

Vol 6, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2015  
ISSN: 2179-6033  
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: CHAGAS, Luã José Vaz; MORAIS, Carlos Willians Jaques. A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 06, n. 01, pp. 123-140, jan./jun. 2015.

## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luã José Vaz Chagas<sup>1</sup>

Carlos Willians Jaques Morais<sup>2</sup>

Recebido em: 22 de maio de 2015.

Aprovado em: 29 de junho de 2015.

### Resumo

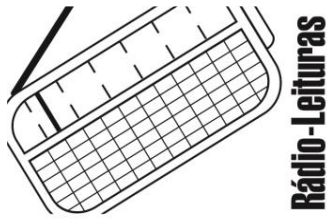
O artigo promove uma discussão em torno da cobertura jornalística da editoria de Política das emissoras Cultura AM 560 e Cacique AM 760, por meio dos programas “Assunto é Notícia” e “Lobo Notícias” respectivamente. Os dados foram coletados durante três semanas intercaladas no processo eleitoral ainda no primeiro turno em 2014. Com base em conceitos sobre jornalismo regional e gêneros radiofônicos, o objetivo foi identificar características da produção, as temáticas e as fontes priorizadas em cada um. O artigo é parte da dissertação desenvolvida no Programa de Pós Graduação (Mestrado) em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

**Palavras-chave:** radiojornalismo, jornalismo regional, política

---

<sup>1</sup> Graduado, jornalista e estudante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado), da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Email: [luaanchagas@gmail.com](mailto:luaanchagas@gmail.com)

<sup>2</sup> Graduado em Licenciatura em Pedagogia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2003) e formação em Filosofia pelo Instituto de Filosofia e Teologia MaterEcclesiae (1999). É Mestre em Educação (Filosofia da Educação) pela Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista (UNESP) - Campus de Marília-SP. É Doutor em Educação (Filosofia da Educação) pela Faculdade de Educação, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Atualmente é professor efetivo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado), atuando principalmente nos seguintes temas: filosofia, comunicação, formação, conhecimento, ética, Kant e Habermas. Email: [cwjmorais@hotmail.com](mailto:cwjmorais@hotmail.com)



## **A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná**

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

O jornalismo regional apresenta suas especificidades. O hiperlocal e a busca por informações que sirvam para dia a dia de uma ou mais cidades é um dos objetos das discussões do artigo. O objetivo principal foi relacionar as características apresentadas durante a cobertura jornalística pelas emissoras no primeiro turno das eleições de 2014, período em que os debates, além de serem intensificados, podem sugerir à população, orientações quanto sobre a escolha de projetos ou um debate sobre a situação de propostas.

Cidadania, ética, interesse público entre outros valores fazem parte das definições que subsidiam a prática do jornalismo, principalmente em emissoras radiofônicas prestam o serviço da informação diariamente. Para a realização da análise, foram escolhidas duas emissoras, a Cultura AM 560 com o programa “Assunto é Notícia” e a Cacique AM 760, que veicula o “Lobo Notícias”, ambos programas diários e, com um conteúdo variado sobre temáticas locais em Guarapuava, na região central do Paraná.

A conceituação e a estratégia metodológica foram organizadas com a segmentação por temáticas, tempo, formatos utilizados, produção própria e de agências. O trabalho também discute as opções adotadas pelos meios de comunicação diante da cobertura. Outro ponto é o alinhamento das programações com determinadas instituições que, a partir de assessorias ou agências, fornecem materiais prontos durante o período e que possuem interesse direto em candidaturas, como a Prefeitura de Guarapuava e o Governo do Estado.

Foram coletados áudios de três semanas do período de cobertura eleitoral durante a veiculação do HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral). Para isso, foram escolhidos as semanas de 1 a 5 e 15 a 19 de setembro, e 29 de setembro a 2 de outubro, na véspera das eleições. Após a coleta, foram segmentados e quantificados os dados de cada categoria para o debate em torno do radiojornalismo praticado pelas duas emissoras em Guarapuava.

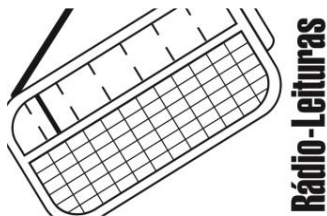
## 1. Jornalismo regional e o rádio

Com as novas tecnologias e meios que ligam o mundo todo com a internet, é cada vez mais difícil situar o que realmente é local ou regionalizado. No campo do jornalismo, esta discussão cresce ainda mais com o poder de acesso aos conteúdos informacionais em qualquer ponto do mundo. É preciso então tratar dos conceitos sobre regionalização e o jornalismo praticado no interior ou em locais específicos que se identifiquem com culturas, línguas, cidades e regiões.

