

O papel do radiojornalismo em eleições decisivas para a democracia no Brasil

The role of radio journalism in crucial elections for democracy in Brazil

El rol del periodismo radiofónico en elecciones cruciales para la democracia en Brasil

Debora Cristina Lopez, Lena Benzecry

Em 2022, o Brasil viveu um momento crucial para a sua democracia. Em jogo, além da eleição para a Presidência da República, governos estaduais, Senado, Câmara dos Deputados e assembleias estaduais, estava o próprio processo democrático. O jornalismo – e o radiojornalismo, em particular – foram protagonistas deste antes mesmo do início do período oficial de campanha.

A verificação e o combate às redes de desinformação estão entre os principais desafios do jornalismo e do rádio (MARTÍN-PENA et al., 2022). Esses desafios se ampliaram nas eleições brasileiras, com o rádio (que chega a lugares remotos) e novos espaços de circulação de conteúdo, como o TikTok (que alcança audiências jovens), assumindo protagonismo.

>> Como citar este texto:

LOPEZ, Debora Cristina; BENZECRY, Lena. O papel do radiojornalismo em eleições decisivas para a democracia no Brasil. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v.13, n. 2, p. 2-6, jan./abr. 2022.

Sobre as autoras

Debora Cristina Lopez

debora.lopez@ufop.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-1030-1996>

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), é professora de Jornalismo e dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOMs) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Con)or e o Laboratório de Inovação em Jornalismo (Labin), ambos na UFOP.

Lena Benzecry

lena.benzecry@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1258-8123>

Pós-doutoranda na ECO/UFRJ, é pesquisadora do Núcleo de Rádio e TV na mesma instituição e responsável pelo projeto gráfico e diagramação de **Radiofonias**.

A relação do rádio com a desinformação não nasce com as eleições (MARTÍN-PENA et al., 2022; MEDITSCH, 2005), mas é potencializada pelo ecossistema comunicativo contemporâneo, ampliado por uma crise de confiança do público em relação aos meios tradicionais, como revelam Nelia Del Bianco e Hélder Lima (2022). Ao analisarem a cobertura local sobre a pandemia de COVID-19, os autores debatem a naturalização da circulação de notícias falsas no cotidiano do público e o papel do rádio de proximidade no seu combate. Como indicam Rafael Medeiros e Nair Prata (2021), o rádio passou por remodelações em sua história que se relacionam com crises de credibilidade e que foram também responsáveis por sua recolocação na ecologia midiática.

Ainda assim, lembram os autores (2021, p. 7), “Em cidades pequenas, os boatos circulam antes mesmo das notícias de rádio e o ‘ouvi-dizer’ muitas vezes serve para pautar a imprensa local”. Neste contexto, os meios de comunicação locais, especialmente o rádio, surgem como ilhas de confiabilidade e credibilidade no combate às fake news.

A confiabilidade precisa estar acompanhada de um cuidado técnico, ético e editorial da informação (MARTÍN-PENA et al., 2022), para que se possa, através do jornalismo de qualidade, conduzir o processo de verificação mesmo diante de mudanças como as manipulações e os deepfakes sonoros, que tornam o processo produtivo do radiojornalismo mais complexo (LOPEZ; BUFARAH JR.; FREIRE, 2022). Eduardo Meditsch (2005) já falava da divulgação de informações falsas com o objetivo de prejudicar um candidato nas eleições de 1989 e em estratégias distintas de desinformação, que incluíram “também a não-participação, ou a criação de condições limitadoras para os debates entre os candidatos realizados na mídia eletrônica” (MEDITSCH, 2005, p. 33).

O fenômeno foi pano de fundo para a cobertura eleitoral de 2022. Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), 79,07% dos mais de 150 milhões de eleitores aptos a votar compareceram às urnas. As vagas foram disputadas, com 13 candidatos a presidente; 224 candidatos a governador (para 27 eleitos); 243 candidatos ao Senado (para 27 vagas); 10.630 a deputado federal e 16.737

a deputado estadual (513 e 1.035 vagas, respectivamente) e 610 candidaturas a deputado distrital (com 24 eleitos). Assim como ocorreu em 2018, a campanha de 2022 foi conduzida no contato de estrutura narrativa próxima, inspirada no fazer radiofônico, que circulava em aplicativos de conversa instantânea como WhatsApp ou Telegram (KISCHINHEVSKY et al., 2020). Ao mesmo tempo, o conteúdo sonoro obteve protagonismo na campanha presidencial, através de caminhos variados: a) a acusação da campanha de Jair Messias Bolsonaro (recusada pela Justiça por falta de provas) de que emissoras de rádio do Nordeste teriam deixado de veicular 154 mil inserções do candidato à reeleição (MORAES DÁ..., 2022); b) a presença constante em emissoras locais para ampliar a capilaridade da campanha (HOLANDA; TEIXEIRA, 2022); e c) a aparição de candidatos em podcasts, buscando chegar a públicos variados, que não são compartilhados com emissoras (SILVA, 2022).

