



Ano III, Num 02
Edição Julho – Agosto 2012
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos¹

Leandro Lui²

Resumo

Este trabalho aponta para alguns dos desafios de se fazer radiojornalismo em cidades pequenas, de interior através de um estudo de caso. As reflexões indicadas referem-se a questões jornalísticas vinculadas ao programa “Olho Vivo” da Rádio Blau Nunes, na cidade de Santa Bárbara do Sul -RS. Além da pesquisa bibliográfica sobre o tema, investiga-se a própria história e divisão estrutural do programa a partir da análise da gravação de 20 edições do programa nos meses de Setembro e Outubro de 2011. A partir do monitoramento constata-se uma preocupação bastante acentuada com a parte comercial do programa, indicada pelo elevado número de entrevistas realizadas com patrocinadores da emissora e do próprio programa.

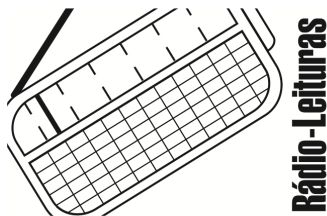
Palavras-chave: Jornalismo; Rádio Blau Nunes; Programa Olho Vivo

Introdução

O rádio é um veículo eclético, dinâmico e veloz. Pensava-se com o surgimento da televisão e, posteriormente, da internet que o mesmo desapareceria, cairia em desuso. No entanto, pelo menos até este momento, não é esta a realidade que se apresenta. Hoje, mesmo com o surgimento de mídias digitais, a população passa a se adequar ao contexto social e o rádio é ouvido (em boa parte das vezes) via rede

¹ Jornalista, mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e docente do Curso de Comunicação Social da Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ). E-mail: ljanaines@gmail.com

² Jornalista, egresso do Curso de Comunicação Social da Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ) no segundo semestre de 2011. E-mail: lui.leandro@hotmail.com



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

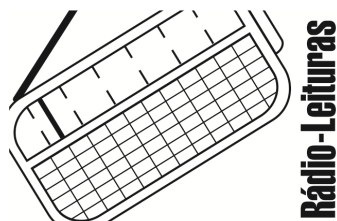
mundial de computadores.

Neste sentido, o entendimento de Magaly Prado (2012, p.18) sobre a constância do meio e sua capacidade de adaptação ao período contemporâneo, marcadamente tecnológico e digitalizado por assim dizer, é elucidativo: “É fácil perceber que o rádio se altera não somente em seu conteúdo ou em sua linguagem, que também acompanha os novos tempos, tempos de (mais) liberdade de expressão, de menos sisudez, de licença para demonstrar descontração”.

As pessoas são atraídas pelas notícias, especialmente as que vão ao encontro de seus interesses. Encontramos aí, o grande desafio dos veículos de comunicação das pequenas cidades: manter as pessoas bem informadas com notícias locais intercaladas com notícias de âmbito nacional e internacional.

Mesmo diante de novos cenários, a essência do radiojornalismo permanece sendo o foco no local. As emissoras de rádio, como também jornais impressos e os demais veículos de comunicação precisam produzir, a partir de pacatas cidades, um polo de notícias. Os membros das diferentes comunidades têm de encontrar nos meios de comunicação de seu entorno, notícias de interesse local e não admitir que estes sejam meros informativos ou difusores oficiais de prefeituras. Idealmente é preciso transcender esta dimensão — mesmo que o financiamento de veículos de comunicação a partir do investimento de entes públicos seja prática muito usual nas mais diversas regiões.

A partir destas considerações, apresentamos a seguir um estudo realizado junto a uma emissora de rádio localizada no município de Santa Bárbara do Sul, no interior do Rio Grande do Sul. O veículo estudado é a Rádio Blau Nunes Ltda. AM 1210 — única emissora de amplitude modulada do município e também a que mais está em contato com os interesses da população, através do programa matinal denominado “Olho Vivo”.



Nossa intenção foi observar e analisar as matérias e notícias levadas ao ar pelo programa, buscando indicar se as convenções básicas para a prática do jornalismo são respeitadas, além de atentar para a rotina produtiva do mesmo. Para dar início a este percurso, a seguir fazemos referência à base estrutural de nossa pesquisa, apontando algumas construções teóricas relacionadas ao radiojornalismo.

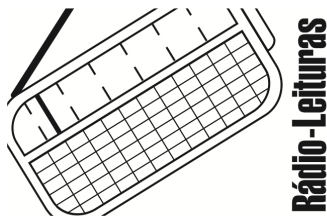
1. O rádio como veículo de comunicação

Hoje não basta apenas divulgar as notícias, é preciso fazer isso com qualidade, dinamismo e transparência. Assim, podemos afirmar que vivemos na chamada “sociedade da informação” conforme pontua Luís Manuel Borges Gouveia:

A Sociedade da informação está baseada nas tecnologias de informação e comunicação que envolvem a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos, como a rádio, a televisão, telefone e computadores, entre outros. Estas tecnologias não transformam a sociedade por si só, mas são utilizadas pelas pessoas em seus contextos sociais, econômicos e políticos, criando uma nova comunidade local e global: a Sociedade da informação (GOUVEIA **apud** ANTUNES 2008, p. 02).