Parte-se do princípio que o jornalismo carrega uma série de características que passa do macro para o micro, dos aspectos gerais e para os apontados por autores quanto à regionalização. Groth (2011) destaca quatro características como inerentes a atividade jornalística, sendo, a periodicidade, universalidade, atualidade e a publicidade. Ao classificar cada uma, o autor afirma que é necessário pensar das partes para um todo na chamada Ciência dos Jornais.

Em que sequência a análise das características se dá, isto também é dado pelo objeto e precisa ser resolvido segundo os princípios que ele determina. Ao investigar a essência do objeto da Ciência dos Jornais, nós nos deparamos primeiro com a periodicidade como característica manifesta e, portanto, imediatamente saliente e incondicionalmente evidente. Ao infiltrarmos no conteúdo dos objetos nós reconhecemos as características da universalidade e nela contida atualidade, e por fim identificamos a qualidade da publicidade, que nos dá a direção, o objetivo da obra e com isso nos conduz ao seu sentido. (GROTH, 2011, p. 144)

O jornalismo dentro destes aspectos volta-se aqui para o rádio, o veículo das multidões que possui formatos e abordagens próprias dentro da área que envolve valores notícia, enquadramentos, atributos, agendamentos. Outra abordagem na área são os valores notícia que carregam os materiais jornalísticos, utilizados no dia a dia e que estão direta ou indiretamente conduzindo o trabalho nas redações. Dentro desta premissa, esses valores dão um suporte para toda a cobertura jornalística e que destina aos profissionais, bases para a escolha das pautas. Também é preciso destacar



## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

os critérios de noticiabilidade dentro deste aspecto teórico, que conduzem determinados fatos a entrarem na pauta dos jornais. Abordagens pensadas por uma série de autores que enxergam no papel organizacional, as condições primárias da cobertura noticiosa e, é claro, o papel do jornalista como fundamental para essa organização, ou seja, da escolha para a produção,

Para os estudiosos que adotam abordagens organizacionais é irrelevante saber quem é o indivíduo jornalista que cobre as notícias já que presume-se que sua socialização nos valores profissionais e rotinas da organização jornalística, às vezes associada a um conformismo com a linha editorial, resultará em uma cobertura bastante similar à de seus colegas. Entretanto, autores como Weaver e Wilhoit (1991) têm encontrado bastante diversidade entre jornalistas trabalhando para organizações similares, tanto no tipo, quanto no tamanho, forma de propriedade e localização geográfica, diversidade que se reflete nos papéis profissionais que assumem. Mesmo na economia política crítica, estudos empíricos destacaram valores individuais e diferentes papéis de repórteres, para além de questões ligadas à propriedade econômica. A biografia dos jornalistas foi considerada um indicador necessário, embora, por si só, insuficiente para explicar a cobertura jornalística. (SERRA, 2010, p.7)

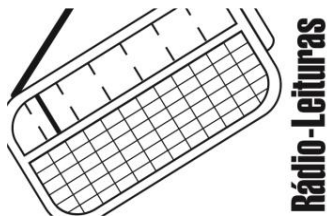
Já voltado ao rádio, alguns estudos como de Sant'Anna (2006), revelam o baixo número de profissionais diplomados no meio. Nas duas emissoras, Cultura AM 560 e Cacique AM 760, segundo informações obtidas nas redações, apenas dois jornalistas estavam trabalhando durante a cobertura das eleições no período, com conteúdos veiculados no programa "Assunto é Notícia", da Cultura AM 560. Ao todo, oito profissionais estavam diretamente envolvidos nas produções. Os dados gerais apontados pelo autor indicam que em 2004, existiam 1.602 radiojornalistas, cerca de 5,21% da mão de obra total, ou seja, a média de um terço de jornalista, 0,35% por emissora legalizada. Sant'Anna (2006) ainda une os dados com rádios comunitárias e chega a um valor ainda menor, menos de um quarto, 0,21% de profissionais por emissoras. Em 2004, como mostra a pesquisa, para cada cem jornalistas empregados, cinco trabalhavam para o rádio e outros sessenta estavam fora das redações, trabalhando diretamente com a fonte, em assessorias ou departamentos de marketing.

A forte presença dos jornalistas a serviço das fontes e a ausência nas emissoras tem como um dos principais reflexos a venda de espaços na grade de programação a terceiros ou simplesmente o uso intensivo de conteúdos pré-produzidos pelas fontes. Realidade que transforma o perfil do rádio brasileiro, historicamente vinculado ao noticiário local. A imprensa radiofônica, dentre os diversos campos midiáticos, é a que mais se alimenta com as informações pré-produzidas pelas fontes. Um dos motivos talvez esteja no próprio formato tecnológico, já que para as fontes é fácil e barato produzir e difundir rádioreportagens, os chamados rádio releases. (SANT'ANNA, 2006, p.77)

A carência de profissionais constatada no interior revela também questões econômicas, como a falta de investimentos em conteúdo por parte das emissoras e, por consequência, da profissionalização das redações. Ainda é possível encontrar radialistas que produzem reportagens, editam, fazem a técnica ao vivo na emissora, comentam, entre outras atividades.

