



Panorama do rádio em Barbacena: uma análise da produção jornalística das rádios locais¹

AZI, Isabela²
PRATA, Nair³

Universidade Federal de Ouro Preto / Minas Gerais

RESUMO

Em tempos de globalização e internet, o rádio local adquire configurações particulares nas cidades do interior e as emissoras fazem suas transmissões a partir de modos muito próprios. A pesquisa deste trabalho traça o panorama do rádio em Barbacena, Minas Gerais, além de analisar o processo de produção dos programas jornalísticos locais. O objetivo é conhecer como se configura o cenário radiofônico da cidade, bem como o jornalismo praticado por essas emissoras. A metodologia da pesquisa está centrada na pesquisa bibliográfica, entrevistas em profundidade e observação participante. Para a realização da pesquisa, foi estudado o cenário político e midiático de Barbacena. A necessidade do estudo político se dá pela rivalidade de duas tradicionais famílias que dividem a administração municipal e a detém o domínio editorial dos principais meios de comunicação do município.

Palavras-chave: Rádio local; Produção em radiojornalismo; Panorama do rádio; Barbacena.

Introdução

O objetivo deste trabalho⁴ é compreender a maneira como as rádios de Barbacena se pautam e como organizam o processo de produção dos programas jornalísticos. Diante dos conflitos políticos que permeiam a história da cidade, desde sua fundação, a imprensa local se divide basicamente em situação e oposição. Neste trabalho serão analisados dois programas: o *Sinal de Alerta*, da rádio 93 FM, transmitido em cadeia pela rádio Correio da Serra AM, emissoras que no momento apóiam a atual administração municipal, e o *Contato Direto*, da rádio Sucesso FM, que faz oposição à gestão. Além disso, esta investigação é parte das pesquisas realizadas por estudiosos do rádio para a construção do *Panorama do Rádio no Brasil*, coordenado pela professora Nair Prata.

O recorte feito aqui se justifica pela intenção de explicitar, com base na literatura que referencia a área, os princípios básicos para se fazer jornalismo e pela verificação dos procedimentos adotados pelas rádios locais na produção de conteúdo jornalístico.

Para a realização da pesquisa, a autora estruturou o trabalho em conteúdos que abordam as configurações do jornalismo de proximidade, além do estudo do processo de produção do radiojornalismo e a criação dos discursos jornalístico e radiofônico. Foram utilizadas as seguintes metodologias: pesquisa bibliográfica, que reúne autores sobre determinado tema; entrevista em

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). isabelaazi@outlook.com

³ Jornalista e doutora em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora adjunta do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Diretora Regional Sudeste da Intercom e diretora administrativa da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar). nairprata@uol.com.br

⁴ Este artigo é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Jornalismo da UFOP, da aluna Isabela Azi, sob orientação da professora Nair Prata.



profundidade, que visa recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte; e a observação participante, que é quando o pesquisador se insere no meio pesquisado. Além disso, foi traçado o cenário político e midiático de Barbacena, além da análise dos programas jornalísticos, feita por meio de quadros comparativos. Ao concluir este trabalho pode-se perceber que a política ainda é o que pauta o jornalismo local. Nas duas rádios observadas, é nítido que os interesses políticos são determinantes na construção da notícia.

Pelo histórico político conturbado, a administração de Barbacena oscila entre as famílias Andrada e Bias Fortes. Isso faz com que a cidade não cresça economicamente e politicamente, afetando também o jornalismo local. Nesta pesquisa, como já foi dito, fica evidente que as disputas políticas são fatores determinantes no jornalismo local, no entanto, não é possível supor quais seriam os resultados desta pesquisa caso o cenário político fosse diferente.

As configurações do jornalismo de proximidade

O jornalismo praticado nas cidades de interior costuma adotar características muito próprias que são baseadas na localização geográfica e nas questões culturais da comunidade na qual está inserido. A proximidade configura a maneira como os veículos tratam assuntos políticos, econômicos e socioculturais, além de ser fator importante no que se refere ao papel social do jornalismo no cenário local.

Em tempos de globalização acelerada e com o *boom* da internet, parece curioso falar em mídia local, em pequenos jornais circulantes e em emissoras de rádio e TV locais. Em uma época em que por meio do computador, *tablet* e até mesmo do telefone celular é possível se atualizar sobre o que acontece do outro lado do mundo, pode soar estranho que um veículo se dedique exclusivamente à produção de conteúdo local.

Para uma melhor compreensão deste assunto é preciso entender a definição de noticiário local. Santos (2010), em pesquisa sobre o tema, apresenta duas conceituações: Herreros (2001a): “a informação jornalística está relacionada aos valores, situações e vivências próximas das pessoas” (p.15); Pedroso (2003) e Chaparro (1999): “esse tipo de noticiário é como protagonista de um processo de sentido dentro de uma comunidade e deve ser realizado olhando a vida e a história que os sujeitos produzem onde vivem” (p. 15).

Apesar do interesse pelo local ser natural dentro de uma população, as “transformações ocorridas na era global modificaram, de certa forma, a concepção de proximidade” (SANTOS, 2010, p. 17). Diante da fusão de interesses locais e globais surgiram as redes de comunicação, que são resultado do “advento das agências de notícias no século XIX” (COMASSETTO, 2005, p. 1) e da combinação de novas tecnologias de satélites, com o estabelecimento da nova ordem econômica,



consequência do processo de globalização. As redes têm constituído um novo cenário midiático e no contexto do rádio também tem tido reflexo.

Comassetto (2005) acrescenta que, “embora não falem estudos dando conta de uma homogeneização cada vez maior do conteúdo veiculado, em vista da concentração da mídia, é inegável que o fortalecimento comercial das redes têm resultado em programação de melhor qualidade” (p.3).