O rádio, enquanto veículo de comunicação surgiu em 1896 e desde então, apesar das dificuldades de diferentes origens que tem enfrentado (como o surgimento da televisão na década de 1950), vem se mantendo e mostrando-se versátil a ponto de ser comparado, em termos de agilidade no trato com a informação, com o jornalismo digital. Graças à rapidez com que as notícias são transmitidas é que o rádio passou a ser uma “mina” de informações. Ele passa a ser um meio muito particular para cada pessoa, seja ela ouvinte ou comunicadora.

Para Ferraretto (2001, p.23) o veículo oportuniza a existência de diferentes formatos, tendo-se clareza de que é um “Serviço prestado mediante concessão do Estado, que o considera de interesse nacional, e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas”.



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

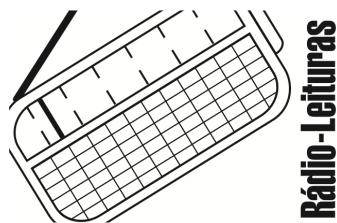
O rádio faz parte do cotidiano das pessoas, ele deixou de ser um simples objeto eletrônico e passou a ser um companheiro. Hoje, no Brasil, segundo dados do Grupo de Mídia (edição 2011), “[...] no universo de uma população de 192.278,4 mil, temos 57.037,3 mil domicílios com rádio” (PRADO, 2012, p.14). Todo bom locutor comunica através do microfone como se realmente estivesse conversando com o ouvinte, degustando junto com ele uma saborosa taça de vinho — por exemplo. Portanto, é importante que o locutor trate o ouvinte como se este fosse único.

Dentre as principais características do rádio, destacamos o imediatismo da notícia: a possibilidade de transmitir os fatos no exato momento em que ocorrem. Deste fato decorre a popularidade do meio e, ainda por estar ao alcance de um grande público, ele torna-se, prioritário, pois em muitos casos, é o único meio a levar informação para populações de regiões distantes, que ainda hoje não possuem acesso a outros meios — seja por motivos geográficos, econômicos, culturais, etc.

A segunda característica que tomamos como importante é a linguagem que o comunicador de rádio usa ou deveria usar. Ela precisa ser simples e caracterizada pela repetição de informações, de modo que cada ouvinte possa assimilar a ideia que se pretende comunicar. Assim, a naturalidade do vocabulário prevalece em detrimento de palavras ou frases por demais requintadas.

No Brasil o veículo rádio teve sua “era de ouro” nas décadas de 1930 e 1940, com radiojornais³ e radionovelas. No caso dos radiojornais, estes eram estruturados especialmente a partir da leitura dos conteúdos já apresentados nos jornais impressos, pois uma outra realidade em termos de acesso à informação era experienciada: sem a multiplicidade de oferta informativa e, mesmo, do próprio acesso às fontes de informação. No período da “era de ouro” do rádio a realidade vivenciada era muito diversa.

³ Correspondem à reunião das principais notícias do dia, tendo duração variável conforme o perfil de cada emissora.



O *Grande Jornal Falado Tupi* reproduzia, assim, a estrutura comum à imprensa escrita. O início, a identificação do noticiário como o cabeçalho de um periódico impresso. Depois, com a marcação da sonoplastia, as manchetes a reproduzir a capa de um jornal. Seguiam-se as notícias agrupadas em blocos - política, economia, esportes... – tal qual faziam os diários com suas editorias (FERRARETTO, 2004. p.34).

Hoje a estrutura dos radiojornais sofre modificações constantes, especialmente a partir do advento das tecnologias de comunicação e informação, as quais contribuem para a celeridade do fluxo de notícias. Apesar de um novo arranjo informativo estar sendo configurado, o que acaba sendo preservado é a necessidade da conduta ética dos profissionais deste campo – aspecto que destacamos a seguir.

2. Radioética

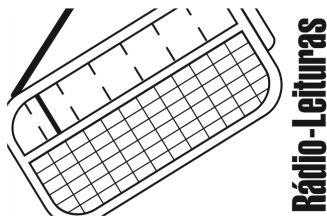
155

A palavra ética está incrustada na vida e nas ações das pessoas. Muitos a cobram sem nem mesmo saber o seu real significado. Nos meios de comunicação não é diferente, mas especialmente neles, ela é ainda mais importante:

[...] surge na reflexão do sujeito, mas se materializa apenas na execução. No jornalismo, está associado às decisões individuais do profissional, como as escolhas cotidianas entre o que é ou não notícia, e transparece em preceitos da profissão, como a busca pela verdade (JUNG, 2004, p.83).

A ética ronda diariamente estúdios e redações dos veículos de comunicação e ela exige dos repórteres e redatores uma grande responsabilidade no momento da apuração dos fatos. Com a formação dos grandes conglomerados de comunicação essa tarefa ficou mais complexa devido aos conflitos de interesses que podem ser facilmente identificados a partir das disputas político-econômico-ideológicas que costumam tangenciar as produções jornalísticas dos diferentes meios de comunicação.

Por causa destes interesses “difusos”, muitos veículos acabam criando a sua própria ética, seja para realmente balizar as ações das equipes de trabalho, seja para



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

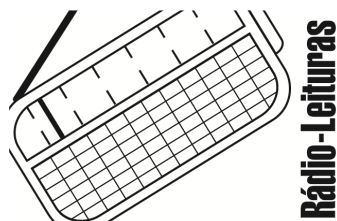
justificar ou permitir uma postura condescendente diante de eventuais falhas e/ou equívocos. Aqui é importante atentar para a forte relação estabelecida entre a prática do jornalismo e a credibilidade vinculada à profissão. Se o jornalista, seja ele de qual instância, perder ou tiver abalada sua credibilidade, sua trajetória profissional poderá ser comprometida ou fadada ao insucesso. Para não perder este importante atributo em que se constitui a credibilidade, é preciso que todo o profissional do jornalismo (ou mesmo de áreas afins) realmente comprometido conheça o código de ética de sua área de atuação.

