das características do conteúdo das notícias (valores substantivos), dos critérios relativos ao meio, ao produto informativo e a disponibilidade de material, e os critérios referentes ao público e à concorrência.

Os critérios de seleção substantivos são aqueles relacionados com a importância e ao interesse da notícia. Assim, há características nos acontecimentos que geram mais possibilidades de que este seja noticiado. O primeiro conjunto de valores-notícia substantivos relacionados à importância do acontecimento destacado por Wolf (2008) são aqueles referentes ao nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento. Os fatos que estão relacionados com pessoas que ocupam altos cargos ou instituições governamentais, por exemplo, tendem a ter mais visibilidade. Assim, o acontecimento é avaliado em relação aos indivíduos envolvidos e a relevância e grau de destaque destes dentro da sociedade. Outro fator substantivo dos acontecimentos é o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional. Para adquirir importância no noticiário, o fato deve ser significativo aos interesses do país. Este valor está ligado ao critério de proximidade, no qual uma notícia torna-se mais interessante quando o fato aconteceu em local geograficamente próximo ao público. A quantidade de pessoas que o acontecimento envolve também interfere na importância. Os jornalistas preferem aqueles acontecimentos que envolvem, de fato ou potencialmente, o maior número de pessoas. Esse valor notícia também é aplicado juntamente com a proximidade do fato. Assim, um acidente envolvendo uma grande quantidade de pessoas em outro continente pode não ser tão notável quanto um acidente que envolva um número

menor de pessoas nas proximidades do público. Por último, os critérios substantivos de importância levam em conta a relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros. Neste caso, eventos que terão ação prolongada e desdobramentos também ganham importância. Os critérios substantivos também estão relacionados à imagem que o jornalista tem sobre o interesse do público. Neste caso, as avaliações são subjetivas e estão relacionadas ao entretenimento que o acontecimento é capaz de causar no público. Assim, correspondem a esse critério de noticiabilidade os acontecimentos curiosos, as histórias de interesse humano ou de feitos excepcionais e heroicos.

As características do produto informativo e a disponibilidade de material também fazem parte dos critérios de noticiabilidade. A seleção das notícias acontece de acordo com o material que está ao alcance dos jornalistas e com possibilidade técnica de apuração e produção da notícia. Para o rádio e a televisão, por exemplo, o jornalista deve estar atento à limitação do tempo, à brevidade da notícia. Outro valor notícia relativo ao produto é a apresentação de novidades. É característica própria dos veículos jornalísticos serem delimitados temporalmente. Assim, as notícias são selecionadas de acordo com a periodicidade do veículo (um jornal diário levará em conta o que aconteceu nas 24 horas antes da impressão). O que não é novo perde a importância. Além deste, a qualidade da história também é um valor de noticiabilidade relativo ao produto. Para as notícias televisivas, por exemplo, a capacidade de ilustração da ação de modo visual, o ritmo, a apresentação de todos os pontos de vista, a clareza na linguagem e a obediência aos padrões técnicos são fatores que definem se a informação será transformada em notícia. O último valor de seleção relacionado ao produto é o balanceamento do noticiário, a composição de produtos equilibrados em seu conjunto. Um exemplo disto é a transmissão de notícias relacionadas à política: o espaço dedicado à cobertura informativa sobre um partido deve ser repetido na cobertura dos demais.

Em relação às propriedades dos meios de comunicação, a capacidade de apresentação de um bom material, que atenda as características técnicas próprias do veículo também é fator de seleção. Na produção televisiva, a notícia tem que ser capaz de gerar material visual. No rádio, as boas sonoridades e a capacidade que o fato tem de ser visualizado por meio da descrição também são exemplo deste valor de

seleção. O segundo valor-notícia relacionado ao meio é frequência do acontecimento. Assim, eventos pontuais, que ocorrem com pouca frequência estão mais propícios a serem noticiados. Por último, o valor-notícia do formato refere-se aos limites de espaço e tempo dos veículos de comunicação. Uma notícia não será noticiada caso não seja concludente, a não ser que esteja abrigada por outros valores-notícia. A preferência é pelas histórias que possuem abertura, desenvolvimento e fechamento.

Os jornalistas compartilham uma visão do público que também influencia nos valores de noticiabilidade, visto que o interesse do público é o medidor do que deve ser incluído no noticiário. Deste modo, os valores-notícia referentes ao público estão relacionados com os valores substantivos de interesse apresentados pelo acontecimento. São exemplos de fatos enquadrados nesses valores as notícias que causam identificação no leitor/espectador/ouvinte, notícias de serviço e as notícias leves, com histórias que despertam interesse.

A última categoria de valores-notícia destacada por Wolf (2008) são os valores relativos à competição entre os veículos noticiosos. A concorrência gera expectativas recíprocas. Uma notícia pode ser selecionada por gerar a expectativa de que os outros veículos também irão veiculá-la. Nenhum veículo de comunicação tem o desejo de ser passado para trás e não noticiar algo que o concorrente está noticiando, o que tende a homogeneizar as notícias dos diversos veículos. Além disso, uma informação que é de conhecimento de apenas um veículo (o furo de reportagem) também tem valor agregado no momento de definição do noticiário.

O autor Nelson Traquina (2005) também utiliza as distinções de grupos de valores-notícia apontados por Wolf e pontua os principais valores. Segundo ele, são valores-notícia de seleção substantivos: a morte, a notoriedade (importância do ator principal do acontecimento), a proximidade geográfica com acontecimento, a relevância (importância do acontecimento para o público), a novidade, o fator tempo (um acontecimento atual pode servir de gancho para outras notícias sobre o assunto, ou justificar a noticiabilidade de um acontecimento semelhante no passado), a notabilidade (a capacidade do fato de ser visível ou notado), o inesperado (fatos que surpreende, vão contra as expectativas) conflito ou controvérsia (discussões, violência física), a infração (crimes cometidos, a



transgressão de regras) e o escândalo. Os valores substantivos englobam ainda os critérios contextuais, que estão relacionados ao processo de produção das notícias. São eles: a disponibilidade (a possibilidade de fazer a cobertura sobre o acontecimento), o equilíbrio (a quantidade de notícias já existentes sobre o assunto ou acontecimento), a visualidade (aplicável principalmente às notícias televisas. Refere-se à disponibilidade de material visual sobre o acontecimento), a concorrência (a vontade das empresas em noticiar o furo de reportagem) e o dia noticioso (a capacidade do acontecimento de se destacar entre outros fatos).

Os demais valores pontuados por Traquina (2005) pertencem ao grupo dos valores-notícia de construção. São esses valores que atuam dentro do acontecimento, definindo quais elementos devem ser incluídos e ganhar destaque na notícia. O primeiro valor destaque pelo autor neste conjunto é a simplificação, que se refere à capacidade do acontecimento de ser compreendido. Uma notícia que pode ser compreendida facilmente é melhor do que um acontecimento complexo, ambíguo. Outro valor-notícia de construção é a amplificação. Quanto mais amplificado um fato é (em sua natureza ou nas consequências), mais possibilidades a notícia tem de ser notada.

A relevância também aparece entre os valores-notícia de construção. Aqui, a notícia deve ter a função de demonstrar o significado do fato para o público. Por fim, são destacados os valores de personalização (nível de identificação do público com o acontecimento) e dramatização (reforço do lado emocional do fato).

É necessário destacar que nem todos os valores-notícia citados tem a mesma importância. A relevância e aplicação de cada critério de noticiabilidade dependem da natureza e características do acontecimento. A transformação de um fato em notícia é resultado da ponderação relativa desses critérios de noticiabilidade dentro das rotinas de produção.

Apesar de alguns valores-notícia terem permanecido e sido consagrados dentro da produção jornalística, estes também estão suscetíveis a mudanças de acordo com a época, não permanecendo sempre os mesmos. Exemplo disto é o

surgimento dos *fait divers* e da *penny press*<sup>1</sup>, que nas primeiras aparições da imprensa passaram a valorizar mais os fatos em detrimento da opinião. Tal mudança acontece para atender aos interesses do público da época no recente meio de informação. O autor Nilson Lage (2008) afirma que os *fait divers* tem por diferencial o fato de serem interessantes por si mesmos. Lage explica que:

Quando se escreve que alguém matou a mulher com uma corda de violão ou que um bispo foi preso em um cabaré, pouco importa o assassino, a vítima, qual o bispo, onde e como isso ocorreu. O interesse está na contradição entre o crime e a arma, ou entre a respeitabilidade do religioso e a natureza do lugar onde foi preso. (LAGE, 2008, p. 58)

Ainda segundo o autor, as notícias relacionadas com fatos insólitos (como as apresentadas nos *fait divers*) elevam a taxa de informação da notícia. Assim, este conceito é colocado de maneira inversamente proporcional à probabilidade de um evento -- quanto mais improvável um acontecimento é, maior é a sua taxa de informação. Outros fatores importantes na retórica do jornalismo são a identificação e empatia do público com a informação. Para Lage (2008, p. 62), a empatia e identificação com personagens e contextos são tão forte que “interfere em critérios jornalísticos fortemente assentados, como a atualidade e a proximidade. Por exemplo: a descoberta de um romance envolvendo personagens bíblicos seria notícia ainda hoje”. A transformação desse tipo de relato em notícia parte do pressuposto de que, por exemplo, todos os pais se identificam com o pai de uma criança sequestrada. O mesmo aplica-se as notícias sobre pessoas notáveis, personagens que representam estereótipos sociais, etc.

Num contexto onde o público está interessado em consumir produtos informativos que causem empatia e identificação, o interesse do receptor no processo de definição do que é notícia torna-se cada vez mais presente. Além disso, a notícia como produto mercadológico e o jornal como empresa também dependem do interesse do público para existirem. Leonel Azevedo de Aguiar (2008, p. 20), em seu artigo *Entretenimento: valor-notícia fundamental*<sup>2</sup> destaca que “para assegurar fartas verbas publicitárias, os jornais precisam constantemente atingir uma alta

---

<sup>1</sup> Os *fait divers* traziam relatos fantásticos, impressionantes. Eram temas constantes celebridade, curiosidades, escândalos. Esse relatos são sucedidos pela *penny press*, termo introduzido por Roland Barthes, em 1964, para  
<sup>2</sup> AGUIAR, Leonel Azevedo de. *Entretenimento: valor-notícia fundamental*. In: Revista Estudos em Jornalismo e mídia. Ano V – nº 1. p. 13-23, 2008.

vendagem, ampliando constantemente seu público através de estratégias comunicacionais”.

Assim, contemporaneamente, os valores-notícia tradicionais do jornalismo convivem com outros fatores que atuam na escolha dos critérios de noticiabilidade, ganhando destaque, principalmente, aqueles associados ao interesse do público. Estas mutações tem como base a visão do jornalismo como mercado e tem como objetivo adequar o produto ao desejo dos consumidores. Com o objetivo de abranger o maior número possível de receptores, algumas práticas jornalísticas têm buscado se aproximar de elementos próprios do entretenimento (bastante difundido e valorizado pelo público).

## **2.2 Informação e entretenimento no jornalismo**

Não se sabe ao certo quando os primeiros elementos do entretenimento começaram a aparecer no jornalismo, mas segundo Fabia Dejavite (2006), é provável que os jornais impressos tenham sido os primeiros meios de comunicação pelo qual o entretenimento se difundiu. A introdução do entretenimento no meio impresso já podia ser vista na Europa do século XVII com, por exemplo, a propagação dos romances de temas extraordinários, insólitos, de celebridades, e que envolviam o ilegal, a calamidade e a morte relatados nos *fait divers*, citados anteriormente. O relato do fato dramatizado por meio deste modelo é um dos primeiros acontecimentos do entretenimento no jornal impresso. Neste início, uma das características que esse tipo de veículo oferece é uma informação mais diversificada e atraente, que apresenta desde assuntos de celebridades até o relato sensacional.

Inicialmente, o jornalismo dividiu-se entre os gêneros informativo e opinativo, mas a transformação dos veículos de comunicação em empresas rentáveis trouxe novas demandas que foram supridas por outros formatos nos veículos impressos. José Marques de Melo afirma que:

Se historicamente predominam essas duas categorias no jornalismo – o informativo e o opinativo – contemporaneamente elas convivem

com categorias novas que correspondem às mutações experimentadas pelos processos jornalísticos (...), onde o jornalismo torna-se cada dia mais um negócio poderoso e suas formas de expressão buscam adequar-se aos desejos dos consumidores ou equiparar-se aos padrões das mensagens não jornalísticas que fluem através dos mass media. (MELO, 1985, p. 17)

Apesar da presença do entretenimento no jornalismo desde o surgimento dos primeiros veículos, ainda há pouco consenso de pesquisadores em relação ao formato que une os dois. Vários termos foram já empregados na tentativa de definir o conteúdo produzido por este tipo de jornalismo. Em uma primeira tentativa de classificar este tipo de conteúdo surgiu o termo jornalismo diversional, ao qual José Marques de Melo (1985) faz referência.

O jornalismo diversional (...) engloba aqueles textos que, fincados no real, procuram dar um aparência romanesca aos fatos e personagens captados pelo repórter. Entre os gêneros que integram o jornalismo diversional estão as histórias de interesse humano, as histórias colorida, os depoimentos, etc. (MELO, 1985, p. 22).

Ainda segundo o autor, o interesse do leitor neste tipo de produção jornalística estaria menos ligado à informação em si do que ao estilo da redação, à capacidade de despertar o interesse estético.

O conceito do jornalismo diversional não se apresenta como o mais adequado para definir os produtos que reúnem informação e entretenimento. Isto porque, nesta categoria, são incluídos de maneira errônea elementos que não fazem parte da produção jornalística (como, por exemplo, as palavras cruzadas disponibilizadas por alguns veículos). A classificação leva em conta todos os elementos que estão nos veículos de comunicação e causam entretenimento, sem distinguir o que é produto jornalístico do que é publicidade ou entretenimento puro. É necessário estar ciente de que nem tudo o que está presente nos meios de comunicação é produto da informação trabalhada jornalisticamente, mas que elementos do entretenimento podem ser inseridos dentro do processo de produção jornalística para que a notícia tenha maior capacidade de atrair o receptor.

A definição que parece mais adequada para caracterizar as produções jornalísticas desta categoria é a do jornalismo de entretenimento, também conhecida pelo neologismo infotenimento (informação + entretenimento). Podem ser inseridas no jornalismo de entretenimento as matérias sobre cultura, gastronomia, turismo,

variedades. Mas o entretenimento também se encontra presente em publicações sobre outros temas, que tem, cada vez mais, procurado introduzir elementos que atuem em conjunto com a informação no trabalho de entreter o público por meio do conteúdo.

Justamente pelas temáticas que engloba muitas vezes o jornalismo de infotenimento é visto com um subproduto dentro do gênero jornalístico, quando, na verdade, apresentam-se como a busca pela sintonia com as demandas da audiência. Assim, a boa informação jornalística não precisa necessariamente assumir o formato sem humor, pesado e sério. É indiscutível a presença do entretenimento na vida da sociedade e, a inclusão deste elemento nas produções diárias dos veículos de comunicação tem como resultado atrair um público maior e mais atento para o conteúdo, o que não significa, necessariamente, diminuir o seu valor informacional.

Ao definir conceitos do jornalismo de entretenimento, o autor Michael Kunczik (2002) destaca que não é raro que este tipo de jornalismo seja destacado como cultura de massa nos meios de comunicação. Esta visão, segundo o autor, está associada à visão depreciada que o jornalista tem do público e à imagem de que o que é divertido não é informativo. Logo, se os leitores desqualificados procuram por entretenimento, não há saída senão “dar entretenimento ao leitor e descer ao seu nível”. Tal conceito também se mostra errôneo, visto que, para o receptor, o contrário do entretenimento é o tédio. O que não consegue entreter ou despertar o interesse não se torna de conhecimento do público e, por isso, não cumpre a função essencial de passar informação.

