



## **Informação e Entretenimento em Rádio FM: Análise das Rotinas Produtivas do Programa *Weekday Afternoon*, da Rádio *Life FM*<sup>1</sup>**

Nícolaus Fonseca<sup>2</sup>

Gilson Luiz Piber da Silva<sup>3</sup>

Aurea Evelise dos Santos Fonseca<sup>4</sup>

Centro Universitário Franciscano - UNIFRA

### **RESUMO**

Este artigo analisa as rotinas produtivas do programa *Weekday Afternoon*, da Rádio *Life FM*, de Auckland, na Nova Zelândia, com ênfase no binômio informação e entretenimento. No programa da Rádio *Life FM*, a informação ganha espaço por meio de boletins radiofônicos. As músicas, os bate-papos e a interatividade com os ouvintes marcam a linha do entretenimento. O método da observação-participante é utilizado na pesquisa. O estudo tem como base teórica autores como Wolf, Ferraretto, Ortriwano e Barbosa Filho, entre outros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio FM; Entretenimento; Informação; Rotinas Produtivas;

### **INTRODUÇÃO**

A ideia para uma pesquisa relacionada ao veículo radiofônico no território neozelandês surgiu a partir de um intercâmbio cultural do autor principal do artigo no país, realizado entre julho de 2008 e fevereiro de 2009. Pelo gosto e curiosidade de conhecer a mídia radiofônica local, virou um costume ouvir as mais variadas rádios e perceber alguns detalhes que chamaram a atenção.

Foi captado o maior número possível de informações para entender o modo de trabalho da Rádio *Life FM*. Um primeiro contato foi feito com o responsável pela equipe da emissora e, na ocasião, houve uma visita prévia ao prédio do *Rhema Broadcasting Group* – do qual a rádio faz parte – para conhecer as instalações, agendar um possível dia para observação e acompanhamento dos trabalhos, além de uma conversa prévia sobre o objetivo da pesquisa.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 7º semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, email: [nicfonseca@gmail.com](mailto:nicfonseca@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Jornalista e professor do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, email: [gilsonunifra@gmail.com](mailto:gilsonunifra@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do Trabalho. Jornalista e professora do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano, email: [aurea@unifra.br](mailto:aurea@unifra.br)



A técnica de pesquisa “observação-participante” consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação pesquisada. Esse “estar lá” implica em ter conquistado a aprovação dos sujeitos pesquisados para fazê-lo, observando o ambiente e as relações entre os membros do grupo social a ser analisado. O pesquisador está inserido no interior do grupo pesquisado, acompanha e vive todas as atividades desenvolvidas no local pesquisado. O observador participa da situação concreta que abriga o objeto da sua investigação. (PERUZZO in Inês Vogt, 2008, p. 28).

## O RÁDIO FM

Nos anos 30, foram feitas as primeiras experiências radiofônicas em frequência modulada (FM). Nas duas décadas seguintes, o rádio em amplitude modulada (AM) ainda dominou as transmissões nos aparelhos. Entre os anos 50 e 60, as rádios FM começaram a transmitir programação comercial e “músicas ambiente” para assinantes interessados em um *background*<sup>5</sup> que parecesse apropriado ao tipo de ambiente (Ortriwano, 1985, p. 23). Segundo Ferraretto (2001), a popularidade das rádios FMs cresceu entre os jovens e teve impulso com o *rock* e programações alternativas no anos 70 e 80. Além disso, as rádios seguiram os modelos norte-americanos: comunicadores com um estilo popular, bem-humorados e, que além de locutores, cuidavam da sonoplastia e demais produções da programação.

O rádio FM consolidou-se como um meio de ouvir música, mas no decorrer das décadas, emissoras de notícias e emissoras comunitárias também começaram a usufruir (ou migrarem da AM) da frequência modulada. Mais tarde, a partir do final do século XX, as FMs e AMs, também, se inseriram na Internet com sites e transmissões *on-line*.

