

As notícias nos radiojornais de Bauru sob a perspectiva dos ouvintes¹

Amanda Carolina TAMBARA²
Daniela Pereira BOCHEMBUZO³
Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP.

Resumo

Este trabalho analisa a compreensão dos ouvintes diante dos critérios de noticiabilidade adotados pelos radiojornais Informason, da 94 FM de Bauru, e Vivacidade, da 96 FM de Bauru, SP. A hipótese de que esta compreensão não fosse permissiva aos ouvintes foi levantada a partir da pesquisa “Os critérios de noticiabilidade nos radiojornais de Bauru”, realizada por esta autora em 2013. Porém, após pesquisas bibliográfica e quanti-qualitativa, foi possível constatar que, não só os ouvintes são capazes de identificar elementos da linha editorial dos programas, como os profissionais atuantes possuem ciência destes critérios. Tal identificação favorece o envolvimento da audiência com o radiojornal, permitindo aos ouvintes tecer críticas sobre o produto. Os dados obtidos resultam em estudo de recepção sobre o rádio em Bauru, favorecendo a compreensão sobre sua relação com a audiência.

Palavras-chave

Rádio; Jornalismo; Noticiabilidade; Ouvinte; Bauru.

Introdução

O rádio é um meio de comunicação que tem como características linguagem oral, penetração, baixo custo, mobilidade, instantaneidade, imediatismo, sensorialidade e autonomia. Segundo Gisela Ortriwano (1985) e Magaly Prado (1989), a maior característica que diferencia o rádio dos outros meios de comunicação de massa é o seu poder de imediatismo, isto é, a capacidade que possui de transmitir a notícia no momento em que esta acontece.

“O rádio foi o primeiro dos meios de comunicação de massa que deu imediatismo à notícia, graças à possibilidade de divulgar os fatos no exato momento em que eles ocorrem.” (ORTRIWANO, 1985, p. 84). Por essa razão, Prado (1989) qualifica o rádio como o meio informativo mais adequado a serviço da transmissão de fatos atuais.

Considerando a audiência ampla, heterogênea e anônima do meio radiofônico, definida por Ferraretto (2011), avalia-se que sua mensagem é capaz de ser compreendida por qualquer possível ouvinte.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém-graduada no Curso de Jornalismo da USC; membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM-USC), e-mail: amanda_tambara@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da USC-SP; membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM-USC), mestre em Comunicação pela Unesp, e-mail: daniela.bochembuzo@usc.br.

Quanto ao perfil do ouvinte, embora não seja possível defini-lo, Silveira (2008 *apud* HAUSSEN, 2010) afirma que, em relação aos programas radiojornalísticos, o público mais qualificado gosta de opinar, servindo conteúdo com comentários sobre fatos e notícias veiculadas e, por consequência, aprecia escutar seus nomes e textos narrados pelo âncora do programa. Também existem casos de expressão de denúncias e sugestões, porém não apresentam muito peso em comparação às mensagens opinativas.

Entretanto, para que haja audiência, é necessário que os profissionais do rádio se esforcem para captar e manter a atenção do ouvinte. Segundo Prado,

Deve-se dispor a mensagem e seu conjunto de forma que não seja absorvente, e sim que conceda espaços de *relax* que permitam passar do estado de escutar para o de ouvir e vice-versa, sem que com isso se percam elementos de compreensão da mensagem. (PRADO, 1989, p.26).

A despeito da compreensão da mensagem radiofônica, esta se deve, também, à atenção que o ouvinte disponibiliza a recepção e decodificação do meio. Afirma Prado que

O rádio, devido a sua mobilidade, facilita que a recepção da mensagem seja compatível com outras atividades, em especial com as que têm caráter manual. Assim, temos ouvintes que estão dirigindo, trabalhando em uma fábrica, no campo, ou em casa etc. Estas situações são múltiplas e diversas, mas todas elas exigem uma parte da atenção da pessoa dedicada à sua execução. (PRADO, 1989, p. 32).