### **2.2.1 Jornalismo de infotenimento**

Segundo Fabia Dejavitte (2006), o jornalismo de infotenimento reúne as matérias que tem a capacidade de entreter por meio da informação ou informar entretendo. A autora afirma que:

Tradicionalmente, sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar a opinião pública sobre o que acontece no mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no mundo externo, no campo social. O entretenimento, entretanto, destinou-se a explorar a

ficção, chamar a atenção e divertir as pessoas. Contudo, a chegada do jornalismo de infotimento tem contestado essa ideologia dominante da prática jornalística que, aos poucos, terá de ser mudada. Nessa especialidade uma mesma matéria pode muito bem informar entretendo ou, então, entreter por meio da informação. (DEJAVITE, 2006, p. 3)

Analisando-se o infotimento como gênero dentro da produção jornalística, é difícil traçar uma delimitação nítida para as matérias e conteúdos que podem ser considerados dentro do gênero, visto que o conceito é híbrido e engloba toda a produção que associa informação e entretenimento. Apesar disso, o gênero pode ser visto claramente na cobertura de assuntos como estilo de vida, celebridades, esporte, carros, viagem, artes, gastronomia, moda, beleza, filmes e cultura, entre outros. Alguns elementos que se mostram presentes no jornalismo de entretenimento são, por exemplo, o sensacionalismo, a personalização, a dramatização de conflitos e, nos veículos impressos, também o uso de fotos, infográficos, tabelas e outros recursos.

Nos meios impressos, esses elementos são evidentes na presença de textos leves e atraentes, que introduzem o leitor diretamente ao assunto por meio de uma linguagem coloquial e fluente. Deste modo, o leitor não apenas lê a notícia, como também interage com ela. Além disso, há também a utilização de diagramação dinâmica, estímulo à capacidade de distração, às curiosidades e o foco na capacidade de se identificar com a notícia e na dramatização dos conflitos. Este tipo de jornalismo é comumente visto em editoriais mais leves, como esportes, celebridades, cultura, entre outras, mas tem sido comumente aplicada em temáticas como política e economia, visto que os textos extremamente densos são pouco atrativos e lidos por um público bastante restrito. Ao produto do jornalismo de entretenimento foi dado o nome de notícia *light*<sup>3</sup>.

Este tipo de jornalismo ainda engatinha em algumas mídias, enquanto em outras já é experimentado com formatos bastante reconhecidos pelo público. Na cobertura televisiva, por exemplo, este conteúdo ganha espaço quando propõe a participação e vivência do repórter nas matérias produzidas ou pede a participação do telespectador na história por meio da dramatização do acontecimento. Deste

---

<sup>3</sup> As notícias *lights* são aquelas que, atendendo a demanda do consumidor, informam, distraem e trazem uma formação sobre o conteúdo veiculado.

modo, enquadram-se como jornalismo de infotimento aqueles programas de reportagem que exploram a fundo uma única temática ou iniciativas que buscam introduzir o repórter no ambiente do personagem da reportagem, por meio de vivência e experiências. Esse tipo de programa tem ampla relação com o campo das sensações e, por esse motivo, tem também a função de entretenimento para o telespectador, além da função jornalística em si.

Nas mídias digitais, o entretenimento está ainda mais imerso na informação, visto que este meio proporciona ainda mais interatividade por conta da capacidade do meio de comunicação de apresentara mais elementos ao público e da maior velocidade de mudança de um conteúdo para o outro. Na internet, por exemplo, é ainda mais difícil delimitar as fronteiras entre informação e entretenimento. Muitas vezes, portais destinados à informação também apresentam conteúdos exclusivos de entretenimento e o contrário também acontece, tendo os locais de entretenimento também absorvido parte do conteúdo das notícias. O conteúdo veiculado por meio de vídeos, infográficos, imagens interativas e *hiperlinks*<sup>4</sup> juntamente com as notícias – que estão rendidas ao entretenimento devido ao meio em que estão inseridas, apresentando textos mais curtos e coloquiais e temáticas mais leves. Assim, o principal objetivo do jornalismo de infotimento é informar, mas também é entreter.

Esta máxima também pode ser aplicada para o noticiário produzido no rádio. Visto que o rádio lida ainda mais com as sensações do ouvinte, a noção de entretenimento do jornalismo neste meio de comunicação deve estar ainda mais trabalhada a fim de transmitir informações que sejam de interesse ao maior número de pessoas possível. Por conta de suas características como veículo de comunicação, o rádio tem na linguagem e na própria figura do locutor os elementos propícios para levar ao entretenimento. A informação jornalística no rádio, quando inserida em programas comandados por um âncora, normalmente vem acompanhada da opinião do apresentador, que dirige o noticiário com o objetivo de estabelecer nexos e explicar a relevância do fato para o ouvinte. Assim, a palavra falada tem potencial para tornar o processo informativo um diálogo com no qual o público é inserido, sente-se próximo ao interlocutor. Assim, no rádio, os elementos

---

<sup>4</sup> Partes usadas na construção de páginas em meios digitais destinadas para elementos clicáveis, em forma de texto ou imagem, que levam a outras partes de um sítio ou para recursos variados.

do entretenimento aparecem associados à linguagem da informação e à opinião do âncora/apresentador.

### **2.3 Jornalismo opinativo**

O jornalismo opinativo é, dentro dos gêneros jornalísticos, aquele responsável por explicar as notícias e as consequências ao público. Deste modo, os textos de opinião, independentemente do veículo no qual estão inseridos, tem como característica o estabelecimento de uma relação com o ouvinte, a criação de vínculos. Nos veículos de rádio, a opinião está presente na maior parte do noticiário, sempre acompanhando e estabelecendo o sentido entre os fatos. Nas emissoras que trabalham com a presença constante do âncora no noticiário, a opinião aparece quase que com a mesma frequência que a notícia. É função do âncora narrar, anunciar ou comentar as notícias que serão transmitidas, assim como chamar repórteres que entram ao vivo na programação. Assim, nessas emissoras a opinião e a notícia atuam de maneira intercalada (o apresentador relata o fato e ele mesmo, ou um especialista, repassam ao ouvinte os pontos de vista e opiniões sobre os acontecimentos). Ao descrever os programas que reúnem opinião no rádio, Luiz Artur Ferrareto (2001), afirma que:

O lado opinativo do apresentador predomina, tornado-se a atração principal, secundada por comentaristas e mesmo repórteres. Constitui-se por si só em uma visão quase pessoal da realidade, cujo sucesso está vinculado às polêmicas geradas pelo condutor do programa. (FERRARETO, 2001, p. 56)

Por ser elemento central na produção jornalística do rádio, é necessário entender quais as principais características deste gênero jornalístico. Segundo José Marques de Melo (1985), os gêneros jornalísticos podem ser classificados por dois critérios: a intencionalidade e a natureza estrutural do relato. Nos critérios relativos à intencionalidade destacadas as produções que fazem um relato objetivo do fato. Por definição, considera-se jornalismo opinativo a categoria que reúne os textos jornalísticos que tem a intenção de fazer uma leitura da realidade, e não um retrato objetivo dela. O gênero opinativo está presente nos primeiros relatos do surgimento da imprensa. Segundo descreve Melo (1985), o jornalismo iniciado na França, por



exemplo, adéqua-se inicialmente ao gênero opinativo, apresentando relatos de natureza eminentemente política e crítica dos fatos. Durante a maior parte do século XIX, a atividade apresenta-se comprometida com a difusão de ideias e caracterizada quase que exclusivamente com a apresentação de opiniões.

Atualmente, as produções do gênero opinativo ocupam espaço nobre entre as produções jornalísticas. São eles que apresentam as consequências dos fatos e trazem ao receptor a opinião do emissor, cumprindo a função de oferecer argumentos para a formação de um pensamento crítico. Assim como os valores-notícia, a opinião está presente em toda a rotina produtiva da empresa e do jornalista. A emissão de opinião não aparece exclusivamente nas produções classificadas dentro do gênero opinativo. Exemplo disto é o processo de seleção das informações que serão divulgadas pelo veículo. Este momento corresponde à opinião da empresa e faz parte da linha editorial, da opinião do veículo jornalístico. Deste modo, a opinião mostra-se presente até mesmo nos gêneros informativos.

As produções explicitamente opinativas são divididas por Melo (1985) em relação ao formato e a natureza estrutural do relato. O autor define oito categorias dentro do gênero opinativo, que são marcadas pela natureza do emissor, ou seja, de onde vem a opinião. São elas: o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta.

No rádio, a programação de cada emissora é organizada de maneira a atingir o objetivo ao qual esta se propõe. Nas emissoras que se dedicam ao jornalismo durante toda a grade, a programação adota o formato linear, no qual “os programas no seu conjunto, mesmo que com características próprias, seguem uma linha semelhante” (FERRARETO, 2001, p. 59). Nas emissoras brasileiras, observa-se a predileção por programas que intercalem notícias e opinião dos apresentadores/âncoras na forma de comentário. Este é inserido, normalmente, pelo apresentador. Ele é o responsável por coordenar a entrada dos repórteres e, após a transmissão da notícia, dizer ao ouvinte os possíveis desdobramentos do acontecimento. Em alguns programas, o comentário também é feito sobre a opinião e debate com especialistas.

Por conta de sua presença massiva na produção jornalística do rádio e na emissora na qual o objeto de estudo é veiculado, para este trabalho serão destacados os conceitos e características atribuídos às produções opinativas enquadradas no formato de comentário.

### 2.3.1 Comentário

Assim como o editorial é caracterizado por apresentar a opinião da empresa, o comentário surge com o objetivo de determinar o espaço de opinião do jornalista. A principal característica do comentário é a de fornecer uma explicação das notícias, apresentando seus alcances, circunstâncias e consequências dos acontecimentos ao público. O ofício do comentarista é, justamente, estabelecer o nexos que relaciona os fatos e apresentá-los ao receptor com o objetivo de oferecer pontos de vista para auxiliar a formação da opinião. O autor José Marques de Melo destaca que:

O comentário atendeu uma exigência de mutação jornalística que se processou através da rapidez na divulgação das notícias (rádio e televisão). (...) O comentarista é, geralmente, um jornalista com grande experiência e tirocínio que acompanha os fatos não apenas na sua aparência, mas possui dados sempre disponíveis ao cidadão comum. (...) É um profissional que possui farta bagagem cultural, e, portanto tem elementos para emitir opiniões e valores de credibilidade. (MELO, 1985, p. 85)

Deste modo, uma das características do comentário é que o jornalista responsável torna-se referência para o público, criando vínculo com os ouvintes. Ele é o responsável por oferecer uma visão crítica e contextualizar o público sobre as consequências dos fatos narrados pelas notícias.

A partir da figura do comentarista e das definições da função do comentário é possível estabelecer características ao formato. Por analisar fatos que já são de conhecimento do público e já foram objeto de notícias, o comentário apresenta continuidade, desenrola-se conforme a sequência dos acontecimentos. Assim, o comentário está sempre vislumbrando as consequências, os desencadeamentos que podem surgir a partir de um fato. Outra característica presente na construção do comentário é a angulação no imediato. O comentário é

desenvolvido a partir dos fatos traçados até o presente. Assim, raramente é conclusivo. Logo, os fatos que darão continuidade aos acontecimentos anteriores podem refletir em mudanças na angulação do comentário.

No rádio, o comentário é o formato jornalístico que estabelece maior vínculo com o ouvinte, visto que o apresentador cria uma relação direta com o público. É por meio do jornalismo opinativo no formato de comentário que o veículo de comunicação auxilia na formação da opinião do público, fazendo da figura do comentarista uma referência. Por causa desta relação, o interesse do público nas notícias que serão comentadas também é uma preocupação no momento de seleção da pauta do comentarista. Uma notícia que não é interessante para o público, conseqüentemente, não irá gerar um comentário capaz de entretê-lo.

#### **2.4 O entretenimento como valor-notícia**

No jornalismo atual, observa-se cada vez mais a busca por combinar entretenimento e o interesse do público. Esta presença está evidente, por exemplo, nos portais noticiosos que, cada vez mais tem integrado outros elementos (música, vídeos, hiperlinks) às notícias, visto que o público parece ter maior interesse em acompanhar o noticiário que não cumpre somente a função de informar, mas também diverte. Em outros veículos de comunicação, a relação entre o jornalismo e o entretenimento também se mostra presente: na televisão, os programas com notícias sobre esporte, por exemplo, utilizam-se de linguagem coloquial, mais próxima ao espectador, e também do humor. Os veículos impressos buscam a utilização de imagens e gráficos para ilustrar as notícias e, o rádio, apropria-se dos elementos da sonoridade, da fala e da interação pela internet para estabelecer, em vez de uma via de mão única, uma conversa com o público. A aproximação entre o entretenimento e as práticas jornalísticas permite, cada vez mais, identificar o surgimento de um novo valor notícia.

Segundo Michael Kunczik (2002), os valores utilizados na seleção das informações estão relacionados com a busca dos jornalistas por atender as suposições intuitivas que os profissionais fazem daquilo que interessa ao público,

àquilo que chamará a atenção. O autor Mauro Wolf (2008) também assume que os critérios de seleção das notícias estão relacionados não somente ao produto informativo, ao meio e à concorrência, mas também ao público. Assim, as notícias capazes de atender ao interesse do público ganham destaque no processo de seleção das notícias. O autor afirma que “interessantes são as histórias que buscam dar ao evento uma interpretação baseada no lado do interesse humano, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção”. (WOLF, 2008, p. 213).

A capacidade de entreter o público tem tamanho espaço na produção de notícias que é apontada por alguns teóricos da área como uma das funções do jornalismo. Segundo Fraser Bond (1962, apud MELO, 1985, p. 17) “o jornalismo tem quatro razões de ser fundamentais: informar, interpretar, orientar e entreter. Paralelamente ao seu propósito sério de informar, interpretar e moldar opiniões, o jornalismo dedica um esforço crescente a sua função de entreter”.

Para Fabia Dejavite (2006), o entretenimento ganha espaço na produção jornalística porque o lazer já é um valor para o público, assim como outros fatores, como a agilidade da informação e a valorização do conhecimento. A ascensão deste valor acontece no período pós-revolução industrial quando, com mais tempo disponível podendo ser dedicado ao lazer, o entretenimento torna-se parte fundamental do dia-a-dia do indivíduo e ganha espaço na vida da sociedade. É neste momento que surge a valorização, por exemplo, da arte e do conhecimento. Estes aspectos passam também a serem vistos como virtudes agora disponíveis ao alcance de um grupo maior de indivíduos dentro do convívio social. Segundo Neal Gabler (1999), neste momento o entretenimento torna-se tão importante na vida do indivíduo que, qualquer coisa que não leve ao prazer, tem a tendência de ser desprezada e substituída. O autor destaca que a utilização do cinema pela sociedade para moldar os ideais e padrões de vida americana é a afirmação explícita da imersão do entretenimento na realidade, acabando a vida por virar o próprio meio do entretenimento.

A capacidade da produção jornalística de entreter passa a ser um valor-notícia fundamental para manter o interesse no produto informativo e viabilizar economicamente a imprensa. Assim, o jornalismo também sentiu a necessidade de

adotar elementos do entretenimento em sua produção diária com o objetivo de atender as necessidades e interesse do público. Outro fator que influencia na inserção do entretenimento na produção jornalística é o conhecimento de que o público busca os meios de comunicação (televisão, jornais, revista, rádio) durante o tempo livre, destinado ao lazer. Por esse motivo, a separação entre informação e entretenimento não faz sentido para o receptor. Para quem consome a notícia o oposto da notícia que tem capacidade de entretenimento é o conteúdo enfadonho, que não chama a atenção.

No contexto atual, onde a internet estabelece uma plataforma capaz de explorar diversos formatos dentro da prática jornalística, os veículos tradicionais têm buscado maneiras de sobreviver. Em seu artigo *A sociedade em rede, a geração digital e a crise na imprensa: para onde caminha o jornalismo?*<sup>5</sup>, o pesquisador Vilso Junior Santi conclui que, em uma sociedade extremamente ligada às novas mídias digitais “parece importante e produtiva a aproximação entre entretenimento e informação com o intuito de se desenvolver ideias criativas diante das imensas mudanças que vêm ocorrendo nos modelos tradicionais de negócios nessas duas indústrias” (SANTI, 2013, p. 13).

