



Critérios de seleção na produção da notícia local: um estudo sobre o programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias¹

Jeferson Luís Pires ROCHA²

Luiz Custódio da SILVA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Compreendendo que o rádio é uma das mídias que melhor se comunica com seus públicos mais próximos, este estudo faz um breve resgate bibliográfico sobre o tema e uma análise dos critérios de seleção adotados pelos produtores da rádio CBN Natal, afiliada da Central Brasileira de Notícias (CBN) na capital do Rio Grande do Norte, com o objetivo de compreender a importância do radiojornalismo local a partir da realidade de uma emissora de rádio instalada no nordeste brasileiro. Busca-se também, perceber a visão dos produtores sobre o conceito de informação local e critérios de seleção para construção do noticiário. Para alcançar os objetivos, foram utilizados métodos que englobam a Análise de Conteúdo e Entrevista semiestruturada que apontaram para uma diversidade de critérios de seleção que culminam com a falta de estrutura e com a necessidade de aprimoramento das rotinas produtivas.

PALAVRAS-CHAVE: radiojornalismo; notícia local; Rede CBN; CBN Natal.

1. INTRODUÇÃO

O rádio tem um importante papel na comunicação por ser uma mídia de baixo custo de produção e recepção, ao mesmo tempo que tem capacidade de transmitir para grandes áreas e envolver seus ouvintes de tal maneira que transforma um pequeno aparelho em fonte de entretenimento e informação de milhares de pessoas em todo o mundo. Essas características também refletem no seu papel informativo, se destacando das demais mídias pela facilidade de emissão de notícias em primeira mão em virtude de sua capacidade de instantaneidade, baixo custo, além da possibilidade de se comunicar com o público que não precisa de formação específica para decodificar suas mensagens.

Essa mídia também consegue atingir e interagir com pessoas de todas as classes sociais com programações que, num mesmo aparelho, podem ser consumidas com características generalistas e/ou segmentadas. Para entender melhor, segundo Hausman et al (2010), essa segmentação que se desenvolveu no rádio nas últimas

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: jefersonroch@yahoo.com.br.

³ Orientador e docente do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: custodiocjp@uol.com.br.



décadas do século XX tem como objetivo atrair um segmento de público a partir de grupos sociais por faixa etária, sexo ou renda que se assemelham por terem determinadas preferências em comum como estilo musical, por exemplo. A segmentação, além de aproximar o ouvinte da emissora, atrai anunciantes específicos e facilita a produção de conteúdo por parte dos produtores que se planejam para atender a um consumidor determinado.

Nessa perspectiva, podemos destacar das emissoras segmentadas, aquelas que se dedicam à veiculação de notícias e conteúdos jornalísticos. As rádios que aderiram a esse segmento se disseminaram pelo mundo no final da década de 1980 e início da década de 1990, e ficaram conhecidas genericamente como *all-news*. Segundo Ferraretto (2014), o jornalismo predomina a programação dessas emissoras, podendo incluir a cobertura esportiva ou apenas noticiários que englobam os acontecimentos culturais, econômicos, políticos e sociais. No entanto, o autor registra que esse formato *all-news* é composto pela constante veiculação de notícias, enquanto o *talk news* se baseia na opinião, entrevista e conversa com o ouvinte, e o *talk and news* mistura os dois modelos.

Este último formato se aproxima da realidade brasileira, como no caso da Central Brasileira de Notícias (CBN), fundada no ano de 1991, cuja programação contempla radiojornais, revistas e programas de entrevista com uma mistura de notícias e opinião. Atualmente, a rede CBN transmite sua programação a partir das rádios CBN São Paulo e CBN Rio de Janeiro, com parceria de outras duas rádios próprias situadas nas cidades de Brasília e Belo Horizonte, e de outras 32 emissoras afiliadas, distribuídas por quatro regiões do Brasil (CBN, 2014, p.1). Sua programação é construída a partir de programas distribuídos nas 24 horas do dia, em todos os dias da semana. Desse período, são reservados espaços para a produção das notícias locais, de segunda a sexta-feira com, pelo menos, três horas de programação no horário da manhã (das 9h às 12h), além da possibilidade de ocupação de mais três horas no período da tarde e inserção de informativos breves nos intervalos dos programas da rede.

Apesar do esforço da CBN, nesse espaço percebe-se uma certa predominância na emissão de conteúdos intitulados como nacionais, transmitidos através da rede por meio do satélite. Essa ação vai de encontro a uma das características marcantes do rádio que é a produção de conteúdos locais/regionais, comprovada por diversos pesquisadores como Barbosa Filho (2003), que ressalta que as notícias mais próximas geograficamente são tão ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo.