Em termos de jornalistas, as emissoras podem ser divididas em três grupos. No primeiro, 31,6%, não há jornalistas. A carência é maior entre as FM, onde 77% delas não possuem estes profissionais. No segundo, 31,6%, os jornalistas existentes não são contratados, atuam como voluntários. São muitos os profissionais que nas horas vagas ou após a aposentadoria atuam gratuitamente para movimentos sociais, organizações não governamentais e entidades filantrópicas. A motivação seria a gratificação de atuar com temas mais próximos ao profissional (Cordeiro, 2006). O terceiro grupo, 36,8%, formado essencialmente por emissoras OM, é aquele que contrata formalmente. Dentre os detentores de jornalista (contratado ou voluntário), 39% não contam com repórteres e não realizam cobertura externa presencial dos fatos. Entre os que possuem repórteres, o perfil médio é de três profissionais por rádio. Considerando-se a jornada de trabalho legal do jornalista de cinco horas diárias, evidencia-se estrutura inadequada para a cobertura dos fatos, 24 horas por dia. Pressupondo a ação dos repórteres em turnos diferentes, o critério de noticiabilidade seria restrito, excluindo vários temas em função da simultaneidade de suas ocorrências. (SANT'ANNA, 2006, p. 77)

Para o autor, são diversos os motivos para a falta de profissionais atuando nas emissoras, entre eles o econômico, pois, ainda é o meio que menos recebe verbas do bolo publicitário. Outro seriam as cabeças de rede que proporcionam uma programação de cima para baixo, de grandes cidades, dispensando assim o trabalho



## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

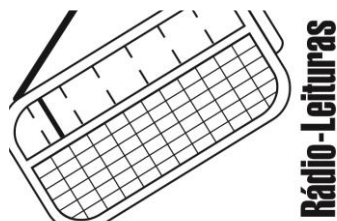
jornalístico local, além do número de profissionais que migraram para o terceiro setor, para entidades não governamentais e as assessorias de imprensa.

Kunczik (2002) defende que o jornalismo não pode estar ligado generalizações em torno da comunicação, mas sim ser caracterizado por aquilo que é produzido. Para o autor, algumas definições estreitas no papel do jornalista é o que condiz para a produção de conteúdo diferenciado, confecção de notícias e até mesmo no processo de escolha e influência sobre o que será noticiado,

Em geral, o jornalismo tem uma definição mais estreita do que a de comunicador, ainda que na literatura existam grandes divergências. Por isso o jornalismo é considerado a profissão principal ou suplementar das pessoas que se reúnem, detectam e difundem as notícias, ou que comentam os fatos do momento. Nessa definição, o entretenimento se separa do jornalismo. Para Donsbach (1987), o jornalista é quem está envolvido na formulação de conteúdo do produto da comunicação de massa, seja na reunião, na avaliação, na apuração, no processamento ou na divulgação de notícias, nos comentários ou no entretenimento. (KUNCZIK, 2002, p. 16)

Mesmo com o estudo apresentado e o debate em torno da profissionalização, é preciso aprofundar a pesquisa neste aspecto para garantir generalizações que condizem com a realidade de Guarapuava, interior do Paraná. Aqui, o objetivo será relacionar as características apresentadas durante a cobertura eleitoral, o exercício do jornalismo que está sendo proposto pelas duas emissoras e as ligações entre a produção própria das redações e aquelas que são oriundas de prefeituras ou do Governo do Estado.

Dentro disso, o jornalismo volta-se ao local, ao regional e suas especificidades em determinados pontos na cobertura, na escolha de fontes e no que será levado a um público dito específico. Em nosso caso, relacionado às emissoras radiofônicas, identifica-se uma característica inerente ao meio, a localidade. O rádio em si é colocado como um veículo eminentemente local, que além dos serviços chega onde o ouvinte está mais próximo e acompanha no dia a dia da população, aquilo que interessa nos serviços essenciais de uma região.

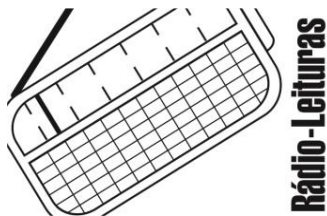


Como demonstrou a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira, a abrangência do Rádio é notória, principalmente nos espaços geográficos como o centro do Paraná, de economia essencialmente rural. Segundo a pesquisa, 60% da população brasileira ouve rádio em pelo menos um dia da semana, variando a frequência. Em municípios com o porte de Guarapuava, que fica entre os 100 a 500 mil habitantes, e com grande parte da população ligada à atividade agrícola, a média de ouvintes chega a 59% da população.

