

Pluralidade de fontes e os formatos radiofônicos na cobertura eleitoral de 2014 pela Rádio Cultura¹

Luãn Chagas²

Carlos Willians Jaques Morais³

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

Resumo

O artigo apresenta um estudo sobre a cobertura do primeiro turno do processo eleitoral de 2014, pela emissora de radiodifusão Cultura AM 560, de Guarapuava, interior do Paraná. Com base no conceito de qualidade no jornalismo, o objetivo é realizar um debate em torno das fontes e os formatos utilizados pelo programa jornalístico “Assunto é Notícia”, durante o processo eleitoral. O foco da pesquisa se dá pelas relações entre o interesse público, com os gêneros fundamentais na linguagem no radiojornalismo e a pluralidade de fontes como bases para uma cobertura do momento eleitoral. A temática é parte de estudos desenvolvidos no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado) da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Palavras-chave: radiojornalismo; interesse público; gêneros; eleições.

Introdução

Os debates em torno do rádio e do conceito de qualidade do jornalismo estão inscritos em uma literatura cada vez mais ampliada no país. Buscar formas para analisar o interesse público ou então os impactos da produção no dia a dia da esfera pública é parte das discussões que reforçam a importância que o radiojornalismo possui na sociedade. Parte-se da premissa, que questões-chaves, como a escolha de fontes e os próprios formatos radiofônicos dentro dos programas jornalísticos ou de cunho informativo são fundamentais no dia a dia da programação e principalmente em períodos de cobertura eleitoral.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduado pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), jornalista, radialista e estudante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). E-mail: luaanchagas@gmail.com.

³ Graduado em Licenciatura em Pedagogia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2003) e formação em Filosofia pelo Instituto de Filosofia e Teologia Mater Ecclesiae (1999). É Mestre em Educação (Filosofia da Educação) pela Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista (UNESP) - Campus de Marília-SP. É Doutor em Educação (Filosofia da Educação) pela Faculdade de Educação, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Atualmente é professor efetivo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no Programa de Pós-graduação em Jornalismo (Mestrado), atuando principalmente nos seguintes temas: filosofia, comunicação, formação, conhecimento, ética, Kant e Habermas. Email: cwjmorais@hotmail.com.

Meditich (2001) aponta o rádio informativo como um dos principais meios de contraposição de ideias, da orientação das massas urbanas e de levar aos mais diversos pontos, a mediação regional que o jornalismo pode proporcionar enquanto construção de conhecimento. Kischinhevsky (2012) argumenta que diante do cenário de tantas mudanças, é preciso ir além dos limites radiofônicos e debater questões alinhadas às próprias rotinas ou então estratégias de linguagem e circulação.

Segundo Guerra (2010), é preciso abordar o conceito de qualidade por duas dimensões, uma delas relativa às expectativas do público, interesses pessoais e a dimensão privada dos gostos; e a segunda, que é relativa ao interesse público como Valor Notícia de Referência Universal. Optamos por priorizar o viés do interesse público que envolve justamente as características de análise do produto, enquanto notícias veiculadas a partir de uma cobertura política do processo democrático dentro do meio radiofônico.

Meyer e Kim (2003) destacam alguns indicadores que precisam ser investigados quando se adota uma posição pela perspectiva da qualidade. Já para Palácios (2008), no estudo voltado à web, existem dificuldades para uma avaliação dos produtos jornalísticos. Benedeti (2006) posiciona, dentro do foco do artigo, como o interesse público é um dos aspectos que devem ser considerados importantes para o jornalismo moderno.

Os dados foram coletados a partir da análise de conteúdo durante os 33 dias de cobertura eleitoral pela emissora de radiodifusão Cultura AM 560, no programa “Assunto é Notícia”, veiculado das 7h30 às 9h e das 10h às 11h15 diariamente. Com base no interesse público como parte dos critérios de qualidade do jornalismo e as características do meio rádio, a análise parte do estudo sobre o levantamento da pluralidade de fontes na cobertura e os formatos próprios do meio radiofônico.

Jornalismo e o interesse público

O interesse público em uma sociedade democrática está entre os principais fundamentos das atividades que possuem o desenvolvimento social como uma de suas prioridades. A cobertura jornalística do processo eleitoral insere-se neste aspecto com a responsabilidade de levar por meio dos produtos noticiosos, referências para sociedade que escolhe seus representantes. Neste caso, as emissoras radiofônicas, que transmitem programas jornalísticos, levam as características informativas que a área carrega.