Além disso, essa característica de comunicação em rede desperta a necessidade de se compreender não só a difusão de informações em larga escala, mas também, qual o papel das emissoras afiliadas em relação aos seus públicos-ouvintes situados mais próximos geograficamente.

Percebendo essa problemática e a necessidade de se compreender melhor o contexto de produção da notícia local no rádio nordestino em busca de reflexões para proporcionar a melhoria e desenvolvimento da comunicação, buscaremos a partir da Análise de Conteúdo (AC) e Entrevista, compreender quais os critérios de seleção dos fatos adotados na construção do programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias* da rádio CBN Natal, afiliada da Rede CBN na capital do Rio Grande do Norte.

A AC foi realizada a partir dos programas veiculados nos dias 4 e 25 de agosto, e 6 de outubro de 2014 e foi escolhida como metodologia principal por ser, segundo Bardin (2004), um conjunto de técnicas de análise das comunicações, representando, portanto, um leque de formas metodológicas aplicável a vários formatos de pesquisa em comunicação. A escolha se justifica também por permitir a inferência de conhecimentos ligados às condições de produção, a partir dos conteúdos veiculados.

Após essa análise, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com perguntas elaboradas a partir do conteúdo veiculado e analisado anteriormente. Foram entrevistados pessoalmente, produtores dos programas que atuam na sede da emissora em Natal nos dias 19 e 20 de novembro de 2014. Essa escolha se faz pela necessidade de se complementar as informações e confrontar os resultados da análise na busca pela qualidade do resultado da pesquisa.

Antes de apresentar os resultados da pesquisa, registra-se uma breve revisão bibliográfica sobre o conceito de radiojornalismo local, uma vez que o objetivo deste estudo é apresentar os critérios utilizados pelos jornalistas para construção de um noticiário local veiculado na rádio CBN Natal.

2. RÁDIO, JORNALISMO E INFORMAÇÃO LOCAL

O jornalismo é uma das características fortes do rádio em todo o mundo e a informação local se torna necessária e merece destaque a partir da percepção das características e peculiaridades da mídia radiofônica. Pode-se iniciar esta revisão com o pensamento de Ringlet (1981, *apud* CAMPONEZ, 2002, p. 109): “a informação local é constituída por notícias que dizem respeito a uma área geográfica delimitada e relativamente restrita que se encontram reagrupadas, no jornal, em espaços próprios”.



Além disso, “a imprensa regional tem por área privilegiada de difusão a região ou cidade e na qual se situa também a sua sede editorial” (MERCADÉ, 1997 apud CAMPONEZ, 2002, p. 110).

Lima (2010) reafirma os conceitos apresentados, a partir da ótica de Cantalpieira González:

A informação local é aquela que se refere à narração de fatos ou opiniões cujo interesse não transcende um âmbito geográfico e uma população reduzida, como por exemplo, uma cidade e sua zona de influência... Interessa somente aos que vivem ou trabalham em uma determinada zona... ou seja, na terminologia criada Carl N. Warren (1979), ‘é a informação cuja difusão se justifica pelo interesse suscitado pela simples proximidade (CANTALPIEDRA GONZÁLEZ, 1996 apud LIMA, 2010, p. 194).

Percebe-se nesses conceitos, que a informação local está determinada como uma divisão geográfica e sociológica, relacionada a dimensões variáveis, enquadrando-se desde pequenas aldeias, até cidades em seus diversos tamanhos (não padronizados).

Entretanto, como podemos falar em informação local relacionada a uma divisão geográfica quando vivemos em uma sociedade que se conecta facilmente com os diversos pontos do mundo e que sofre influência de marcas e culturas internacionais? Lima (2010) nos ajuda a compreender essa questão, quando apresenta uma citação de Kieslich destacando que o local é tudo aquilo que “diz respeito à maioria das pessoas e membros integrados nesse sistema local” (KIESLICH, 1972, *apud* LIMA, 2010, p. 208). Nessa compreensão, pode-se afirmar que o mundo globalizado não engoliu as culturas locais, mas sim, faz parte e dá sentido ao global.

Na sociedade contemporânea, o local faz sentido dentro do global. É parte do processo e não o oposto. Tão ou mais importante que reconhece-lo, é perceber sua importância no contexto mais amplo da sociedade. Caso contrário, corre-se o risco de se perder a verdadeira dimensão do real (COMASSETTO, 2007, p.70)

Comassetto (2007) ainda ressalta a importância das mídias locais nesse contexto, apontando para o fato de que a imprensa local também não deve deixar de abordar temas globais:

Os fatos globais, portanto, têm implicações nas comunidades e podem ser tão ou mais importantes para a audiência que as informações locais. A diferença é que os acontecimentos distantes, de repercussão abrangente, são amplamente noticiados pela grande mídia, o que não ocorre com os fatos menores, localizados, que são de exclusividade dos veículos locais. A mídia local tem, portanto, papel insubstituível a desempenhar. Mas “esse papel não pode se limitar à descrição dos fatos e problemas locais que são ignorados pelos ‘grandes’ como uma ilha isolada do resto do mundo”, observa Matterlart (2001), alertando que sempre que é necessário, é preciso fazer a contextualização do acontecimento [...] (COMASSETTO, 2007. p. 70).