A programação musical predomina a maior parte da grade das emissoras de FM. No decorrer de cada dia, os programas fixos da semana são divididos, geralmente, pelos turnos da manhã, tarde e noite. Segundo Barbosa Filho (2003), a programação musical é uma sequência de programas com blocos musicais envolvidos por blocos menores de anúncios comerciais, de chamadas (textos institucionais), de serviço, jornalísticos e de entretenimento.

A seleção do estilo de linguagem usada, os gêneros musicais e artistas a serem apresentados, dependem da proposta da emissora e do público que a rádio atinge. A segmentação é uma característica do “fazer rádio” FM. De acordo com Cyro César (2005, p. 206), em relação ao crescimento das rádios FM na década de 80, “as

---

<sup>5</sup> *Background*, traduzindo no contexto significa: “música de fundo”.



perspectivas de segmentação apresentaram-se mais exploradas e asseguraram um extraordinário potencial de crescimento para o meio”.

A rádio em frequência modulada (FM) apresenta qualidade sonora superior a das AMs, mas com um alcance limitado. Outra diferença é que, geralmente, o trabalho de locução e operação é feito pelo comunicador que controla o microfone, música e sons gravados. Cyro César (2005, p.153) comenta que, no “estúdio de FM, o locutor verbaliza suas ideias, emite opiniões, exprime pensamentos, informações e notícias. Simultaneamente, comanda a operação de sistemas periféricos ligados à mesa.”

## **RÁDIO LIFE FM: HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS**

Nos anos 80, começaram as primeiras transmissões em frequência modulada na Nova Zelândia. Em 1982, foi inaugurada a primeira rádio comercial FM no país. Na cidade de Whakatane, a emissora chamada 90,7 FM foi a pioneira, mas com pouca duração no ar. A primeira rádio que permaneceu no ar foi a *Magic 91 FM*, mas hoje o espaço pertence à *ZM FM*, famosa rádio jovem neozelandesa. A partir de 1982, novas rádios foram inauguradas pelo país.

Em 1993, a rádio neozelandesa *Life FM* – tradução para o português: Vida FM - foi ao ar na cidade de Christchurch, pelos 99,3 MHz. No entanto, a frequência foi alugada por outra rádio famosa no país, a *More FM*, fazendo com que se fechassem as portas para a *Life FM* após curto período de funcionamento. Na época, a programação da rádio era composta por músicas cristãs e seculares.

Em outubro de 1997, dentro do grupo de comunicação *Rhema Broadcasting Group (RBG)*, (re)nasceram as rádios *Life FM* e *Southern Star*, cada uma para um público de gerações diferentes.

Com sede na maior cidade neozelandesa, Auckland, a Rádio *Life FM* recomeçou suas transmissões, com 100% de músicas cristãs – na linha pop/rock contemporâneo.

Com o slogan “*Live It*” (“Viva Isto”), a Rádio *Life FM* atinge um público jovem e adulto-contemporâneo de 18 a 39 anos, segundo pesquisa realizada em 2005. Hoje, a emissora conta com transmissão em 26 estações pelo país, sendo que seis não fazem parte do grupo de comunicação, apenas retransmitem a programação.

Dentro desta programação da Rádio *Life FM*, as músicas, bate-papos e interatividade com o ouvinte, característica dos gêneros de entretenimento em rádio FM



(Barbosa Filho, 2003), dividem espaço com boletins de notícias gerais inerentes às características do rádio-jornalismo, reportadas a cada hora cheia.

Esse espaço de boletins na Rádio *Life FM* tem, em média, de 2 a 3 minutos de duração a cada hora cheia e é chamado de “*News Update*” (“Atualização das Notícias”). As notícias são das editorias de “geral”, “política”, “policial” e fecham com um espaço especial para a editoria de “esportes”. Geralmente, as informações noticiadas contêm sonoras com participação de autoridades dos assuntos reportados. Em alguns momentos, o boletim “*News Update*” é precedido por boletins de trânsito da cidade de Auckland e de estradas da região. E sempre após os boletins, do estúdio ao vivo e dentro da programação da *Life FM*, o apresentador traz a atualização das condições do tempo e a previsão para todo o país. Os boletins informativos são reportados a partir das 6h até as 18h. No programa matinal, “*Morning Wake Up*” (“Despertar Matinal”), que ocorre das 6h às 10h, há “*News Update*” a cada meia hora. A partir das 10h, os boletins são transmitidos a cada hora cheia.