O jornalismo é uma atividade cuja razão de ser é justamente informar as pessoas sobre fatos, coisas e opiniões, às quais as pessoas encontram dificuldades de obter esclarecimentos senão e exatamente pelo trabalho da imprensa. Ou seja, as pessoas buscam informações jornalísticas para suprir a sua falta de informação sobre os fatos, objetos e pessoas que de alguma forma lhes são relevantes. Resulta assim uma forte assimetria entre o produtor de informação e o receptor, pois de um lado está aquele que tem as informações que o outro presumivelmente demanda, sem que este tenha maiores meios de julgar a veracidade, a relevância avaliada e a efetiva pluralidade das informações disponibilizadas. (GUERRA, 2010b, p. 5)

Becker (2009) argumenta que o jornalismo como forma de conhecimento social, ultrapassa sua condição de parte do sistema capitalista ou atividade meramente funcional, ao revelar os aspectos presentes na realidade social e suas condições. Como afirma Genro Filho (1987), toda a produção jornalística implica saberes específicos, conhecimento acerca de uma realidade local e cotidiana. Neste sentido, a pluralidade com que os meios tratam suas fontes tendem levar ao fortalecimento da democracia a partir de condicionantes que atuam no momento da construção mediada da realidade social.

E é justamente o princípio de diversidade que nos remete a reflexão sobre um jornalismo audiovisual de qualidade. Diversidade é uma questão fundamental na política pública e em uma reflexão crítica sobre as relações entre democracia e sistemas de mídia porque, como aponta Hughes (2009), as visões de mundo e os estilos de vida representados na comunicação massiva tendem a influenciar valores e práticas essenciais na vida social. A diversidade de programas e conteúdos destinados a audiências distintas e a descentralização dos meios, certamente, são essenciais para o fortalecimento da democracia e para a qualidade das informações jornalísticas. (BECKER, 2009, p. 104)

Voltado ao meio, Meditsch (2001) argumenta que o rádio informativo sofreu uma série de transformações ao longo dos anos, principalmente na produção jornalística, moldando a sua especificidade. Mais recentemente, Lopez (2009) argumenta que com as diversas mudanças, o jornalista em uma emissora possui atualmente um caráter multitarefa em sua produção, aliando a apuração da reportagem a outras atividades, como a edição dentro de sua rotina.

A função mediadora que o jornalismo assume - entre os diversos discursos produzidos na sociedade e o seu público - faz com que processe e absorva em seu conteúdo, os atos de fala de diferentes atores sociais. O gênero jornalístico é fortemente marcado pela intertextualidade e seus enunciados caracterizados, quase sempre, por um sentido polifônico: raramente é apenas o jornalista que fala, normalmente mescla sua fala com discursos de outrem que reproduz. No rádio, a intertextualidade polifônica do discurso jornalístico encontrou a sua forma atual de expressão, numa segunda fase da história do meio, com a universalização do uso do telefone e da gravação magnética. (MEDITSCH, 2001, p. 188)

A Rádio Cultura AM 560 possui no “Assunto é Notícia” dois radialistas e um jornalista, que trabalham na apresentação e produção de materiais noticiosos para o programa. A emissora ainda conta com um jornalista na direção e outro na produção de reportagens ligadas à igreja, que possui a Fundação Nossa Senhora de Belém como proprietária da concessão.

O dado reflete o estudo de Sant’Anna (2008), que discute baixo número de profissionais diplomados no meio. Segundo dados do autor, em 2004, existiam 1.602 radiojornalistas, cerca de 5,21% da mão de obra total, ou seja, a média de um terço de jornalista, 0,35% por emissora legalizada, ou seja, para cada cem jornalistas empregados, cinco trabalhavam para o rádio e outros sessenta estavam fora das redações, trabalhando diretamente com a fonte, em assessorias ou departamentos de marketing.

Os números reforçam a necessidade de mais profissionais desempenhando o papel do jornalismo como uma necessidade social que priorize o interesse público. Ao lado de todas as mudanças tecnológicas que o campo vem passando nos últimos anos, Kischinhevsky (2009), argumenta que as novas rotinas e o perfil multitarefa dos profissionais podem colocar em risco a qualidade dos produtos, tendo em vista que a prioridade visa a produção e não a verificação e apuração como um todo.

Diante deste contexto, o artigo busca fundamentar o interesse público como um dos parâmetros fundamentais na construção da notícia também no meio rádio. Guerra (2010a) destaca duas formas de tratamento da literatura sobre o caso, um deles relativo às expectativas do público, interesses pessoais e a dimensão privada dos gostos; e o segundo, que é relativo ao interesse público como Valor Notícia de Referência Universal.

Para o autor, o conceito de qualidade necessita de uma visão que seja definida como “consistente conformidade com as expectativas dos consumidores” (GUERRA, 2010a). Essa concepção, que segue Slack, Chambers e Johnston, indica a importância de concepções que garantam as especificações claras e transparentes da conformidade, ou seja, da condição de um produto para as suas características. Já a consistência, é a garantia do cumprimento do requisito anterior e a consequente mensuração desta conformidade, com o objetivo de atender as expectativas do público.

Qualidade é o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência, consideradas as expectativas da audiência em duas dimensões: a) dimensão privada, relativas a seus gostos, preferências e interesses pessoais; e b) dimensão pública, relativas ao interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal. (GUERRA, 2010a, p. 46)

Já Meyer e Kim (2003) apontam alguns indicadores que precisam ser investigados quando se trata da mensuração ou avaliação de qualidade, como a) facilidade de acesso, b) localismo, c) vigor editorial, d) quantidade de notícias e e) interpretação. Em 2007, Meyer questiona a postura de decisões empresariais que visam o lucro, mas não possuem investimentos sólidos no jornalismo de qualidade.