Diante das formas de recepção que o ouvinte pode dispor à mensagem radiofônica,

Moles (1964 *apud* ORTRIWANO, 1985, p. 82) classifica a capacidade de recepção do ouvinte em: ambiental, quando o rádio tem a função de “pano de fundo” para o ouvinte; companhia, referente a uma atenção marginal do ouvinte enquanto este realiza tarefas paralelas; atenção concentrada, quando o ouvinte presta atenção à mensagem que lhe interessa realiza atividade paralela; e seleção intencional, que é a escolha intencional do ouvinte para ouvir o programa. (TAMBARA, 2013, p. 18).

García Canclini (2007) explora a compreensão de mensagens nas mídias comunicacionais, segundo a plataforma de acesso, ao afirmar que

A abundância de informação e entretenimento proporcionada pelas redes digitais causaria fragmentações e discontinuidades, em particular entre as classes médias e altas, com mais poder econômico para conectar-se às novas plataformas e, paradoxalmente, na sua visão, menos aptas a

processar informação para torná-la em conhecimento. (HAUSSEN, 2010, P. 200).

Desta forma, classes que detêm maior poder aquisitivo possuem acesso a um universo de informações que não permitiriam a estes usuários processar e compreender o conteúdo absorvido e, de tal maneira, a utilizá-lo como ferramenta a favor do conhecimento.

Crítérios de seleção de notícia no rádio

A despeito da estrutura nas mensagens jornalísticas radiofônicas, Zuculoto afirma que, aparentemente, as notícias apresentam certa neutralidade, mas ainda, “Na captação e seleção das informações que vão compô-la, já se observam componentes que envolvem critérios de valor” (2012, p. 19).

Traquina (2008) defende que a notícia parte de um acontecimento selecionado, e assim, o jornalista constrói sua história. Para a seleção desses acontecimentos noticiáveis, os jornalistas utilizam valores-notícia ou critérios de noticiabilidade.

Para Ortriwano (1985), os valores-notícia mais comuns, utilizados para a seleção da notícia, são de importância, impacto, atualidade, consequência, honestidade, exatidão, identificação, imediatismo e oportunidade.

McLeish (2001) define que é primordial que o fato desperte interesse no ouvinte. Outros critérios de noticiabilidade considerados pelo autor são de importância, controverso, dramático, geograficamente próximo, culturalmente pertinente (comum ao ouvinte), imediato e inusitado.

No estudo de Tambara (2013), que avalia os critérios de noticiabilidade adotados pelos radiojornais de duas emissoras de Bauru, as mesmas avaliadas neste estudo, a autora constatou que a principal característica dos programas Informason, da 94 FM de Bauru, e Vivacidade, da 96 FM de Bauru, quanto ao critério de seleção da notícia está no “equilíbrio entre os valores abrangência e proximidade”. (TAMBARA, 2013, p. 57). A adoção de tais critérios reforça o argumento de pesquisadores como Ferraretto (2001) e McLeish (2001) que o rádio, entre os todos os meios, é o que valoriza mais o caráter local e regional de seu noticiário, favorecendo a identificação do receptor com a emissora.

Diante de valores-notícias adotados por programas radiofônicos jornalísticos, McLeish (2001) determina que o papel do jornalismo radiofônico é defender a sociedade

enquanto que o bom serviço de noticiário é essencial para o funcionamento da democracia. Para o autor, a democracia somente é preexistente quando a sociedade é capaz de tomar suas próprias decisões morais, políticas e sociais.

Portanto, as delimitações e identificação dos critérios de noticiabilidade utilizados por um radiojornal mostra-se como um ato democrático, como defende Pena (2010, p.71): “Revelar o modo como as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade.”

Por isso, se faz pertinente o estudo da percepção dos ouvintes quanto às linhas editoriais dos radiojornais Informason e Vivacidade. Nesse sentido, esta pesquisa analisou a capacidade de compreensão dos ouvintes dos radiojornais locais da região de Bauru, Informason e Vivacidade, das emissoras 94 FM e 96 FM de Bauru, respectivamente, em relação às linhas editoriais, bem como seus critérios de noticiabilidade, adotados pelos mesmos.

A pesquisa

Os ouvintes participantes desta pesquisa são referentes aos programas radiojornalísticos Informason e Vivacidade, das emissoras 94 FM e 96 FM, ambas de Bauru. Portanto, é necessária breve apresentação sobre estes programas.