Outro aspecto que tange a discussão de jornalismo de proximidade é a globalização. O novo cenário, segundo Camponez *apud* Duarte (2010), propiciou tal distanciamento que “quando as notícias longínquas nos chegam à hora dos noticiários da noite, apercebemo-nos que nada sabemos do que se passou ao fundo da nossa rua” (p. 2). Isso significa que os interesses dos ouvintes estão mais voltados para a grande mídia, do que para a imprensa local. Desde o surgimento da imprensa, as notícias circulam dentro do ambiente local e só depois tomam proporções regionais e globais. Diante disso, parece que o global e local travam uma árdua batalha, no entanto, Camponez explica que:

Seremos, então, levados a compreender que o local e global não são extremos que se opõem, mas espaços que interagem ainda que de forma desequilibrada. (...) O local é o lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direcionar-se para as denominadas de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas (CAMPONEZ *apud* DUARTE, 2010, p. 2).

O conteúdo local está ligado ao conceito de lugar, ou seja, à questão geográfica, enquanto o que permeia o global é a avalanche de informações produzidas no mundo inteiro. A notícia de interesse global tem se inserido dentro das emissoras locais, à medida que as rádios passam a transmitir, além do conteúdo produzido por elas mesmas, noticiários de âmbito regional ou nacional.

Apesar do crescimento do interesse pelo global, o enraizamento do indivíduo é o que mantém vivo o noticiário local. Segundo Comassetto (2005), as pessoas ainda dependem umas das outras e são os problemas da vida diária, as dificuldades, as reclamações e reivindicações que fazem que elas sintam necessidade de se aproximar ainda mais das questões locais. Diante disso, o conteúdo local deve ser noticiado de forma que valorize a novidade, ou seja, é preciso falar do que os veículos globais não falam, pois dessa forma o ouvinte se sente mais próximo da notícia e mais interessado.

Por fim, é preciso lembrar que é o jornalismo que diferencia uma rádio local de outras emissoras, visto que o conteúdo musical pode ser replicado em qualquer lugar. É fundamental que as emissoras locais tenham consciência dessa importância e busquem retratar as temáticas ao seu entorno, além de inserir as demandas noticiosas da comunidade entre as pautas selecionadas. Dessa forma, o rádio local se aproxima ainda mais do ouvinte e torna seu conteúdo diferenciado e exclusivo.



Produção jornalística no rádio

A primeira transmissão radiofônica aconteceu em 1896, a partir dos experimentos do italiano Guglielmo Marconi. No entanto, somente após o fim da Primeira Guerra Mundial (1918), quando a radiofonia foi desenvolvida e utilizada para fins militares, o rádio começou a se difundir pelo mundo todo passando a ser, mais tarde, um meio de comunicação.

Anos depois, em 7 de setembro de 1922, nascia, oficialmente, o rádio no Brasil. Nas dependências do pavilhão da Exposição Internacional do Rio de Janeiro, durante a comemoração do centenário da independência, o discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, foi transmitido no Rio de Janeiro, Niterói, Petrópolis e São Paulo. Em abril do ano seguinte, foi fundada a primeira emissora oficial do Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

O rádio atingiu seu apogeu durante os anos 40, na chamada *época de ouro do rádio brasileiro*. Segundo Prata (2009), nesse período começou a denominada “guerra de audiência”, em que as emissoras se esforçavam para conquistar o seu público, alcançando o sucesso com programas humorísticos e radionovelas.

Pelas mãos de Assis Chateaubriand, a televisão chegou ao Brasil na década de 1950. Nessa época, muitos acreditaram que o rádio não sobreviveria, já que a TV parecia muito mais atrativa devido às imagens. Dez anos depois, a televisão já estava na maioria dos lares brasileiros. A partir dessa concorrência, o rádio precisou encontrar uma nova linguagem e uma nova maneira de fazer jornalismo.

Vieram as emissoras FM (Frequência Modulada) que, inicialmente, transmitiam apenas música mas que mais tarde, incorporaram à programação os modelos *talk shows* e as notícias. Mais tarde surgiram as rádios *all news* – Band News e CBN – com o objetivo de veicular notícias nas 24 horas da programação. Na virada do século XX para o século XXI surgiram as webrádios, em que o conteúdo é exclusivamente digital. A partir disso, o rádio passou a ter novos elementos de apoio para a notícia e aumentou significativamente a interação com o ouvinte.

O Repórter Esso

E atenção, atenção ouvintes do Repórter Esso. Era com essa frase que a síntese noticiosa de cinco minutos começava. Com os slogans *O primeiro a dar as últimas* e *Testemunha ocular da história*, o *Repórter Esso* foi, até 31 de dezembro de 1968, um dos principais programas de rádio do Brasil e o precursor do modelo atual de radiojornalismo.

O *Repórter Esso* instaurou novos padrões de jornalismo e modificou o cenário do rádio brasileiro. Importado dos Estados Unidos, o *Repórter Esso* estreou no Brasil, na voz do repórter exclusivo Heron Domingues, em 28 de agosto de 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, e na



Rádio Record de São Paulo. Patrocinado pela petrolífera Standard Oil, denominada no Brasil como Esso Brasileira de Petróleo Ltda, o noticiário serviu de porta-voz da Segunda Guerra Mundial, tornando-se um dos informativos de maior audiência no Brasil.

Com a chegada desse novo modelo noticioso, as redações brasileiras começaram a se adaptar ao estilo de texto. Anos depois, o radiojornalismo passou a ter uma identidade e um modo de fazer padrão. Além disso, pode-se dizer que o lide chega ao Brasil pelas ondas do rádio.