Palácios (2008) aponta dificuldades para avaliar a qualidade dos produtos no caso da web. Sem a pretensão de conclusão, o autor aponta alguns direcionamentos para um trabalho que agregue todas as potencialidades do jornalismo da internet, colocando a memória como um fator central em parâmetros para pesquisas de avaliação.

Um problema que se coloca desde sempre com relação à avaliação da Qualidade em produtos jornalísticos na Web é o fato de que o instrumental disponível, tanto teórico quanto empírico (questionários, fichas de avaliação, etc) tem sido, em sua grande maioria, criado e formatado para a análise de sites em geral, e não para o jornalismo em particular. (PALACIOS, 2008, p. 95)

O objetivo do artigo então volta-se a discutir o interesse público a partir da utilização dos gêneros jornalísticos do rádio e a pluralidade de fontes durante a cobertura eleitoral de 2014 pelo “Assunto é Notícia” da Cultura AM 560, como um dos parâmetros do conceito de qualidade. Para Benedeti (2006), mesmo que essencialmente privado enquanto concessão administrada por um ente empresarial ligado ao grupo católico, o pensamento coletivo deve estar entre as prioridades do jornalismo moderno.

A importância do interesse público no jornalismo moderno, entretanto, não impede a permanência do paradoxo público-privado na atividade jornalística, tanto na configuração de suas organizações produtivas quanto de seus relatos informativos. No primeiro caso, o que ocorre é a coexistência de sua função pública e execução privada, ou seja, a realização do jornalismo por empresas privadas com fins comerciais. No segundo, o conflito público-privado se faz presente no processo de seleção dos fatos, interação com as fontes e construção dos relatos jornalísticos, independentemente da natureza jurídica da organização jornalística. (BENEDETI, 2006, p.56)

Um das considerações de Guerra (2010a), são as definições de critérios para as notícias enquanto interesse público. Nem todas precisam obviamente contemplar o atendimento às coletividades, como “foco central”. Para isso, é necessário respeitar algumas situações: 1) fatos que atingem a coletividade, a maioria da população e a interferência na vida social, como por exemplo, os aspectos condizentes à vida pública; 2) fatos que atingem uma única pessoa, desde que exercendo ou deixando de cumprir algum dever de cidadão; 3)

fatos que afetem indiretamente a vida social até mesmo inusitados, mas que possam em algum momento provocar riscos à aos direitos pessoais.

Ao afirmar o interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal, está-se afirmando que ele se constitui numa expectativa necessária da audiência, por um lado, e um atributo necessário da notícia, por outro. Podem ser apontadas três razões para isso: a) a informação jornalística se constitui em uma das mais importantes fontes de acesso ao direito à informação dos cidadãos; b) ela contribui para a formação da agenda de temas sobre os quais os cidadãos irão discutir e formar suas próprias convicções em relação às mais diversas esferas da vida social; e c) ela é potencialmente geradora de “impacto público”, isto é, provoca consequências práticas na vida das pessoas, independentemente de elas serem ou não parte da audiência real de uma dada organização jornalística (GUERRA, 2010a, p. 9).

A pluralidade e ampliação das vozes no jornalismo como requisito para a busca da qualidade do produto oferecido está dentro da perspectiva de análise pela presença das fontes e suas escolhas na cobertura eleitoral. Christofolletti (2010), em pesquisa junto aos executivos dos meios de comunicação, identificou tanto a concordância com a necessidade de ouvir as diversas fontes em uma cobertura, como também premissas críticas a suas bases, o que, segundo os entrevistados, tornaria o jornalismo “generalista e messiânico”. Por outro lado, houve também o reconhecimento desta postura como uma necessidade do mercado como um todo, mesmo não tendo um determinado jornal, a responsabilidade de traduzir toda a sociedade.

As discordâncias do enunciado da pesquisa são reveladoras de um sintoma nas redações da imprensa brasileira: não há um consenso em torno de valores como diversidade e pluralidade como elementos de alicerce e de impacto direto na qualidade do produto jornalístico. Evidentemente, a assunção de tais posições repercute na adoção de certos procedimentos na seleção de fontes, na apuração de informações e na dosagem de versões nos relatos jornalísticos. (CHRISTOFOLETTI, 2010, p.39)

Dentro dessas premissas, estão as diretrizes do interesse público, onde em uma sociedade democrática se torna fundamental para que o próprio radiojornalismo, no caso de uma cobertura eleitoral ou que envolva as políticas públicas, execute abordagens que contribuam para a cidadania. Ao discutir os critérios de qualidade, Guerra (2010a), levanta a relação aos gostos, preferências e interesses pessoais e a dimensão pública, obviamente com o papel que jornalismo desempenha na sociedade.