O radiojornal Informason é veiculado de segunda a sexta-feira, das 7 às 8 horas da manhã, na emissora 94 FM de Bauru. Sua infraestrutura é determinante no gênero jornalístico preponderante no programa, opinativo, destarte a condução do noticiário por um âncora, Paulo Sérgio Simonetti, e dois comentaristas, Reinaldo Cafeo e Paulo Tizoco.

O programa oferece aos ouvintes a oportunidade de participação no quadro da enquete, via Facebook. Assim, o ouvinte do radiojornal pode opinar sobre determinado assunto, junto com os locutores.

Quanto ao radiojornal Vivacidade, este é transmitido de segunda-feira a sábado, das 6 às 8 da manhã, na emissora 96 FM de Bauru. A infraestrutura do programa é composta por um locutor principal, Pedro Norberto, e locutores jornalistas inseridos durante o programa conforme a editoria dos assuntos: Ricardo Bizarra, Franco Júnior, Bruna Novelli e Guilherme Dias. A coluna “Ponto final” é narrada por Zarcílo Barbosa que pontua comentários a respeito de algum assunto em ênfase, segundo sua opinião.

Devido à sua estrutura, o radiojornal Vivacidade, da 96 FM de Bauru, apresenta como característica marcante o gênero jornalístico informativo, comprovada na pesquisa de Tambara (2013).

Este estudo partiu de pesquisa bibliográfica a respeito de temas rádio, jornalismo, noticiabilidade e recepção, pertinentes ao trabalho e seguiu com pesquisa de metodologia quanti-qualitativa, com a prática de técnicas de grupos focais, questionários e entrevistas individuais em profundidade.

A pesquisadora reuniu, no mês de maio de 2014, dois grupos focais com ouvintes de cada um dos radiojornais para debate a respeito de elementos que compõem as linhas editoriais dos programas em questão. Como o rádio é um meio de comunicação cuja característica bastante forte é a audiência anônima, a opção para composição dos grupos focais envolveu ouvintes participantes das atividades dos programas pesquisados nas páginas de cada emissora no Facebook.

Foi aplicado um questionário a cada um dos elementos presentes às reuniões, a fim de contextualizar informações, auxiliar na condução da atividade com o grupo focal; relacionar os entrevistados no relatório, avaliar a frequência com a qual a fonte ouve o radiojornal em questão e classificar o nível de atenção do ouvinte disposto aos noticiários.

Também foi avaliada a ciência dos profissionais atuantes nos radiojornais Informason e Vivacidade, respectivamente, 94 FM e 96 FM, ambas emissoras de Bauru, acerca da permissão de identificação das linhas editoriais adotadas por cada um dos programas para seus ouvintes através da prática de entrevistas individuais em profundidade.

Após a realização da pesquisa bibliográfica, das reuniões dos grupos focais e das entrevistas individuais, foram efetuadas análises para verificação da consistência das argumentações e informações cedidas pelas fontes dos grupos focais e buscaram coincidência e articulação entre as entrevistas dos jornalistas da mesma emissora.

No total, foram aplicadas dez entrevistas em profundidade com cinco profissionais atuantes de cada radiojornal em questão, o grupo focal com ouvintes do Informason, da emissora 94 FM de Bauru, contou com a participação de sete componentes e o grupo focal com ouvintes do Vivacidade, da 96 FM de Bauru, contou com a presença de cinco participantes, resultando em 22 o número de participantes desta pesquisa.

Considerações

A proposta deste trabalho em avaliar a percepção do ouvinte quanto aos critérios de noticiabilidade e linhas editoriais dos radiojornais Informason, da emissora 94 FM de Bauru, e Vivacidade, da 96 FM de Bauru, se confirmou, através da realização de reuniões de grupos focais, na definição de que os ouvintes são capazes de reconhecer estes e outros elementos componentes das linhas editoriais dos programas abordados.

O trabalho também avaliou a impressão dos critérios de noticiabilidade, estrutura e linhas editoriais dos noticiários em questão, segundo a ótica dos profissionais atuantes na produção e transmissão dos programas através de entrevistas de profundidade aplicadas individualmente com os mesmos.

Com as análises de cada uma das discussões dos grupos focais e com os apontamentos das entrevistados com os profissionais, foi possível elaborar o cruzamento de informações entre a compreensão dos atuantes no programa e a perspectiva dos ouvintes participantes deste trabalho.