## **O PROGRAMA *WEEKDAY AFTERNOON***

O programa da Rádio *Life FM*, *Weekday Afternoon* – traduzindo literalmente: “Tardes da semana” – vai ao ar de segunda a sábado, das 14h às 19h – sendo que, aos sábados, o programa traz os melhores momentos da semana. Com um caráter descontraído, tanto na apresentação como no conteúdo, o apresentador Asher Bastion tem o costume de falar sobre as notícias em maior evidência, tocar músicas, apresentar histórias interessantes e engraçadas sem formalidade. “Gosto de transformar assuntos mais sérios ou chatos em interessantes e divertidos”, diz Bastion.

O viés do programa é a música jovem cristã. No *playlist* são escolhidos os últimos lançamentos e *hits* do *rock* e *pop gospel*<sup>6</sup>, além das sugestões dos ouvintes e bandas do cenário *gospel* neozelandês.

Quanto às informações noticiosas do programa, são veiculados boletins informativos. A cada hora cheia, entra no ar o “*News Update*” (Atualização de Notícias).

No programa há, também, a participação da audiência por telefone, e-mail e torpedos de celular. Por estes meios, os ouvintes participam quando há competições no

---

<sup>6</sup> A expressão “*Gospel*” se refere ao estilo musical caracterizado pelas letras com mensagens cristãs e ritmos variados.



ar, pedidos ou informações sobre músicas tocadas e assuntos para serem conversados. O apresentador também mantém páginas da Rádio *Life* FM em redes virtuais de relacionamento, como o *Facebook* e *MySpace*, para manter contato com os ouvintes.

## INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO

Observa-se que estes dois elementos da comunicação social – informação e entretenimento – estão inerentes ao processo de produção, emissão e recepção das programações radiofônicas das FMs.

Barbosa Filho (2003, p. 74 apud Faus Belau, 1973) diz que a informação tem finalidade noticiosa, mantendo “o ouvinte a par do que acontece de interessante e atual no mundo”; e o entretenimento tem a finalidade de “proporcionar uma companhia, uma distração ao ouvinte”.

Mas, dentro do universo jovem e adulto contemporâneo das FMs, não há como negar que o entretenimento – e neste caso, a programação musical – tem maior espaço de tempo na grade da programação diária. De acordo com Barbosa Filho (2003), os formatos de entretenimento têm características como, por exemplo, a capacidade de se combinar com outros formatos de outros gêneros e de servir de ferramenta para informação, o anúncio, a prestação de serviços, para educação e, até mesmo, para o entretenimento.

A programação musical predomina na maior parte da grade das emissoras de frequência modulada. A seleção do estilo musical e dos artistas a serem apresentados depende da proposta da emissora e do público que a rádio atinge. E isso é balanceado pela informação noticiosa no final dos blocos musicais ou em horas cheias – notícias gerais, esportivas, artísticas/culturais, policiais (limitando-se a fatos importantes) – e entrevistas.

Sob essa perspectiva, temos então de um lado a *informação* sobre os fatos, os relatos. Isto é, jornalismo, cuja função é atualizar e orientar o público sobre os acontecimentos, interpretando-os; do outro, a informação, o imaginário, a diversão a criação. Isto é entretenimento, cuja função é trabalhar o imaginário do público, divertindo-o. (Barbosa Filho, 2003, p. 69)

As rádios FM, para reportarem as notícias que julgam interessar seu público, utilizam “toques informativos”, que, segundo Ferraretto (2001), apresentam uma ou



duas notícias e são transmitidos, em geral, nas horas cheias. Para isso, as rádios se utilizam de “notas”, que, segundo Ortriwano (1985),

“significa um informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso. Suas características principais são o tempo de irradiação, sempre curto, (...), e as mensagens transmitidas mediante frases diretas, quase telegráficas.