Gêneros radiofônicos

Neste artigo, as potencialidades dos gêneros radiofônicos são bases para a análise de sua utilização no período eleitoral e a contribuição para o interesse público no momento de

ouvir as fontes. O radiojornalismo possui formatos e abordagens próprias dentro da área, com enquadramentos, escolhas, estratégias. Também estão presentes, os valores notícia que carregam os materiais jornalísticos, utilizados no dia a dia e que estão conduzindo o trabalho nas redações. Os valores dão um suporte para toda a cobertura e oferece bases para a escolha das pautas, além de destacar a importância que o radiojornalismo possui para a sociedade, fugindo dos gêneros como um limite, tornando um ponto de partida para a análise da presença do jornalismo no momento da cobertura eleitoral.

Neste contexto, não faz mais sentido discutir os limites do radiofônico, mas sim debater, pesquisar, analisar suas diversas modalidades, suas interfaces, prestando especial atenção às mudanças em andamento em termos de linguagem, práticas interacionais, rotinas produtivas, emergência de novos atores no mercado, estratégias de circulação e hábitos de escuta. (KISCHINHEVSKY, 2012, p.63)

Como demonstrou a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira, a abrangência do Rádio é notória, principalmente espaços geográficos como o centro do Paraná de economia essencialmente rural. Segundo a pesquisa, 60% da população brasileira ouve rádio em pelo menos um dia da semana. Em municípios com o porte de Guarapuava (com uma população de 190 mil habitantes), aliada ao ramo de trabalho da atividade agrícola, a média de ouvintes chega a 59% da população. Nesta perspectiva, a área geográfica, une-se a cultural e a identidade local que carregam cidades em uma determinada região. Por outro lado o interesse e o comprometimento com as regionalidades fazem parte das políticas comunicacionais e as linhas editoriais adotadas em cada emissora, algo determinante em coberturas eleitorais.

Outra pesquisa que reforça as potencialidades do rádio foi realizada de janeiro a março deste ano pelo Ibope Media. Os dados coletados nas principais regiões metropolitanas atingiu quase 52 milhões de brasileiros, 89% da área pesquisada. O levantamento também mostrou que o horário de pico das emissoras do rádio ocorre entre 10h e 11h e alcança 64% das pessoas nestas praças, o que equivale a 37 milhões de ouvintes. Um dado que chama a atenção é o fato de que 70% dos entrevistados consomem programação não musical. Os noticiários locais ficam em primeiro lugar na preferência com 50%, seguidos dos nacionais com 40% e de trânsito com 35%. Programas religiosos ficaram com 17% e esportivos com 14% (MASSARO, 2015).

Os dados reforçam a pontencialidade que a localidade ao lado da imediaticidade constitui nas características do rádio. O jornalismo passa então de um contexto que envolve

a totalidade dos meios para especificações, como o radiofônico, que adquire características próprias até pela primeira das predisposições, que é a transmissão somente com o áudio.

Os gêneros jornalísticos quando aplicados ao rádio, adquirem formas específicas para se adequarem às características desse veículo. O gênero informativo é o mais identificado no rádio. Isso porque a função a que se propõe tem uma forte relação com uma das características mais preciosas do rádio, que é a imediaticidade. O rádio tem a possibilidade acompanhar os fatos no momento em que estão acontecendo e noticiá-los. (LOPES; MATA, 2009, p.9)

No jornalismo, os gêneros definem o estilo e o formato que é direcionado a cada linguagem aplicada a determinado meio de comunicação, ou seja, direcionam a audiência sobre o aporte tecnológico e o estilo empregado. Segundo Marques de Melo (2010), os gêneros podem ser divididos em informativo, que integra a nota, notícia, reportagem e entrevista; e Opinativo, que reúne formatos como editorial, comentário, artigo, resenha ou crítica, coluna, crônica, caricatura e carta. Além da ampla discussão dos autores em torno o gênero interpretativo, que de acordo com Beltrão (1976), é o esforço de propor reportagens com um foco sobre o entendimento e o aprofundamento da notícia. É também necessário, dentro dos gêneros aliar as características essenciais do rádio que é a transmissão via áudio e suas peculiaridades em texto e formato.

As discussões proporcionaram o aprofundamento dos estudos em gêneros radiofônicos, onde estão a reportagem ou notícia, a nota, o boletim, a entrevista. A notícia é vista como um módulo básico da informação, com um tempo exposição e com média satisfatória de um minuto e trinta segundos, podendo ser apresentada em mais de um bloco, e na voz de dois ou mais locutores. Quanto à nota, o formato como um informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso, sempre curto, mensagens diretas (BARBOSA FILHO, 2003).

A entrevista, a produção da nota e o próprio comentário entram no jornalismo informativo e, segundo o autor, também no interpretativo, praticado por muitas emissoras radiofônicas com o objetivo de contextualizar mensagens e as consequências de determinados fatos, o que segundo Ferrareto (2001) amplia o leque de informações ao ouvinte qualitativamente.