É necessário ainda, que percebamos a comunicação local como reflexo das relações de proximidade. Lima (2010) afirma que essa comunicação regional está conceitualmente desligada das divisões geográficas que conhecemos e visualizamos nos mapas, pois a imprensa e os meios de comunicação locais conseguem reorganizar os territórios a partir da produção e veiculação de conteúdos. “O espaço de difusão do veículo coincide, assim, com um espaço natural de identidade regional que substancia a identidade e a razão de ser do próprio ideário de informação” (LIMA, 2010, p. 210).

Nesse contexto, surge a ideia de proximidade. Os conteúdos produzidos pelas mídias locais que abrangem determinados territórios geográficos também buscam atender às demandas de seu público, como ressalta Camponez (2002, p. 113), “[...] o próximo em jornalismo é também representação que o *médium* faz do seu território e, conseqüentemente, dos destinatários das suas mensagens”. A ideia de Camponez pode ser complementada pela afirmação de que a informação com foco na proximidade é positiva nos tempos atuais: “[...] a proximidade é o diferencial numa época em que as temáticas de interesse global saturam os espaços da mídia” (COMASSETTO, 2007, p. 67).

Nessa discussão, Camponez (2002) apresenta três aspectos dessa proximidade: geográfica, social e psicoativa. A primeira também nos diz respeito à informação local, aquela que está mais próxima geograficamente e que permite uma melhor compreensão, já que está ligada diretamente ao nosso cotidiano, como resume Camponez (2002, p. 117): “[...] os acontecimentos que nos são mais próximos são melhor compreendidos, pelo que também proporcionam melhores temas de histórias para contar na conversação cotidiana”. Já a proximidade social está relacionada com temas como a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política, enquanto a proximidade psicoativa abrange valores como sexo, segurança, dinheiro, destino e casos de vida e morte. Portanto, estes últimos tipos de proximidade tanto se aplicam para aqueles que vivem numa mesma cidade ou região, como também aqueles distantes, provando assim, que a proximidade não está diretamente ligada ao local geográfico.

Nesse contexto, o rádio se apresenta como importante mídia na construção e disseminação das notícias locais, assim como na manutenção das comunidades locais/regionais. Barbosa Filho (2003) destaca que o regionalismo é uma marca fundamental do rádio e que esse princípio dinamiza as relações entre rádio e seu público ouvinte. Além dessa característica, o baixo custo de produção e a empatia com a audiência demonstram que o meio reúne as melhores condições para atender ao seu



entorno. Ao mesmo tempo, o rádio local/regional se apresenta como uma forma de contribuir para que o público ouvinte possa compreender o mundo ao seu redor, como já compreendia Lima (1969):

[...] a audiência prefere ouvir falar de gente com quem convive, negocia, se corresponde facilmente; gente em quem vota, de quem recebe favores, com quem tem admiração, respeito, despeito ou inveja. Gosta de ouvir sobre lugares e problemas que lhe são familiares. Gosta da linguagem empregada pelo comunicador que tem o seu mesmo sotaque, seu mesmo jeito de dizer, e uma malícia que escapará aos estranhos mas que a deleita. Essa confiança e essa linguagem é que permitem sejam as mensagens do rádio regional merecedoras de uma maior credibilidade e que possam ser compreendidas na ‘tradução’ especialmente elaborada para o seu ouvinte e que seria indecifrável se transmitida de longa, de fora, por estranhos (LIMA, 1969, p. 37).

Percebendo essas características e necessidades, trataremos, a seguir, da construção das notícias em uma emissora de comunicação local instalada na cidade de Natal/RN, afiliada à rede CBN. De acordo com todos os conceitos apresentados, apesar de estar conectada e ter a maior parte de sua programação produzida pela rede CBN, a emissora instalada no nordeste brasileiro tem o papel de apresentar conteúdos locais que buscam atender às demandas do público consumidor instalados nas proximidades geográficas da rádio ou que tenham alguma ligação de proximidade com os locais contemplados pelas notícias veiculadas.