Em algumas emissoras FMs, a transmissão das notícias tem como característica o boletim - nas horas cheias - composto por notícias faladas e sonoras. De acordo com Barbosa Filho (2003, p. 92), o boletim é um:

(...) pequeno programa informativo com no máximo cinco minutos de duração, que é distribuído ao longo da programação e constituído por notas e notícias e, às vezes, por pequenas entrevistas e reportagens. A veiculação de *boletins*, quase sempre acontece nas chamadas ‘horas cheias’ (...).

## AS ROTINAS PRODUTIVAS

A organização do meio de comunicação é o que vai caracterizar as fases das rotinas produtivas de cada veículo. A noticiabilidade de um ou mais acontecimentos, segundo Wolf (2003), é definida a partir de um conjunto de critérios, os valores-notícias, que estão inerentes à rotina de trabalho do meio de comunicação. Alguns questionamentos são feitos durante esse processo em relação aos valores: O que é novidade? O que é importante? O que é controverso? O que é dramático? O que está geograficamente próximo? O que é culturalmente pertinente? O que é imediato? O que é inusitado? Etc. Podemos acrescentar, também, em relação às notícias reportadas em rádios FM, outro fator importante para veiculação: “O que é de interesse da audiência da emissora?”

As rotinas produtivas diárias, em uma emissora radiofônica, passam por etapas semelhantes às dos vários veículos de comunicação: a busca e captação da informação, seleção, redação, edição e veiculação. Posteriormente, também, como norteador da produção, o *feedback*. Nas emissoras de frequência modulada, essas etapas fazem parte da rotina principal em relação à programação musical, que é, “na realidade, uma esteira de programas com sequencialidade das execuções musicais” (Barbosa Filho, 2003, p. 116). Essa programação musical – e as informações noticiosas, também – leva em conta



o estilo ou segmento da emissora. Como complemento da programação das rádios, a informação noticiosa que é transmitida está sujeita “à linguagem do meio, devendo adequar-se a suas características.” (Ortriwano, 1985, p. 91).

Um elemento essencial nas rotinas de qualquer veículo é a Internet. Del Bianco (2004) comenta que, entre centenas de acontecimentos divulgados via Internet, são selecionadas aquelas informações que merecem *status* de notícia. Para não veicular informações incorretas ou com falta de veracidade, a pesquisa fica restrita aos jornais e agências on-line oriundos da mídia tradicional pela credibilidade que construíram ao longo dos anos.

### **AS ROTINAS PRODUTIVAS DO PROGRAMA *WEEKDAY AFTERNOON* E A PRODUÇÃO NOTÍCIOSA NA RÁDIO *LIFE FM***

Dia 24 de fevereiro de 2009 foi marcado um “*shadowing*”, expressão em inglês usada pela equipe do *RBG* para se referir à “observação e aprendizado” em relação à produção da Rádio *Life FM*. Em torno das 10h, o apresentador Asher Bastion chegou à sala de redação, onde se concentram as equipes de produção da TV e de cada rádio do *RBG*.

A produção do programa *Weekday Afternoon* é feita pelo próprio apresentador. Assim como em todos os programas da Rádio *Life FM*, os apresentadores são responsáveis pelo seu programa.

Para pesquisa do que será falado no programa e sobre as músicas tocadas, o apresentador busca informações na rede virtual.

Bastion explica:

Eu uso a Internet, principalmente, para saber do que vou falar e faço comentários sobre a situação, se é muito engraçada ou se é muito séria. Também conversamos no ar com os jornalistas *do NZone Tonight* (tele-noticiário do canal *Shine TV*, do Grupo *RBG*). Tento organizar as coisas e procurar o que é relevante para colocar no programa. Tem algumas pessoas que costumo levar ao programa, chamo esse momento de “*Asher and Friends*” (“Asher e amigos”), eu e mais alguém conversamos assuntos gerais, divertidos e relevantes para o programa.