A última Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio, de 2011, também revela isso. Segundo os dados do IBGE, 83,4% da população brasileira possui um aparelho para sintonizar as emissoras em sua casa, ainda à frente de componentes como a máquina de lavar roupa (51%), o computador (42,9%) e a rede de esgoto (54,9%). Essa força cresce ainda mais em lugares como a mesorregião Centro-Sul, com uma história de ocupação e organização do espaço assentada em propriedades rurais que desenvolveram, fundamentalmente, atividades de cunho extensivo e extrativo.

Para conceituar essa relação com a localidade e suas regiões, três questões que são evidenciadas por Peruzzo (2005). A autora reconhece os amplos debates para relações entre o global e o local, cada vez maiores em tempos globalizados. O primeiro aspecto diz respeito à falta de fronteiras que os meios de comunicação impõem à sociedade, ou seja, não há um limite para as ondas radiofônicas, para a transmissão da TV ou o acesso à web (desde que haja condições técnicas). Dentro desta discussão, não há limitações também para uma definição do que é local, regional ou comunitário no interesse humano. Num segundo aspecto, as questões de território são identificadas muito mais pelas condicionantes culturais, ideológicas, idiomáticas, do que necessariamente pelo determinante geográfico. As familiaridades, segundo a autora, como tradições, valores, religiões, línguas e interesses são tão importantes quanto à base física. E o terceiro aspecto, diz respeito à revalorização do local no contexto da globalização. O local aqui é visto como parte do global, um interfere e modifica relações com o outro (PERUZZO, 2005).





## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

A mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região. Porém, ela não é monolítica. Não há uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo. Assim sendo, a inserção local pode ocorrer com o propósito de esmiuçá-lo ou simplesmente para valer-se de algumas coisas do local, mas sem desvincular-se de sua vocação “nacional”. (PERUZZO, 2005, p.75)

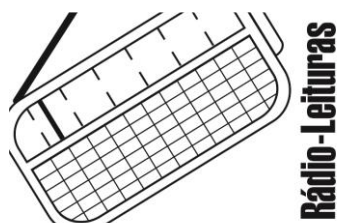
Há então nesta definição, a escolha, a troca de bens simbólicos que condizem com a regionalização como interesse do meio de comunicação. Nesta perspectiva, a área geográfica, une-se a cultural e a identidade local que permeiam cidades, como Guarapuava. Por outro lado, o interesse e o comprometimento com o local fazem parte das políticas comunicacionais e as linhas editoriais adotadas em cada emissora, algo determinante em coberturas eleitorais, por exemplo,

Se a regionalização marca, de certa perspectiva, o panorama midiático, a discussão sobre mídia regional remete à reflexão sobre o resultado de convergências econômicas, sociais, comunitária e de processos culturais. Mídia regional – ou um grupo midiático regional - está diretamente ligado a certas tendências, quais sejam políticas, econômicas e culturais de determinada região. Regionalizar consiste, portanto, em um movimento que propõe inserção e demanda arranjos sócio produtivos que reflitam a necessidade de, no caso da mídia, representar identidades regionais, mas também desenhar a geografia de um mercado, atendendo, a um só tempo, produtores e consumidores – de bens materiais aos simbólicos, da informação jornalística ao entretenimento. (OLIVEIRA, 2006, p. 5)

Localidade que ao lado da imediaticidade fazem parte de algumas das características do veículo rádio. Os formatos abordados também fazem parte do estudo, o qual foram coletados áudios relacionadas às temáticas veiculadas durante as três semanas escolhidas. O jornalismo é parte então, de um contexto que envolve a totalidade dos meios para especificações, como o radiofônico, que adquire características próprias até pela primeira das predisposições, que é a transmissão somente com o áudio.

Os gêneros jornalísticos quando aplicados ao rádio, adquirem formas específicas para se adequarem às características desse veículo. O gênero informativo é o mais identificado no rádio. Isso porque a função a que se





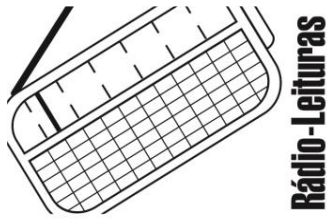
propõe tem uma forte relação com uma das características mais preciosas do rádio, que é a imediatividade. O rádio tem a possibilidade acompanhar os fatos no momento em que estão acontecendo e noticiá-los. (LOPEZ; MATA, 2009, p.9)

Dentro destes gêneros estão a reportagem ou notícia, a nota, o boletim, a participação ao vivo de ouvintes. Barbosa Filho (2003) define a notícia como um módulo básico da informação, com um tempo exposição e com média satisfatória de um minuto e trinta segundos, podendo ser apresentada em mais de um bloco, e na voz de dois ou mais locutores. Já a nota é classificada como o gênero como um informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso, sempre curto, mensagens diretas (BARBOSA FILHO, 2003).