É importante evidenciar que a mera existência deste código por si só, não garante a produção/execução/veiculação de um jornalismo transparente e comprometido com as diretrizes norteadoras da prática jornalística em essência. É o caráter de cada profissional que vai nortear as práticas levadas a efeito. No entanto, geralmente, o jornalista possui tanto ou até mais responsabilidade do que os demais cidadãos no que se refere às posturas e condutas prescritas em sociedade, por isso é necessário que todos os profissionais da área tenham conhecimento de aspectos-chaves da lei.

Para nos referirmos a alguns destes aspectos aludimos, por exemplo, as “Injúrias Criminais” e a “Difamação”. No primeiro caso, elas provêm de algum tipo de obscenidade. Se for condenado por injúria o repórter poderá ser levado à reclusão em regime fechado. Já no segundo o jornalista não pode de maneira alguma “[...] expor uma pessoa ao ódio, ao ridículo ou ao desprezo, levando-a ao isolamento ou injuriando-a em seu trabalho, negócio ou profissão” (CHANTLER; HARRIS, 1998, p.132).

3. A rádio Blau Nunes Ltda.

A seguir nossa atenção volta-se especificamente para a emissora de rádio objeto de nosso estudo, a Rádio Blau Nunes. A emissora foi fundada em 5 de Maio de 1980, tendo como sócios fundadores Mario Roberto Utzig, Evaldo Herter, Bruno Burtet



e Olívio Polidoro Pinto. Desde 2001 a estação pertence a Claudio Zappe e Wilson Carlos Cirolini, sendo que cada um detém 50% de seu capital. Cabe ainda, a título de ilustração, informar que o primeiro possui 11 rádios no Rio Grande do Sul e reside na cidade de Santa Maria, o segundo tem residência fixa em Restinga Seca, onde também é proprietário de uma emissora de rádio e de um jornal impresso.

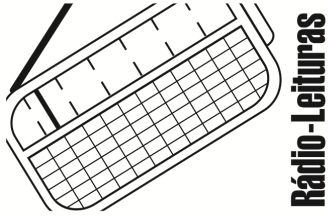
Mesmo tendo sido fundada em 1980, a rádio Blau Nunes somente entrou em operação em 24 de Junho de 1984 (ainda em caráter experimental)⁴. Em 15 de Agosto do mesmo ano foi, vistoriada pelo DENTEL – Departamento Nacional de Telecomunicações⁵ e considerada apta a funcionar de forma oficial e definitiva. Em 1986, a rádio passou a operar com 1.210 KW, tendo aumentada a antena de transmissão para 84 metros de altura, o que proporcionou uma melhor qualidade de áudio e alcance geográfico maior. A programação inicial foi de notícias, músicas e transmissões externas, como futebol e outros eventos promovidos na comunidade de Santa Bárbara do Sul.

No ano de 1997 a Rádio Blau Nunes passou a fazer parte da Rede Gaúcha - Sat transmitindo, via satélite, notícias nacionais e internacionais, além de todas as edições dos campeonatos de futebol do país. Em 2001, a emissora foi adquirida por outro grupo de radiodifusão e o então gerente Elias Sales implantou um novo tipo de programação, o que possibilitou que, hoje, a Rádio Blau Nunes seja uma das que tem maior audiência na região do Planalto Médio.

Produções jornalísticas da Rádio Gaúcha que também são veiculadas através da Rádio Blau Nunes são o “Correspondente Ipiranga Rede Gaúcha SAT”, com quatro edições diárias e o “Notícias na Hora Certa”, que vai ao ar em 20 edições diárias. Também são transmitidos pela Blau Nunes, via rede, os programas “Show dos Esportes” e o “Chamada Geral”: o primeiro voltado aos esportes e o segundo, reunindo

⁴ A emissora tinha potência de 1KW (quilowatt), frequência de 1560 KWZ e prefixo ZVK-353. Sua antena de transmissão possuía 55 metros de altura.

⁵ Hoje extinto e substituído pela ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações.



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

as principais notícias da manhã com participação da reportagem, de ouvintes e quadros de serviço.

Dentro da grade de programação local da rádio Blau Nunes existe o programa diário “Olho Vivo”, objeto direto do estudo aqui apresentado. A vertente do programa vincula-se à prática do jornalismo na região de abrangência da emissora, mas como será indicado a seguir, há vários pontos em aberto quanto à efetiva caracterização do mesmo como jornalístico. A seguir descrevemos as principais características deste programa⁶.

4. “Olho Vivo” — diferentes leituras para informação e credibilidade

O radiojornal⁷ “Olho Vivo” vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 8h às 10h, com apresentação e produção de Paulo Moises Rodrigues de Mello, trabalhos técnicos de Beno Osmar Faveri e edição e gravação de João Paulo Lírio. Segundo o apresentador Paulo Moises “o programa tem como proposta, além de informar, interagir com a comunidade, expondo e discutindo problemas do cotidiano da cidade”.