Pela experiência neste tipo de segmentação e estilo de programa, o apresentador não utiliza *script* a todo momento, apenas quando anuncia as condições e a previsão do tempo e quando há competições com ouvintes no ar.

O programa da tarde da Rádio *Life FM* tem como viés a programação musical e blocos com conversas. A partir das 14h, o apresentador começa seu trabalho no ar. Com as músicas já pré-selecionadas por um programador e também pelo próprio apresentador quando há pedidos de ouvinte, Asher tem apenas o trabalho de anunciá-las. Mas o conteúdo de bate-papo ou informações parte das pesquisas e produção própria.



Asher Bastion grava bloco do *Weekday Afternoon* antes de ir ao ar no estúdio da *Life FM*

Os blocos que o apresentador faz ao vivo são raros. Segundo Asher, ele prefere gravar os blocos entre as músicas minutos antes de irem ao ar, para evitar pequenos erros. Desta forma, ele tem a possibilidade de editar o conteúdo para ir ao ar com melhor qualidade.

No começo de uma das gravações, o apresentador convidou o então estudante-observador Nícolás Fonseca para participar do bloco “*Asher and Friends*” e falar sobre bandas brasileiras do cenário *rock gospel*. Então, houve uma pequena participação do observador, mostrando trechos de músicas de duas bandas – *Oficina G3* e *Tanlan*<sup>7</sup> – e falando sobre elas, além da experiência de acompanhar o trabalho da Rádio *Life FM*.

<sup>7</sup> - *Oficina G3* é a mais popular banda de *rock gospel* no Brasil. Com 20 anos de carreira, a banda paulista já lançou 10 discos sendo que 4 deles renderam discos de ouro para a banda.

- A banda *Tanlan* é nova no cenário *gospel* brasileiro. Com um álbum lançado, a banda de Porto Alegre é independente e luta pelo seu espaço na música.



Jornalista da Shine TV (à esq.) anuncia, no *Weekday Afternoon*, os destaques do telejornal

O programa também tem a participação de um dos jornalistas da *Shine TV*, para comentar sobre como está a produção e o que será notícia no telenoticiário *NZone Tonight*, além de uma conversa informal sobre as notícias e alguns temas engraçados da internet.

Neste dia, também houve a participação de um integrante da equipe da TV para conversar sobre cinema.

Quanto ao contato com os ouvintes, Asher Bastion acompanha o e-mail do programa a cada intervalo das gravações dos blocos. “Temos maior *feedback* sobre música. Como uma rádio cristã, temos, também, assuntos sobre Deus e o que as pessoas têm pensado, como assuntos morais. Às vezes, as pessoas querem saber o que é certo e o que é errado.”

Em relação às notícias reportadas a cada hora cheia durante o *Weekday Afternoon* no “*News Update*”, Bastion diz que faz comentários sobre elas, mas que gosta de transformar os assuntos mais sérios ou “chatos” em interessantes e divertidos.

### **O “*News Update*”**

Na manhã do dia 24 de fevereiro de 2009, o jornalista Allan Lee, diretor de jornalismo do *RBG*, atendeu e concedeu uma entrevista ao estudante-observador para explicar como são feitas as produções noticiosas das rádios do grupo. Durante a



conversa, soube-se que a equipe de jornalismo trabalha com o foco na *Shine TV*. E, esporadicamente, que são produzidas notícias para as rádios *Rhema* e *Life FM*, do mesmo grupo. Os boletins do “*News Update*” vêm de uma rádio-agência, a *Newstalk ZB*, que fornece material para algumas estações do país, incluindo as da *RBG*.



*Allan Lee (à esq), na redação da RBG, checa pautas enviadas por agências e na Internet*

Quanto aos assuntos reportados nas notícias e nos bate-papos, há certos cuidados com o que é transmitido. Na editoria de polícia, dentro dos boletins, a *Life FM* evita alguns assuntos. Segundo o diretor da Programação da Rádio *Life FM*, Elmo Johnstone, a rádio tem um controle editorial quanto às notícias vindas da agência *Newstalk ZB*.