3. A RÁDIO CBN NATAL

A rádio CBN Natal está instalada na capital do Rio Grande do Norte e transmite sua programação através da frequência de 1.190 KHz em Amplitude Modulada (AM). A estação foi inaugurada em 2 de setembro de 1962 nomeada, à época, de Rádio Trairy Ltda., sendo a quinta emissora da capital do estado. De acordo com Lima (1984, p. 42) “em 1981, o grupo Maia, liderado pelo ex-Governador Tarcísio Maia adquiriu os direitos acionários da emissora” e em 1984 a renomeou de Rádio Tropical. Desde 1º de março de 1996 (MEDEIROS, 2010), passou a retransmitir a programação da Rede CBN, transformando-se em CBN Natal.

A estrutura física da emissora funciona dentro do prédio da Rede Tropical de Comunicação, instalada à Rua Romualdo Galvão, 973, Lagoa Seca, Natal/RN. O prédio também comporta a TV Tropical e a rádio Mix FM (103,9MHz). A afiliada da CBN tem à sua disposição um estúdio, uma sala de operação técnica, uma sala de redação, um setor comercial e um estúdio de gravação compartilhado com as outras emissoras do grupo. A Rede Tropical de Comunicação ainda administra as seguintes mídias:

retransmissora da MTV (Canal 25 UHF), em Natal; Rádio Ouro Branco de Currais Novos, AM 1.360 kHz; Salinas de Macau, AM 1.520 kHz; Libertadora de Mossoró, AM 1.430 kHz; Cultura de Pau dos Ferros, AM 1.560 kHz; Curimataú de Nova Cruz, AM 1.530 kHz; e A voz do Seridó de Caicó, AM 1.100 KHz (REDE TROPICAL 2015).

As rádios em Amplitude Modulada (AM) formam a Rede Tropical de Rádios, que atua também como forma de compartilhamento de informações e conteúdos entre si. No período analisado, o programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias* (principal programa da emissora) contou com participação de comunicadores das rádios Salinas (Macau), Cultura (Pau dos Ferros) e A Voz do Seridó (Caicó), foi retransmitido pelas duas primeiras emissoras e pela Rádio Curimataú (Nova Cruz). Na Figura 1 é possível compreender onde estão instaladas as emissoras da Rede Tropical de Rádio, e qual o papel dessas emissoras no programa *CBN Natal- Rede Tropical de Notícias*.

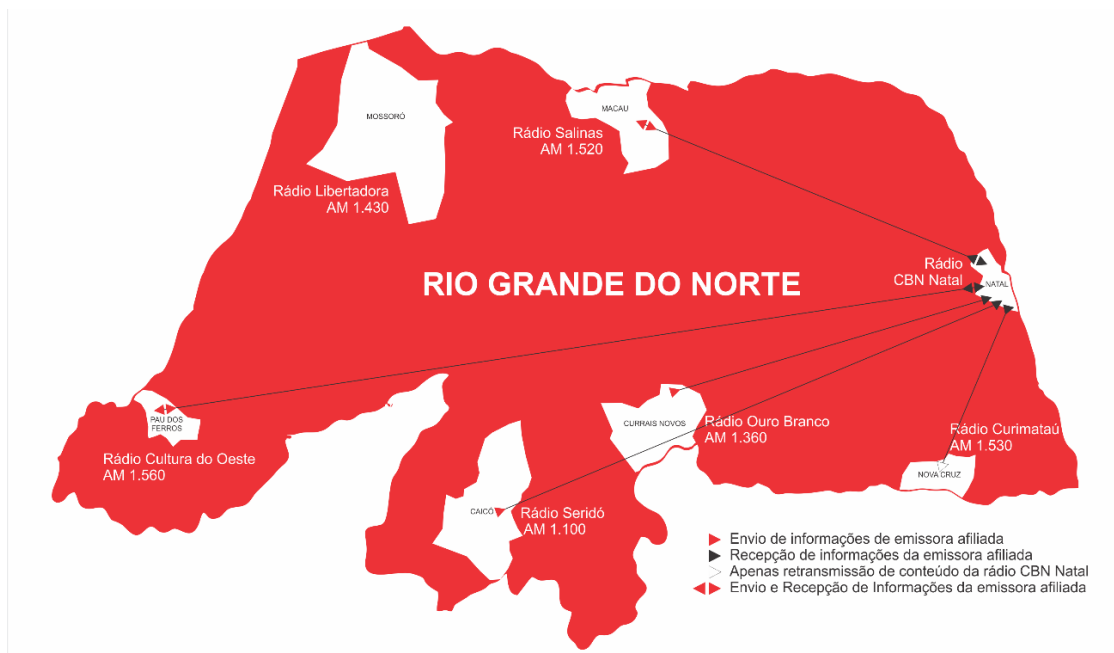


Figura 1 – Fluxo de Transmissão da Rede Tropical de Rádio para o programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias
Fonte: Rocha, 2014.