Uma síntese noticiosa de cinco minutos rigidamente cronometrados, a primeira de caráter global, que transformou o radiojornalismo brasileiro. Com o noticioso, foi implantado o lide; a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto e vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época (KLÖCKNER, 2001, p.1).

A partir deste formato, o *Repórter Esso* marcou a história não só do radiojornalismo, mas também do telejornalismo e dos impressos. Aos poucos, o novo modelo tomou todas as redações do país e passou a ser quase unanimidade. Jornais, falados ou não, adotaram o lide, as frases em ordem direta e as informações tornaram-se mais claras e objetivas.

A notícia no rádio

O princípio básico da notícia no rádio é a clareza, pois o ouvinte deve compreendê-la no momento que é dada. Diferentemente do impresso, em que o leitor pode voltar no texto e reler, ou da televisão em que a notícia é apoiada por imagens, no rádio a voz é um dos principais elementos constituidores da notícia. Para McLeish (2001), a notícia é “aquilo que é novidade, interessante e verdadeiro” (p. 71). Chantler e Harris (1998) complementam dizendo que a principal característica da notícia de rádio é ser inteligível. Para atingir esse objetivo, o texto do rádio deve ser escrito em uma linguagem coloquial.

Um bom texto de rádio, segundo Chantler e Harris (1998), deve conter frases curtas e simples, ser atual e falar para cada ouvinte. McLeish (2001) sugere ainda que alguns elementos técnicos, como a ênfase, entonação e pontuação, estejam explícitos para uma locução clara e informativa. Em síntese, dentre todas as regras para uma boa notícia de rádio, a principal é mantê-la atual. Em cada boletim o repórter deve acrescentar um fato novo. Com isso, o ouvinte terá a sensação de que está acompanhando a notícia de hora em hora.

Discurso radiofônico

Discurso, no dicionário, é o “processo de atuação das práticas expressivas ou significativas correntes numa comunidade linguística. Toda prática expressiva de linguagem que vise à produção e a circulação social do sentido” (BARBOSA e RABAÇA, 2001, p. 233). Para além da definição dos



dicionários, o discurso deve ser entendido como peça fundamental na produção de sentido de uma língua. Também é preciso compreender que discurso e língua não são a mesma coisa. Segundo Charaudeau (2006), a língua é voltada para sua própria organização, “já o discurso está sempre voltado para outra coisa além das regras de uso da língua. Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (...) com a maneira pela qual se fala” (p. 40).

Ainda segundo Charaudeau (2006), “o sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação languageira do homem em situação de troca social” (p. 41). É essa troca que, segundo Ponte *apud* Oliveira (2012), cria o entendimento do jornalismo “como prática social e expressão integrante e fundamental dos processos de produção e circulação de sentidos nas sociedades contemporâneas” (p. 33). Além disso, o sentido é construído a partir das relações dos indivíduos com o mundo, pois o discurso nada mais é que a interpretação que cada ser faz da realidade que vive.

Assim, todo discurso, antes de representar o mundo, representa uma relação, ou, mais exatamente, representa o mundo ao representar uma relação. E isso também é verdade para o discurso de informação. O sujeito informador, capturado nas malhas do processo de transação, só pode construir sua informação em função dos dados específicos da situação de troca (CHARAUDEAU, 2006, p. 42)

Outro aspecto importante que tange o discurso é a ideologia, que está ligada a quem escreve a notícia e ao veículo que a transmite. Segundo Sá *apud* Sanchez (2012), “a ideologia do veículo corresponde ao interesse de seus consumidores, direcionados pelos proprietários do periódico e/ou pelos editores-chefes da redação” (p.26).

Por fim, dentro da perspectiva do discurso jornalístico, é preciso compreender que a maneira como a notícia é dada constrói a realidade sob o ponto de vista do jornalista e que cada jornalista aborda um fato de uma maneira e “seleciona o que considera relevante, escolhe um título e colhe opiniões de autoridades. Essa tarefa acaba construindo uma realidade e, com isso, direciona-se, de certa maneira o olhar do coenunciador” (SANCHEZ, 2012, p. 27). Dessa forma, conclui-se o ciclo de construção do discurso e a realidade criada está pronta para ser interpretada e transformada em outras formas de discurso.

Discurso das mídias e discurso radiofônico

Como já foi dito, discurso é a produção de sentido de uma fala ou uma língua, mas para o jornalismo as definições vão além. Segundo Charaudeau (2006), o fenômeno que depende principalmente da linguagem para existir é a informação, pois ela é “a transmissão de um saber, com ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que presume não possuí-lo” (p. 33). É da necessidade do alguém que sabe e do alguém que quer saber que se efetiva o ato da



comunicação e se estabelece o discurso de informação.

Charaudeau (2006) enumera três formas de modulação do discurso de informação: “supostas razões pelas quais uma informação é transmitida (por que informar?), segundo os traços psicológicos e sociais daquele que dá a informação (quem informa?) e segundo os meios que o informador aciona para provar sua verdade (quais são as provas?)” (p. 50). Diante das enumerações, pode-se compreender os elementos que constituem o discurso das mídias, já que, numa análise aprofundada das respostas geradas pelos questionamentos já citados, é possível deduzir os motivos pelos quais uma notícia é escrita de uma forma e não de outra, além do porquê determinado assunto é pauta para um veículo e para outro não.