Nós não gostamos de notícias deprimentes, como assassinatos e estupros. (...). Pedimos, para a agência, que não passem a nós notícias dramáticas como assassinatos, apenas quando muito importante. Temos que ter muito cuidado quando falamos de outras religiões, como, por exemplo, islamismo e sobre os muçulmanos. Não queremos parecer negativos sobre as crenças das outras pessoas. Nós temos nossa crença e eles acreditam em algo diferente, então não podemos tocar muito nesse assunto.

O diretor de jornalismo da *RBG*, Allan Lee, também lembra que, além desses assuntos, existem outras pautas que são evitadas em virtude de a rádio ter um caráter cristão.

Quando fizemos o contrato com a *Newstalk ZB*, pedimos notícias familiares e amistosas. Não queremos apenas notícias felizes, mas que de alguma maneira não sejam ofensivas às pessoas. Também não



estamos muito interessados em notícias de fofocas de Hollywood. São algumas coisas que nossos ouvintes não têm um grande interesse pela natureza cristã que tem a Rádio *Life* FM. Há mais interesse, talvez, em política, e notícias do terceiro mundo. A gente pede as notícias dentro de uma linha, não chegamos e pedimos: não queremos isso. Mas pedimos para agência notícias dentro de uma linha do segmento que a rádio está.

Johnstone também comenta sobre os assuntos mais delicados e que são conversados no ar pelos apresentadores. “Temos modos diferentes de falar sobre alguns assuntos, como, por exemplo, sexo. As outras estações fazem piadas com isso, mas nós aqui temos discussões mais sérias sobre esse tema, como o casamento.”

O “*News Update*” sempre traz um bloco de esportes, o que é comum nos boletins das rádios FMs da Nova Zelândia. A grande paixão do país pela seleção de *rúgbi*, o “*All Blacks*”, e pela seleção de *cricket*, o “*Black Caps*” e, também, por haver muitos esportes olímpicos - atletismo e esportes aquáticos, principalmente - no país, há uma repercussão massiva nas rádios e televisão de notícias deste meio.

Em alguns momentos, o “*News Update*” é precedido por boletins de trânsito da cidade de Auckland e de estradas da região. E, sempre, após os boletins, do estúdio ao vivo, o apresentador traz a atualização das condições do tempo e a previsão para todo o país.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O binômio “informação e entretenimento” é trabalhado propositalmente para que o público alvo da Rádio *Life* FM possa ter momentos em que a música e as conversas tragam bom-humor e conhecimento sobre o que de importante ocorre ao redor do mundo, evitando a alienação do ouvinte.

Elmo Johnstone comenta:

Entreter é algo bem fácil, é fazer as pessoas sorrirem, rirem, tocar boa música, é a metade do caminho. E informar é fazer com que as pessoas saibam o que está acontecendo no mundo. Nós aqui na *Life* FM temos muita notícia. Temos dois minutos de boletins a cada hora, e alguns comentários sobre as notícias. Eu acho que temos a responsabilidade de fazer com que as pessoas saibam o que está acontecendo no mundo, não podemos ignorar isso.



Allan Lee diz que “os jovens estão ligados com o que acontece no mundo e têm interesse sobre isso. Através das notícias, eles passam a olhar o que acontece ao redor e o que isso pode afetar na vida deles.”

Um dos papéis do veículo radiofônico, o de formar opinião e ideias, é percebido na produção da Rádio *Life FM*, e das demais emissoras neozelandesas por terem a preocupação de orientarem os jovens e demais ouvintes sobre o que acontece no mundo através do radiojornalismo.