Da Rede Tropical, apenas a Rádio Libertadora (Mossoró) não retransmite nem participa do programa por ter sua gestão repassada por contrato para uma igreja evangélica, ou seja, a administração da rede não tem nenhum controle sobre os conteúdos produzidos pela emissora. No entanto, as notícias da região produzidas pelos



profissionais da sucursal da TV Tropical em Mossoró são veiculadas nos programas desta emissora e o áudio das reportagens é extraído e veiculado na programação da CBN Natal.

Além de formar uma suposta rede, a rádio CBN Natal, durante o período de pesquisa, retransmitia a programação da Rede CBN todos os dias da semana, porém produzindo e apresentando três programas, de segunda à sexta-feira: módulos locais de informação com média de cinco minutos de noticiário variáveis no horário das 6h10 às 8h30 e das 13h às 17h; CBN Natal-Rede Tropical de Notícias apresentado das 8h30 às 10h15; e CBN Esportes Local das 10h15 às 11h. Esses horários correspondem ao período de horário de verão, que faz com que a programação local seja adiantada em uma hora. Ao final desse período, as produções começam a ser transmitidas em horários acrescidos de uma hora.

A seguir, conheceremos um pouco mais sobre o programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias*, principal produção da emissora, objeto deste estudo, e os critérios de seleção para construção do noticiário, percebidos durante a análise.

3.1 A SELEÇÃO DE NOTÍCIAS NO PROGRAMA *CBN NATAL-REDE TROPICAL DE NOTÍCIAS*

O programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias* é apresentado pelo jornalista Franklin Machado de segunda a sexta-feira e veicula notícias da cidade do Natal e de outras cidades do interior do Rio Grande do Norte como Caicó, Macau e Pau dos Ferros. A apresentação das notícias normalmente é dividida em quatro blocos, sendo três com média de 22 minutos de duração e um último com média de cinco minutos. Eles são intercalados pelo boletim Repórter CBN, transmitido em rede a cada meia hora e por intervalos comerciais que sucedem os boletins.

No período analisado, percebeu-se que a composição do programa teve os seguintes quadros fixos que foram apresentados em todos os dias da semana: *CBN Tempo e Temperatura*, *Trânsito com Via Certa Natal*, *O Comentário de Cassiano Arruda Câmara*, *Polícia com Roberta Trindade*, *O Comentário de Jânio Vidal*. Acrescenta-se a essa lista, o quadro *CBN Oncologia*, apresentado às sextas-feiras. Após a análise de conteúdo, podemos mostrar um resumo dos conteúdos do programa no Quadro 1, para que se tenha ideia de onde esses quadros e as demais atrações são inseridos.



Quadro 1 – Distribuição dos conteúdos no programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias

Bloco 1 <ul style="list-style-type: none">➤ Abertura (pode haver escalada com manchetes)➤ CBN Tempo & Temperatura➤ Trânsito (Via Certa Natal)➤ Nota (1 a 7 unidades)➤ Comentário de Cassiano Arruda Câmara <p style="text-align: right;">Podem ser acrescidos a este bloco: Reportagem gravada (média de 1 inserção) Reportagem ao vivo (média de 1 inserção)</p>
Repórter CBN Intervalo comercial
Bloco 2 <ul style="list-style-type: none">➤ Nota (2 a 6 unidades)➤ Reportagem gravada (1 a 2 unidades)➤ Reportagem ao vivo (de 2 a três flashes com repórteres do interior) <p style="text-align: right;">Este bloco também pode ter acréscimo de entrevistas por telefone</p>
Repórter CBN Intervalo comercial
Bloco 3 <ul style="list-style-type: none">➤ Nota (3 a 11 unidades)➤ Reportagem gravada (2 a 3 unidades)➤ Reportagem ao vivo (na maioria das vezes há participação de Roberta Trindade com notícias de polícia e pode ser acrescido de 1 unidade com outro repórter do interior) <p style="text-align: right;">Nas sextas-feiras o bloco ainda contém o quadro CBN Oncologia</p>
Repórter CBN Intervalo comercial
Bloco 4 <ul style="list-style-type: none">➤ Nota (0 a 6 unidades)➤ Reportagem gravada (até 1 unidade)➤ Comentário de Jânio Vidal➤ Encerramento

Fonte: ROCHA (2014)

Esse quadro nos mostra que o programa não tem formato fixo com relação à quantidade de conteúdos e que supõe-se que não há uma rotina rígida de produção. Isso é percebido pela quantidade de variáveis de cada bloco apresentadas durante o período de pesquisa. Ao compreender a estrutura do programa, trataremos dos critérios de noticiabilidade adotados pela equipe na seleção dos acontecimentos que se transformarão em notícia.