Para se pensar no discurso radiofônico é preciso compreender a linguagem do veículo, que adota suas próprias estratégias com a finalidade de se fazer entendível como um meio de propagação da informação. A princípio, o rádio foi criado apenas para difusão de informações para um público grande e heterogêneo; no entanto, com as transformações tecnológicas, o veículo adaptou-se às novas necessidades do mercado e do público. A partir disso, passou-se a utilizar todos os recursos disponíveis para que o conteúdo e a forma da mensagem estivessem ligados à capacidade de apreensão do ouvinte para que a mensagem se associe ao cognitivo deste receptor. Segundo Ferrareto *apud* Farias (2008), “a linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um destes elementos contribui, com características próprias, para o todo da mensagem” (p. 24).

Ainda segundo o autor, por reunir diversos elementos de comunicação o rádio é um veículo essencialmente baseado na oralidade e é o que cria uma magia particular de mistério e sedução. “O rádio é, das três mídias, a que melhor pode fazer coincidir tempo do acontecimento e tempo da escuta”, e conseqüentemente, “é, por excelência, a mídia da transmissão direta e do tempo presente” (CHARAUDEAU, 2006, p. 107).

Enfim, são estas características que fazem do rádio um veículo de comunicação fundamentalmente factual e imediato, mas que é capaz de ultrapassar a oralidade no que se refere à produção de sentido.

Panorama do rádio em Barbacena

Para traçar o panorama do rádio em Barbacena, Minas Gerais, objeto deste trabalho, foram inventariadas as rádios locais e analisadas a produção jornalística delas, além da elaboração de um breve resgate do histórico político e midiático da cidade.

O objetivo deste trabalho é integrar as pesquisas realizadas por estudiosos do rádio para a construção do *Panorama do Rádio no Brasil*. A investigação, coordenada pela professora Nair Prata,



inventariou, numa primeira fase, todas as emissoras de rádio das 27 Regiões Metropolitanas do país. Além de inventariar e conhecer as emissoras da cidade, este trabalho configura a produção jornalística da radiofonia local, traçando um cenário do radiojornalismo barbacenense. A cidade de 223 anos e 126 mil habitantes tem sua história marcada por conflitos políticos, pela fama de *Cidade das Rosas e Cidade dos Loucos*. Na pesquisa, após o levantamento das emissoras de rádio e o mapeamento do cenário midiático da cidade, foram analisados todos os programas de conteúdo jornalístico de âmbito local, produzidos pelas rádios do município.

A metodologia da pesquisa fundamentou-se em três pilares: pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade e observação participante.

O primeiro método utilizado foi a pesquisa bibliográfica, no qual a autora visitou a bibliografia do tema com a intenção de situar o assunto estudado e amparar a nova análise em algo que já foi pesquisado por outros autores. A pesquisa bibliográfica permeou todas as etapas de produção, desde o referencial teórico, em que autores de diversos temas foram consultados, até a realização da pesquisa em si, em que foi necessário visitar a literatura para obter dados históricos. Em seguida, a pesquisa passou pela utilização da entrevista em profundidade como metodologia. Dentro da pesquisa, a entrevista cumpre o papel de explorar o assunto, buscar informações, além de expressar as percepções e experiências do informante dentro do tema pesquisado.

Nesta pesquisa optou-se por utilizar também a observação participante, que é uma técnica metodológica em que o pesquisador faz parte do meio pesquisado. Nessa categoria, é possível analisar o contexto no qual o pesquisador se insere vivenciar os interesses e os fatos e compreender os sentidos das ações. Optou-se ainda pela observação participante sem interferência do pesquisador, que é quando o investigador se insere no meio pesquisado sem participar de suas atividades.

Cenário político e midiático de Barbacena

Respirando política desde seu surgimento, Barbacena tem em sua história embates políticos que mudam o cotidiano da cidade e que são assunto para as conversas de bar e nos pontos de ônibus. Até mesmo os barbacenenses que dizem não ligar para política, estão sempre a par de uma ou outra novidade na antiga rivalidade dos Andradas com os Bias Fortes. A história da família Andrada na Política começou com o embaixador José Bonifácio Andrada e Silva, ocupando o cargo de deputado federal. No cenário local, Antônio Carlos Doorgal de Andrada (1993-1996 e 2013-2016), conhecido como Toninho Andrada, ocupa o cargo de prefeito. A família é filiada ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB).

A história da família Bias Fortes no contexto político começou em 1881, na época do Império, com a eleição de Crispim Jacques Bias Fortes, pelo Partido Liberal. Com a chegada da República, os



Bias Fortes passaram a ter destaque na esfera política e, recentemente, Danuza Bias Fortes ocupou o cargo de prefeita da cidade, entre 2009 e 2012.

A rivalidade entre as famílias surgiu em 1930, em decorrência da Revolução de 30 quando Antônio Carlos Ribeiro de Andrada apoiou Getúlio Vargas e José Francisco Bias Fortes apoiou Washington Luís. Diante dessa discordância, os dois romperam e permearam a rivalidade entre as famílias até os dias de hoje. As disputas ideológicas mais acirradas surgem com a vitória de Vargas.

No que se refere ao cenário midiático, pode-se dizer que desde o surgimento da imprensa na cidade, dezenas de jornais circularam e alguns deles foram elementos importantes da história da mídia na cidade e ressaltaram disputas políticas e ideológicas que permeiam o fazer jornalístico dos barbacenenses até os dias de hoje. Atualmente, o cenário jornalístico é composto por cinco publicações: Jornal de Sábado, Jornal Correio da Serra, Jornal Folha de Negócios, Jornal Expresso e o Jornal Praça Pública. A Revista Viva Barbacena é a única no cenário do jornalismo de revista.