Dentro de um conceito diferenciado das emissoras tradicionais, a Rádio *Life FM* tem um caráter e uma gama de ouvintes cristãos e apreciadores do segmento da rádio. As rotinas do trabalho de produção na emissora e nos outros veículos do *RBG* fizeram com que alguns valores-notícias, comentados por Wolf (2003), se sobressaíssem e que outros valores fossem criados e priorizados, como “o que é de interesse ao nosso público cristão”. Percebe-se esse detalhe pelo comentário do diretor e jornalista do grupo, Allan Lee, pois as pautas são pensadas e pedidas, via contrato, à agência de notícias com conteúdos que os ouvintes cristãos se preocupam e se interessam. Apesar da produção noticiosa não ter uma equipe formada especificamente para a Rádio *Life FM*, há o controle editorial do conteúdo levado ao ar, ou seja, a própria rádio-agência que fornece os boletins informativos do “*News Update*” seleciona assuntos que interessam ao público da *Life FM* e evitam o que está fora do contrato feito.

Percebe-se que, nas notícias reportadas na emissora, o valor-notícia “o que está geograficamente próximo” tem, praticamente, o mesmo peso que “o que é geograficamente internacional”, pois os noticiários e os boletins divulgam muita informação estrangeira junto das nacionais. Principalmente, notícias dos Estados Unidos, Inglaterra, Austrália e Oriente Médio. Exemplos são percebidos quando houve os incêndios nas matas da Austrália, no começo de 2009; a eleição de Barack Obama nos Estados Unidos; os conflitos no Oriente Médio; entre outras informações. A razão desse grande interesse por notícias internacionais, talvez se deva pelo fato de que a Nova Zelândia é um país pequeno, com pouco mais de quatro milhões de habitantes. Mas, “o que é de interesse” e “o que é novidade” do público geral, entram neste aspecto também, pois os ouvintes, mesmo sendo jovens, têm um grande interesse nas notícias internacionais e nacionais nas várias editoriais, como, por exemplo, a de política e a de esporte.



Como já comentado, a editoria esportiva tem um destaque especial em virtude da paixão neozelandesa pelas práticas físicas, como o *rúgbi*, o *cricket* e os esportes olímpicos, ocupando, assim, um bloco especial nos boletins do “*News Update*”.

Na Rádio *Life* FM, também há uma preocupação pelo “o que é culturalmente pertinente”, mas com um foco no universo *gospel*, como nas atividades que envolvem os grupos jovens cristãos, como no principal viés da emissora, a música cristã.

O cenário musical e cinematográfico, além da cultura de raiz, tem força nos meios de comunicação do país. Mas, como o foco da Rádio *Life* FM é segmentado, o que é secular não está em primeiro plano nas informações transmitidas pela emissora. Um exemplo é a cultura *Maori*, dos primeiros habitantes da terra neozelandesa e que, até hoje, mantêm forte tradição no país.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

CÉSAR, Cyro. Rádio: a mídia da emoção. São Paulo: Summus, 2005.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 4ª Ed. São Paulo: Summus, 1985.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA Gustavo Guimarães. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. Tradução Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

## ARTIGO

DEL BIANCO, Nelia R. *Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet*. Integrante da Tese de Doutorado “Radiojornalismo em mutação – a influência tecnológica e cultural da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio”, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, ECA-USP, 2004.

## MONOGRAFIA

VOGT, Regina Inês. Nova Formatação do Correspondente Ipiranga da Rádio Gaúcha. Santa Maria: UNIFRA, 2008. Monografia, Curso de Comunicação Social – Jornalismo, Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, 2008.



## **ENTREVISTAS**

LEE, Allan. Jornalista, diretor de Jornalismo do grupo de comunicação Rhema Broadcast Group. Auckland, Nova Zelândia: 24 de fevereiro 2009.

BASTION, Asher. Radialista, apresentador e produtor do programa “*Weekday Afternoon*”, da Rádio Life FM. Auckland, Nova Zelândia: 24 de fevereiro 2009.

JOHNSTONE, Elmo. Diretor de programação da Rádio Life FM. Auckland, Nova Zelândia: 24 de fevereiro 2009.

## **SITES CONSULTADOS**

<http://www.lifefm.co.nz>

<http://michaelis.uol.com.br>