A entrevista, a produção da nota e o próprio comentário entram no jornalismo interpretativo, praticado por muitas emissoras radiofônicas com o objetivo de contextualizar mensagens e as consequências de determinados fatos, o que segundo Ferraretto (2001) amplia o leque de informações ao ouvinte qualitativamente. Por fim a escolha dos programas “Assunto é Notícia” e “Lobo Notícias” se dá pelos formatos empregados no dia a dia do jornalismo informativo praticado pelas emissoras, o que Barbosa Filho (2003) conceitua como radiojornal,

Formato que congrega e produz outros formatos jornalísticos, com notas, notícias, reportagens, entrevistas, comentários e crônicas. O radiojornal é constituído por diversas seções ou editorias, como as de notícias nacionais, internacionais, econômicas, de cultura e artes, de serviço, de política, de esportes etc. Caracteriza-se pela periodicidade diária, mantendo a regularidade nos horários de início e término de suas transmissões, garantindo, assim, a credibilidade necessária do público no que diz respeito aos conteúdos transmitidos (BARBOSA FILHO, 2003, p. 100).

Conceito que será ampliado na discussão sobre os formatos encontrados dentro dos produtos apresentados nos radiojornais das quatro emissoras aqui analisadas. A preferência óbvia pelo local se dá primeiramente pela universalidade em que se encontram as coberturas e é claro pela regionalização como característica intrínseca do meio rádio.



## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

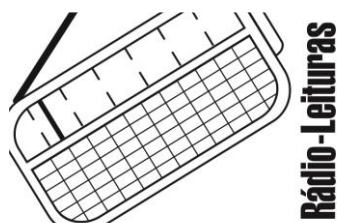
A localidade que também necessita ser pensada pela ótica do interesse público em uma sociedade democrática, inserindo o radiojornalismo entre os principais fundamentos das atividades que pensam em priorizam o desenvolvimento de debates sociais. A cobertura jornalística do processo eleitoral, neste aspecto possui a responsabilidade de levar por meio dos produtos noticiosos, referências para sociedade que escolhe seus representantes. Destaca-se então o caráter público que as concessões carregam, mesmo dentro de uma esfera privada enquanto rádios comerciais.

A comunicação pública está no cerne da manutenção das sociedades democráticas e deve cumprir o papel de legitimação da forma democrática de governo, baseada na pluralidade e no livre acesso à informação, pois a experiência democrática não acontecerá sem a participação dos atores locais e de uma mídia ativa e fiscalizadora. Razões como a necessidade de melhorias no processo de comunicação e no relacionamento com os diversos segmentos da sociedade, cumprimento legal do direito à informação por parte do cidadão e dever de informar por parte dos órgãos públicos, postura cidadã e maior transparência nas suas ações e não apenas nas contas, tem iniciado um processo de reflexão nas organizações públicas sobre as suas políticas e práticas comunicativas. (FERREIRA; PEREIRA, 2013 p.34)

Ferraretto (2001) afirma que o serviço prestado pelas emissoras de radiodifusão é regulamentado pela legislação enquanto concessão pública que necessita de autorização do Estado, para funcionar. Assim como as ondas hertzianas em amplitude modulada, frequência modulada, ondas curtas ou ondas médias, a própria informação veiculada integra um espaço que envolve os mais diversos entes sociais.

## 2. Metodologia e resultados

Foram coletados para o artigo, os áudios de dois programas com características apresentadas pelo conceito de radiojornal de Barbosa Filho (2003). “Assunto é Notícia”, da Cultura AM 560 que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 7h30 às 9h e

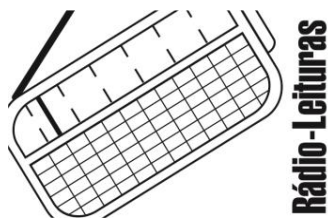


das 10h às 11h15, e “Lobo Notícias”, da Cacique AM 760, veiculado também de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 10h. A Cultura AM 560 é de posse da Fundação Nossa Senhora de Belém, ligada à Diocese de Guarapuava e, a Cacique é ligada ao ex-prefeito Fernando Ribas Carli (1988 a 1992, e 2005 a 2012), pai do candidato reeleito em 2014 a deputado estadual, Bernardo Ribas Carli (PSDB).

Para o estudo sobre as características do radiojornalismo regional das duas emissoras e a ligação com a cobertura política, o período escolhido foi o de veiculação do HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral), onde os debates e a corrida eleitoral tendem a intensificar a cobertura jornalística. A partir desta metodologia, as três semanas escolhidas foram de 1 a 5 de setembro, um mês antes da votação; dos dias 15 a 19 do mesmo mês e na reta final da disputa, de 29 de setembro a 2 de outubro, último dia de veiculação do HGPE.

Após a coleta, optou-se pela formatação de tabelas dos dois programas com a segmentação a partir de colunas, como Formato e Editoria a qual pertencem, a Chamada, o Tempo destinado a cada uma, o Atributo, as Fontes prioritárias na realização de determinado formato e a Produção.