Ainda nas perspectivas sobre os gêneros, Ferrareto (2001), afirma que o jornalismo informativo é o que predomina no noticiário radiofônico, pois passa para o jornalista/radialista/comunicador, a necessidade do levantamento minucioso de detalhes quanto a um fato. Já Lopez (2009), destaca que a principal característica do veículo, que é o

áudio, pode tender a formar um jornalismo opinativo pela implicação subjetiva do emissor em recursos como o silêncio ou outros sinais sonoros.

Deve-se levar em conta que toda informação no rádio é transmitida pela fala e que a fala apresenta implicações que vão além do texto escrito. A entonação, os silêncios, as demais ferramentas informativas sonoras, como os efeitos, trilhas ou som ambiente podem alterar o sentido do que se informa. Neste caso, a informação não assumiria necessariamente um papel interpretativo, mas opinativo, alterando sua definição como gênero jornalístico. Interferências no momento da oralização podem ocorrer tanto em transmissões editadas quando há uma emissão direta. Nelas, as interferências poderão ocorrer por conta do contato direto do jornalista com o palco da ação. O jornalista, como dito, sofre interferências de suas ações pessoais, de suas crenças, valores e conhecimento acumulado. Portanto, esse tipo de transmissão influencia a emissão da mensagem. (LOPEZ, 2009, p. 70)

Com já abordado no texto, os programas adotam estratégias diferenciadas no dia a dia da cobertura jornalística e fazem parte dos gêneros já estudados e pensados por autores como Beltrão (1969; 1976; 1980). Baseado nos estudos sobre o jornalismo impresso, o autor divide em três gêneros, o informativo, interpretativo e opinativo. No rádio, os formatos ou gêneros radiofônicos como afirma Barbosa Filho (2003) estão enquadrados nesses gêneros jornalísticos, alguns envoltos em mais de um como é o caso da entrevista. “Ainda hoje, devido às características do veículo, o gênero informativo é o mais identificado no rádio. O rádio tem a possibilidade de acompanhar os fatos no momento em que estão acontecendo e noticiá-los” (LOPEZ, 2009b, p.68).

Barbosa Filho (2003) destaca a notícia como módulo básico da informação radiofônica, algo imprescindível para a construção do radiojornal já que complementa a nota e possui maior tempo de transmissão. Ainda segundo o autor, a nota é um dos principais formatos adotados no radiojornalismo. Ela pode ser definida como um relato sucinto, nem sempre inconcluso e que na grande maioria das vezes é precedido de uma notícia, entrevista ou outra informação. Esse complemento utilizado em alguns casos agrega à nota, uma ampliação dos fatos abordados pelo locutor, repórter, jornalista ou ancora de um radiojornal.

A nota, no jargão radiofônico, significa um informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso. Suas características principais são o tempo de irradiação, sempre curto, com quarenta segundos de duração, e as mensagens transmitidas mediante frases diretas, quase telegráficas. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 90)

A identificação deste formato e a intensidade nos produtos pode demonstrar como um determinado programa tende a ouvir suas fontes e produzir materiais que ampliem as

discussões sobre uma temática. Lopez (2009) afirma que no caso da nota, a “veiculação objetiva apenas a atualização do ouvinte diante dos fatos que aconteceram no dia, ou que irão acontecer nos próximos” (p. 70).

Lucht (2009) cita o boletim como um pequeno informativo, com no máximo cinco minutos de duração e distribuído ao longo da programação jornalística. Em muitos casos, o boletim entra em períodos diferentes da programação e compõe pequenos informativos. Podem ser produzidos tanto internamente para garantir a rotatividade das informações e notícias, como também por órgãos governamentais, instituições e entidades que utilizam de espaços próprios dentro das emissoras.

Já a produção de reportagens no jornalismo praticado pelas emissoras radiofônicas prescinde levar ao ouvinte fatos ainda mais detalhados, ouvir diversas fontes e possibilitar uma interpretação por parte do ouvinte.

Material elaborado pelo repórter, com duração de 3 a 5 minutos, geralmente composto pela cabeça ou lide da matéria lida pelo autor, seguido de sonora do entrevistado (ou várias inserções intercaladas com a voz do repórter) mais as ilustrações do palco da ação, ou seja, de sons do local onde ocorreu o fato. Por exemplo: palavras de ordem proferidas durante passeata, barulhos de sirene numa perseguição da polícia. (LUCHT, 2009, p. 63)

Um dos principais formatos do jornalismo em geral, muitos autores destacam a Entrevista como o integrante do gênero informativo e também do interpretativo. Uma de suas principais vantagens, sendo cada vez mais utilizada tanto no *All News* como em rádios do interior, é de que a partir deste formato, é possível garantir informações aprofundadas sobre determinados assuntos, além da dinâmica e velocidade ao radiojornal.

A entrevista, apesar de estar classificada como gênero informativo, permeia também o interpretativo. Isso porque na entrevista é possível explorar as informações de maneira complexa, e também apresentar os principais personagens do acontecimento, explicando as causas, consequências e mostrando uma possível solução para o fato. Este gênero é muito adotado no rádio devido à velocidade que propicia. Se for bem executada e trouxer um caso que a sociedade sente a necessidade de maiores esclarecimentos, o ouvinte acompanhará do início ao fim. (LOPEZ, 2009, p.71)

Tido como um formato também interpretativo, emissoras do interior também tendem a realizar entrevistas longas sobre diversos temas devido ao tempo de programa.