A capacidade de entretenimento, após tornar-se um valor social, também passou a ser um valor-notícia fundamental para que um determinado acontecimento seja construído dentro da narrativa jornalística. Considerar a notícia como um produto industrial disponível para ser vendido no mercado implica ressaltar a existência de uma hierarquia de interesses na edição do material jornalístico, dentre os quais um acontecimento merece destaque pelo entretenimento e interesse que despertará no público. O pesquisador Francisco de Assis (2014), no artigo *O lugar e a lógica da diversão entre as funções do jornalismo*<sup>6</sup>, destaca que a presença de fatores que divirtam é essencial à produção jornalística atual.

Se desde o século 17, quando da circulação dos primeiros jornais em terras europeias, o jornalismo se abre à diversão, fecharmo-nos a essa possibilidade é ignorar o óbvio. Mesmo porque a diversão não

---

<sup>5</sup> SANTI, Vilso Junior. *A sociedade em rede, a geração digital e a crise da imprensa: para onde caminha o jornalismo?*. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (RS), 2013.

<sup>6</sup> ASSIS, Francisco de. *O lugar e a lógica da diversão nas funções do jornalismo*. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014.

pode ser vista como ocupadora de brechas deixadas pelo que é mais sério ou mais importante. Deve, sim, ser compreendida como necessidade social, como inerente à sociedade em que vivemos. (ASSIS, 2014, p.14)

O autor destaca ainda que, no jornalismo, a diversão pode se manifestar tanto no conteúdo do produto (nas histórias inusitadas, que são interessantes por si só) e na forma (na utilização da linguagem e características do veículo para tornar o produto atraente). Por meio da capacidade que a sonoridade tem de causar entretenimento, a linguagem deste veículo de comunicação também experimenta da aproximação entre o jornalismo e o entretenimento e apresenta habilidades próprias do veículo que cumprem o papel de entreter o ouvinte.

### **3 METODOLOGIA DA PESQUISA**

Objeto desta pesquisa, o programa Fim de Expediente, transmitido pela emissora de rádio CBN, combina informação, jornalismo opinativo (no formato de comentários dos apresentadores) e entretenimento. Estes elementos aparecem de maneira associada em cada edição, o que pode caracterizar o objeto como um novo formato de programa dentro de uma emissora exclusivamente direcionada ao jornalismo. O objetivo da análise foi identificar as características desse programa, de que forma entretenimento, opinião e informação estão articuladas para a produção de sentido e quais os critérios de noticiabilidade e valores notícias que guiam a seleção dos fatos e convidados no Fim de Expediente.

#### **3.1 Definição dos critérios de análise**

A análise qualitativa das edições do programa Fim de Expediente foi realizada procurando identificar os elementos de entretenimento e jornalismo opinativo presentes em cada edição. Para especificar quais pontos deveriam entrar na lista de análise, foi necessário identificar o que constituiu cada gênero. Por meio da audição de quatro edições, veiculadas no período de 20 de março a 10 de abril, foi constatado que, na maior parte dos programas prevaleceram elementos do jornalismo opinativo (no formato de comentário) e elementos do jornalismo de entretenimento.

As características foram extraídas dos autores que analisaram esses gêneros destacados no referencial teórico desta monografia. De acordo com José Marques de Melo (1985), o jornalismo opinativo pode ser identificado pela presença dos seguintes elementos:

- Examina fato de menor abrangência
- Cria vínculo com o ouvinte
- Explica os alcances, circunstância e consequências da notícia

- A angulação é o imediato
- Argumentação do fato que sugere seu julgamento
- Não conclusivo
- Linguagem descontraída, espontânea e dialogada com o ouvinte

No jornalismo de entretenimento, foram listados os seguintes elementos definidos por Fabia Dejavite (2006):

- Informação efêmera, circula rapidamente
- Fornece dados ao mesmo tempo em que diverte
- Apresenta personagens que entretendam
- Apresenta assuntos curiosos, insólitos, imagetivamente impressionantes
- Tem capacidade de distração, alimentam conversas
- Simples, fácil de ser entendida e comentada
- Permite vivenciar o fato
- Une informação, prestação de serviço e divertimento
- Apresenta notícias de interesse humano
- Personalização

Tendo em vista que os autores José Marques de Melo (1985) e Fabia Dejavite (2006) exploram os gêneros utilizados como referencial com foco nos veículos impressos e não analisam a relação destes elementos no rádio, foi necessária uma terceira lista de critérios de análise que levasse em consideração as características específicas do meio de comunicação e que também são facilitadoras no processo de interação e fixação do interesse da audiência, apresentadas no entretenimento e no jornalismo opinativo. Para isso, foram utilizadas as características definidas por Walter Alves (2005) e Robert McLeish (2001) sobre os



elementos que integram a plástica e linguagem dos programas transmitidos no rádio, de forma a considerar todas as instâncias que cercam o objeto de estudo.

Os elementos analisados sob este tema foram:

- Uso de músicas/vinhetas
- Linguagem que cria imagens para o ouvinte
- Flexibilidade na programação
- Apresentação bem humorada
- Diversidade de vozes
- Interação com a audiência
- Roupagem imaginária (efeitos sonoros/musicais)
- Atratividade/agilidade na locução

Com objetivo de identificar os temas relativos ao entretenimento explorados no programa, foi utilizada a categorização da autora Fabia Dejavite (2006) com os temas que ganham destaque e adéquam-se de maneira mais visível a este tipo de prática jornalística. Essa lista, porém, foi utilizada apenas como guia para quantificar a presença de temas próprio do entretenimento, visto que a característica de entreter também pode ser destacada em matérias que comumente não fazem uso destes elementos, como política e economia. A seguinte lista de temas é apresentada pela autora: arquitetura, Artes, Beleza e Estética, Casa e Decoração, Celebridades e personalidades, chistes e charges, cinema, comportamento, consumo, credices, cultura, curiosidades, espetáculo, eventos, esportes, formação pessoal, fotografia, gastronomia, Ilustração/Gráfico/Tabela/Infográfico (não se aplica ao veículo), indústria editorial, informática, jogos e diversões, jornal, moda, música, previsão do tempo, publicidade, rádio, revista, televisão e vídeo, turismo/lazer e hotelaria, vendas e marketing.

As notícias comentadas pelos apresentadores em cada edição da amostra também foram analisadas de acordo com os valores-notícia apontados por Wolf (2008) e Traquina (2005), incluindo o entretenimento como um valor-notícia.

Foram identificados aqueles critérios de noticiabilidade que foram aplicados na seleção dos fatos que receberam o tratamento jornalístico em cada edição com o objetivo de identificar quais os valores-notícias que prevaleceram na construção da proposta do programa Fim de Expediente.

### **3.2 Amostra dos programas**

Após a definição dos critérios que seriam avaliados na série de programas, foi definida a amostra do objeto de estudo. A amostra escolhida teve como objetivo identificar o padrão estabelecido na relação entre os elementos da análise pelas edições. Por conta disso, foi escolhida uma amostra de quatro edições que considerasse o programa mensal realizado na última sexta-feira de cada mês, que apresenta elementos diferenciados dos demais. Foi realizada a análise dos programas veiculados nos seguintes dias: 20 e 27 de março e 3 e 10 de abril de 2015, sendo a edição do dia 27 de março transmitida ao vivo do teatro com plateia, em São Paulo. A edição transmitida no dia 3 de abril foi gravada em data anterior por conta do feriado naquele dia, o que não prejudicou a análise visto que não houve alteração nos elementos de análise listados.

### **3.3 A análise do objeto**

A análise do objeto foi feita a partir da transcrição e do áudio gravado das quatro edições. Durante a transmissão de cada programa foram destacados os pontos relevantes em relação à plástica da edição e os temas que foram abordados. Após a transcrição da edição, cada trecho foi analisado dentro dos critérios definidos anteriormente. É importante destacar que, em alguns casos, um mesmo trecho foi identificado com características de mais de um gênero. Assim, o trecho do programa foi analisado em todas as características às quais atendeu. Os elementos que se aplicaram a diversos momentos do programa foram quantificados. Aqueles elementos que integram a estrutura do objeto de estudo (como flexibilidade na

programação) foram avaliados de acordo a presença e grau importância em cada edição.

A análise dos quesitos referentes à interação com a audiência foi feita a partir dos elementos que provocaram a interação do público que partiram do formato e linguagem do programa e do chamado dos apresentadores. Assim, não foram analisadas as respostas da audiência em relação ao programa, mas a importância dada a este fator na construção de cada edição.

Após a análise dos elementos do jornalismo opinativo, do jornalismo de entretenimento e da plástica e linguagem do programa, foram identificados os valores-notícias tradicionais que podem ter sido aplicados na seleção dos acontecimentos que ganharam espaço no programa e em quais notícias o valor-notícia do entretenimento também foi aplicado. Assim como os demais valores-notícia, o valor do entretenimento também aparece aplicado ao programa em cachos associado com outros valores e características. Por fim, foram analisados os temas que se apropriam do jornalismo de entretenimento identificados pela autora Fabia Dejavite (2006), com o objetivo de verificar quais destes aparecem nas quatro edições e com qual frequência. Apesar dessa classificação, é importante destacar que os elementos do jornalismo de entretenimento não aparecem apenas nesses temas, já que o entretenimento também aparece difundido em notícias de outros temas, como política e economia.

## 4 ANÁLISE DO PROGRAMA

Para analisar os elementos característicos do programa Fim de Expediente foi necessário compreender o contexto e a proposta da emissora na qual o objeto está inserido. A programação da emissora de rádio CBN (Central Brasileira de Notícias) é exclusivamente dedicada ao jornalismo, sendo composta por programas comandados pelos âncoras. O Jornal da CBN, principal programa noticioso da emissora, está localizado em horário nobre da programação do rádio (6h às 9h30). O programa é responsável por apresentar as notícias de destaque do dia. O programa é apresentado em duas edições de segunda à sexta-feira (das 6h às 9h30 e da 17h às 20h) e em uma edição aos sábados e domingos (das 6h às 9h). Além disso, também trazem especialistas e entrevistados que, juntamente com o apresentador Milton Jung, comentam os principais assuntos do dia.

A emissora de rádio CBN entrou no ar há quase 24 anos, no dia 1º de outubro de 1991. Em sua proposta inicial, a emissora tinha como objetivo ser pioneira no modo *all news*<sup>7</sup> no Brasil, baseada no exemplo de emissoras americanas, como a ABC e a CBS. A primeira disponibilizava conteúdos que eram distribuídos para a rede de afiliadas, funcionando como uma agência de notícias. O forte desta emissora, na época, era a produção de conteúdo internacional e nacional, com pouco conteúdo voltado para o local. Já na CBS, a preferência era de que a maioria do conteúdo produzido fosse de notícias de caráter local, voltado para a cidade e prestação de serviços. Segundo o Manual de Redação da CBN (TAVARES (org.), 2011), a ideia era que a emissora fosse capaz de reunir o melhor dos dois modelos: a produção de conteúdo local valorizada pela CBS unida ao conceito de rede no qual operava a ABC. As primeiras praças onde a emissora CBN entrou no ar foram São Paulo e Rio de Janeiro. Em seguida, a emissora fixou-se em Brasília, Belo Horizonte e Recife. Atualmente a rede conta mais de 200 jornalistas (entre repórteres, produtores e âncoras) em quatro emissoras próprias.

---

<sup>7</sup> Termo que, na tradução, significa “totalmente notícias”. É usado para as emissoras (de rádio ou televisão) que tem programação exclusivamente dedicada às notícias e reportagens.

Segundo dados do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e estatística) divulgados no portal da emissora, a rede CBN alcança 34 cidades em todas as regiões do país. A audiência da emissora é de 119.985 ouvintes por minuto, sendo a maioria homens com idade entre 25 e 49 anos. O tempo médio de audiência da emissora no rádio é de uma hora e cinquenta e seis minutos. O alcance mensal da CBN é de 1,9 milhão de ouvintes no rádio. A maioria dos ouvintes foi identificada como pertencente à classe social AB (73%)<sup>8</sup>.

#### **4.1 Política editorial da CBN**

A emissora de rádio CBN começa a se estabelecer num contexto onde a televisão é o veículo de maior destaque entre o público. Por conta disso, desde o seu surgimento a emissora “reequilibrou o espaço público, reabilitou a palavra falada no reino da imagem ao vivo” (TAVARES (org.), 2011, p. 12). Na apresentação escrita para o Manual de Redação da CBN, o jornalista Eugênio Bucci afirma que a emissora de rádio não começou a ser transmitida com o objetivo de revogar a importância da imagem, mas de reestabelecer o local das notícias faladas e concorrer em pé de igualdade com os demais veículos. Para isso, foi necessária uma mudança nos formatos da produção jornalística da emissora, de maneira que o rádio pudesse fornecer ao público a mesma experiência sensorial que a televisão fornecia por meio da imagem.

Inicialmente, os assuntos de cunho nacional foram o primeiro investimento da emissora. A programação da inicial era composta por quatro edições do Jornal da CBN distribuídas ao longo do dia. Além disso, entre as edições havia a inserção do noticiário de dois minutos do Repórter CBN, que ainda se mantém na programação atual da emissora de rádio. O Jornal da CBN, porém, foi modificado ao longo dos anos, sendo rebatizado e ganhando formatos e perfis distintos para atender as demandas do público. A valorização dos âncoras e comentaristas dentro do noticiário também fez parte das mudanças traçadas pela emissora com o objetivo de garantir uma maior proximidade com o público.

---

<sup>8</sup> Fonte: IBOPE - EasyMedia4. Fevereiro e abril de 2015. Disponível em: <http://anuncie.globo.com/sgr/radios/cbn.html>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

Segundo define Eugênio Bucci na apresentação do Manual de Redação da emissora:

O ouvinte/internauta da CBN não quer apenas estar superficialmente informado com fragmentos de notícias. Ele entende que a informação é uma ferramenta poderosa na tomada de decisões, e sua expectativa é ser substancialmente informado – não somente com o noticiário local, nacional e internacional, mas também com a análise crítica de especialistas. (TAVARES (org.), 2011, p. 20)

#### 4.2 O âncora

A emissora de rádio CBN organiza a rotina de produção em um formato definido pelo próprio manual de redação do veículo como “duas redações em uma”. Segundo este modelo, parte da redação (repórteres, redatores, editores e chefes de reportagem) é responsável por acompanhar as pautas e assuntos do dia e pela apuração das notícias em campo. Na segunda redação, entram em campo os âncoras e os produtores dos programas. É função desta equipe buscar especialistas para aprofundar os assuntos já apurados pelas notícias e, por meio do ponto de vista do comentarista, contextualizar e fornecer uma análise do assunto ao ouvinte. O Manual de Redação da CBN exemplifica:

Podemos tomar como exemplo a votação de um projeto de lei em Brasília. No Distrito Federal, o repórter estará no congresso fazendo a cobertura; em São Paulo, o produtor do programa buscará entrevistados para detalhar o tema; e os comentaristas vão enriquecer a discussão com seus diferentes pontos de vista. (TAVARES (org.), 2011, p. 22)

Ao analisar as características e os personagens da produção jornalística para o rádio, Luiz Artur Ferrareto (2001, p. 312) destaca que o apresentador ou âncora<sup>9</sup> tem a missão de comandar no ar o programa de rádio, dando unidade e personalidade à programação. É o âncora quem estabelece o vínculo com o ouvinte e torna a notícia mais acessível.

A disposição da estrutura de produção em duas redações em uma torna evidente a importância que a emissora CBN credita ao conteúdo opinativo e à

---

<sup>9</sup> Os termos âncoras e apresentador são utilizados como sinônimos. O âncora tem acrescentada a função de auxiliar na edição e tem acentuado o caráter opinativo na condução do programa do qual é responsável.

interação com o público. De acordo com este formato, “a relação do apresentador com o público é de convivência diária, até íntima” (TAVARES (org.), 2011, p. 43). Entre as regras a serem seguidas pelos âncoras expostas no manual de redação da emissora, há a referência para uma das máximas estabelecidas para toda a produção do conteúdo da emissora, que é a de que seriedade não é sinônimo de sisudez. “A ancoragem também pode ser séria sem ser sisuda. Fazer observações bem humoradas ou brincar com os repórteres torna o clima do programa mais ameno, mas é importante que o bom senso prevaleça (TAVARES (org.), 2011, p. 43)”. Esse modelo pode ser justificado pelo público que compõe a audiência da emissora, que é bastante amplo e, por isso, apresenta interesse e opiniões difusas.