Formato e Editoria partem do princípio seguido pelo conceito de Gêneros Radiofônicos dentro do radiojornalismo praticado pelas emissoras, que se dividem em Nota, Reportagem ou Notícia, Participação ao Vivo, Colunas, Boletim e Comentário. A Chamada compreende neste caso a primeira frase de uma nota, a temática geral envolvendo o assunto ou a cabeça utilizada pelo locutor antes de uma reportagem. O Atributo aqui, segundo a Teoria da Agenda-Setting e o debate proposto por McCombs (2009), dividindo-se em valências negativas e positivas que podem ser relacionados a instituições, personagens, temas ou ações. As Fontes Prioritárias são as escolhas em um determinado gênero, mesmo com mais de uma em que determinados personagens ou instituições são priorizadas na transmissão de uma informação. E Produção que pode ser oriunda da própria redação, ou então de agências, governos ou empresas, desde que apresentem os gêneros jornalísticos aqui refletidos.



## **A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná**

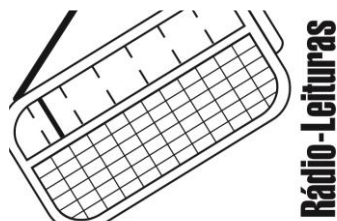
Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

O método quantitativo, neste caso, é o que garante a possibilidade da organização de temáticas, categorias textuais que podem fornecer dados empíricos diante das características utilizadas pelos programas na confecção do produto jornalístico (HERCOVITZ, 2007). As escolhas proporcionam uma visão sobre categorias de análise que envolve as temáticas e também um estudo sobre as características apresentadas no produto.

O monitoramento quantitativo da produção jornalística durante o período de campanha eleitoral permite acompanhar a elaboração e discutir a qualidade da informação que os cidadãos recebem. Para tanto, as análises partem de alguns indicadores que, na pesquisa quantitativa, são as representações simplificadas dos conceitos e teorias já presentes na literatura. São essas características que, reunidas, contribuem para explicar o papel que a mídia ocupa nos períodos eleitorais e na formação da opinião sobre temas sociais e políticos. (CERVI, 2013, p.843)

Apresenta-se aqui a quantificação destes resultados colocados, para a reflexão sobre as preferências do jornalismo regional nas duas emissoras com a análise sendo realizada exclusivamente na Editoria Política. No total, incluindo outras editorias, foram 313 matérias veiculadas durante as três semanas. O “Assunto é Notícia”, da Cultura AM 560 veiculou 207 temáticas, sendo 77 na primeira semana, 75 na segunda, e 55 na terceira, considerando que a última foram quatro dias coletados, pois o último dia de veiculação do HGPE foi no dia 2 de outubro. “Lobo Notícias”, que apresenta um tempo menor de veiculação do programa diariamente teve 106 temáticas apresentadas nas três semanas de análise, com 39 na primeira, 33, na segunda e 34 na terceira.

A primeira semana que corresponde 1 a 5 de setembro, a Editoria Política teve 26 chamadas no programa “Assunto é Notícia”. Neste universo, a maioria dos gêneros adotados pela produção jornalística foi de Boletins, com nove produções da Prefeitura Municipal de Guarapuava sobre obras realizadas pelo município com atributos positivos relacionados ao Prefeito Cesar Silvestri Filho, que no período possuía a mãe, Cristina Silvestri (PPS), como candidata. Ainda foram cinco entrevistas, seguido de

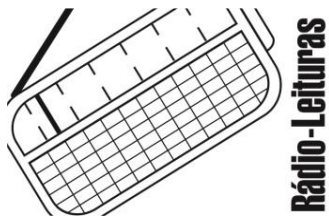


quatro reportagens, quatro notas e quatro Participações Ao Vivo, com destaque para a temática do Plebiscito que pede uma constituinte exclusiva para a reforma política e com atributos positivos relacionados aos movimentos sociais. Quanto à produção destas notícias, as outras 17 veiculadas foram de produção da própria redação, enquanto nove vieram da Assessoria de Comunicação da Prefeitura. No caso das Fontes, entre as prioridades, estiveram a Prefeitura em 11 casos, seguido da CNBB, Sindicatos, Secretário de Estado da Saúde, SindUrbano, Movimento de Mulheres, Corpo de Bombeiros, Escola de Fé e Polícia, Tribunal de Contas, APP Sindicato, Prefeitura de Reserva do Iguaçu e Ibope.

Já o programa “Lobo Notícias”, durante a primeira semana, teve a veiculação de 19 temáticas envolvendo a Política. A maioria dos gêneros utilizados pelo programa foi de participações de ouvintes, com seis casos, seguidos de Participações ao Vivo, com repórteres da Agência Estadual de Notícias (AEN), relatando ações do Governo do Estado na Região; seguidos de comentários (2), notas (2), reportagens (2). A produção contou com 13 oriundas de dentro da redação e outras seis do Governo do Estado. Por sete vezes, a fonte foi a AEN, além da candidata ao governo estadual durante o pleito Gleisi Hoffman (PT), e de moradores da cidade.