De caráter essencialmente opinativo, o comentário carrega um determinado indivíduo que já possui uma presença rotineira no dia a dia da emissora e trabalha com as colunas, como é chamada no jornal impresso. Em muitos casos, o comentarista pode ser

englobado a folha salarial da emissora e fazer parte dos quadros do jornalismo. O formato também pode ser adotado pelo âncora, repórter ou locutor dependendo da situação envolvida no fato. Neste caso também pode ser enquadrada a crônica realizada pelos comentaristas, que utilizam do texto para emitir suas opiniões especializadas sobre determinados fatos.

Costuma ser uma ampliação informativa, que levanta dados, colorido e anedotas a informação elaborada desde a redação. Inclui citações e som ambiente e a informação é valorizada não pessoalmente, e sim em função das fontes explicitadas. (...) Uma resolução atraente porá ponto final a este tipo de crônica que em rádio tem em definitivo um caráter ilustrador e formador de opinião. (PRADO, 1989, p. 98)

Antes de tudo, segundo argumenta Marques de Melo (2010), o comentarista expõe uma opinião a partir do que é noticiado, dentro daquilo que pesquisa e está em seu alcance. Lucht (2009) que o comentarista é mantido pela regularidade nas emissoras e oportuniza fatos diferenciados, pensamentos para além daquilo que é levantado por outras fontes em notícias, reportagens, notas, etc.

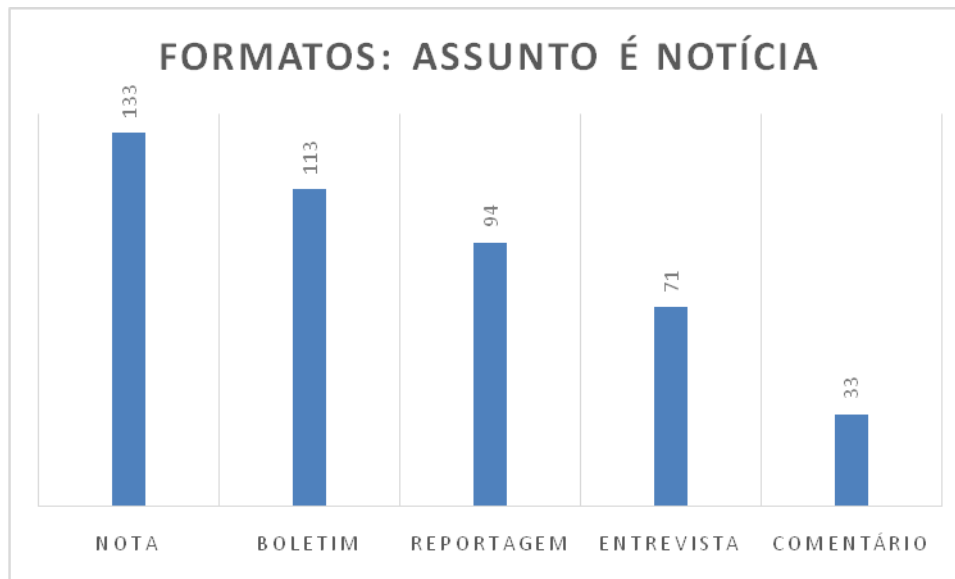
Cobertura eleitoral na Rádio Cultura

Veiculado diariamente na Rádio Cultura AM 560, o “Assunto é Notícia” é um dos principais programas da cidade desde os anos 80 quando foi ao ar pela primeira vez. Todos dias, o noticiário radiofônico inicia às 7h30 e segue até às 9h quando ocorre a transmissão de um programa da Igreja Católica, normalmente comandado por um Padre. As notícias voltam a partir das 10h e vão até às 11h15 quando começa o “Panorama Esportivo”.

A Cultura AM 560 tem mais de 40 anos e é de posse da Fundação Nossa Senhora de Belém, ligada e comandada pela Diocese de Guarapuava. A Igreja Católica ainda possui a Rádio 93 FM e um jornal impresso produzido exclusivamente com notícias do dia a dia de paróquias e comunidades eclesiais. Sem ligação a políticos, o “Assunto é Notícia” é reconhecido pela produção jornalística que tem por intenção não favorecer esta ou aquela liderança da cidade, porém o número de boletins oriundos da Assessoria de Comunicação da Prefeitura da cidade e do Governo do Estado demonstram relações econômicas comerciais estabelecidas com os poderes.

Em sua estrutura, são dois radialistas e um jornalista que trabalham na apresentação e produção de materiais noticiosos para o programa. A emissora ainda conta com um jornalista na direção e outro na produção de programas e materiais religiosos.