Para entendermos melhor o conceito de noticiabilidade, ressaltamos o fato de que a construção do noticiário jornalístico está inserida em processos de rotinas que incluem a seleção dos fatos que merecem ser publicados. Sampaio (2008) destaca que o rádio, assim como as demais mídias, utiliza tal seleção para construir seu noticiário, mas se destaca dos demais porque o redator em radiojornalismo lida com matérias de todas as procedências e de toda natureza, implicando na necessidade de melhor apuro para seleção de assuntos e fontes. Sampaio (2008) ainda ressalta que esses critérios de



seleção não podem ser ensinados, mas se aprendem com a prática diária de construção dos noticiários.

No entanto, alguns pesquisadores buscaram sistematizar esses critérios com o objetivo de explicar aos estudantes de comunicação o que é necessário para que um fato se torne notícia no rádio. Parada (2000) apresenta um resumo da pesquisa de Boyd (1988) que reuniu os elementos das notícias de rádio em seis grandes grupos: proximidade, relevância, imediatismo, interesse, drama e entretenimento.

Um outro olhar interessante sobre os critérios está na obra de Mcleish (2001). O autor ressalta que a seleção é a essência da notícia no rádio e que está baseada na relevância, pertinência dos fatos na valorização das pessoas – em vez dos objetos, e nos fatos escandalosos. Para ele, assim como os demais meios, o processo de seleção no rádio também se justifica pela necessidade de se encaixar os fatos em um determinado tempo na programação. Dessa forma, ele elege sete grupos de valores que a notícia precisa ter, como base no interesse do ouvinte: Importante (acontecimentos e decisões que afetam o mundo, a nação, a comunidade e, portanto, ao ouvinte); Controverso (eleição, guerra, processo no tribunal, em que o resultado ainda não é conhecido); Dramático (as dimensões da tragédia, acidente, terremoto, tempestade, assalto); Geograficamente próximo (quanto mais perto, menos precisa ser para me afetar); Culturalmente pertinente (posso me sentir ligado a um incidente mesmo que seja distante, se eu tiver algo em comum com ele); Imediato (acontecimentos, e não tendências); Inusitado (o incomum ou coincidente à medida que afeta as pessoas).

Já Ferraretto (2007) traz uma pesquisa com viés nacional e afirma que a seleção dos fatos noticiáveis obedece a dois tipos de parâmetros: validação do grupo dominante na sociedade e o teor informativo. O autor define que as informações são analisadas com base nas normas da empresa, depois passam por critérios jornalísticos – normalmente expressos em manuais de redação das emissoras, e, quando finalmente definido o que será noticiado, os fatos ainda sofrem influência dos editores. A pesquisa ainda aponta que: “a unidade básica do poder noticioso de um acontecimento é a sua anormalidade, o seu inusitado” (FERRARETTO, 2007, p. 194).

A seguir, resumimos esses conceitos (Quadro 2) com os critérios apontados por cada um dos pesquisadores:

Quadro 2- Relação entre os critérios de noticiabilidade apontados por Parada (2000), Mcleish (2001) e Ferraretto (2007)

Parada (2000)	Mcleish (2001)	Ferraretto (2007)
Relevante →	Importante	
Drama →	Controverso	
Proximidade →	Dramático	Proximidade
	Geograficamente próximo →	
	Culturalmente pertinente	
Imediatismo →	Imediato →	Atualidade
	Inusitado →	Anormalidade
Entretenimento		Proeminência
Interessante		Universalidade

Fonte: Rocha, 2014.

Esse quadro nos proporciona compreender a relação entre os critérios, despertando para o fato de que os três pesquisadores apontam em comum, o imediatismo e a proximidade geográfica como critério de seleção noticiosa. Entretanto, a maioria concorda que a seleção também deve levar em conta a anormalidade dos fatos, a dramaticidade e a relevância.

Considerando-se esses conceitos, buscou-se compreender quais os critérios adotados pela equipe da rádio CBN Natal para construção do noticiário matinal da emissora. Inicialmente, questionou-se ao âncora do programa, Franklin Machado, o que ele entendia sobre informação local, em entrevista concedida no dia 19 de novembro de 2014:

São os fatos do nosso dia-dia. Às vezes eu chego aqui, chamo um repórter, outro e vejo que o noticiário está muito para baixo [...] o foco da nossa notícia é o que está acontecendo aí em termos de trazer desenvolvimento social e econômico para o estado, e esclarecer o público sobre as nuances políticas que estão acontecendo, o que a assembleia tem produzido, que a câmara tem produzido ou deixado de produzir e a coisa flui dessa maneira (MACHADO, 2014).