Na segunda semana que equivale dos dias 15 a 19 de setembro, o “Assunto é Notícia” veiculou 23 temáticas políticas. Nesta perspectiva, foram 12 boletins, mais uma vez, todos produzidos pela Prefeitura de Guarapuava; quatro reportagens, três entrevistas e quatro notas. Nestes dias, a maior parte foi da Assessoria de Comunicação do município, com os 12 boletins, com nove produções próprias e duas de sites informativos. Nas fontes, o Prefeito de Guarapuava, Cesar Silvestri Filho foi o mais ouvido, em 13 vezes, além da Conselheira Estadual da OAB, ITCG, Ibope, FAO, Vox Populi, Signis Brasil e da Unicentro.

O “Lobo Notícias”, teve 10 notícias nesta semana, onde optou pela maioria de participação de ouvintes, em quatro vezes, Participações ao Vivo (3), Comentários (2) e Entrevista (1). A produção própria foi identificada em sete vezes e as três da Agência



## **A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná**

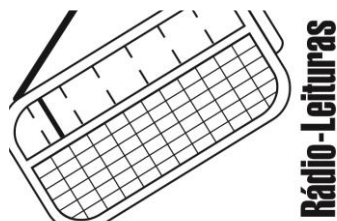
Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

Estadual de Notícias na participação de repórteres destacando ações do Governo do Estado, com aspectos positivos a atual gestão. O destaque é que as sete produções foram atributos negativos para a Prefeitura Municipal, comandada pelo prefeito Cesar Silvestri Filho que tem como oposição o proprietário da emissora, o ex-prefeito Fernando Ribas Carli. As fontes foram o Governo do Estado, o vereador Cosme Stimer (PP) e ouvintes.

Na terceira semana de análise e também de eleição, onde foram coletados áudios dos dias 29 de setembro a 2 de outubro, último dia para veiculação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, o “Assunto é Notícia” apresentou um total de 17 temáticas envolvendo a editoria política, enquanto o “Lobo Notícias” teve 21. A hipótese é que as ligações políticas da rádio Cacique AM 760 podem ter motivado uma intensificação na reta final da campanha, já que das 21, 16 foram veiculadas relacionando a Prefeitura de Guarapuava a atributos negativos, quatro delas a atributos positivos ao Governo do Estado e uma neutra produzida pelo Tribunal Superior Eleitoral.

Dentro destas 21, foram 15 Participações ao Vivo, três Comentários, e uma entrevista, uma nota e uma reportagem. 16 produções próprias, quatro do Governo do Estado, que possuía o candidato a reeleição Beto Richa (PSDB) do mesmo partido do candidato reeleito para uma vaga na Assembleia Legislativa, Bernardo Ribas Carli (PSDB), filho do proprietário da emissora.

O “Assunto é Notícia”, dentro das 17 temáticas, foram cinco notas, cinco boletins, quatro reportagens e três entrevistas. Desta vez, foram nove conteúdos de produção própria, cinco da Prefeitura de Guarapuava e três de jornais impressos relacionados a pesquisas eleitorais. As fontes demonstram as ligações socioeconômicas mantidas pela emissora com a Prefeitura durante o período eleitoral, comandada pelo grupo Silvestri que possuía a mãe do prefeito, Cristina Silvestri (PPS) como candidata à deputada estadual, tanto que uma delas, o Chefe da Casa Civil do Governo do Estado, Cesar Silvestri, chegou a citá-la em uma entrevista. Outras fontes



ainda destacadas foram a Polícia Federal, Sindicatos, Surg, TSE, Advogados Escola de Fé e Política, Ibope e o Prefeito.

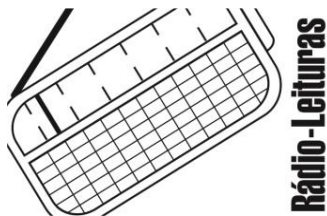
## Conclusão

A análise sobre a produção jornalística na editoria política durante o último mês das eleições de 2014, com a escolha das três semanas, uma no começo, no meio e outra no final demonstraram as preferências adotadas pelos programas no período. Ainda é possível encontrar alguns problemas, como a falta de profissionais dentro das redações produzindo conteúdos jornalísticos com debates aprofundados sobre determinados temas.

No caso do “Assunto é Notícia”, o número alto de produções oriundas da Prefeitura de Guarapuava é uma mostra do alinhamento da emissora por meio de acordos econômicos com o paço municipal em detrimento de informações que tragam pluralidade de fontes e a situação de determinadas obras. O Governo do Estado, que também utilizou da mesma estratégia econômica, priorizou a sugestão de entrevistas que foram realizadas com secretários de Estado, como o Chefe da Casa Civil e o responsável pela pasta da Saúde. Nos dois casos, os conteúdos carregam apenas aspectos positivos e balanços de administrações sem a contraposição sobre determinados argumentos.