#### **4.2.1 A função de comentarista**

Os comentaristas estão distribuídos em toda a grade da programação da CBN, muitas vezes assumindo também a função de âncora. As opiniões no formato de comentário são inseridas na programação por dois agentes: o profissional ligado à emissora ou o especialista entrevistado.

Atualmente, a emissora CBN conta com 31 comentaristas em seu quadro de profissionais. Destes, 15 não possuem formação em jornalismo. O perfil do comentarista da CBN está mais relacionado com a função e os temas do programa do qual participa. Assim, o programa Fim de Expediente (que, de acordo com o que é anunciado nas chamadas transmitidas na rádio discute os principais temas da semana de maneira bem-humorada) conta com um ator, um escritor e um economista que atua como comentaristas de seus temas de domínio na condução do programa. Outro exemplo de espaço de comentário conduzido por um profissional que não é jornalista é o horário dedicado ao educador físico Márcio Atalla (de segunda à sexta, às 7h40). Neste caso (um espaço na programação com o tema saúde), mostra-se mais razoável ter um profissional especializado na área, que tenha capacidade de explicar o assunto ao ouvinte. Na emissora, não está declarada a obrigatoriedade de que somente jornalistas podem conduzir programas

informativos. Mesmo entre os profissionais jornalistas do quadro de comentaristas da CBN, observa-se que há experiência e especialização nos temas do comentário.

Outra característica observada no grupo de jornalistas da emissora é que vários profissionais atuam em diferentes veículos de comunicação, também produzindo conteúdos para a televisão, jornais, revistas. Este perfil também contribui para que seja reforçada a visão do comentarista especialista, que é referência ao ouvinte e tem argumentos para estabelecer uma análise clara dos fatos.

### **4.3 A preferência pela interação com o ouvinte/internauta**

A emissora CBN não está restrita ao meio de comunicação que é o rádio. Com as novas tecnologias, a emissora define-se como uma plataforma multimídia, que também está presente na internet. Na programação diária da emissora há a valorização de conteúdos multimídia por meio da inserção de comentários de ouvintes e internautas nos programas. O público tem o desejo de estar conectado e estabelecer vínculos com a figura do apresentador. O manual de redação da emissora explica que:

Já ficou para trás a tradicional relação do jornalista que se encontrava no papel de emissor de uma mensagem para um receptor que se limitava a recebê-la passivamente. As redes sociais ampliaram e amplificaram essa conexão de tal forma que, atualmente, a interação entre o comunicador e o público não se limita ao horário do programa no qual o jornalista atua. (TAVARES (org.), 2011, p. 63)

Ainda em seu manual de redação, a emissora reconhece que o desejo de interação do ouvinte/internauta com a figura dos apresentadores/ancoras é uma das maneiras de atrair outros públicos para a programação do rádio. Assim, a plataforma multimídia funciona no sentido de complementar a programação do rádio e serve de canal de retroalimentação para a emissora. Os principais canais de interação com a audiência utilizados pela CBN são o e-mail e o Twitter. Frequentemente, os comentários e a colaboração de ouvintes encaminhados por essas plataformas são lidos nos programas da grade da emissora. Ao inserir o ouvinte na programação, a emissora reforça os laços do público com os programas e apresentadores do rádio,



que já é, por excelência, um veículo que tem grande capacidade de proximidade com o público. A interatividade entre o âncora e o público, que é estreitada pelas redes sociais, está em sintonia com a natureza deste veículo de comunicação.

Com base na programação da emissora, é possível concluir que a CBN é dedicada exclusivamente ao jornalismo. A programação da emissora é tem o compromisso de estabelecer nexos entre as informações para o ouvinte, contribuindo para melhorar a compreensão dos fatos. Durante todo o noticiário, há a preocupação em apresentar pontos de vista (de comentaristas da própria emissora ou entrevistados) e trazer temas mais leves entre as faixas com maior densidade noticiosa. Tal postura evidencia a política editorial da emissora, que valoriza a informação jornalística e considera que, na programação, “seriedade não é sinônimo de sisudez”. (TAVARES (org.), 2011, p. 20)

A programação diária apresenta pequenas variações. Nos primeiros dias da semana, os programas que se dedicam a apresentar informações mais leves e temas mais descontraídos são fixados no horário das 14h às 17h e das 20h às 24h. Na sexta-feira, os programas com esse tema começam mais cedo, às 18h. Aos sábados e domingos, a programação é dedicada aos comentaristas e aos programas esportivos.

A abertura para estes formatos de programas (do qual o Fim de Expediente faz parte) na grade da emissora CBN evidencia a estratégia da emissora para amenizar a dureza do jornalismo diário. Neste formato, os temas são tratados de maneira descontraída pelos âncoras. Além do Fim de Expediente, outros exemplos de programas da emissora que se encaixam neste perfil são os programas No Divã do Gikovate (apresentado aos domingos, das 21h às 22h) e 50 mais CBN (aos sábados, das 9h30 às 10h). No primeiro, o médico psiquiatra Flávio Gikovate discorre sobre temas do comportamento, como relacionamentos, questões sentimentais. O segundo programa é voltado para o público acima de 50 anos de idade e apresenta dicas relacionadas ao bem-estar, comportamento, entre outros. Ambos empregam linguagem descontraída e dialogada com o ouvinte e tratam de temas leves, de fácil compreensão.

#### 4.4 Fim de Expediente

O programa objeto da análise foi transmitido pela primeira vez pela rádio CBN no dia 21 de abril de 2006. Desde então, o programa é veiculado ao vivo todas às sextas-feiras e tem duração de uma hora (das 18h às 19h). Estão à frente da apresentação o ator Dan Stulbach, o economista Luiz Gustavo Medina e o escritor José Godoy. O programa é transmitido de duas localidades: enquanto Dan Stulbach e Luiz Gustavo Medina estão no estúdio em São Paulo, José Godoy participa da transmissão a partir da emissora no Rio de Janeiro. Além disso, a maioria dos programas também conta com a participação de um entrevistado, seja por telefone ou presencialmente em um dos estúdios.

Uma boa maneira de definir conteúdo do programa é conhecendo o texto que é utilizado nas chamadas da emissora. Nestas, o Fim de Expediente é apresentado como “uma conversa bem-humorada sobre os acontecimentos da semana”. Durante o programa, os apresentadores revisitam os fatos que marcaram a semana por meio de comentários e análises das notícias de maneira descontraída, conversada entre amigos. Esta característica está presente desde a concepção do programa, como é destacado pelo apresentador José Godoy em seu site pessoal<sup>10</sup>.

Ele afirma que as histórias do programa surgiram da amizade entre os apresentadores, “dos passeios de bike; dos ensaios que fazíamos nos domingos à noite, gravando uma simulação de programa, que pra gente se chamava Bem-vindos<sup>11</sup>”. Até 2007, além dos âncoras que ocupam a bancada atualmente, o programa contou com a apresentação também do cirurgião-dentista Rodrigo Guerreiro.

Na última sexta-feira de cada mês, o programa Fim de Expediente é transmitido ao vivo do teatro em São Paulo ou no Rio de Janeiro. A apresentação mensal conta com a presença dos três apresentadores, da plateia e de um convidado. Em ocasiões especiais, como o aniversário do programa, a transmissão também é feita com a presença da plateia no teatro.

---

<sup>10</sup> Site pessoal do apresentador José Godoy. Disponível em: <http://www.zegodoy.com.br/bio.asp>. Acesso em 08 de junho de 2015.

<sup>11</sup> O piloto do programa Fim de expediente foi apresentado à rádio CBN com o nome de Bem-Vindos. Antes de ir ao ar, o programa foi rebatizado pelo jornalista Alberto Sardenberg com o nome atual.

Além de serem responsáveis pela transmissão semanal ao fim da tarde, desde 2012 os apresentadores do Fim de Expediente também comandam o Hora de Expediente, que é veiculado de segunda a sexta, às 8h45. Neste, os apresentadores fazem breves comentários sobre os assuntos e notícias do dia. O quadro tem duração de cerca de seis minutos.

#### **4.5 Perfil dos apresentadores**

O programa Fim de Expediente é comandado por três apresentadores: o ator Dan Stulbach, o escritor José Godoy e o economista Luiz Gustavo Medina. Os apresentadores estão no comando do programa desde a primeira edição veiculada e, por isso, tem perfis diferenciados dentro das edições.

Uma característica comum aos três é que nenhum dos apresentadores do programa é jornalista. Desta forma, estes não estão presos aos formatos tradicionais das produções jornalísticas, tendo liberdade para dialogar com informação, entretenimento e opinião dentro do programa e dos comentários.

Os apresentadores não são designados para comentar sobre um tema específico, mas demonstram preferência por algumas temáticas. Os comentários sobre política, por exemplo, normalmente são iniciados por Luiz Gustavo Medina e debatidos pelos demais apresentadores. Além disso, por atuarem em áreas distintas, os apresentadores conseguem trazer comentários e pontos de vista sobre diversos assuntos, ampliando as possibilidades de temas do programa.

##### **4.5.1 Dan Stulbach**

O ator e apresentador Dan Stulbach está à frente do programa Fim de Expediente. Ele é o responsável por coordenar os momentos de fala entre os demais apresentadores e entre os entrevistados. Também atua na produção do programa. Foi ele quem concebeu o formato e a ideia do programa e apresentou para a diretora de redação da CBN, Mariza Tavares. Em entrevista ao portal Terra,

em 2008, Dan Stulbach afirmou que o programa foi concebido porque "faltava um programa masculino com esse perfil"<sup>12</sup>. Além de atuar como apresentador, Dan Stulbach também é conhecido por seu trabalho na televisão e no teatro. Ele também desenvolve um projeto paralelo como diretor artístico do Teatro Eva Herz, em São Paulo, para onde levou uma edição mensal com plateia do programa Fim de Expediente. Recentemente estreou na bancada como apresentador do programa CQC (Custe o que custar) em uma emissora de televisão. Também esteve à frente do programa Saia Justa, da GNT.

Uma das principais características do ator é, justamente, a atuação em diferentes áreas. Na mesma entrevista ao portal, o ator afirmou que era multifacetado. Ele afirmou que, naquele ano também iria "voltar a atuar no teatro, fazer um filme, montar uma exposição de fotos e vou dirigir uma adaptação no teatro"<sup>13</sup>. Esta característica também aparece durante o programa, já que Dan não é marcado por um assunto fixo, comentando todos os assuntos trazidos por entrevistados, ouvintes e pelos demais apresentadores.

Em entrevista ao site da Folha de S. Paulo, em novembro de 2014, o ator afirmou que o programa apresentado na rádio e o que estava para assumir na televisão na época eram bastante semelhantes. Segundo ele, "são programas de variedades, em que discutimos assuntos polêmicos, atualidades, com um toque de bom humor e leveza"<sup>14</sup>.

#### **4.5.2 José Godoy (Zé)**

O apresentador José Godoy é poeta e trabalha como escritor profissional desde 2004. Ele participa do programa Fim de Expediente a partir do estúdio da

---

<sup>12</sup> Dan Stulbach diz que lembrou da infância com 'Queridos Amigos', publicada no site Terra, em 24 de fevereiro de 2008. Disponível em: <http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI2500422-EI1118,00.html>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Só assistia de vez em quando, confessa Dan Stulbach, novo apresentador do CQC, publicado no site da Folha de S. Paulo, em 12 de novembro de 2014. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/11/1546869-achei-uma-loucura-nunca-planejei-ser-apresentador-diz-dan-stulbach-que-assume-cqc-em-marco.shtml>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

CBN no Rio de Janeiro. Além de apresentador e escritor, o paulistano também foi músico durante 15 anos. Entre outros trabalhos, foi editor da Globo Livros e participou de projetos como as biografias de Marc Chagall e do Wilson Simonal. Também editou livro *Ágape*, do Padre Marcelo Rossi, que segundo ele explica em sua página pessoal, “possibilitou entender o que é um best-seller da indústria cultural nos dias atuais”<sup>15</sup>. É mestre em teoria Literária pela Universidade de São Paulo e contribui com artigos sobre literatura e cultura para o jornal Valor econômico e para a revista Legado, do qual foi colunista. Em 2013, o escritor lançou sua primeira coleção de poemas.

No programa Fim de Expediente, o apresentador traça comentários sobre os mais variados temas e é responsável, quando chamado por Dan Stulbach, pela leitura das participações dos ouvintes na rede social do Twitter do programa.

#### **4.5.3 Luiz Gustavo Medina (Teco)**

O economista Luiz Gustavo Medina é o terceiro apresentador do programa Fim de Expediente. Juntamente com Dan Stulbach, ele apresenta o programa nos estúdios da CBN em São Paulo. O âncora é formado em administração de empresas pela Pontifícia Universidade Católica e é especialista em finanças, mercado no qual atuou durante dez anos. Além disso, trabalha como consultor e é sócio de uma empresa especializada em alocação de recursos.

Normalmente traz assuntos sobre política, economia e atualidades para o programa. Também é responsável pela leitura dos comentários e participações de ouvintes encaminhados via e-mail. Além do Fim de Expediente e do Hora de Expediente, também apresenta o quadro Call de Abertura, no qual comenta assuntos sobre economia. O quadro é veiculado as quintas-feiras, às 13h. Em parceria com José Godoy e o especialista em finanças Marco Gazel, publicou os

---

<sup>15</sup> Retirado da biografia do site pessoal do escritor. Disponível em: <http://www.zegodoy.com.br/bio.asp>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

livros *Investindo em ações – os primeiros passos*, *Investindo sem Erro* e *Investindo no Futuro*.

## 4.6 Programas

### 4.6.1 O entretenimento e a seleção das notícias

A pauta de temas abordados no programa Fim de Expediente tem como referência os fatos que foram noticiados durante a semana anterior, que estão recentes na memória do público. As notícias são recapituladas e analisadas no formato de comentários dos apresentadores, que podem aparecer no decorrer de toda a transmissão. Nos quatro programas analisados neste estudo foram identificados comentários referentes a dez notícias. Nestas, buscou-se fazer o processo reverso da produção para destacar quais os valores-notícia que, presentes nestes acontecimentos, fizeram com que estes fatos específicos ganhassem destaque para aquele programa em detrimento de outros da semana. Entre os valores-notícia que apareceram com maior frequência nas dez notícias identificadas na amostra estão aqueles relacionados com o interesse do público, como a proximidade, notoriedade do personagem, a relevância, a proximidade, o inusitado, a capacidade de entretenimento e a personalização.

Os valores-notícia destacados estão mais relacionados com o interesse do público do que com valores substantivos, como a novidade. Como destacado nas chamadas para o programa veiculadas pela emissora, o Fim de Expediente é a hora de “afrouxar a gravata”, o momento da conversa descontraída ao fim do dia sobre os assuntos da semana, da qual o ouvinte também participa. Deste modo, as notícias que são selecionadas para compor a pauta de cada edição são influenciadas pela proposta do programa e não tem necessariamente o compromisso com os assuntos correntes naquele dia, como acontece com o noticiário *hard news*.

Por conta desta natureza do programa, as notícias selecionadas para os comentários normalmente não envolvem assuntos densos, de difícil compreensão. Na primeira edição do programa analisada (*Quatro hashtags resumem o governo*

*Dilma*, veiculada em 20 de março de 2015), por exemplo, são apresentados comentários de seis notícias: os ganhos da consultoria do político José Dirceu no período em que ele estava preso, presos que pediram proteção à polícia em Santa Catarina, a alta do dólar, a interrupção da construção de ciclovias em São Paulo, os conflitos entre o ex-ministro da educação Cid Gomes e o presidente da Câmara Eduardo Cunha e a similaridade entre os discursos da presidente Dilma Rousseff em diferentes anos. Observa-se que, nesta edição, há predileção por notícias inusitadas, que causam surpresa ao ouvinte (três das seis notícias tem o inusitado como valor-notícia substantivo). A capacidade de entretenimento (valor-notícia referente ao interesse do público) também aparece nestas notícias. São elas: os lucros da consultoria de Zé Dirceu enquanto estava preso, os presos que pediram proteção à polícia em Santa Catarina e as similaridades entre os discursos da presidente Dilma Rousseff. A característica inusitada (que torna o fato cômico) da segunda notícia citada é destacada pelo próprio apresentador Luiz Gustavo Medina durante o comentário, no trecho transcrito abaixo:

**[TECO]** (...) Teve o bate boca lá, que acho que o Zé vai falar, do Cid Gomes e tal... Aí teve a história hoje dos presos pedindo para a polícia protegê-los. Você viu essa história?