Sobre *critérios de noticiabilidade* o âncora não fez nenhuma relação com as pesquisas e comunicação, mas buscou dar exemplos de acordo com sua realidade:

É o *factual*, porque a CBN é muito factual, ela não vai lá no passado. É o presente e é o exercício de futurologia responsável, daquilo que pode acontecer amanhã ou depois mas se realmente tiver previsto para acontecer. Não é questão de tarô ou cigana, coisa nenhuma. É a notícia relevante. A gente não vai dar queda de bêbado. Não tem para quê. Um poste que apagou... não quer dizer nada. Agora se uma rua está toda escura e a população está reclamando porque isso gera uma insegurança maior, aí é notícia. É como aquele velho chavão do jornalismo: se um cachorro morder um homem não é notícia, mas se o homem morder o cachorro é notícia (MACHADO, 2014).



Em uma outra entrevista concedida em 20 de novembro de 2014, Machado (2014) já ressaltou que o primeiro critério que utiliza para seleção, é a *proximidade*, referindo-se ao que diz respeito ao *local*, justificando que complementa a programação da rede CBN:

A gente pontua o assunto de relevância do âmbito local que diz respeito à nossa notícia daqui, de Natal e do Rio Grande do Norte, não que a gente não pontue as notícias nacionais, mas como o espaço é nosso, a gente pontua por isso (MACHADO, 2014).

Quando questionado quais assuntos são selecionados e merecem destaque no programa, Souza (2014), produtor do Programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias*, registrou que a escolha muitas vezes é feita de acordo com os *destaques dos próprios portais de notícias*: o que está em evidência é selecionado, na compreensão de que a importância daquela notícia já foi avaliada pelo profissional de uma empresa jornalística e que também merece destaque:

Quando eu vou apresentar o programa de Franklin, e ele também faz isso, no portal tem os destaques do dia. E a gente vai lendo: ‘Hoje as principais notícias do dia são...o Gargalheiras...’ e a gente vai selecionando. E no decorrer do programa as notícias são atualizadas e eu vou dando a notícia também atualizada e quando não, vou dando relevância às notícias de horas atrás (SOUZA, 2014).

Medeiros (2014), um dos substitutos do âncora do programa, resalta outros aspectos que, na sua concepção, são levados em conta na seleção de fatos para o noticiário. Primeiramente, notícias das editoriais de economia, política e educação. Em seguida, ele destaca a importância da *instantaneidade e abrangência* e impacto dos fatos para o estado, uma vez que o programa é veiculado em uma rede estadual. Por último, e não menos importante, Medeiros (2014) ressaltou a *confiança na fonte*, sejam jornais impressos ou sites da internet, eles precisam ter credibilidade.

Roberta Trindade, repórter de polícia da TV Tropical que participa do programa da CBN pelo telefone, ressaltou que a seleção acontece de acordo com “o que há de mais importante” (TRINDADE, 2014). Esse termo *importante*, bastante relativo, é justificado pela jornalista como o mais *factual*, aquilo que está acontecendo ou ocorreu mais próximo de nossa participação no rádio. Nas entrelinhas do depoimento da profissional, o *factual* se junta aos fatos mais *chocantes* que prevalecem no momento da seleção do que vai se transformar em notícia:

Vamos dizer que temos dois casos: um cara que roubou vários carros e outro homicídio com um corpo no local. Então a gente vai para o corpo no local. Por



exemplo, mataram um cara de madrugada, mas tem um cara preso na delegacia neste momento. Então nós vamos fazer o cara que foi preso agora, depois refazer o homicídio. Assim é primeiro o factual, depois a gente conta a história de algo que aconteceu de madrugada... (TRINDADE, 2014).

Em uma observação geral do conteúdo das entrevistas, percebe-se que foram citados os termos *destaques dos próprios portais de notícias, instantaneidade, local, abrangência, confiança na fonte, factual, chocante, repercussão e problema social*. Comparando esses critérios apresentados no Quadro 2, percebemos que, a partir da percepção dos produtores, são utilizados o critério de importância, proximidade, controverso, culturalmente pertinente, imediato, universalidade, dramático e controverso. Ficaram de fora apenas a Proeminência e o Entretenimento.

O aspecto local/regional está presente em diversos conteúdos da produção, na concepção de que o local diz respeito ao que está próximo geograficamente ou culturalmente. Na análise de conteúdo, percebeu-se um expressivo número de notícias que interessam aos residentes na região da grande Natal e nas regiões vizinhas às demais cidades do interior onde há participação de repórteres.