O “Olho Vivo” tem início com a leitura das manchetes do dia a partir dos principais jornais do estado (Correio do Povo, Zero Hora) e sites da internet (Globo.com, Clicrbs, R7). Em seguida são veiculados os primeiros comerciais.

A segunda parte do programa inicia com a previsão do tempo (áudio captado junto à Rádio Gaúcha) e logo após o locutor anuncia os indicadores agropecuários, utilizando como fonte a Agência Radioweb. A seguir, são apresentados fatos históricos

⁶ Normalmente esta é a estrutura básica do programa, podendo haver mudanças. Nos dias do monitoramento realizado, a grande maioria dos programas apresentou esta estrutura.

⁷ Programas com este formato são conhecidos como jornais falados e correspondem à reunião das principais notícias do dia. Algumas particularidades o norteiam: ele deve ser bem definido, com apresentação de notícias locais, nacionais, internacionais, esportivas e culturais.



da data e é anunciada a hora do esporte. Na sequência tem-se um bloco de anúncios comerciais.

A etapa seguinte do programa é retomada com informações sobre as loterias com extração para aquele dia. Na sequência o locutor faz, por telefone ou, ao vivo, uma entrevista com um dos patrocinadores do programa.

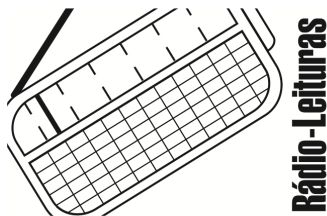
A quarta parte do “Olho Vivo” começa com outra entrevista. Esta, normalmente engloba um assunto de destaque nacional, regional ou da cidade. Depois deste momento, o programa tem uma pausa para o “Notícia na Hora Certa”, da Rádio Gaúcha. Na segunda hora de programa é retomada a entrevista que estava sendo realizada antes do bloco comercial. Encerrada esta entrevista ocorre a indicação dos patrocinadores do programa e é feita a chamada para mais comerciais.

Em mais um bloco, são as informações de utilidade pública e assuntos de interesse da comunidade santa-barbarensense que recebem destaque. São identificadas nesta parte, mais duas entrevistas, uma com um dos patrocinadores do programa e outra que costuma ser realizada com uma fonte ligada a algum segmento que esteja sendo notícia a nível municipal ou estadual. Eventualmente, assuntos que estejam na ordem do dia em âmbito nacional também podem ser abordados.

Já na direção do encerramento do programa o locutor faz seus agradecimentos: a Deus, aos ouvintes e a oportunidade de estar à frente do microfone da Blau Nunes. Às vezes o programa é encerrado com música.

5. Monitoramento e Análise

Durante um período de 20 dias foi realizado o monitoramento do programa “Olho Vivo”. O objetivo foi o de identificar as rotinas produtivas seguidas no mesmo e a conduta de seus profissionais, especialmente a partir do perfil do apresentador. No que se refere ao método utilizado para o desenvolvimento deste estudo, é importante



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

destacar que utilizamos a análise de conteúdo⁸. Através desta técnica, fazemos uma análise das mensagens veiculadas e também indicamos algumas percepções/observações importantes relativas à rotina produtiva do mesmo.

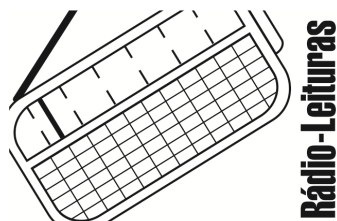
Entendemos como mais adequado o uso da análise de conteúdo porque a partir dela é possível apontar evidências quantitativas e percepções que atendem ao nosso objetivo inicial, que é verificar de que maneira o programa “Olho Vivo” estrutura-se e vai ao ar.

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões (DUARTE, 2008, p.286).

Podemos afirmar que a Análise de Conteúdo é apenas um método de análise de texto. Deste modo, este método faz uma ponte entre o que chamamos de certo formalismo e a análise qualitativa dos materiais. Nela, o pesquisador deve levar em consideração alguns marcos de referência muito importantes: os dados, tais como se apresentam ao analista e seu próprio contexto. “O conhecimento do pesquisador; o objetivo da análise do conteúdo. A inferência como tarefa intelectual básica e a validade como critério de sucesso” (KRIPPENDORFF *apud* DUARTE, 2008, p.287).

Com o auxílio do aporte teórico acima referido, o estudo compreende um período de quatro semanas de monitoramento, de 19 de Setembro a 14 de Outubro de 2011. Nestas quatro semanas foi feita a gravação e posterior análise de todas as edições do programa “Olho Vivo” transmitidas pela rádio Blau Nunes.

⁸ Temos que indicar também a existência de outros tipos de análises dentro do campo científico como, por exemplo, a argumentativa, de discurso, de conversação, de retórica além das análises de imagens em movimento e análises de ruído e músicas como dados sociais.



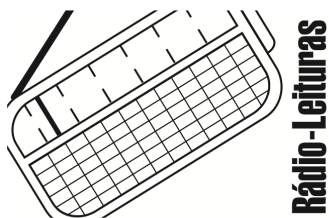
A organização das análises obedeceu a uma ordem cronológica de três fases: Pré-análise (planejamento do trabalho a ser elaborado), Exploração do material (análise propriamente dita) e, por fim, o Tratamento dos resultados obtidos e interpretados (quando os dados de forma bruta foram trabalhados e tratados de maneira a serem significativos e válidos). A seguir apresentamos as informações levantadas a partir deste monitoramento.