**[DAN STULBACH]** Isso em Curitiba?

**[TECO]** Em Curitiba. Pô, se os presos tão com medo imagina nós? Soltos aqui fora.

**[DS]** What?

**[TECO]** Explicar isso pro cara, o cara fica louco!<sup>16</sup>

Assuntos como política e economia também entram na pauta do programa, mas são tratados de maneira simplificada, apresentando comparações e linguagem que facilitam a compreensão do ouvinte. Na primeira edição da amostra, o apresentador Luiz Gustavo Medina comenta a alta do dólar com viés que não faz referência às causas do acontecimento, mas destaca as consequências deste fato, que são mais interessantes para o ouvinte:

**[TECO]** (...) E pô, essa foi a semana também que o contador, advogado, a viagem pra Disney deles foi pro beleléu. Três e trinta a doleta, velho. Os caras: filhão, óh, vamos pro Beto Carreiro, vamos pro Hopi Hari...

<sup>16</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

**[DS]** Vamos resolver por aqui.

**[TECO]** Vamos pra Porto Seguro, porque três e trinta, pô. O Pateta vai ficar sozinho lá, né?<sup>17</sup>

Ainda no primeiro programa da amostra, a notoriedade dos envolvidos e relevância do fato mostraram-se presentes em cinco das seis notícias comentadas na edição. Eles aparecem nas notícias sobre os lucros da consultoria de Zé Dirceu, a alta do dólar, os embates entre o ex-ministro da Educação Cid Gomes e o presidente da Câmara Eduardo Cunha e na comparação entre os discursos da presidente Dilma Rousseff. O que se pode observar, em relação aos temas das notícias e aos dois valores identificados é que, apesar das notícias tratarem de temas normalmente pouco associados ao entretenimento proposto pela natureza do programa (política e economia), os assuntos ganham espaço por conta do envolvimento de personagens conhecidos do público. O público tem o interesse em acontecimentos relacionados a figuras que ocupam altos cargos públicos. Além disso, a capacidade de entretenimento destes acontecimentos específicos relacionados à política (que fogem das agendas costumeiras sobre os temas) é fator decisivo na inclusão de um comentário sobre a notícia na pauta do programa. Assim, uma sessão rotineira presidida por Eduardo Cunha como presidente da Câmara dos Deputados não seria objeto de análise dos comentaristas, mas a discussão entre duas personalidades da política tem capacidade de entreter o ouvinte, desperta o interesse. Para o perfil do programa, a discussão envolvendo duas autoridades da política terá mais chance de tornar-se notícia pela discussão em si do que por suas causas e implicações.

A proximidade é um valor associado à maior parte das notícias (presente em oito das dez analisadas). Tal presença pode ser justificada pela busca por fatos que são de conhecimento do ouvinte, com o qual ele possa se identificar pela condição geográfica. Apesar de estar presente na maioria das notícias, a proximidade não se apresenta como decisiva na escolha das notícias.

Os valores-notícia que causam entretenimento e estão na categoria dos relacionados ao interesse do público combinados na notícia ganharam maior destaque na definição da pauta do programa. O fator entretenimento foi observado

---

<sup>17</sup> Idem



em sete das dez notícias analisadas em toda a amostra. Foi constatado que a presença do valor-notícia de entretenimento está associada a outros valores que buscam a identificação com o público, como a ligação com personalidades e o inusitado. Os valores atuaram em conjunto com o entretenimento na escolha de cinco das dez notícias que ganharam espaço no programa. Esta relação torna-se evidente na quarta edição da amostra (Um Brasil de Delícias, veiculada em 10 de abril). Nesta, os apresentadores fazem comentários sobre a publicação do cantor Ed Motta nas redes sociais criticando o público brasileiro em seus shows. Esta notícia entra na pauta do programa por estar associada a uma personalidade e por apresentar fato inusitado, que é explicitado pelos apresentadores no seguinte trecho:

**[TECO]** Eu escolhi Ed Motta porque que confusão que ele se meteu, né cara?

(...)

**[TECO]** Eu fiquei chateado. Primeiro porque eu acho o Ed Motta excepcional. Ele deu uma entrevista espetacular pra gente, foi animal o programa. Um cara gente boa. Mas ele escreveu uma coisa que eu até concordo com o que ele quis dizer, mas ele escolheu todas as mil palavras erradas na ordem errada. Ele precisava de um amigo.

**[DS]** Para o cara que não sabe o que aconteceu, em suma ele falou muito mal do Brasil por aí.

**[TECO]** Não, ele anunciou a turnê dele na Europa e pediu para nenhum brasileiro aparecer lá gritando palavras em português, pedindo pra tocar música em português. Nem falar nome do time porque o público dele não é esse.<sup>18</sup>

Tais aspectos também aparecem, na mesma edição, no comentário sobre o processo com a acusação de plágio movido pela família do cantor Marvin Gaye contra o cantor Pharrell Williams:

**[DS]** Aliás outro assunto que a gente não falou aqui foi o Pharrell Williams sendo processado pela família do Marvin Gaye por plágio, né?

**[DS]** Eles estão falando que poderiam falar de mais músicas dele.

**[ZG]** Se a família realmente pegar no pé, o que tem de música sampleada do Marvin Gaye eles vão ficar trilhádários. Mais do que já devem ser só com os direitos autorais da obra dele.

---

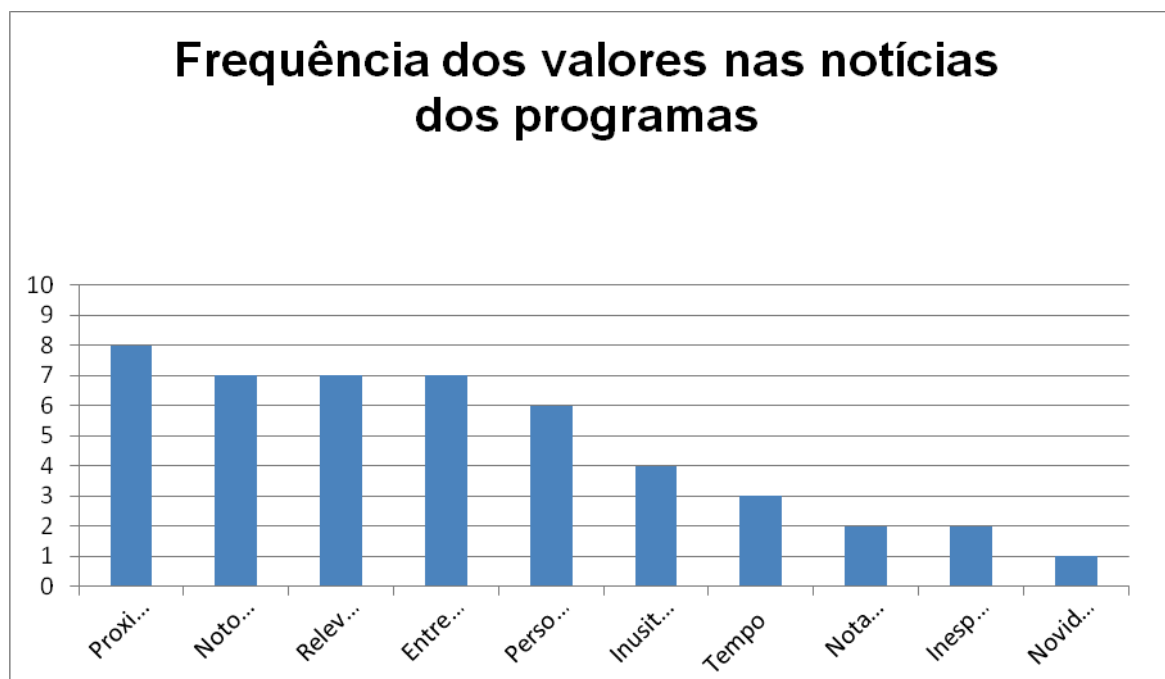
<sup>18</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Um Brasil de delícia", transmitido em 10 de abril de 2015.

[DS] Lembrando que o pai matou o Marvin Gaye.<sup>19</sup>

É necessário destacar também que a seleção das notícias que serão comentadas está diretamente ligada ao perfil e aos critérios de seleção do próprio comentarista. Assim, é preciso levar em conta que a seleção das notícias que cada um irá comentar é realizada dentro das áreas de conhecimento e interesse dos comentaristas.

Pode-se concluir que a seleção de notícias passa pela associação e predileção por aqueles valores que buscam causar identificação no público, não estando necessariamente ligada à critérios como o tempo ou a novidade, que são valores-notícia de destaque no noticiário *hard news* da emissora de rádio.

**Figura I - Gráfico de presença dos valores nas notícias da amostra**



Fonte: Elaboração própria

#### 4.6.2 O perfil dos entrevistados

<sup>19</sup> Idem

Os entrevistados exercem um importante papel na pauta do programa. Normalmente, o tema de domínio do entrevistado é tema da maior parte da edição. Deste modo, os critérios de seleção dos entrevistados também são reveladores do perfil do programa. Nas quatro edições analisadas na amostra, foram recebidos quatro entrevistados. O primeiro (o jornalista e escritor Arthur Veríssimo) relatou as histórias de viagens contadas em seu livro. Na segunda edição (com o filósofo Mario Sérgio Cortella) o entrevistado relatou suas vivências sobre temas variados. Já na terceira edição, o organizador de um festival de documentários (Amir Labaki) apresenta um panorama do evento e da produção brasileira de documentários. Por fim, na última edição analisada, o Fim de Expediente trouxe o autor de um livro sobre gastronomia (Rusty Marcellini). É possível observar que as áreas de domínio dos personagens estão inseridas na lista dos principais temas que se apropriam do jornalismo de entretenimento como é descrita por Fabia Dejavitte (2006). Nas quatro edições, são eles: literatura, turismo, cinema e gastronomia.

Outro fator comum aos entrevistados é a capacidade de tratar dos assuntos de maneira bem-humorada. São preferidos aqueles entrevistados que tem facilidade em construir o discurso e que conseguirão apresentar os temas de domínio de maneira traduzida, sem termos técnicos ou formalidades. Nas quatro edições analisadas, dois dos entrevistados (Mário Sérgio Cortella, na segunda edição, e Rusty Marcellini, na quarta edição) apresentam outra característica que contribuiu para que a conversa seja fluida: eles também atuam como comentaristas na emissora de rádio conhecendo, assim, a linguagem e os mecanismos do veículo para aproximar-se do ouvinte.

A função do entrevistado no programa é apresentar informações sobre o tema proposto, guiado pelas perguntas de apresentadores e do público. Em geral, as conversas são informais, bem-humoradas e há pouca hierarquia entre apresentadores e entrevistado, estando ambos abertos a brincadeiras e piadas no decorrer da conversa. O tema da entrevista é explorado em ângulos diferentes dos que seriam escolhidos em uma entrevista para o noticiário *hard news*, por exemplo. Nesta, provavelmente o entrevistado somente seria convidado caso estivesse lançando a obra ou apresentasse algo novo sobre ela. Para o Fim de Expediente, a

capacidade de tornar o tema interessante e explorá-lo é suficiente para definir um entrevistado no programa.

Na entrevista com o escritor Rusty Marcellini (quarta edição da amostra), a capacidade de explorar o tema por meio de uma conversa descontraída aparece em diversos momentos, como transcrito no trecho abaixo, onde os apresentadores questionam sobre a formação do entrevistado:

**[RM]** Eu fui cozinheiro profissional antes de entrar nessa vida.

**[DS]** E você desistiu por que era chato? Ficar lá dentro, todo mundo enchendo o saco, pedindo prato.

**[RM]** Provavelmente eu não estaria aqui agora, eu estaria lá. Eu teria que ficar lá no restaurante.

**[TECO]** Agora pergunta para ele, antes de ser chefe de cozinha, o que ele estudou.

**[DS]** Pergunta você, ué. Eu já sei. Como é que é a pergunta?

**[TECO]** Antes de ser chefe de cozinha, você estudou o quê?

**[DS]** Antes de ser chefe de cozinha, você estudou o quê?

**[RM]** A minha formação é de cinema e de roteiro de cinema.

**[DS]** Olha aí. O bom roteirista virou um viajante falando de comida.<sup>20</sup>

Na primeira edição do programa, com o jornalista e escritor Arthur Veríssimo, os temas do programa também são explorados com bom humor pelo convidado, quando este usa uma piada sobre a notícia da alta do dólar como gancho para contar uma experiência de viagem:

**[DS]** A gente teve uma dúvida rápida se o pessoal da Índia vai pra Disney. Porque agora os brasileiros vão deixar de ir por causa do dólar. Vai ser só chinês lá?

**[AV]** Olha, os chineses invadiram o mundo e a própria China. Agora em setembro e outubro eu fui pro Tibete, Monte Kailash. Fui com meu filho mais velho, de 21 anos, que morava na Nova Zelândia (...). Na lua cheia específica nós fomos ao Tibete, e os chineses dominando. Você não tem ideia como é Lhasa.

**[DS]** Ali no Tibete ainda tem uma encrenca com eles.

**[AV]** É, tem uma encrenca com eles. Mas Lhasa ficou completamente... Tem concessionária de Maserati, Dan. Nesse nível.

---

<sup>20</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Um Brasil de delícias", transmitido em 10 de abril de 2015.

**[TECO]** Os monges? Dirigindo uma Maserati?

**[AV]** Todos os monges, eles não andam mais a cavalo.

**[DS]** Igual o juiz né? O juiz do Eike não era budista?

**[AV]** É o budismo do apego.

**[TECO]** É o budismo ostentação, Zé.<sup>21</sup>

Pode-se concluir que a escolha de entrevistados familiarizados com temas do entretenimento tem relação com a imagem que os apresentadores fazem dos interesses do público. Para este programa, um tema que seja interessante trazido por um convidado que tenha capacidade de construir um discurso bem-humorado e descontraído (que consiga unir a informação ao entretenimento) é suficiente para conduzir uma entrevista, não precisando estar necessariamente ligado a algum acontecimento temporal. Há ainda a preferência por temas que não sejam enfadonhos e que sejam avaliados como capazes de entreter. O papel do entrevistado é apresentar novos elementos na conversa entre apresentadores e o público.

A escolha do entrevistado no programa com tonar-se ainda mais importante, visto que esta edição especial do programa está centrada na capacidade do entrevistado em estabelecer um diálogo fluido para o ouvinte e para o público que acompanha a edição da plateia. Na segunda edição do programa analisada, o entrevistado é filósofo Mário Sergio Cortella. Apesar de não estabelecer um tema fixo para o debate, o entrevistado tem a capacidade construir um discurso acessível ao público e de passar pelo mais diversos temas de maneira divertida, bem-humorada, como no trecho abaixo, quanto o entrevistado descreve a sua rotina:

**[MSC]** (...) Mas aí eu levanto, faço aquilo que a natureza obriga. Faço aquilo que é optativo, que é tomar um café, e aí ouço música durante 30 minutos, todos os dias. Das cinco até 5h30 da manhã eu fico ouvindo música. O que eu ouço? Eu ouço aquilo que não é o meu habitual.