A partir da análise, percebeu-se que a seleção de notícias teve como foco principal o que interessava ao público do Rio Grande do Norte (*geograficamente próximo*). Constatou-se também, que houve seleções feitas por divisões de regiões dentro do estado, com assuntos que interessam ao maior número de pessoas (*universalidade*), ao mesmo tempo em que houve uma nota que só interessava aos alunos do Setor de Aulas II da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Houve a *dimensão* controversa em evidência no interior, quando se abordou em reportagem ao vivo apenas com questões policiais; o critério *importância* também é percebido quando há temas que afetam as comunidades, como, por exemplo, uma audiência pública que discutiu o futuro da educação, ou mesmo alterações na incidência de impostos sobre o combustível de automóveis.

CONSIDERAÇÕES

A análise do Programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias apontou que os critérios e o conteúdo não são padronizados para seleção e edição das notícias. Essa falta de padronização se reflete na produção de um noticiário sem preocupação com a qualidade e fidelização do ouvinte, porque, a cada dia, há um programa diferente em todos os sentidos. Isso também pode ser considerado como reflexo da influência da estrutura organizacional da empresa. Por ser reduzida, não há muita oportunidade ou



condições de produção de conteúdos exclusivos como reportagens, a partir de sugestões dos ouvintes.

Apesar disso, é necessário destacar o esforço da equipe em realizar tal produto jornalístico com cerca de duas horas de duração durante cinco dias da semana. Entretanto, os critérios de seleção apontam para um certo desligamento da realidade do ouvinte, quando não considera a veiculação do programa em uma rede estadual de rádio. Observou-se, por exemplo, casos de notícias que diziam estritamente a estudantes de uma Universidade em Natal e que não tinham qualquer relação com ouvintes que estavam acompanhando a programação em Pau dos Ferros, por exemplo.

Outro aspecto importante é o uso da reportagem a partir da reprodução do áudio de uma matéria produzida para a TV Tropical, uma prática ligada diretamente ao sistema organizacional da empresa que não privilegia a qualidade da produção radiofônica. Apesar das reportagens da TV passarem pelo processo de pauta até a edição, elas não são pensadas para o rádio, mesmo havendo orientação da emissora, uma vez que é claramente perceptível a falta de elementos da reportagem radiofônica, como identificação sonora das pessoas entrevistadas.

Por fim, essa análise nos mostra que a construção da notícia local no programa *CBN Natal-Rede Tropical de Notícias* está dentro dos critérios apresentados pelos teóricos, mas aponta para um descompromisso com a qualidade do conteúdo e com a informação repassada ao público. O noticiário é construído pela concepção de mundo dos profissionais que ao mesmo tempo não têm estrutura mínima ou disposição para produzir conteúdos inéditos, apurar e formatar um texto próprio, adaptados ao público receptor e ao meio rádio.

REFERÊNCIAS:

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70. 2004.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade: Rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CBN. **Rede CBN**. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/rede-cbn/rede-cbn/REDE-CBN.htm>>. Acesso em: 29 ago. 2014.

COMASSETO, Leonardo Ramires. **A Voz da Aldeia**: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global. Florianópolis: Insular, 2007.



FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 3 ed. Porto Alegre: Luzatto, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONNELL, Lewis; BENOIT, Philip. **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LIMA, José Ayrton de. **História do rádio no Rio Grande do Norte**. Natal: Edição Coojornat, 1984.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Mídia regional: indústria, mercado e cultura**. Natal: EDUFRN, 2010.

LIMA, Zita de Andrade. Regionalização do rádio e desenvolvimento nacional. **Revista de Cultura Vozes**, Petrópolis, n. 63, p. 31-38, jan. 1969.

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

MEDEIROS, Wellington. **A luta do rádio**. Disponível em:
<<http://www.rnsites.com.br/observando179.htm>>. Acesso em: 23 mar. 2014.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Panda, 2000.

REDE TROPICAL. **Quem somos**. Disponível em:
<<http://redetropical.com.br/site/quem-somos>>. Acesso em: 27 jan. 2015.

ROCHA, Jeferson Luís Pires. **Distribuição dos conteúdos no programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias**. 2014.

_____. **Fluxo de Transmissão da Rede Tropical de Rádio para o programa CBN Natal-Rede Tropical de Notícias**. 2014.

_____. **Relação entre os critérios de noticiabilidade apontados por Parada (2000), Mcleish (2001) e Ferraretto (2003)**. 2014.

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo audiovisual: Rádio, TV e cinema**. São Paulo: EDUSP, 1970.

ENTREVISTAS:

MACHADO, Franklin Roosevelt. Em 19 de novembro de 2014 (gravada).

MACHADO, Franklin Roosevelt. Em 20 de novembro de 2014 (gravada).

SOUZA, Mallyk Nagib Gonçalves de. Em 17 de novembro de 2014 (gravada).

MEDEIROS, Tiago Silva de. Em 20 de novembro de 2014 (gravada).

TRINDADE, Roberta. Em 20 de novembro de 2014 (gravada).