Nos 20 dias em que avaliamos o programa “Olho Vivo” verificamos a realização de 35 entrevistas (todas ao vivo) e nestas, a presença de 41 pautas jornalísticas que podem ser divididas em sete editorias. Neste período, houve em média 1,8 entrevistas por dia⁹, cujas pautas e entrevistas estiveram divididas entre os municípios de Santa Bárbara do Sul e Saldanha Marinho.

As pautas referiram-se às editorias de Política, Utilidade Pública, Cultura, Segurança, Justiça, Saúde e Educação, com destaque para o campo político, que teve 18 abordagens. Em ordem decrescente apresentam-se as editorias de Utilidade Pública, com 12 pautas, Cultura, com quatro abordagens, seguida da editoria de Segurança Pública, com três destaques e, finalizando os dados, as editorias de Saúde e Educação – cada uma apenas com uma única abordagem.

Nos 20 dias de monitoramento, fizemos um apanhado em termos percentuais sobre as pautas. Apresentam-se os seguintes índices: Política com 43,90% da pauta do programa; Utilidade Pública, 29,27%; Cultura, 9,76%; Segurança Pública, 7,31%; Justiça, 4,88% e Saúde e Educação (2,44%) cada um.

⁹ É preciso indicar que a mesma lógica/rotina que verificamos com a captação de áudio e, posteriormente as suas análises, podem ser os mesmos de outros dias em que o programa vai ao ar porque são os mesmos profissionais que atuam na equipe.



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

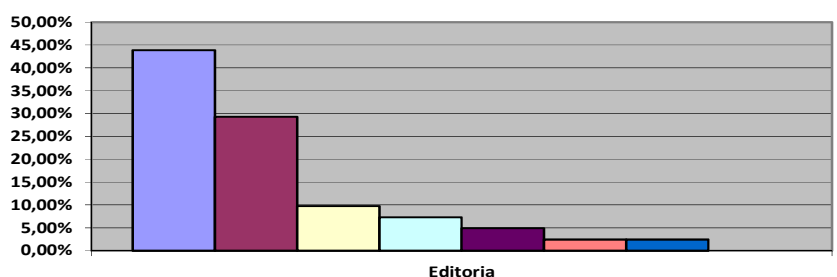


Gráfico 1: Gráfico sobre entrevistas e editorias do "Olho Vivo"

A utilização de recursos eletrônicos como telefone também precisa ser citada, pois ao todo, foram 18 entrevistas realizadas através deste suporte. Durante o período de análise também se identificou a realização de 15 entrevistas com patrocinadores. Se observarmos este dado e o dividirmos no período de monitoramento em que o programa foi ao ar, possuiremos 0,842 entrevista/dia, com forte viés ancorado em política, portanto.

Entrevistas com Patrocinadores	Estúdio	Telefone	Gravadas	Total
<i>Ponto Mix JB (Esportes)</i>	-	2	-	2
<i>JBS (Farmácia)</i>	-	1	1	2
<i>Por Menos (Varejo)</i>	2	1	-	3
<i>Loja Total (Utilidades do Lar)</i>	2	1	1	4
<i>Livraria Cultural (Bazar)</i>	-	1	-	1
<i>Lojas Becker (Eletroeletrônicos e mat. construção)</i>	-	1	-	1
<i>Lojas Quero-Quero (Eletroeletrônicos e mat. construção)</i>	-	1	-	1

<i>Lojas Ponto Quente (Varejo)</i>	-	1	-	1
------------------------------------	---	----------	---	----------

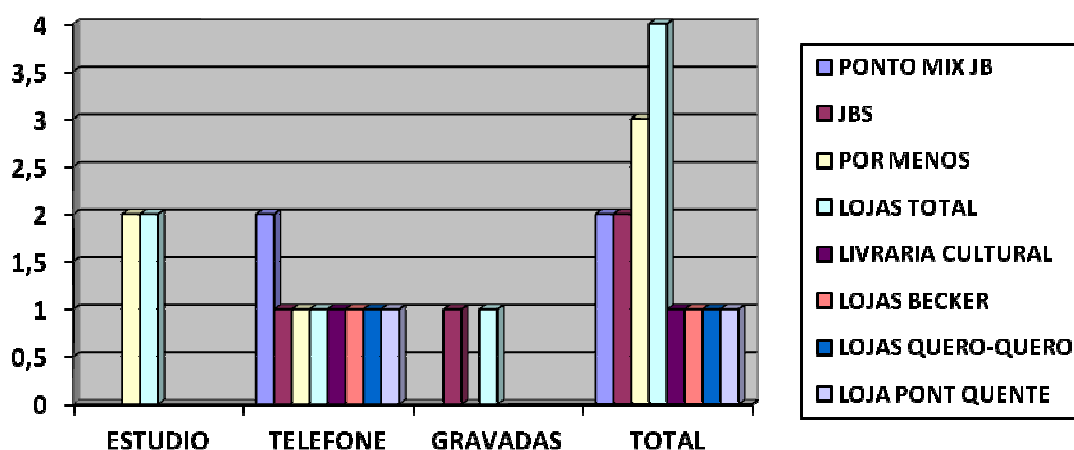
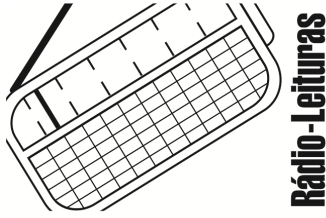


Gráfico 2: Gráfico entrevistas com patrocinadores

Na análise, encontrou-se uma paridade quanto ao número de entrevistas realizadas com cada patrocinador durante os 20 dias de monitoramento. Identificou-se a presença de oito patrocinadores dos mais variados segmentos como varejo, bazar, farmácia de manipulação e outros ao longo dos dias considerados para análise.