**[DS]** Antes de você falar o que é com certeza as pessoas vão imaginar que é Bach, Mozart, Keith Jarrett.

---

<sup>21</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

**[MSC]** Eu ouço aquilo que o meu aluno ouve. Por exemplo, agora eu estou ouvindo One Direction.<sup>22</sup>

#### 4.6.3 O entretenimento na linguagem e na plástica do programa

A linguagem do rádio e as particularidades do programa foram identificadas como elementos que propiciam o entretenimento do ouvinte tornando os momentos de fala fluidos, conversados com a audiência. Durante as quatro edições analisadas foi possível observar que os apresentadores utilizam-se de elementos sonoros, bom humor, linguagem coloquial e descrições que são capazes de introduzir o ouvinte na cena e no tema abordado no programa. Associadas às capacidades de unir a informação ao entretenimento e à seleção de notícias de interesse do público, os elementos próprios do rádio e da construção do programa são essenciais no estabelecimento de um formato que é capaz de entreter o ouvinte.

Uma das características deste meio de comunicação, conforme define Luiz Artur Ferraretto (2001), é possuir uma audiência ampla, heterogênea e anônima. Deste modo, o conteúdo do rádio deve atender a todos os tipos de público, assim como a linguagem deve ser acessível a todos os ouvintes. Apesar de trabalharem com a palavra falada, as notícias veiculadas no rádio reúnem diversos outros elementos sensoriais. A escolha das palavras que são utilizadas na construção da mensagem deve ter como objetivo criar imagens para o ouvinte, ter peso visual. Assim, é função do jornalista de rádio utilizar uma linguagem que seja capaz de construir as referências visuais. O autor Walter Alves (2005) explica a relação entre o som e a imagem:

O som é visual. Pense nas muitas imagens que evocam o barulho do vento, do mar, o ruído de uma porta. Pense na linguagem da música, mais abstrato que o som – ela desenha imagens na alma (ALVES, 2005, p. 303).

Enquanto o jornal impresso cria vínculo com o leitor por meio da informação, o rádio soma outro elemento na missão de entreter o ouvinte: a personalidade do apresentador. Segundo Robert McLeish (2001, p. 19), “a voz é

---

<sup>22</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Paulo Freire e a educação a serviço da humildade", transmitido em 27 de março de 2015.

capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito. Ela tem inflexão e modulação, hesitação e pausa, uma variedade de ênfases e velocidade”. Deste modo, a informação está ligada também ao locutor.

Uma das peculiaridades do rádio como veículo de comunicação é a capacidade de entrelaçar vários elementos sonoros, como a palavra, músicas, o timbre de voz. Assim, é possível afirmar que, em sua natureza, o veículo de comunicação está passível à hibridização. No rádio é possível apresentar uma notícia utilizando-se de efeitos sonoros, música. É possível observar estas construções, por exemplo, no programas de variedades que reúnem comentaristas, música. Nestes, todos os elementos possíveis no rádio são utilizados para construir e fazer compreender uma única mensagem.

Segundo define Ferraretto (2001) o rádio é unidirecional, ou seja, as mensagens são baseadas numa média do interesse do público e pouco se sabe sobre o retorno do conteúdo. Atualmente, esta característica pode ser contestada visto que o veículo tem cada vez mais se tornado uma plataforma multimídia, em conjunto com a internet, o que permite o retorno do ouvinte. Mais do que isso, o próprio ouvinte tem espaço de participação na construção do jornalismo de serviços prestado pela rádio, por exemplo, quando envia alertas de trânsito ou comentários sobre a programação.

A relação e a proximidade com o ouvinte por meio de uma experiência sensorial são os principais pontos fortes do rádio como veículo de comunicação no processo de entreter e informar a audiência. Ao analisar o rádio como veículo de comunicação, o autor Marshall McLuhan (1969) destaca esta característica ao considerar o rádio como o tambor tribal. Segundo o autor, o rádio é uma mensagem de “ressonância e de implosão unificada e violenta” (MCLUHAN, 1969, p. 338) e foi responsável por intensificar a cultura oral, resgatando o sentido de comunidade e tornado texto escrito obsoleto. Para exemplificar a ressonância da mensagem do rádio enquanto veículo de comunicação, o autor utiliza-se da famosa transmissão de Orson Welles sobre uma invasão marciana que, segundo o autor, é uma “pequena amostra do todo-inclusivo e todo-involvente da imagem auditiva no rádio”. (MCLUHAN, 1969, p. 337).

#### 4.6.3.1 A utilização de vinhetas e recursos sonoros

Os elementos de sonoridade característicos do rádio e aplicados ao programa tem, como objetivo, tornar o discurso do programa mais diversificado e fluido, proporcionando maior entretenimento ao ouvinte, que não perderá o interesse por estar cansado da monotonia dos momentos longos de fala. Os elementos sonoros aplicados trazem dinamismo ao discurso. As vinhetas de abertura e fechamento de cada bloco marcam a identidade do programa. São elas que diferenciam o momento da mudança do tom sério e objetivo do *hard news* para o momento descontraído que é o programa Fim de Expediente. As vinhetas produzidas para o programa são leves, animadas e aparecem no início e no fim de cada bloco (que são intercalados pela entrada do Repórter CBN, com um giro rápido de notícias do dia). Elas também são utilizadas para marcar quadros dentro do programa, como a “Dica da semana”, oferecida pelos apresentadores na quarta edição da amostra, ou o quadro “Boxe”, na segunda edição.

Além das vinhetas, a música também é utilizada pelo programa como recurso sonoro na construção da linguagem. Na quarta edição analisada na amostra do programa, por exemplo, os apresentadores introduzem um comentário sobre o cantor Ed Motta com uma música dele no trecho transcrito abaixo:

**[Entra música – Manuel – Ed Motta]**

**[DS]** Ed Motta, sob o som Ronaldo.

**[Sobe som]**

(...)

**[DS]** Quem que escolheu o Ed Motta? A gente passou pelo Ed Motta.

**[TECO]** Eu escolhi Ed Motta porque que confusão que ele se meteu, né cara?<sup>23</sup>

Na mesma edição, os apresentadores iniciam o quadro com uma música para fazer referência à dica da semana e para falar sobre da notícia sobre o processo da família de Marvin Gaye contra o cantor Pharrell Williams, no trecho seguinte:

---

<sup>23</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Um Brasil de delícias", transmitido em 10 de abril de 2015.



**[Entra música]**

**[DS]** Para você que está na Dutra, está chegando ao restaurante que o nosso convidado indicou. Para você que está em todas as estradas do Brasil, viajando. Essa música é boa para boleia de caminhão. Eu gosto de música que você pode deitar na boleia do caminhão e ver o luar enquanto o motorista acelera. Esse é meu sonho.

(...)

**[DS]** Curtiu essa Rusty?

**[ZG]** É do Marvin Gaye, tem a ver com a minha dica da semana.

**[DS]** Aliás outro assunto que a gente não falou aqui foi o Pharrell Williams sendo processado pela família do Marvin Gaye por plágio, né?<sup>24</sup>

Além das vinhetas e música, o programa também se utiliza de sons para criar uma roupagem imaginária para o ouvinte. Por exemplo, quando na primeira edição da amostra (“Quatro hashtags resumem o governo Dilma”) o apresentador informa que o convidado daquela edição está atrasado, ele pede para que o convidado encaminhe uma mensagem no aplicativo *Whatsapp* para “mostrar que está vivo”. Em seguida, é inserido um som de recebimento de mensagem no celular, conforme trecho transcrito abaixo:

**[DS]** Mande um Whatsapp para cá para mostrar que você está vivo. Arthur Veríssimo é o convidado desse programa, gente boníssima.

**[Entra som - mensagem chegando no Whatsapp]**

**[DS]** Olha aí! Chegou já!<sup>25</sup>

A utilização de elementos sonoros para construir o discurso do programa também está presente em, pelo menos, mais momento momentos na primeira edição. Ao questionar a similaridade entre os discursos da presidente Dilma Rousseff, o programa opta por reproduzir as sonoras dos discursos da presidente, posteriormente comparando e questionando a similaridade do texto entre os anos. A reprodução das sonoras contribui para dinamizar o programa e faz uso das características próprias do rádio. Para a mídia impressa, por exemplo, tal comparação entre os discursos teria de ser reproduzida em aspas ou explicada pelo

---

<sup>24</sup> Idem

<sup>25</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

repórter, enquanto no rádio o ouvinte tem a possibilidade de acompanhar o áudio original das falas e, assim como os apresentadores, preparar seu julgamento.

O artifício da utilização de recursos sonoros é visto também quando um som de campainha similar às do aeroporto é introduzido antes da entrada do apresentador José Godoy, no Rio de Janeiro. O recurso é usado novamente para identificar a volta da fala para os apresentadores em São Paulo. O mesmo efeito sonoro aparece colocado na mesma situação na quarta edição da amostra, deixando claro que o objetivo da utilização deste som é marcar e explicitar para o ouvinte a troca de fala entre os apresentadores em estados diferentes. Outro efeito sonoro recorrente nestas edições é a inserção de um som de teclado digitando quando o apresentador solicita que os ouvintes encaminhem mensagens ao programa. Em vez de utilizar-se da fala para explicitar estas situações, o programa opta por criar um simbolismo entre uma ação e o som, que se torna familiar ao ouvinte. Além disso, esses elementos ajudam na construção sensorial da linguagem, contribuindo para que o ouvinte visualize as situações que escuta.

#### **4.6.3.2 A linguagem que cria imagens para o ouvinte**

A descrição das notícias, das situações presenciadas no estúdio do programa e de locais físicos que são inseridos no diálogo é uma característica apresentada com frequência nas edições analisadas. A utilização da fala para que o ouvinte visualize as cenas é um recurso fundamental visto que, quanto mais sensorialmente o público estiver envolvido maior será a capacidade do programa de entreter, de despertar o interesse e chamar a atenção.

Na primeira edição analisada há três momentos de destaque em que a utilização de uma linguagem diferenciada contribuiu para a criação de imagens para o ouvinte. Ao iniciar o programa, o apresentador Dan Stulbach descreve pontos turísticos do Rio de Janeiro ao introduzir o apresentador José Godoy. Ao fazer isso, o apresentador identifica ao ouvinte a localização do estúdio e ajuda que este construa a imagem do apresentador José Godoy. A associação com um ponto turístico da cidade cria um referência mais forte para o ouvinte de que um dos

apresentadores do programa está em outra cidade na cidade. É possível observar isso quando Dan Stulbach descreve:

**[DS]** Mas enfim, o que importa é que ele está lá no estúdio do Rio de Janeiro de braços feito o Cristo Redentor. Um braço em Copacabana e outro na Glória e o coração em Ipanema: José Godoy, como vai?<sup>26</sup>

Ainda nesta edição, o apresentador Luiz Gustavo Medina, o Teco, descrever uma situação para afirmar que os assuntos aos quais irá abordar são surpreendentes, inusitados. Ao falar sobre a semana, ele utiliza a seguinte situação:

**[TECO]** Dan, a semana foi farta, né? A semana aqui no Brasil foi farta. Eu adoraria ter um gringo em casa só pra poder explicar tudo pra ele. Só pra ele poder ficar falando: *What? What? What?*<sup>27</sup>

O que se observa é que descrição e exemplificação dessas situações mostram-se como um recurso para aproximar o programa e as informações apresentadas da realidade do ouvinte. Para o perfil do programa, não basta dizer ao ouvinte que algo aconteceu, mas é necessário também explicar quais as consequências diretas daquilo para quem escuta o programa. A tentativa se mostra bem sucedida ao descrever o contexto das situações e inserir o ouvinte no ambiente. Ainda nesta edição, José Godoy também se utiliza deste recurso ao tecer um comentário sobre a interrupção na construção de ciclovias em São Paulo. Após apresentar as informações sobre o assunto, ele diz:

**[ZG]** A gente vai optar por fazer mais carro andar. É mais ou menos como abaixar o condomínio do teu prédio, mas você vai ter que dividir tua casa com mais uma família. É mais ou menos isso que a gente tá optando.<sup>28</sup>

Na segunda edição do programa analisada, que foi apresentada com público na plateia, ainda há a preocupação em contextualizar o ouvinte que acompanha pelo rádio. O recurso da linguagem capaz de criar imagens ao ouvinte também é utilizado, por exemplo, quando o apresentador descreve a plateia, informando ao ouvinte se o teatro está cheio, descrevendo quem está lá. O recurso mostra-se eficiente na integração dos dois públicos: o espectador e o ouvinte. Em três destes trechos, Dan Stulbach diz:

<sup>26</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

<sup>27</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

<sup>28</sup> Idem

**[DS]** Oh yeah! Tá um delírio isso aqui. Obrigada pelo seu carinho. Salve, salve equipe técnica do teatro Eva Hertz. Salve a todos que nos ouvem em todos os cantos deste país. Em Porto Alegre, Florianópolis e Curitiba. Comecei embaixo e vou subindo devagarzinho. Tudo bem? Ótimo. Olha só, muita gente aqui. Gente com quipá, sem quipá. De todos os cantos, gente de Israel, gente da Holanda.

(...)

**[DS]** Estamos de volta no teatro Eva Herz da livraria Cultura do Conjunto Nacional com a plateia maravilhosa. Todos atentos a Mario Sergio Cortella, nosso professor, que aqui veio. A plateia está tão comportadinha, olhando pra mim. Manifestem-se!

(...)

**[DS]** O pessoal lá fora está no delírio, abraçando o rapaz. “Boa, cara, nos representou bem”.<sup>29</sup>

Este tipo de linguagem também é utilizado no programa para contextualizar o ouvinte em experiências comuns ou elementos presentes no estúdio. Na terceira edição analisada, que foi apresentada na sexta-feira que antecede a Páscoa, o apresentador Dan Stulbach inicia o programa perguntando ao Luiz Gustavo Medina como é a Páscoa na família dele. Ao responder, o apresentador utiliza a descrição de uma cena com a qual o ouvinte pode se identificar por já ter vivenciado algo semelhante:

**[TECO]** Junta todo mundo e procura-se ovos de páscoa. E crianças sujam as mãos, depois passam no sofá, as avós ficam bravas. E até o ano que vem. E assim vai.<sup>30</sup>

Assim, pode-se observar que o programa tem como objetivo utilizar elementos que envolvam o ouvinte sensorialmente. A capacidade de tornar a palavra falada visual é uma característica importante no discurso do programa e na tentativa de despertar o interesse e a sensação de proximidade dos apresentadores e da informação com o ouvinte.

<sup>29</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Paulo Freire a educação a serviço da humildade", transmitido em 27 de março de 2015.

<sup>30</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Joaquim Levy passou a semana correndo atrás do próprio rabo", transmitido em 3 de abril de 2015.

#### 4.6.3.3 A apresentação bem-humorada

O humor é uma característica marcante em todas as edições analisadas. É através da apresentação bem-humorada (fazendo piadas e brincadeiras, utilizando gírias e termos coloquiais), principalmente, que os apresentadores constroem o vínculo e despertam o interesse do ouvinte. É mais fácil prestar atenção em uma informação quando esta tem elementos que contribuem para entreter, distrair. A apresentação recheada de humor é elemento explícito na construção do programa Fim de Expediente, que tem o entretenimento associado à informação como um valor em todas as etapas de produção. Assim, os momentos de descontração não acontecem em uma parte específica do programa, mas estão distribuídos ao longo de todo o programa.

Por apresentação bem-humorada, foram destacados os momentos onde os apresentadores ou convidados fizeram piadas ou brincadeiras sobre algum tema e provocaram risadas, momentos descontraídos. Logo no início do programa da primeira edição da amostra, o apresentador Dan Stulbach inicia a conversa de maneira descontraída, utilizando gírias e linguagem coloquial, colocando-se mais próximo ao ouvinte. A brincadeira é feita no seguinte trecho:

**[José Godoy]** Adoro isso. É o Ronaldo que tá inventando isso?

**[DS]** É 'nóis' cara, aqui é produção. Aqui é trabalho, meu nome é trabalho! Faz de novo Ronaldinho, volta a bola pra cá.

**[Entra som - sinal de chamada de Aeroporto]**

**[DS]** Voltamos para São Paulo.

**[TECO]** A gente tem que contratar aquela mulher que fala bonito.<sup>31</sup>

Em todas as edições analisadas, as brincadeiras e as falas bem-humoradas abrem o programa, normalmente feitas pelo apresentador Dan Stulbach. São elas que recebem o ouvinte. Neste momento, a apresentação bem-humorada contribui para introduzir o ouvinte no novo momento da programação, onde ele deixará o noticiário *hard news*.