Formatos



A predominância da nota no radiojornalismo é uma premissa dos autores e algo ainda muito presente em grande parte do noticiário produzido por emissoras de radiodifusão. O tempo médio registrado no programa foi de um minuto e 10 segundos para cada uma, tempo este à frente do que Barbosa Filho (2003) define como um formato, utilizando para a chamada de outras notícias e que possua em média 40 segundos.

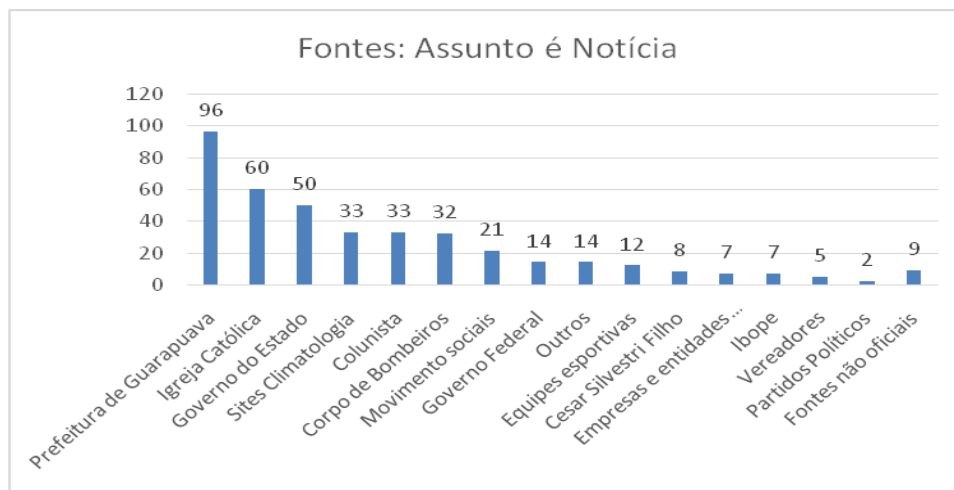
Definida como um relato sucinto, nem sempre inconcluso e que na grande maioria das vezes é precedido de uma notícia, entrevista ou outra informação, ela apareceu 133 vezes. Essa também é uma mostra de que o recurso é amplamente utilizado pelos profissionais que procuram em meios como a internet, textos de outros meios, como os webjornais para o complemento às informações repassadas aos ouvintes.

Assim como a nota, o Boletim ainda é muito presente no radiojornalismo do interior. Na maioria dos casos apresentados aqui, a produção se dá com uma fonte única ou informações repassadas por órgãos de segurança em relatórios de atividades. A cobertura de um evento, por exemplo, entra no formato apresentado com entrevistas realizadas com uma fonte oficial que relata o acontecimento naquele momento. O formato não abrange questões contraditórias ou as amplas vozes que podem ser ouvidas, mesmo na cobertura da editoria de segurança pública. O repórter que somente repassa relatórios, deixa de apurar a veracidade das questões apresentadas, confiando fielmente no relato policial sem enxergar possíveis versões. O boletim foi utilizado durante o período, em 113 casos.

O número de reportagens também demonstra a falta de profissionais para o trabalho do aprofundamento de alguns fatos, na coleta e apuração de informações que gerem debates sobre a sociedade. As temáticas abordadas ajudam a enxergar o que mais foi debatido ou

levantado pela mídia radiofônica, mas o amplo número de reportagens pode nos levar a interpretar que o meio utiliza a investigação, ou então, apuração adequada dos fatos no seu dia a dia. Foram realizados no período, 71 entrevistas sobre assuntos diversos, grande parte delas na segunda parte do programa, que começa às 10h e termina às 11h15. Por fim, 33 comentários de autoria de um colunista sobre economia foram apresentados no período.

Fontes



O número de fontes utilizadas pelo “Assunto é Notícia” é resultado da visibilidade que o poder público possui no dia a dia da programação radiofônica do interior. Vale-se ressaltar que partimos também do princípio de que segundo Habermas (2003a) para uma discussão fundamentada e a possibilidade de uma esfera pública qualificada é necessária a ampliação das vozes sociais. É importante para o desenvolvimento do jornalismo e da prática profissional o fato de ouvir os diversos lados em uma questão.

As fontes oficiais são amplamente maiores do que as não oficiais, que representa a população em geral que reivindica melhores serviços, expõe a qualidade de determinadas políticas públicas ou contam histórias relevantes para a sociedade. O primeiro lugar da prefeitura, neste caso, é a obviedade demonstrada pela parceria socioeconômica da emissora com o grupo político atualmente na gestão, composto pela família Silvestri, que em sua base apoia o governador Beto Richa (mandatos de 2011 a 2014 e 2015 a 2020). O governo do Estado então aparece em terceiro lugar no ranking fazendo jus aos investimentos publicitários empregados durante a primeira gestão. A Igreja Católica que mantém a concessão é a segunda mais ouvida durante o noticiário jornalístico.