Na internet, o cenário jornalístico começou a ser traçado com a chegada da Net-Rosas, em 1995, de Maurício Barros. Em 2001, o jornalista Ricardo Salim lançou o primeiro portal da cidade, o *Barbacena Online*, vinculado à Rádio Sucesso. O repórter policial Carlos Alberto Júnior é o administrador do site de notícias *Barbacena Mais*. No cenário televisivo, a TV Estrada Real, começa a dar seus primeiros passos em 2013. As webrádios também fazem parte do cenário midiático da cidade. Segundo o portal radios.com.br⁵, são elas: Rádio Positiva, classificada como alternativa; Rádio Potência Total, gênero eclético e Xtudio Hits, que segue a linha do pop-rock.

O rádio em Barbacena

Atualmente, a cidade conta com quatro rádios, sendo duas operando em FM e duas em AM. A Rádio Sucesso FM e a Rádio 93 FM são as mais novas no mercado radiofônico da cidade, no entanto, possuem maior destaque comercial. A Rádio Globo e a Rádio Correio da Serra, as pioneiras, já tiveram grande visibilidade, mas o surgimento das rádios em Frequência Modulada mudou o cenário comercial da cidade. O conteúdo jornalístico das rádios barbacenenses é produzido pelas Rádios Sucesso FM e 93 FM e Correio da Serra AM. No entanto, é importante ressaltar que a Correio da Serra e a 93 FM são administradas pelo mesmo grupo e transmitem simultaneamente o conteúdo produzido nas duas rádios.

Programas jornalísticos nas rádios de Barbacena

A última etapa desta pesquisa é a configuração do processo de produção de dois programas jornalísticos transmitidos por três rádios locais. Os programas *Sinal de Alerta* e *Contato Direto*,

⁵ <http://radios.com.br>. Data de acesso: 31 de outubro de 2013.



focos dessa pesquisa, foram observados no período de uma semana durante a fase de produção.

O programa *Sinal de Alerta*, observado de 12 a 18 de setembro de 2013, é produzido pelas rádios 93 FM e Correio da Serra AM. Administradas pelo mesmo grupo, as duas rádios transmitem o programa de segunda à sexta-feira, de 11h às 11h30, sendo nesse horário por transmissão em cadeia e, após às 11h30, o *Sinal de Alerta* tem continuidade apenas na Rádio Correio da Serra AM, até 12h

O *Contato Direto*, programa da Rádio Sucesso FM, é transmitido de segunda à sexta-feira, de 11h às 12h e tem a apresentação de Antônio Marcos, diretor de jornalismo, e Ivan Eustáquio. Para a pesquisa, o programa foi observado entre os dias 23 e 27 de setembro de 2013.

Para melhor entendimento dos dados coletados durante o período de observação, os elementos foram divididos em onze categorias:

1) **Equipe de produção:** Em uma redação jornalística o número de profissionais envolvidos é um fator importante na elaboração das pautas e execução delas e também na redação do material apurado.

Sinal de Alerta	Contato Direto
Em sua primeira parte, transmitido pela 93 FM e pela Correio da Serra AM, o programa conta com dois apresentadores Luiz Lúcio e Lívia Leite, que exercem também a função de repórteres. Para a segunda parte, transmitida apenas pela Correio da Serra AM, conta com a apresentação de Cristóvam Abranches, que também é responsável pela produção de reportagens. O noticiário policial fica a cargo de um repórter que elabora o conteúdo sem a avaliação dos locutores.	A redação do noticiário fica a cargo do diretor de jornalismo Antônio Marcos, que elabora as pautas, faz a ronda pelos sites de notícias e também exerce a função de repórter. O noticiário policial é responsabilidade de Ivan Eustáquio, apresentador e responsável pelas reportagens externas e gravação de sonoras para quadros fixos na programação. As notícias e comentários do futebol são feitos pelo colaborador Hamilton Fonseca. A equipe conta ainda com o repórter Ricardo Salim, que cobre pautas externas com algumas inserções ao vivo.

2) **Tempo de produção:** Para a realização de um boletim diário, o tempo dedicado à produção dos noticiários é fator importante para a boa execução do programa.

Sinal de Alerta	Contato Direto
Os locutores chegam ao estúdio em média 45 minutos antes de entrar no ar. Segundo eles, a preparação do noticiário é feita em casa e algumas reportagens são elaboradas e realizadas previamente e ficam no vão para a reserva de matérias do programa. Por vezes, são escolhidas notícias de jornais locais que são lidas no ar. O controle do tempo do programa é feito no momento da transmissão. O técnico de som monitora o tempo e passa as informações aos locutores, que decidem se alguma matéria deve retirada ou se eles devem dedicar mais tempo a outros assuntos, a fim de chegar ao horário do término do programa.	Para a produção do programa os locutores chegam ao estúdio cerca de três horas antes da transmissão e se dedicam à produção do conteúdo diário. A gravação de sonoras para quadros e a realização de reportagens externas são feitas anteriormente, já que os locutores ficam na redação também na parte da tarde, ou seja, após a transmissão do programa. Os locutores seguem da redação para o estúdio com o programa completamente elaborado, o que minimiza a incidência de erros.

3) **Relacionamento com o público:** Por serem rádios locais, o relacionamento com o público se dá de forma bastante direta. As pessoas vêm nas rádios uma forma de serem ouvidos por outras pessoas e também pelo poder público.