---

<sup>31</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

Na apresentação do programa com plateia (segunda edição da amostra) o humor e a descontração são bastante trabalhados, visto que, diferentemente das demais edições, neste programa o foco está exclusivamente no entrevistado Mario Sergio Cortella. Assim, o diálogo deve ser agradável e bem-humorado ao longo de toda a hora de transmissão para deter o interesse do ouvinte. Uma brincadeira é realizada pelo apresentador já na abertura da edição. Ele diz:

**[DS]** Tudo ótimo. A mãe do Teco chegou, a gente pode começar.

**[TECO]** Tudo bem. Então pode apagar a luz, já que ela já chegou né?

**[DS]** Claro, pode apagar a luz da plateia se não a gente fica nervoso.<sup>32</sup>

Em seguida, ao dirigir-se ao entrevistado Mário Sergio Cortella, Dan Stulbach fala:

**[DS]** Olha só, vamos começar com a pergunta que todo mundo quer ouvir. O Brasil bombando, muitas coisas acontecendo. Você lava a sua barba com xampu ou sabonete?

Nesta edição, as piadas e o contexto descontraído são continuados pelo entrevistado e pelos apresentadores. Após alguns minutos de fala do entrevistado, o apresentador Luiz Gustavo Medina retoma o contexto bem-humorado para referir-se à capacidade de diálogo e conhecimento do entrevistado:

**[MSC]** Uma pessoa humilde é aquela que sabe que não sabe tudo, aquela que sabe que não é a única que sabe. Que sabe que sabe que a outra pessoa sabe que ela não sabe. Aquela que sabe que ela e outra pessoa saberão muita coisa juntas. Aquela que sabe que ela e outra pessoa nunca saberão tudo que pode ser sabido. Fui claro?

**[Aplausos da plateia]**

**[TECO]** Imagina isso num boteco, cara. Só penso num boteco, cara.<sup>33</sup>

Deste modo, pode-se perceber que o bom humor também contribui para o dinamismo do programa e tem espaço nobre dentro do programa. É combinando estes elementos próprios da linguagem do rádio com a opinião e a informação que os apresentadores constroem o conceito do programa. A inserção desses elementos

<sup>32</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Paulo Freire e a educação a serviço da humildade", transmitido em 27 de março de 2015.

<sup>33</sup> Idem

também está ligada às características da natureza da plástica do programa, que permite que a programação seja flexível para atender às necessidades dos apresentadores e do público.

#### **4.6.3.4 Diversidade de vozes, flexibilidade na programação e locução atraente**

A diversidade de vozes e a flexibilidade para prolongar ou encurtar os temas dentro da programação são características da plástica do programa que contribuem para o dinamismo do programa Fim de Expediente, fazendo com que a um hora de duração do programa não seja tediosa para o ouvinte

A constante troca entre os momentos de fala entre os três apresentadores e o entrevistado não deixa com que o programa se torne monótono. Nenhum dos envolvidos na conversa apresenta longos períodos de fala. A locução dos apresentadores também é um diferencial que favorece o entretenimento e o dinamismo do programa. Por meio da locução, o apresentador define o ritmo do programa e consegue prender a atenção do ouvinte.

Por conta da flexibilidade na pauta do programa, os apresentadores tem liberdade para comentar assuntos que não estavam previsto e possam surgir no decorrer do programa. Esta característica aproxima o programa de uma conversa entre amigos, que inclui o ouvinte. Um exemplo é o desvio no assunto no início do primeiro programa da amostra suscitado pela campanha de aeroporto: os apresentadores tentam lembrar o nome e descobrir o paradeiro de uma personalidade que deu voz às famosas chamadas. Durante as entrevistas, os assuntos estão ordenados pelos apresentadores, mas temas que fogem ao roteiro inicial (introduzidos por apresentadores, ouvintes ou pelo próprio entrevistado) podem ganhar espaço no programa desde que sejam capazes de despertar o interesse do público e dos apresentadores.

#### **4.6.4 O jornalismo opinativo associado ao jornalismo de entretenimento**

Por meio da classificação nas características dos gêneros descritas por José Marques de Melo (1985) foi possível identificar que o jornalismo opinativo no formato de comentário está presente no programa Fim de Expediente. Apesar disso, o gênero não é o único que participa da composição do programa. Nas dez notícias apresentadas nas quatro edições analisadas foi observado que o mesmo conteúdo opinativo apresentou também elementos do jornalismo de entretenimento, sendo o conteúdo jornalístico um híbrido entre os dois gêneros.

Algumas das características próprias do comentaram já apresentam elementos que se preocupam com a interação do público. O comentarista torna-se referência para o ouvinte e, por isso, uma das características do comentário é estabelecer uma linguagem espontânea, dialogada com o ouvinte. É principalmente por meio da linguagem que o comentarista cria vínculo com o ouvinte. Esta característica está presente nos comentários dos três apresentadores do programa.

Na quarta edição da amostra, por exemplo, o apresentador Luiz Gustavo Medina usa do artifício ao comentar a notícia sobre uma publicação do cantor Ed Motta que causou desconforto com fãs brasileiros. Ao analisar as consequências do fato, ele estabelece um comentário bem-humorado que é finalizado por Dan Stulbach com uma referência ao ouvinte, no trecho a seguir:

**[TECO]** Ele anunciou a turnê dele na Europa e pediu para nenhum brasileiro aparecer lá gritando palavras em português, pedindo pra tocar música em português. Nem falar nome do time porque o público dele não é esse.

**[DS]** Zé, sabe o que eu pensei? A gente podia ir nós dois para Hamburgo, show do Ed Motta, e falar “Manuel, vai Corinthians!”.

**[ZG]** Depois do Toca Raul agora vai ser o Toca Manuel.

**[TECO]** Mas Dan, você acha que não é isso que vai acontecer? Qualquer pessoa que estiver na cidade que vai ter um show dele vai colocar uma camisa do time de 86, vai pegar uma latinha de cerveja e vai ficar lá “Toca Manuel”.

**[ZG]** Vai confraternizar com o alemão, vai explicar para o alemão como fala Toca Manuel em português.

**[DS]** Bom o pessoal que nos ouve na Suécia, na Noruega. Todo o nosso imenso público na China. Já podem dizer para a gente como é



na sua língua local “Toca Manuel”. Escreve pra cá, pessoal da Polônia, todos os cantos do mundo.<sup>34</sup>

A brincadeira é utilizada para expressar a opinião do comentarista sobre a situação e para explorar as possíveis consequências de maneira engraçada, descontraída. Assim, a passagem cumpre tanto a função de expressar opinião quanto de entreter o público.

Os temas identificados nas notícias e nas entrevistas de cada edição estão inseridos naqueles apontados como mais propícios ao formato que une informação e entretenimento, apontados pela autora Fabia Dejavitte (2006). Na primeira edição da amostra, observa-se que duas notícias encaixam-se no critério de fatos sobre *Curiosidades*, apontado entre os temas. São elas: a informação sobre os presos que pedira proteção à polícia em Santa Catarina e a similaridade entre os discursos da presidente Dilma Rousseff. As duas notícias apresentam o inusitado como temática principal, sendo o tema capaz de despertar a curiosidade e o interesse do ouvinte. Outra duas notícias daquela edição também se encaixam na lista de temas do jornalismo de entretenimento, desta vez no campo *Celebridades e personalidades*. As notícias sobre o lucro da consultoria de José Dirceu no período em que estava preso e da discussão entre o ex-ministro da Educação Cida Gomes e o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, tem como temática principal as personalidades envolvidas (pessoas que ocupam cargo de destaque). Ainda nesta edição, o programa recebe o entrevistado Arthur Veríssimo, que tem como tema central da conversa o tema *Turismo/lazer/hotelaria*, também presente na lista dos temas comuns ao jornalismo que une informação e entretenimento.

A seleção dos temas comuns ao entretenimento também aparece na terceira e quarta edição da amostra. A entrevista com Amir Labaki tem como foco o tema *Cinema* e, na edição seguinte, o convidado Rusty Marcellini traz a *Gastronomia* como tema principal de sua entrevista. Além disso, na última edição analisada na amostra, as duas notícias apresentadas (sobre a publicação do cantor Ed Motta nas redes sociais e o processo movido pela família de Marvin Gaye contra o cantor Pharrell Williams) enquadram-se na temática de notícias de *Celebridades e personalidades*.

---

<sup>34</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Um Brasil de Delícias", transmitido em 10 de abril de 2015.

Além da temática propícia ao entretenimento, as notícias dos programas também apresentaram elementos em sua construção que foram capazes de unir as características do jornalismo opinativo à informação e ao entretenimento por meio do formato de comentário. Os comentários dos apresentadores são, na maioria das edições, chamados pelo apresentador Dan Stulbach. É ele quem, em determinado momento do andamento do programa, chama os demais apresentadores para que apresentem os seus destaques da semana. Então, os apresentadores José Godoy e Luiz Gustavo Medina apresentam as notícias que escolheram e fazem um breve comentário, que é seguido pela opinião dos demais apresentadores.

A principal característica do jornalismo de entretenimento associado ao comentário que foi apresentada no programa Fim de Expediente foi a capacidade de fornecer dados ao mesmo tempo em que diverte. Esta característica é evidenciada, por exemplo, na primeira edição da amostra, quando o apresentador faz comentário sobre a notícia sobre os ganhos da consultoria do político José Dirceu enquanto ele estava preso. Este fato, por si só, já tem capacidade de entreter por conta do acontecimento curioso, fora do comum e da personalidade envolvida. Na apresentação desta notícia, o apresentador opta por construir a informação em ordem crescente de acontecimentos (afirma a existência da consultoria, explica sobre os objetivos desta, destaca os ganhos e destaca que o consultor estava preso). A informação principal está ao fim do trecho para que o ouvinte acompanhe todo o desencadeamento. Ao contrário do que aconteceria na mesma informação publicada em um veículo de comunicação impresso, por exemplo, a colocação dos fatos nesta sequência consegue despertar a curiosidade e provoca expectativa no ouvinte, que termina causando divertimento quando o desfecho da notícia é apresentado.

**[TECO]** Ele tem uma consultoria. A consultoria ganhou bastante dinheiro. Mas a consultoria é em quê? É em tudo: é para empresas de aviação, cerveja, gastronomia, petróleo...

(...)

**[TECO]** Mas calma que melhora. Porque enquanto ele tava preso a consultoria faturou quase dois milhões de reais. Como é que ele deu consultoria preso? Isso é uma coisa impressionante.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

Na segunda edição da amostra, o foco do programa está nas informações que o entrevistado tem para passar ao público. Apesar de, neste programa especial mensal não existir os destaques da semana dos apresentadores com comentários sobre notícias, como acontece nos demais, o entrevistado está sempre apresentando informação e opinião em temas de sua área de estudos ou vivência, sempre de maneira bem humorada, associando os dois gêneros. Nesta edição, por exemplo, um dos temas abordados pelo entrevistado é o papel de Paulo Freire para a educação brasileira. Apesar de não estarem associadas a nenhuma notícia da semana, as informações apresentadas pelo entrevistado têm capacidade de entreter o ouvinte, são divertidas, como no trecho abaixo:

**[MSC]** Eu trabalhei com ele 17 anos, convivi com ele. Ele foi meu orientador no doutorado e quando ele foi secretário de educação na capital paulista eu era o secretário adjunto. Depois ele saiu e eu continuei na atividade como secretário. No que ele me toca? Na ideia da educação como o exercício da humildade. Humildade não é subserviência. Uma pessoa subserviente não é aquela que se dobra, se humilha, se enfraquece. Uma pessoa humilde é aquela que sabe que não sabe tudo, aquela que sabe que não é a única que sabe. Que sabe que sabe que a outra pessoa sabe que ela não sabe. Aquela que sabe que ela e outra pessoa saberão muita coisa juntas. Aquela que sabe que ela e outra pessoa nunca saberão tudo que pode ser sabido. Fui claro?<sup>36</sup>

Na terceira edição do programa inclusa na amostra, o apresentador Luiz Gustavo Medina também faz comentário sobre a missão do ministro da Fazenda, Joaquim Levy, de maneira bem-humorada. Como economista, o apresentador poderia ter escolhido apresentar dados técnicos sobre a situação, mas o comentário feito aborda a agenda do ministro, os compromissos enfadonhos, conforme trecho transcrito abaixo:

**[TECO]** Eu tenho um pouco de dó dele quando eu penso no que ele tem que fazer e marcam uma reunião quatro da tarde com o Mercadante, sabe? Cheio de coisa pra fazer e o cara marca umas reuniões que tem que explicar pros caras que já sabem o que tá acontecendo, ter que convencer as pessoas que já sabem o que está acontecendo. Imagino que isso deva ser uma encheção. Mas enfim.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Paulo Freire e a educação a serviço da humildade", transmitido em 27 de março de 2015.

<sup>37</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Joaquim Levy passou a semana correndo atrás do próprio rabo", transmitido em 3 de abril de 2015.

Outras características do jornalismo de entretenimento que estão associadas ao comentário dos apresentadores são a capacidade da notícia em ser simples, fácil de ser entendida. Tal aspecto é destacado quando os apresentadores buscam traduzir os fatos de maneira que estes estejam próximos ao ouvinte. A característica aparece no seguinte trecho da terceira edição da amostra, quando o apresentador José Godoy questiona as diferenças entre o antigo e o novo ministro da Educação:

**[ZG]** Normalmente você tem uma linha de pensamento. Você quer trazer um técnico estrangeiro português. Se não der você tenta o espanhol. Mas você não tenta depois o Gilson Kleina (com todo respeito ao Gilson Kleina). E no Ministério da Educação ficou essa impressão, que eles começaram para um lado e agora virou 180 graus.<sup>38</sup>

A construção da notícia para que seja de fácil compreensão também é evidenciada na primeira edição da amostra, quando o apresentador Luiz Gustavo Medina tece comentário sobre a alta do dólar. A informação é apresentada de maneira que seja de fácil entendimento e não retrata, por exemplo, os motivos econômicos responsáveis pela elevação. A notícia apresenta o que o ouvinte quer saber: como isso irá afetá-lo, conforme trecho abaixo:

**[TECO]** E pô, essa foi a semana também que o contador, o advogado, a viagem para a Disney deles foi pro beleléu. Três e trinta a doleta, velho. Os caras dizem: filhão, óh, vamos pro Beto Carreiro, vamos para o Hopi Hari...<sup>39</sup>

Assim, a preferência na construção do programa é que a notícia seja apresentada de forma objetiva e próxima ao ouvinte, sem abordagens que dificultam a compreensão. Mesmo quando se referem as notícias com temáticas mais complexas, os comentários construídos no programa buscam utilizar elementos dos gêneros que contribuem para aumentar a capacidade de entretenimento e compreensão da informação. Estes aspectos e a associação da opinião ao entretenimento tornam evidente o objetivo do programa em construir um novo formato, que estabeleça uma relação mais estreita com o público e seus interesses.

---

<sup>38</sup> Idem

<sup>39</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

#### 4.7 A interação com a audiência

Além da linguagem e da hibridização entre os gêneros jornalísticos opinativos e de entretenimento, o programa Fim de Expediente também se utiliza de plataformas para propiciar a interação do público com os apresentadores e o programa. A referência aos ouvintes é feita de maneira constante pelos apresentadores. A interação com audiência foi observada em dois aspectos: nas referências de apresentadores ao público com o objetivo de introduzir o ouvinte na conversa e a disponibilidade de mecanismos para participação do ouvinte no programa.

A interação com audiência que partiu dos apresentadores foi observada no chamado constante ao público, normalmente feito por Dan Stulbach. Um dos exemplos de interação com o ouvinte é o costume do apresentador de chamar diversas profissões e localidades na abertura de cada edição. Deste modo, o apresentador dirige-se diretamente ao ouvinte que se encaixa naquele perfil, gerando identificação, conforme os dois trechos transcritos abaixo:

**[DS]** Maravilha! Sexta- feira de Páscoa. Feliz Páscoa pra você no mundo inteiro. Para a comunidade judaica também, Feliz Pessach. A Páscoa e o Pessach vieram juntos. O mundo inteiro, pelo menos boa parte dele, comemora. Não a maior parte, porque a maior parte é mulçumana você sabia? Mas isso é uma discussão longuíssima e eu não quero tê-la. Quero dizer pra você do Japão: konichiwa. A você da China, a você de Cuba, do lado radical do mundo. Por que não na Rússia e na Polônia? Boa noite, bom dia, onde quer que você esteja.