A complexidade deste cenário é tema do dossiê "Radiojornalismo e a cobertura eleitoral", que apresentamos nesta edição da Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora. No primeiro artigo, os pesquisadores Marcelo Kischinhevsky e Leonardo Lopes do Couto, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, olham para as estratégias dos candidatos em relação à produção sonora nas eleições 2022. O texto apresenta uma análise de entrevistas dos então pré-candidatos mais bem colocados nas pesquisas eleitorais, Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, Jair Messias Bolsonaro, do PL, e Ciro Gomes, do PDT, a podcasts e rádios brasileiras, complementadas por entrevista para detalhar estratégias de campanha. O texto permite entender como a mídia sonora favorece a circulação dos discursos dos presidenciáveis durante a campanha, pautando outras mídias, e como se caracterizam as especificidades de formatos e linguagens de emissoras de rádio e podcasts.

No segundo artigo do dossiê, Luãn Chagas e Márcio Camilo da Cruz, da Universidade Federal do Mato Grosso, analisam a cobertura eleitoral do Jornal da Manhã, da Rádio Jovem Pan. Os autores partem do debate sobre fontes e jornalismo declaratório para entender, a partir da análise de conteúdo, quais as vozes e temáticas recorrentes no programa, observando uma partidarização

pró-governista da emissora.

Já o artigo de Carlos Augusto de França Rocha Júnior, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e Nealla Valentim Machado, da Universidade Federal do Mato Grosso, "'Não perca tempo nem prevarique' – A carta de Barra Torres a Bolsonaro a partir dos podcasts 'Medo e Delírio em Brasília' e 'Café da Manhã'", parte da Análise do Discurso Crítica para debater a disputa ideológica entre os presidentes da República e da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Em questão, estava a aprovação da vacina contra a Covid-19 para crianças de 5 a 11 anos, no contexto do negacionismo antivacina que pautou a atuação do Ministério da Saúde durante a maior parte da gestão Bolsonaro.

A sessão de temas livres traz dois artigos. No primeiro, Nilo Mortara Gomes e Octavio Pieranti, da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", constroem um inventário de programas de rap e hip-hop de rádios FM vinculadas a universidades públicas brasileiras. O artigo parte da discussão sobre as características das rádios universitárias e do seu papel na diversificação da programação de rádios públicas. Encerrando a edição, as pesquisadoras Lorena Aracelly Cabral de Oliveira, Maria Aparecida Borges Limeira e Valquíria Aparecida Passos Kneipp, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, analisam a reconfiguração do gênero ficcional radiofônico a partir de estudo de caso comparativo das séries "Sofia" e "Gilmar Baltazar, Detetive Particular". As autoras realizam análise de conteúdo da amostra, construída a partir da dramatização, da linguagem radiofônica e da ecologia de mídia.

Boa leitura!

Bibliografia

BIANCO, Nelia Rodrigues Del; LIMA, Hélder Samuel dos Santos. Radiojornalismo de proximidade e desinformação no contexto da Pandemia de Covid-19. **Revista Comunicação & Informação**. v. 23, n. 51, 2022.

HOLANDA, Marianna; TEIXEIRA, Matheus. Campanha de Bolsonaro deve ter foco em rádios locais, novas promessas e material para o Nordeste. **DLNews**. 23 out

2022. Disponível em: <https://dlnews.com.br/noticias?id=127171/campanha-de-bolsonaro-deve-ter-foco-em-rádios-locais-novas-promessas-e-material-para-o-nordeste>, acesso em 20 dez. 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; VIEIRA, Itala Maduell; SANTOS, João Guilherme; CHAGAS, Viktor; FREITAS, Miguel; ALDÉ, Alessandra. WhatsApp audios and the remediation of radio: Disinformation in Brazilian 2018 presidential election. **Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**. v. 18, n. 2, 2020.

LOPEZ, Debora Cristina; BUFARAH JR, Alvaro; FREIRE, Marcelo. Apropriações do áudio em redes de desinformação: modalidades e desafios metodológicos. In: **Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. João Pessoa, PB, 5 a 9 set. 2022.

MARTÍN-PENA, Daniel; LOPES, Paulo Fernando; LOPEZ, Debora Cristina; BUFARAH JR, Alvaro. Desafios do rádio frente às redes de desinformação no combate às fake news. In: PRATA, Nair; JACONI, Sônia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendry; MATOS, Silvio Simão de. (org.) **Comunicação e Ciência: reflexões sobre a desinformação**. São Paulo: Intercom, 2022.

MEDEIROS, Rafael. PRATA, Nair. "Liguei o rádio pra conferir se era verdade": a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de fake news. **Intexto**, n. 52, 2021.

MEDITSCH, Eduardo. A desinformação política na campanha eleitoral de 2002: o programa de governo de Lula na propaganda e no jornalismo eletrônicos. **Comunicação & Sociedade**. v. 26, n. 43, 2005.

MORAES DÁ 24h para campanha de Bolsonaro provar menos inserções na rádio. **O Tempo**. 24 out 2022. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/judiciario/moraes-da-24h-para-campanha-de-bolsonaro-provar-menos-insercoes-na-radio-1.2755303>, acesso em 20 dez. 2022.

SILVA, Gustavo. Bolsonaro x Lula: quem venceu a guerra de audiência dos podcasts. **Veja**. 21 out 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/virou-viral/guerra-dos-podcasts-bolsonaro-ultrapassa-lula-em-audiencia/>, acesso em 20 dez. 2022.