Sinal de Alerta	Contato Direto
Por ser uma rádio com política editorial bastante clara e que, atualmente, é de a favor da atual administração municipal, o programa não atende reclamações da população quando se tratam de assuntos relacionados à prefeitura. No entanto, se o assunto for de interesse	O programa atende prontamente às reclamações da comunidade ouvinte. Durante o tempo de observação foram seis reclamações. Segundo Antônio Marcos, um dos cuidados da rádio é sempre ouvir os dois lados. Para isso, são gravadas as sonoras com os ouvintes que



público e que não envolva a política local, é constantemente noticiado.	procuram a rádio e em seguida, a equipe do <i>Contato Direto</i> procura a empresa ou órgão responsável para que responda ao questionamento da população. As reclamações variam desde pessoas que pedem solução para a rede de esgoto de uma rua, até moradores da zona rural que veem na rádio uma maneira de cobrar que a Cemig resolva problemas na rede elétrica local.
---	--

- 4) **Entrevistas ao vivo:** É comum no rádio receber entrevistados ao vivo, mas nas emissoras observadas essa categoria varia de acordo com a política editorial de cada rádio.

Sinal de Alerta	Contato Direto
Constantemente o programa recebe convidados ao vivo. Durante o tempo de observação foram sete entrevistas ao vivo, que variam de cinco a dez minutos. Os temas abordados também variam, no entanto, na maioria dos casos estava relacionado a alguma ação da prefeitura ou da Universidade Presidente Antônio Carlos (Unipac), que pertence à família do atual prefeito Toninho Andrada. Para a realização das entrevistas, não há uma preparação prévia dos locutores. Os entrevistados costumam chegar na hora do programa e é feito um bate-papo informal. As perguntas só surgem quando o programa já está no ar.	Segundo a política editorial da rádio, não é comum receber convidados ao vivo no programa. Geralmente as entrevistas são gravadas e editadas anteriormente. Para os locutores, a iniciativa surgiu na tentativa de fazer um programa menos improvisado e com menos correria. A intenção é chegar ao estúdio para a transmissão com tudo pronto para que os erros sejam minimizados. A temática das entrevistas feitas no programa é variada e geralmente são fruto de alguma reclamação dos ouvintes ou são geradas a partir de assuntos para os quadros fixos do programa.

- 5) **Jornalismo Esportivo:** O jornalismo esportivo tem ganhado cada vez mais espaço nos noticiários, principalmente por unir informação e entretenimento. Nas cidades de interior, ele cumpre seu papel e tem a função de valorizar o esporte local e regional.

Sinal de Alerta	Contato Direto
O programa não possui noticiário esportivo.	O locutor prepara o noticiário esportivo, com pautas que falam de todos os esportes e variam de acordo com o que é encontrado nos portais de notícia. As notícias do futebol ficam a cargo do comentarista Hamilton Fonseca, no quadro <i>Bate-bola</i> , que vai ao ar às segundas, quartas e sextas-feiras. O quadro aborda os principais assuntos do futebol nacional, estadual e regional. O locutor e o comentarista fazem um bate-papo no ar sobre as principais notícias.

- 6) **Noticiário policial:** O noticiário policial costuma receber grande destaque midiático e nas cidades de interior, por vezes, torna-se o carro-chefe de um programa. Nos boletins analisados, ele cumpre esse papel e tem destaque dentro da programação.

Sinal de Alerta	Contato Direto
O programa começa e é encerrado com a editoria de polícia. As reportagens têm em média dois minutos e meio. A editoria fica a cargo do repórter Carlos Alberto, que elabora e realiza suas próprias pautas sem que elas passem pelo aval dos apresentadores. O repórter grava e edita os áudios em estúdio próprio e as notícias chegam prontas à redação.	O noticiário é responsabilidade do locutor Ivan Eustáquio, que recebe por e-mail boletins da Assessoria de Comunicação da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros. As notícias costumam sofrer alterações de texto na tentativa torná-la acessível ao ouvinte. Segundo Ivan, hoje é grande a dificuldade por notícias locais, pois a Polícia não se prontifica a receber os repórteres e passam as informações apenas por e-mail. Quando os boletins não chegam, o locutor busca informações nos sites de notícias locais e regionais. Durante o noticiário, o locutor costuma incluir provérbios e frases de efeito que, além de expressar sua opinião, caracterizam o programa, já que, segundo ele, os ouvintes já se acostumaram e até sentem falta quando os tradicionais provérbios não são ditos. O tempo dedicado à editoria de polícia varia entre sete e dez minutos.



7) **Redes sociais:** Com o *boom* da internet, as redes sociais têm se tornado importante ferramenta de divulgação para os veículos de comunicação. Atualmente, a grande mídia tem investido nesse tipo de informação, que possui características próprias e que, cada vez mais, se mostra como um meio de se consumir notícias. Nesse sentido, as rádios analisadas ainda não exploram essa ferramenta.

Sinal de Alerta	Contato Direto
A Rádio 93 FM, possui perfil no Facebook, no entanto, nenhuma publicação foi feita ainda. A interação do programa com o público acontece através do perfil da locutora Livia Leite, que posta em sua página os principais destaques do programa. A rádio Correio da Serra AM não possui perfil em nenhuma rede social e também não tem site.	A Rádio Sucesso FM possui perfil no Facebook, sendo a última publicação em agosto de 2013, e no Twitter, com publicação de 2010. Através do site da emissora os ouvintes podem acompanhar a transmissão do programa em áudio e vídeo.

8) **Quadros:** É comum nos programas de rádio e televisão a existência de quadros que abordam determinados assuntos. A periodicidade dos quadros varia de acordo com a direção do programa, que também escolhe a temática a ser tratada em cada dia. Os programas analisados possuem diversos quadros que são discriminados a seguir.