**[DS]** [...] Mandando um abraço para todo mundo que está viajando, está na estrada.<sup>40</sup>

**[DS]** Alô, alô, Diadema. Alô, alô, São Caetano. Alô, alô, Santo André. Alô, alô interior de São Paulo e de Minas, principalmente hoje homenageada. Salve, salve, Bahia. Salve, salve, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Curitiba também. E por que não Florianópolis? Uma das minhas cidades preferidas no mundo. A mais linda desse planeta. Salve, salve, Floripa. Salve, salve Cuiabá. Salve, salve, Belém. Santarém, e por que não Brasília e arredores?<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Joaquim Levy passou a semana correndo atrás do próprio rabo", transmitido em 3 de abril de 2015.

<sup>41</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Um Brasil de Delícias", transmitido em 10 de abril de 2015.

Outro exemplo é quando o apresentador refere-se ao público pela profissão, como no trecho a seguir:

**[DS]** Não é meu caro taxista? Meu caro porteiro? Minha cara garota de cabaré? Você que está na guarita agora, levanta o som na guarita.<sup>42</sup>

Assim, ao mencionar regiões de origem do ouvinte ou as profissões que rotineiramente escutam ao rádio, o apresentador estabelece vínculo direto com a audiência, que passa a se reconhecer como público do programa. O interesse do ouvinte é despertado, visto que este recebe uma menção direta do apresentador do programa ao qual está escutando. Diversos elementos presentes no programa chamam para a interação dos ouvintes com os apresentadores. A capacidade de interação com a audiência está intimamente ligada ao entretenimento que o programa consegue proporcionar ao ouvinte.

Na segunda edição do programa analisada na amostra, que compreende o programa com plateia há a preocupação de interação tanto com o público ouvinte quanto com o público espectador. Além das referências constantes ao ouvinte (que também estão presente pela referência dos apresentadores à audiência), os apresentadores também interagem com a plateia. Ao final do programa, por exemplo, o apresentador Dan Stulbach insere um quadro chamado *Boxe*, que é uma entrevista “bate-bola” no qual o entrevistado e os demais apresentadores devem preferir por uma das duas personalidades citadas. Ao iniciar o quadro, Dan Stulbach pede que, além dos apresentadores e do convidado, a plateia também participe respondendo os questionamentos. Esta interação pode ser observada no seguinte trecho:

**[DS]** Fácil, hein: Nietzsche ou Espinosa?

**[ZG]** Espinosa.

**[TECO]** Nietzsche.

**[MSC]** Espinosa. A ética da alegria.

**[DS]** Na plateia eu vou fazer o próximo. Machado de Assis ou Guimarães Rosa?

**[ZG]** Machado.

---

<sup>42</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Quatro hashtags resumem o governo Dilma", transmitido em 20 de março de 2015.

[DS] Plateia?

[Plateia responde]

[DS] Você, Teco.

[TECO] Machado

[DS] Você, professor.

[MSC] Machado.

[DS] Platão ou Aristóteles?

[ZG] É... Platão.

[MSC] Platão.

[DS] Plateia? Na dúvida fala um e se livra.<sup>43</sup>

Além da interação que parte dos apresentadores, o programa também se utiliza de plataformas que proporcionam a inserção do ouvinte no programa. São elas: o e-mail e o *Twitter*. As participações da audiência são lidas ao longo do programa e, em diversos momentos da transmissão, os apresentadores pedem repetem várias os endereços, pedindo que os ouvintes participem.

#### 4.7.1 As participações por e-mail e twitter

Em dois programas da amostra destacada, a interação entre apresentadores e ouvintes (por e-mail ou twitter) ganhou espaço dentro da transmissão. Em um dos programas esse tipo de interação não foi possível por se tratar de uma edição gravada. Na edição apresentada com plateia, também não há interação por essas plataformas.

Um exemplo da inserção da participação do ouvinte por meio do twitter está presente na quarta edição da amostra. Nesta, o entrevistado Rusty Marcellini, autor de um livro sobre gastronomia, propõe que um dos apresentadores o acompanhe em um dos próximos destinos gastronômico que visitará. Assim, Dan

---

<sup>43</sup> Transcrito do programa Fim de Expediente (2015), emissora CBN. "Paulo Freire e a educação a serviço da humildade", transmitido em 27 de março de 2015.

Stulbach sugere que os ouvintes decidam para qual lugar o apresentador deve ser mandado. Os comentários encaminhados pelas duas plataformas são inseridos na conversa entre os apresentadores e o entrevistado.

Além disso, alguns comentários ganham resposta na internet enquanto o programa é transmitido. Os ouvintes tem acesso ainda ao perfil individual dos apresentadores e da produtora do programa, que são alimentados com comentários, chamadas e imagens de cada edição.

### Figura II - Interação com ouvintes pelo twitter



**Fonte:** Reprodução twitter @fdecbn

Além da leitura dos comentários de internautas dentro do programa da rádio, o twitter também serve de mecanismo para mostrar imagens do estúdio. Ainda no programa no qual Rusty Marcellini é entrevistado, uma imagem com os produtos alimentícios presentes no estúdio é postada nas redes sociais pela produção enquanto a entrevista está em andamento. Ao serem informados de que a imagem está nas redes sociais, os apresentadores também fazem referência para que o ouvinte acesse a plataforma e comente a foto.



### Figura III - Interação com ouvintes pelo twitter II



Fonte: Reprodução twitter @fdecbn

Por meio da utilização destas plataformas e das referências constantes dos apresentadores ao público, observa-se que a estrutura do programa valoriza a participação e o *feedback* do ouvinte, sendo este participante ativo também da construção do programa. Apesar disso, a plataforma é utilizada de maneira complementar ao conteúdo do rádio. Assim, os ouvintes do rádio são chamados para interagir também na internet e, aqueles que estão na internet, são convidados a acompanhar o programa no rádio. A interação por esses mecanismos tornou-se uma das marcas do programa, visto que a participação de ouvintes acontece até mesmo fora do horário de transmissão.

## 5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de atender cada vez mais as demandas do público, o jornalismo tem buscado agregar outros valores à produção. No contexto atual (onde a rapidez e a quantidade de informações exigem ainda mais da capacidade dos veículos de comunicação de apresentarem a informação de forma rápida e eficiente) não basta à produção jornalística informar: ele precisa ser também capaz de entreter. As buscas por adequar a informação jornalística aos elementos do entretenimento são uma demanda do público consumidor da informação, que quer se informar e, ao mesmo tempo, se divertir com o conteúdo dos meios de comunicação. Levando em consideração que os veículos que dedicam-se a produção jornalística são empresas, a afinidade com o público torna-se ainda mais desejável, visto que é ela quem mantém financeiramente a prática jornalística. Assim como a informação é elemento central da produção jornalística, o público receptor também se mostra como elemento fundamental em todo o processo de produção das notícias. Na ausência do público não há conteúdo jornalístico que consiga cumprir seu dever essencial.

A capacidade do noticiário em entreter tem sido experimentada em diferentes plataformas. Apesar disso, inserir elementos do entretenimento no noticiário não é sinônimo de reduzir a quantidade de informação ou sua qualidade. Segundo Fabia Dejavite (2006), a informação que estabelece a necessária sintonia com o público é aquela que consegue ser leve sem perder a seriedade, já que o público irá procurar os veículos de comunicação em seu momento de lazer, durante o tempo livre. Assim, para o público não faz sentido a separação entre informação e entretenimento. Por conta disso, o entretenimento ganha espaço na produção jornalística e passa a ser considerado como um critério de noticiabilidade importante na seleção das informações que receberão tratamento jornalístico para tornarem-se notícias.

Entre os veículos de comunicação que se apropriam da produção jornalística, o rádio é o que está ligado de maneira mais intensa ao compromisso com o entretenimento do público que, neste caso, torna-se ouvinte. Isso porque no

rádio a transmissão da informação depende da construção clara e que se faça compreender na primeira vez em que é dita. Ao contrário, das revistas ou dos jornais impressos, por exemplo, o relato que não conta com a atenção do ouvinte no rádio é perdida, não pode ser retomada e, portanto, não cumpre o papel de informar. Assim, em sua essência, a produção bem-sucedida para no rádio está relacionada intimamente com a capacidade de despertar o interesse do público. A emissora CBN, desde o momento de sua criação, estabeleceu o entretenimento e a proximidade com o público como um dos valores de sua produção jornalística. Por meio da grade de programação que valoriza o comentarista e a relação deste com o público, a emissora tem experimentado novos formatos de programas, que mostraram-se bem sucedidos na missão de entreter por meio da informação.

O que foi observado no programa Fim de Expediente é que a preocupação com o entretenimento do ouvinte manifesta-se em todo o processo de construção do programa, sendo observado desde a construção da notícia até a linguagem utilizada em sua veiculação. Além disso, o programa faz proveito das características intrínsecas ao rádio de estabelecer a conexão direta com o público por meio da fala. Com a utilização de uma linguagem descontraída, elementos sonoros e plataformas de interação com a audiência na construção de comentários sobre o noticiário da semana, o programa cumpre dois papéis: o de fazer uma análise das notícias e fornece argumentos para a formação da opinião o ouvinte (características própria do jornalismo opinativo) e o de divertir, de apresentar as informações de maneira leve e agradável. No contexto deste programa, que é transmitido ao fim de tarde, no fechamento da semana, um debate acirrado ou discussões que não abrissem espaço para o humor, por exemplo, não seriam interessantes para o ouvinte.

Assim, a junção entre os gêneros jornalísticos e o entretenimento tem se mostrado como um caminho para a conexão entre o público e o conteúdo informativo, que a cada dia se mostra mais essencial. Em um período onde o público recebe informações por diversas plataformas, a capacidade de inovar e experimentar formatos que façam o receptor buscar a informação jornalística é avaliada como fundamental.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Leonel Azevedo de. **Entretenimento: valor-notícia fundamental**. In: Revista Estudos em Jornalismo e mídia. Ano V – nº 1. p. 13-23, 2008.

ALVES, Walter. A cozinha eletrônica. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

ASSIS, Francisco de. **O lugar e a lógica da diversão nas funções do jornalismo**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação e entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

GABLER, Neal. **Vida, o Filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de comunicação**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. Rio de Janeiro: Ática, 1987.

\_\_\_\_\_. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2008.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto a venda. Jornalismo em sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.

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

SANTI, Vilso Junior. **A sociedade em rede, a geração digital e a crise da imprensa: para onde caminha o jornalismo?**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (RS), 2013.

TAVARES, Mariza (org.). **Manual de Redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

### **Referências eletrônicas:**

Dan Stulbach diz que lembrou da infância com 'Queridos Amigos'. Portal Terra (24 de fevereiro de 2008). Disponível em: <http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI2500422-EI1118,00.html>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

Só assistia de vez em quando, confessa Dan Stulbach, novo apresentador do CQC. Folha Online (12 de novembro de 2014). Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/11/1546869-achei-uma-loucura-nunca-planejei-ser-apresentador-diz-dan-stulbach-que-assume-cqc-em-marco.shtml>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

Site do apresentador José Godoy. Disponível em: <http://www.zegodoy.com.br/bio.asp>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

Site oficial da emissora CBN. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

Métricas do dial da emissora CBN. Disponível em: <http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2015/05/27/CBNABR15.pdf>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

## 7 ANEXOS

ANEXO 1 – Programação diária da emissora CBN (**Fonte:** Site da emissora CBN)

- **Segunda-feira**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Noticias	Ceci Mello
06h00 às 09h30	Jornal da CBN	Milton Jung
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Octavio Guedes Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 14h00	CBN Brasil	Carlos Alberto Sardenberg
14h00 às 17h00	CBN Total	Carolina Morand
17h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
20h00 às 21h00	Quatro em Campo	André Sanches, Carlos Eduardo Eboli, Marcos Guiotti, Paulo Massini
21h00 às 23h30	CBN Noite Total	Tania Morales
23h30 às 24h00	Lado B da bola	Gabriel Dudziak, Mario Marra e Roberto Nonato
* Só pela internet entre 19h e 20h		

- **Terça-feira**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Noticias	Ceci Mello
06h00 às 09h30	Jornal da CBN	Milton Jung
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Octavio Guedes Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 14h00	CBN Brasil	Carlos Alberto Sardenberg
14h00 às 17h00	CBN Total	Carolina Morand
17h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
20h00 às 21h00	Quatro em Campo	André Sanches, Carlos Eduardo Eboli, Marcos Guiotti, Paulo Massini
21h00 às 24h00	CBN Noite Total	Tania Morales
* Só pela internet entre 19h e 20h		

- **Quarta-feira**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Noticias	Ceci Mello
06h00 às 09h30	Jornal da CBN	Milton Jung
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Octavio Guedes Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 14h00	CBN Brasil	Carlos Alberto Sardenberg
14h00 às 17h00	CBN Total	Carolina Morand
17h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
20h00 às 21h00	Quatro em Campo	André Sanches, Carlos Eduardo Eboli, Marcos Guiotti, Paulo Massini
21h00 às 24h00	CBN Noite Total	Tania Morales
* Só pela internet entre 19h e 20h		

- **Quinta-feira**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Noticias	Ceci Mello
06h00 às 09h30	Jornal da CBN	Milton Jung
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Octavio Guedes Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 14h00	CBN Brasil	Carlos Alberto Sardenberg
14h00 às 17h00	CBN Total	Carolina Morand
17h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
20h00 às 21h00	Quatro em Campo	André Sanches, Carlos Eduardo Eboli, Marcos Guiotti, Paulo Massini
21h00 às 24h00	CBN Noite Total	Tania Morales
* Só pela internet entre 19h e 20h		

- **Sexta-feira**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Noticias	Ceci Mello
06h00 às 09h30	Jornal da CBN	Milton Jung
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Octavio Guedes Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 14h00	CBN Brasil	Carlos Alberto Sardenberg
14h00 às 17h00	CBN Total	Carolina Morand
17h00 às 18h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
18h00 às 19h00	Fim de Expediente	Dan Stulbach, José Godoy, Luiz Gustavo Medina
19h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição *	Roberto Nonato
20h00 às 21h00	Quatro em Campo	André Sanches, Carlos Eduardo Eboli, Marcos Guiotti, Paulo Massini
21h00 às 24h00	CBN Noite Total	Tania Morales
* Só pela internet		

- **Sábado**



Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Notícias	Ceci Mello
06h00 às 09h00	Jornal da CBN	Milton Jung
09h00 às 09h30	Caminhos Alternativos	Fabiola Cidral, Petria Chaves
09h30 às 10h00	50 Mais CBN	Alexandre Kalache, Mara Luquet e Mariza Tavares
10h00 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH	Fabiola Cidral Lilian Ribeiro Estevão Damázio Guilherme Ibrahim e Shirley Souza
12h00 às 15h00	Revista CBN	Petria Chaves
15h00 às 21h00	Show da Notícia e/ou Futebol	
21h00 às 23h00	CBN Noite Total	Tania Morales
23h00 às 24h00	Globo News Painel	William Waack

- **Domingo**

Horário	Programa	Âncora
00h00 às 03h00	CBN Madrugada	Alves de Mello
03h00 às 06h00	CBN Primeiras Notícias	Ceci Mello
06h00 às 09h00	Jornal da CBN	Milton Jung
09h00 às 12h00	CBN Esportes	Carlos Eduardo Eboli
12h00 às 15h00	Revista CBN	Petria Chaves
15h00 às 19h00	Show da Notícia e/ou Futebol	
19h00 às 21h00	Almanaque Esportivo	Equipe de esportes
21h00 às 22h00	No Divã do Gikovate	Flávio Gikovate
22h00 às 22h30	50 Mais CBN	Alexandre Kalache, Mara Luquet e Mariza Tavares
22h30 às 24h00	CBN Noite Total	Tania Morales