De todas as entrevistas ouvidas e analisadas, sete tiveram como fontes pessoas do município de Saldanha Marinho (todos da área de política) e consecutivamente os assuntos tratados também eram do já referido município. Em relação à de Santa Bárbara do Sul tivemos a realização de 27 entrevistas de assuntos que envolviam o município, sendo que 17 delas foram sobre política e apenas uma não atingia diretamente os municípios de recém indicados – neste caso em específico, foi realizada uma entrevista sobre educação com um representante do CPERS Sindicato.

É preciso informar que os números de pautas e entrevistas poderiam ser maiores se durante os dias 3, 4 e 5 de Outubro o programa “Olho Vivo” tivesse sido realizado, porém devido a inexistência dentro do quadro de funcionários de uma



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

pessoa apta a cobrir a ausência do locutor, durante aquele período os programas não foram realizados¹⁰.

Durante a análise dos programas também se identificou a utilização de materiais em áudio da Rede Gaúcha sobre esportes, além da utilização de outros produzidos por agências de notícias de rádio on-line. Além disso, também houve a transmissão de eventos externos à emissora (sessão mirim da câmara de vereadores, transmissão de programas da prefeitura e da câmara de vereadores). É necessário indicar que este tipo de evento precisa ser mencionado porque é uma forma do programa interagir diretamente com a comunidade e fazer-se presente de modo pontual em seu cotidiano.

6. Análise Qualitativa dos dados

Alguns fatores precisam ser analisados para além dos números apresentados pela análise de conteúdo realizada a partir do monitoramento. De início, gostaríamos de fazer menção ao fato de que em um município de economia essencialmente agrícola, não houve qualquer abordagem de notícia/matéria com este viés nos dias do monitoramento.

As 18 pautas retratadas na editoria política merecem também uma reflexão, sendo que se repetiram as fontes de informação no que tange à editoria. É possível considerar que a proximidade de um ano eleitoral em âmbito municipal indique um condicionamento político da própria emissora — a identificação de sete entrevistas com o presidente do legislativo municipal, ou seja, um terço das 18 entrevistas desta

¹⁰ Entendemos que esta ausência poderia ter sido preenchida por uma profissional de jornalismo que integra o quadro de funcionários da rádio, porém é preciso avaliar que tradicionalmente nas emissoras AM é a voz masculina que prevalece na locução deste tipo de programa e o interesse da colaboradora em atuar junto ao programa.



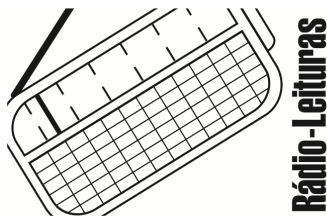
editoria foram com a mesma pessoa. Outro fato relevante quanto a esta editoria é que por cerca de oito anos o apresentador do programa foi assessor de comunicação da câmara municipal, o que também pode ser um dos motivos da “prioridade” por esta editoria no “Olho Vivo”.

A presença de um número acentuado de entrevistas (15) com patrocinadores nos remete à preocupação da emissora e do programa com a parte comercial. Este tipo de acontecimento acaba por vezes desvirtuando a ideia de que o “Olho Vivo” possui características de programa jornalístico, devido à proximidade estabelecida para com a propaganda (mesmo que de forma velada).

A identificação de apenas uma entrevista de cada uma das editorias de educação e saúde pode ser um indicativo de que ambas as pautas não são as preferenciais do programa ou, de que segundo a percepção da produção do mesmo os municípios de Santa Bárbara do Sul e Saldanha Marinho não enfrentam problemas nestas duas áreas. Outro fato que foi observado no período de análise foi a inexistência de entrevistas locais sobre a editoria de agricultura - o que nos chama atenção já que o município é essencialmente ligado e dependente deste segmento da economia.

Alguns acontecimentos durante o período de análise merecem destaque. Em 27 de Setembro, quando da leitura das manchetes de um site jornalístico, o locutor interrompeu subitamente a leitura da manchete por desconhecimento do significado de uma sigla. Isso nos leva a entender — e também aos demais ouvintes — que o locutor não tinha conhecimento pleno do assunto abordado, o que vai contra os princípios básicos para a prática do jornalismo (em qualquer que seja o meio de comunicação), já que aquele que conduz um programa deve estar munido de informações a partir de pesquisa anterior sobre o assunto/pauta que irá destacar.

A linguagem utilizada pelo apresentador (não se identificou a presença de repórteres) é simples, sem rebuscamentos. Aqui entendemos ser importante informar



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

que o mesmo sofre de disfemia — tal identificação na voz do apresentador não é constante, no entanto é algo presente na rotina de veiculação do “Olho Vivo”.