Sinal de Alerta	Contato Direto
O programa possui um quadro diário com comentários do professor de Direito da Unipac, José Augusto Pena Naves. A escolha do tema e a gravação ficam a cargo do próprio professor que aborda temas variados, em uma média de um minuto e meio. O programa conta também com comentários diários do jornalista Alexandre Garcia. Os áudios, que tem em média cinco minutos, chegam todos os dias por e-mail e abordam temas de âmbito nacional relacionados, principalmente, à política e economia. O comentário é comercializado para diversas rádios do Brasil. A locutora Livia Leite é responsável pelo quadro <i>Momento Unipac</i> em que são abordadas ações da instituição junto à comunidade acadêmica e barbacenense. A periodicidade e tempo não são pré-estabelecidos. O quadro <i>Ele está no meio de nós</i> vai ao ar diariamente e traz comentários bíblicos feitos pelo Cônego da Basílica de São José, Antônio Eustáquio.	O programa possui um quadro diário chamado <i>Contato Direto Destaca</i> , no qual o locutor elabora pequenas notas, geralmente de âmbito nacional. Quando a rotina de produção permite, é gravado e editado com antecedência, quando não é possível, é lido ao vivo. O quadro <i>Barbacena é História</i> vai ao ar toda segunda-feira e tem a participação do professor Newton Siqueira, que resgata curiosidades da cidade. Ainda na segunda-feira, o quadro <i>Medicina e Saúde</i> aborda assuntos comuns na vida das pessoas. Geralmente, o entrevistado é um médico ou especialista no assunto. Às terças-feiras, o quadro <i>O Contato Direto quer saber</i> lança uma pergunta no começo do programa que é respondida por telefone pelos ouvintes e ao final, o locutor dá o resultado final com a opinião do público. O tema, que é escolhido por Antônio Marcos, geralmente reflete alguma problemática da cidade. O quadro <i>Cursos e concursos</i> vai ao ar às quartas-feiras e traz classificados das principais oportunidades na região. Também na quarta-feira, o quadro <i>Voz das ruas</i> lança um tema e escuta a opinião das pessoas acerca dele. O programa de quinta-feira conta com dicas e esclarecimentos jurídicos. O quadro <i>Direitos e deveres</i> leva a cada semana um convidado que esclarece dúvidas e trata temas comuns na vida das pessoas. Em parceria com o Instituto Federal Sudeste de Minas Gerais (Ifet), é gravado o quadro <i>Dicas do Ifet</i> , que traz um profissional do instituto para falar sobre o tema escolhido. O quadro é semanal, mas não tem dia pré-estabelecido. O <i>Bate-bola</i> , quadro que, como já foi dito, faz parte do noticiário esportivo, vai ao ar às segundas, quartas e sextas-feiras.

9) **Agências de notícias:** As agências de notícias são empresas jornalísticas especializadas na produção de conteúdo noticioso, mas a informação não é fornecida diretamente para o público, mas para os veículos de comunicação como jornais, revistas, rádios, emissoras de televisão e portais online. Os programas analisados utilizam reportagens cedidas por agências de notícias.

Sinal de Alerta	Contato Direto
O programa utiliza sonoras de agências de notícias como a Rádio 2 e Radioweb e Agência Minas. Nestes sites, a rádio faz um cadastro e a partir disso, pode fazer download das reportagens	O programa também utiliza reportagens das agências de notícia Rádio 2 e Radioweb. O uso se dá da mesma maneira nas duas rádios.



completas. As rádios contemplam diversos temas como política, economia, esporte, saúde e outros. A escolha fica a critério de cada programa. O download é gratuito.

10) **Anúncios publicitários:** Os anúncios são o que sustentam os meios de comunicação comerciais. É da publicidade que os veículos conseguem a renda para manter uma rádio ou televisão no ar, por exemplo. Nesta pesquisa, foi quantificado o tempo dedicado aos comerciais dentro da transmissão dos programas.

Sinal de Alerta	Contato Direto
A primeira parte do programa não possui comercial, apenas pequenos anúncios feitos pelos próprios locutores. Na segunda parte, o tempo dedicado aos comerciais variou entre cinco e 16 minutos.	Os comerciais são distribuídos no programa, ou seja, não há um intervalo comercial. Os anúncios costumam ir ao ar na forma de patrocínio, ou seja, antes de algum quadro ou da previsão do tempo por exemplo.

11) **Grade de programação:** Em um programa jornalístico diário é fundamental que se tenha uma grade pré-estabelecida, pois isso facilita a produção e cria no ouvinte uma familiaridade com o programa. O roteiro completo dos programas está nos anexos desse trabalho.

Sinal de Alerta	Contato Direto
Apesar de não possuir uma grade pré-definida, alguns elementos se repetem em todos os programas. Exemplos: reportagem de polícia que sempre inicia e fecha o programa e sonora ao vivo do repórter Nascimento Filho, da Agência Minas, que costuma ser no começo da segunda parte do programa.	A ordem das matérias e dos quadros tem uma linearidade dentro da grade do programa. Exemplos: o programa começa com reportagens de âmbito nacional, geralmente de alguma agência de notícia, e o noticiário esportivo sempre finaliza o programa, seja com a participação do comentarista Hamilton Fonseca ou não.

Análise dos programas jornalísticos

A partir da análise comparativa dos dois programas é possível destacar algumas características semelhantes entre eles. O *Sinal de Alerta* caracteriza-se pela improvisação e pelo caráter enfadonho de algumas reportagens. Não se pode afirmar nesta pesquisa se os ouvintes também têm essa percepção, mas pode-se dizer que são fatores que devem ser levados em conta quando se pensa em audiência e na identificação do público com o programa. Outro fator importante é a política editorial do programa, que é nitidamente favorável à administração municipal. Por um lado, esta política explícita deixa o ouvinte livre para optar por sintonizar a rádio ou não. Mas por outro lado, o informativo ignora os problemas da cidade e os questionamentos da população, provavelmente para não desagradar aos seus interesses políticos.