Comunicação essencialmente pública ou que possua interesse público, neste caso é deturpado com objetivo de garantir a visibilidade a determinados atores ou instituições. No “Lobo Notícias”, por exemplo, ainda prevalece em sua programação a preferência por abrir microfones, realizar comentários que gerem atributos negativos e críticas à Prefeitura Municipal, hoje sob a gestão de adversários políticos de quem administra a emissora Cacique AM 760. A linha editorial segue uma valorização da parceria com o Governo do Estado, que teve a participação durante todo o período de





## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

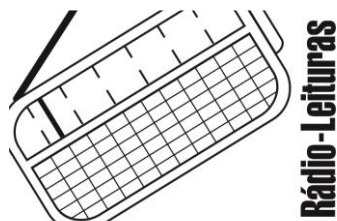
Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

um repórter da Agência Estadual de Notícias destacando ações governamentais na região.

O radiojornalismo praticado na cidade possui problemas históricos e relacionados ao contexto em que são inseridos, que passam da distribuição de concessões públicas a políticos para a necessidade de atualização dos corpos profissionais que atuam nas redações. Para uma análise ainda mais ampliada é necessário também partir para o campo qualitativo da pesquisa e aprofundar a cobertura como um todo durante o período, levantar dados sobre essa produção e os gêneros radiofônicos que ainda são pouco diversificados.

### Referências

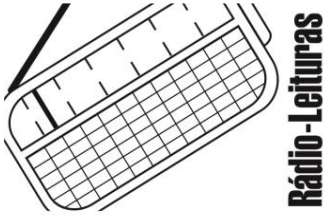
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. **Metodologia quantitativa em pesquisas sobre cobertura jornalística: análise da eleição municipal de 2012 na Folha de S. Paulo**. Revista Famecos, Mídia, Cultura e Tecnologia. Volume 20, n.3. Porto Alegre: 2013, p. 840-865.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2ª. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- FERREIRA, Celene F. e PEREIRA, Daniela S. **Aspectos da comunicação pública na cultura da convergência**. In: PANKE, L.; MACEDO, R.G. e ROCHA, D. (orgs). A mobilização social no contexto político e eleitoral. Capivari: Nova Consciência, 2013. Pp: 33-54.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**. Fundamentos da Ciência dos Jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis, Rj: Vozes.2011.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. São Paulo: Edusp, 2001.
- LOPEZ, Debora Cristina; MATA, José Henrique da. **Os gêneros jornalísticos e sua aplicação no radiojornalismo**. Revista Lumina. Vol.3 n° 1, junho, 2009.
- OLIVEIRA, Roberto Reis de. **Mídia e desenvolvimento regional: a TV Tem**. IX Congresso IBERCOM. Sevilla-Cádiz, 2006.



Vol 6, Num 01  
Edição Janeiro – Junho 2015  
ISSN: 2179-6033  
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

PERUZZO, C. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.** Comunicação & Sociedade/Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social; Universidade Metodista de São Paulo. N. 43 (1º sem/2005). São Bernardo do Campo: Umesp.SANT'ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil, um jornalismo sem jornalistas.** Líbero - Ano XI - nº 22 – Dez. 2008. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/ensinodareportagem/artigos/Radiojornalismo%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: 29 de novembro de 2014.

SERRA, Sonia. **Relendo o gatekeeper. Notas sobre condicionantes do jornalismo.** 2004. Disponível em: [http://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/12/relendo-o-gatekeeper\\_sonia-serra1.pdf](http://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/12/relendo-o-gatekeeper_sonia-serra1.pdf)



## A cobertura eleitoral de 2014 e o jornalismo regional nas emissoras Cultura AM e Cacique AM no interior do Paraná

Luãn José Vaz Chagas e Carlos Willians Jaques Morais

### Abstract

This article promotes a discussion on the media coverage of the Politics section of the stations Cultura AM 560 and Cacique AM 760, through the programs "Assunto é Notícia" and "Lobo Notícias" respectively. Data were collected for three weeks interspersed in the electoral process still in the first round in 2014. Based on concepts of regional journalism and radio genres, the goal was to identify characteristics of production, the themes and prioritized sources in each.

**Keywords:** radio journalism; regional journalism; politics

### Resumen

Este artículo hace una discusión acerca de la cobertura periodística de la sección de política de las emisoras Cultura AM 560 y Cacique AM 760, a través de los programas "Assunto é Notícia" y "Lobo Notícias", respectivamente. Los datos han sido colectados por tres semanas intercaladas en el proceso electoral aún en el primer turno del 2014. Con base en conceptos de periodismo regional y géneros de radio, el objetivo es identificar características de la producción, las temáticas y las fuentes priorizadas en cada uno de ellos.

**Palabras Clave:** periodismo radiofónico; periodismo regional; política