No que se refere a parâmetros éticos, entendemos que mesmo com as limitações do programa quanto à composição de sua equipe de produção, a quase totalidade dos preceitos éticos usuais ao ambiente jornalístico é desconsiderada. A presença acentuada de patrocinadores na rotina diária de condução do programa é por nós tomada como equívoco, pois o jornalismo não deve compactuar com os preceitos da publicidade (explícita ou velada), por mais que os recursos advindos dela sejam necessários para a manutenção de um programa e de uma emissora no ar.

Causa estranhamento o fato de o programa não apresentar reportagens ou entrevistas jornalísticas pré-produzidas e/ou gravadas. Esta ausência abre margem para a veiculação de um programa baseado no improviso e/ou amadorismo, já que uma das características de programas jornalísticos é a realização de entrevistas/reportagens que complementem o trabalho de apresentação conduzido pelo locutor. Em decorrência da ausência de uma equipe de jornalismo, a tônica do programa é um modelo baseado exclusivamente nas entrevistas ao vivo. Tal colocação ocorre na medida em que nos 20 dias de análise identificou-se apenas a presença do apresentador e do sonoplasta na condução do programa.

É importante relatar também que por vezes o apresentador deixou bem claro seu grau de posicionamento pessoal sobre alguns assuntos trabalhados/abordados no programa. Este tipo de postura não é algo que se espere de um programa de jornalismo em essência, que pode sim trazer a opinião, mas deve abrir espaço para que várias abordagens sejam apresentadas, o que configura a pluralidade. Assim, a opinião pessoal do apresentador pode ser confundida com a opinião da emissora.

Ainda, é preciso fazer referência às estratégias utilizadas pela emissora quanto ao perfil que busca construir para sua imagem. O programa “Olho Vivo” utiliza dois slogans: “jornalismo com credibilidade” e também “a fonte da informação”. O



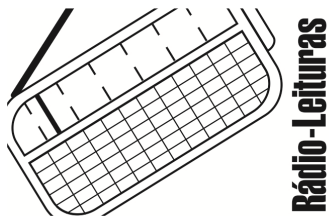
primeiro faz referência à credibilidade no jornalismo, estabelecendo vínculo com um predicado absolutamente relevante para sua prática jornalística. No entanto, a partir do monitoramento realizado, é possível inferir que não é esta a realidade usualmente observada, uma vez que alguns pontos básicos para que esta premissa seja alcançada são negligenciados, como a própria diversidade de fontes quando da veiculação das informações ou, mesmo, a própria pesquisa prévia sobre os assuntos em destaque no programa.

No segundo slogan o programa se autodenomina a fonte da informação. Sobre isto se percebe uma incoerência no momento em que grande parte das notícias trazidas aos ouvintes são captadas a partir de outros veículos, como a rádio Gaúcha com os esportes e previsão do tempo, além de matérias e notícias da Agência Radioweb. Neste caso, talvez o vínculo estabelecido possa ser verificado a partir do fato de que no município de Santa Bárbara do Sul e entorno, as informações jornalísticas teriam como ponto inicial aquilo que é veiculado a partir da emissora Blau Nunes.

Considerações Finais

Quando surgiu, o chamado jornal falado era apenas um reproduzidor das notícias impressas em jornais. Posteriormente este formato noticioso passou a veicular as notícias com muito mais agilidade graças à evolução das tecnologias. Foi também nesta época que surgiu o modelo atual de jornal falado, dividido em notícias agrupadas em blocos - política, economia, esportes e demais editorias com a apresentação de notícias locais, nacionais, internacionais.

No caso do programa “Olho Vivo” identificamos a realização de entrevistas com patrocinadores em número bem maior que todas as demais editorias — com exceção da de política — e até um número bastante reduzido de editorias importantes como educação, por exemplo, com apenas uma pauta nos 20 dias de monitoramento.



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

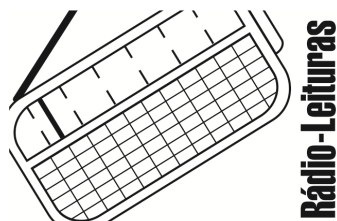
Esta “prioridade” em ouvir patrocinadores foge totalmente da ideia central do jornalismo que é a transmissão das notícias/informações (estejam elas em textos ou em reportagens), sem vínculo econômico/comercial.

Todo profissional de rádio possui uma responsabilidade muito grande enquanto está diante do microfone. O locutor deve tomar cuidado para que suas opiniões pessoais não sejam impostas e, com isso, confundidas com a opinião da emissora. Por vezes se identificou tal ocorrência no “Olho Vivo” quando o apresentador expôs sua indignação ou opinião sobre assuntos que seriam ou estavam sendo tratados.

A não presença de um ou mais repórteres aliado à falta de reportagens que fossem criadas e realizadas pelo “Olho Vivo” juntamente com a não presença de um profissional formado na área de jornalismo trabalhando na equipe do programa coloca, por vezes, em xeque a qualidade do conteúdo que está indo ao ar. Entendemos também que a ausência de um profissional graduado na área prejudica o pleno desenvolvimento do mesmo, pois na ausência do apresentador (seja por qual for o motivo), não há outra pessoa que possa assumir esta função e fazer a condução do programa.

Além de contribuir para a escala de apresentação do programa, a presença de mais um profissional no quadro funcional do “Olho Vivo” poderia significar a melhoria da qualidade do mesmo, especialmente em relação à busca e verificação de informações. A inexistência de uma equipe de produção/apresentação mais encorpada impede que haja uma reflexão sobre o trabalho que é realizado, além de que se corre o risco de o programa basear-se de maneira muito acentuada em opiniões pessoais, sem considerar os fatos (ou considerar em menor proporção) a partir de outro ponto de vista.