O programa *Contato Direto* caracteriza-se pelo noticiário bem elaborado, bem escrito e pela busca em atender aos interesses da população. Assim como no outro programa, não se pode afirmar que o ouvinte tem consciência de que o programa é bem preparado e que não há improviso, mas fica claro que a população vê na rádio uma maneira de cobrar o poder público e ser ouvido pelas autoridades. A tentativa da rádio de minimizar os erros é bem sucedida graças à preparação dos locutores e ao tempo de elaboração do programa. Estes fatores deixam evidente a intenção da rádio de se consolidar como destaque no jornalismo local e de conquistar a confiança dos ouvintes.



É importante ressaltar que a observação do processo de produção dos programas foi feita num período em que uma rádio era de oposição e outra da situação, portanto não se pode dar conta nessa pesquisa qual seria a postura das emissoras caso a situação fosse inversa.

Conclusão

O principal objetivo desse trabalho foi inventariar as rádios de Barbacena e analisar a produção dos programas jornalísticos transmitidos por elas a fim de identificar a maneira como as emissoras se organizam na produção do conteúdo que vai ao ar.

Em Barbacena, a postura adotada pelas rádios locais deixa evidente a ausência de compromisso de se isentar nos conteúdos políticos. Na maioria das vezes, as rádios são pautadas pela política local, fator que sempre permeou o jornalismo na cidade. Como típica cidade de interior, a administração municipal se divide, há muitos anos, entre uma família e outra. No que se refere à mídia local, o contexto não é diferente. A mídia se fragmenta basicamente em situação e oposição, cenários em que travam batalhas dentro do jogo político.

No âmbito do radiojornalismo, o cenário se divide entre uma rádio que busca exercer seu papel social, mas sem se isentar politicamente. Por se tratar de uma emissora de oposição, se dispõe a ouvir as reclamações da comunidade e dar voz aos moradores. Não se pode afirmar que a rádio presta esse serviço à comunidade para atacar a administração ou para que as necessidades da população sejam transformadas em obras da prefeitura, mas dessa forma ela acaba se tornando a voz do cidadão. Na contramão, a outra emissora assume um caráter um tanto amador por não se dedicar na preparação do noticiário e se basear na improvisação. No que se refere à política, a situação torna-se mais grave pelo fato da emissora, que é da situação, ignorar que naquela cidade existem cidadãos insatisfeitos com a política, que o município tem problemas e que a população tem clamores a serem feitos ao poder público. A emissora só trata de política quando se referem às ações da prefeitura, deixando de lado o que seria de real interesse dos moradores. Não se quer dizer aqui que a rádio deveria abandonar suas convicções políticas, pois seria utópico, mas que precisa colocar o jornalismo de qualidade acima delas.

O estudo dos discursos produzidos pelos veículos midiáticos também serviram de amparo para esta pesquisa. Nesse sentido, em Barbacena, pode-se dizer que estão diretamente relacionados ao cenário político da cidade. Além disso, os jornalistas têm papel importante, ao transmitir, juntamente com a notícia, suas opiniões e preferências políticas. A informação torna-se relevante para as emissoras ao se enquadrar nos critérios de noticiabilidade e na linha editorial praticadas por elas. Neste sentido, este trabalho tem a pretensão de fazer um retrato dos programas analisados, para que a partir disso eles possam enxergar seu papel dentro do cenário jornalístico e político de



Barbacena e, principalmente, que eles tomem consciência de seu poder de incitar o debate e impulsionar a democratização.

Por fim, para além dos objetivos já explicitados anteriormente, a intenção desta pesquisa é contribuir para um jornalismo de qualidade em Barbacena. Partidário talvez, mas comprometido com o interesse público e empenhado em ser agente de mudança social.

Referências

- CAETANO, Raquel Damasceno Gomes Sigaud. **Barbacena: a cidade e o jogo político nas páginas dos jornais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel). Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação da UFJF, Juiz de Fora, 2008.
- CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1998.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COMASSETTO, Leandro Ramires. **O rádio local na era das redes**. Artigo apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.
- DONOS DA MÍDIA. Disponível em: <donosdamidia.com.br/veiculo/7005>. Acesso em: 03 agosto 2013.
- DUARTE, Ângela Filipa Alves. **Jornalismo de proximidade: o papel informativo da imprensa local**. Artigo elaborado para o Seminário de Questões Contemporâneas do Jornalismo. Lisboa, 2010.
- FARIAS, Gerson M. A. **Linguagem e jornalismo na rádio convencional, rádio on-line e webrádio: uma reflexão do conceito de discurso radiofônico no ciberespaço**. Dissertação (Mestrado). Universidade de Taubaté - Departamento de Ciências Sociais e letras. Taubaté, 2008.
- KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial**. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande: Intercom, 2001.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2001.
- OLIVEIRA, Cândida de. **Credibilidade no discurso jornalístico: tradição e autoridade nos editoriais da Folha de S.Paulo no marco de seus 90 anos**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2012.
- PRATA, Nair (org.). **Panorama do rádio no Brasil**. 1.ed. Florianópolis: Insular, 2011.
- PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2009.
- RÁDIOS. Disponível em: <<http://www.radios.com.br/>>. Acessado em: 31 de outubro de 2013.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- SANCHEZ, Cely Miranda. **Expressividade e construção de sentido: uma análise de textos ficcionais de Moacyr Scliar**. Dissertação (Mestrado). Universidade Cruzeiro do Sul, Mestrado em Linguística, São Paulo, 2012.
- SANTOS, Maria Cláudia Santos. **A importância do noticiário local de rádio em tempos de globalização: uma análise da opinião dos ouvintes da Rádio Itatiaia**. Dissertação (Mestrado). Centro Universitário (UNA), Curso do Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local, Belo Horizonte, 2010.