Conclusão

O programa o “Assunto é Notícia” possui duas horas e quarenta minutos de duração, apresentando uma diversidade de formatos e editoriais, porém ainda com a predominância

de materiais oriundos de assessorias, como é o caso da Prefeitura de Guarapuava. Os boletins do poder público municipal dentro da programação evidencia parcerias político-econômicas entre a administração municipal e a emissora da Igreja Católica na cidade. A partir dos dados verificados durante os 33 dias de cobertura eleitoral, não há um equilíbrio entre os gêneros utilizados com uma grande presença da nota e do boletim. Os números são uma face do jornalismo praticado no interior, onde há pouco tempo para o aprofundamento das notícias com a confecção de reportagens.

As potencialidades do meio com uma grande gama de ouvintes em toda a região central do Paraná, que possui uma população estimada em mais de 400 mil habitantes, são condições básicas para perceber a importância que o rádio tem no interior. Os aspectos de qualidade são bases para mostrar como a aplicação destes formatos e características da linguagem radiofônica podem ampliar ainda mais o acesso à informação como direito democrático no processo de escolha do período eleitoral. O rádio possui uma peça fundamental de serviço público, pois como afirma Ferrareto (2001), o serviço prestado pelas emissoras de radiodifusão é regulamentado pela legislação enquanto concessão pública que necessita de autorização do Estado, para funcionar.

Por outro lado, os dados relativos a presença das fontes demonstra os alinhamentos que as concessões públicas realizam com os sujeitos políticos. O prefeito da cidade, Cesar Silvestri Filho chegou a ser uma das principais fontes, e que tinha a mãe, Cristina Silvestri como candidata à deputada estadual pelo PPS em 2014.

Não há um equilíbrio entre formatos e fontes para chegar a uma produção que levante discussões contributivas para o momento da cobertura que é o eleitoral. O número de órgãos oficiais ouvidos é o mesmo dos interessados nos cargos públicos que precisam ser contraditos, ou então investigados para fornecer ao ouvinte, bases de pensamento para a formação de imagens sobre as gestões de políticas públicas.

Há a manutenção de formatos recorrentes nas emissoras de rádio como a nota e o boletim ouvindo fontes únicas e em alguns casos oriundos de agências governamentais, como a Prefeitura e o Estado. A reportagem, que tenderia a ouvir os dois lados e ampliar as discussões em um momento eleitoral aparece com números inferiores aos dois primeiros citados.

Ainda é difícil trabalhar com o conceito de qualidade, tendo o interesse público como um valor notícia de referência universal quando emissoras do interior possuem um quadro profissional enxuto. A partir da baixa pluralidade de fontes já é uma mostra de que é

necessário avançar no radiojornalismo praticado na região, principalmente em períodos como a eleição, tendo em vista o impacto coletivo que o noticiário possui em momentos como esse.

Referências

- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BECKER, Beatriz. **Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, ANO VI, n.2, pp. 95-11, 2009.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística: uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Brasília, Universidade de Brasília, 2006.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Indicadores da qualidade no jornalismo: Políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros**. In: Debates CI Unesco, nº 5, 2010.
- FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Suzzato, 2001.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.
- GUERRA, Josenildo. **Sistema de gestão da qualidade aplicado ao Jornalismo: uma abordagem inicial**. In: Debates CI Unesco, nº 5, 2010a.
- GUERRA, Josenildo. **Sistema de gestão de qualidade aplicado ao jornalismo: possibilidades e diretrizes**. In: E-Compós, Brasília, v. 13, p. 1-16, 2010b.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio social Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas**. In: Nélia del Bianco. (Org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Tese doutoral. Universidade Federal da Bahia, 2009.
- LOPEZ, Debora Cristina; MATA, José Henrique da. **Os gêneros jornalísticos e sua aplicação no radiojornalismo**. Revista Lumina. Vol.3 nº 1, junho, 2009.
- LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros Radiojornalísticos – análise da Rádio Eldorado de São Paulo**. (Tese de doutorado). São Paulo: Umesp, 2009.
- MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.
- MASSARO, Carlos. **Instituto Ibope Media aponta que o meio rádio é ouvido por 89% dos brasileiros. Tudo Rádio**. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://tudoradio.com/noticias/ver/13455-extra-instituto-ibope-media-aponta-que-o-meio-radio-e-ouvido-por-89-dos-brasileiros>. Acesso em 03 de julho de 2015.
- MEDITSCH, Eduardo. **A Rádio na Era da Informação – Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.
- MEYER, Philip. **Os Jornais Podem Desaparecer? - Como Salvar o Jornalismo na Era da Informação**. São Paulo: Contexto, 2007.
- MEYER, Philip & KIM, Koang-Hyub. **Quantifying Newspaper Quality: “I know it when I see it”, paper delivered to the Newspaper Division**. Association for Education in Journalism and Mass Communication, Kansas City, July, 2003.
- PALACIOS, Marcos. **A memória como critério de aferição de qualidade no ciberjornalismo: alguns apontamentos**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 37, p. 91- 100, set./dez. 2008.
- PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.
- SANT’ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil, um jornalismo sem jornalistas**. Líbero - Ano XI - nº 22 – Dez. 2008.