Esta característica de ouvir os dois (ou mais) lados de uma notícia/pauta garante ao jornalismo uma das qualidades que deve caracterizar esta prática: a



pluralidade. Sem mencionar que ao veicular informações a partir de um único ponto de vista corre-se o risco de comprometer a própria credibilidade do programa, considerando que esta é também uma característica fundamental do jornalismo.

Assim, entendemos que apesar de merecer reconhecimento pelo trabalho que desenvolve ao levar informações aos cidadãos de Santa Bárbara do Sul e região, o programa “Olho Vivo” ainda tem muitos pontos a aprimorar. A começar pela equipe que faz parte do programa, que poderia ser incrementada. Além disso, poderiam ser usados outros recursos, como a produção de reportagens prévias.

Em relação às pautas trabalhadas, nossa observação durante os dias de monitoramento permitiu também que encontrássemos alguns assuntos e pautas repetidos. Entendemos que a gama de pautas abordadas no programa e as pessoas entrevistadas também poderiam ser alteradas para atender também aos interesses diretos da população santa-barbareense.

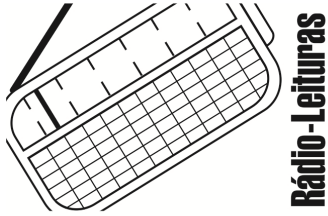
Por fim, acreditamos que a realidade identificada neste estudo em relação à prática do jornalismo de rádio também pode ser verificada em outras cidades do interior do estado, que, sem muitos recursos financeiros para investir na produção, acabam por dar preferência à perspectiva da opinião em seus radiojornais. Para poder verificar tal indício, somente com a realização de um trabalho mais amplo sobre o assunto, que mapeasse a realidade das emissoras de interior no estado.

Referências bibliográficas

BRAGA, José Luiz. **Meios de comunicação e linguagens. A questão Educacional e a interatividade.** In: Textos de Comunicação e Cultura. Salvador, Faculdade de Comunicação da UFBA, nº. 34, Dezembro de 1995, p. 32-54.

BAUER, Martin W; GASKELL George, **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som,** Editora Vozes: 5ª Edição. Petrópolis, RJ. 2002.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo.** Editorial Summus. São Paulo, 1998.



Radiojornalismo no Interior: entre a estrutura singela e a prática amadora

Janaíne dos Santos e Leandro Lui

SILVEIRA, Ada Cristina M. **Jornalismo além da Notícia**. Edição Facos-UFSM. Santa Maria - RS, 2003.

DUARTE, Jorge. BARROS Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Editora Atlas. São Paulo, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, O Veículo, A História e a Técnica**. 2ª Edição. Editora Sagra Luzzatto, Porto Alegre-RS, 2001.

JUNG, Milton, **Jornalismo de Rádio**. Editora Contexto, São Paulo: 2004

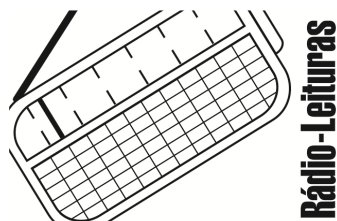
KLÖCKNER, Luciano, **A Notícia na Rádio Gaúcha**. Porto Alegre: 1997. Editora Sulina.

PARADA, Marcelo, **Rádio: 24 Horas de Jornalismo**. Editora Panda. São Paulo 2000.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é Notícia**. 4ª Edição, EDIPUCRS, Porto Alegre. 2005.

PETRY, Geovan, Trabalho de conclusão de curso. **Síntese Noticiosa no Radiojornalismo: Mudanças e Adaptações de um Modelo Histórico**. Cruz Alta -RS, 2008.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. Editora Da Boa Prosa. São Paulo, 2012.



Ano III, Num 02
Edição Julho – Agosto 2012
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

Abstract

This paper points to some of the challenges of doing radio journalism in small towns of the interior through a study case. The reflections indicated refer to issues related to the journalistic program "Olho Vivo" from Blau Nunes Radio at Santa Bárbara do Sul - RS. Besides the literature review on the topic, the research investigates the history and structural division of the program from the analysis of the recording of 20 editions of the program in the months of September and October 2011. From the monitoring we see a fairly sharp concern with the commercial part of the program, given the large number of interviews with sponsors of the issuer and the program itself.

Keywords: Journalism; Blau Nunes Radio; Olho Vivo News Program

Resumen

Este documento señala algunos de los desafíos de hacer periodismo radiofónico en las ciudades pequeñas del interior a través de un estudio de caso. Las reflexiones se refieren a los temas relacionados con el programa periodístico "Olho Vivo" transmitido por la Blau Nunes Radio, en Santa Bárbara do Sul - RS. Además de la literatura sobre el tema, investiga la división de la historia y la estructura del programa a partir del análisis de la grabación de 20 ediciones del programa en los meses de septiembre y octubre de 2011. De la vigilancia vemos una preocupación bastante fuerte con la parte comercial del programa, teniendo en cuenta el gran número de entrevistas con los patrocinadores de la emisora y el programa en sí.

Palabras Clave: Periodismo; Radio Blau Nunes; Programa de noticias Olho Vivo