É necessário considerar que os ouvintes participantes das reuniões de grupo focal também são internautas ativos nas páginas de Facebook dos radiojornais Informason e Vivacidade e, além disso, aceitaram o convite para a discussão e colaboração neste trabalho por livre e espontânea vontade.

Em síntese, avaliando todo o procedimento e resultados das análises é possível concluir que tanto os profissionais quanto os ouvintes são capazes de compreender os critérios de noticiabilidade adotados pelos radiojornais em questão.

No caso do Informason, ainda que explícita a divisão de responsabilidades dos profissionais atuantes no programa, todos percebem os valores-notícia adotados para a seleção da notícia que será transmitida no programa, que são de interesse e proximidade. Da mesma forma, os ouvintes deste programa são capazes de identificar tais valores.

O mesmo ocorre com o radiojornal Vivacidade, ainda que a delimitação de funções dentro da produção do noticiário não seja pactuada por todos os profissionais atuantes, os mesmos apontam critérios de noticiabilidade semelhantes, que são atualidade e proximidade. Semelhantemente, os ouvintes do programa interpretam as notícias transmitidas com os valores-notícia apontados pelos profissionais e ainda consideram o critério de abrangência.

Para além do entendimento dos critérios de noticiabilidade adotados pelos radiojornais de Bauru, os ouvintes também distinguem que os comerciais, sejam transmitidos dentro do programa, na forma de patrocínio ou apoio, sejam veiculados em

spot, após a vinheta, são claramente anúncios de publicidade que podem ter utilidade para o ouvinte, como podem delimitar informações no radiojornal em função da preservação de sua identidade.

Eles ainda compreendem que é essencial a existência de patrocinadores e anunciantes no radiojornal, destarte o noticiário permaneça na programação da emissora.

Conseqüentemente às estruturas divergentes na forma de condução dos radiojornais das emissora 94 FM, que possui um âncora e dois comentaristas, e a 96 FM, guiado por um locutor e demais repórteres, é necessário considerações, a partir da ótica dos ouvintes, separadamente.

Os ouvintes participantes do grupo focal do Informason consideram de muito utilidade e acréscimo ao conhecimento que abrange para além da notícia informativa a estrutura do programa, apontado como um radiojornal opinativo, pelos ouvintes, pelos profissionais e pela pesquisa “Os critérios de noticiabilidade nos radiojornais de Bauru”, que quantificou tais dados.

Para os ouvintes do Vivacidade, a estrutura deste noticiário é íntegra em relação à proposta de um jornalismo informativo e objetivo da emissora 96 FM de Bauru. Os participantes do grupo focal consideram a necessidade de comentários e explicações nas principais notícias e observam que demasiada conversa, característica do produto jornalístico em questão, faz referência aos programas de viés humorístico.

Assim como o jornalismo informativo e objetivo, a prestação de serviço é outro elemento característico do radiojornal Vivacidade apontado pelo profissional, reconhecido pelo ouvinte e comprovado pela pesquisa “Os critérios de noticiabilidade nos radiojornais de Bauru”.

No Informason, a editoria marcante do programa reconhecida pelos profissionais, pelos ouvintes e apontada pela pesquisa de 2012/2013 é a de política.

É pertinente notar que os dois grupos focais notaram que os noticiários têm acarretado ênfase à tal editoria e consideram importante o tratamento deste assunto, destarte o ano eleitoral. Entretanto, a maioria dos exemplos descritos pelos ouvintes do Informason e do Vivacidade é referente à temática esportiva.

Retomando algumas considerações efetuadas pelos ouvintes ao final da reunião dos grupos focais, foi sugerido que haja uma voz feminina na locução do radiojornal Informason, seja uma jornalista novata com bastantes argumentos para interagir com os

demais locutores, seja uma maior exploração das profissionais que já atuam no programa de modo restrito, a fim de favorecer a identificação com ouvintes do mesmo gênero.

Notícias e informações da editoria esporte foram considerados repetitivos e enfadonhos pelo grupo focal do Vivacidade. Além disso, foi acordado entre os ouvintes que as notícias veiculadas na primeira hora do programa são repetidas na segunda hora, salvo algumas atualizações de clima e trânsito e o acréscimo de novas informações no espaço em que foi transmitido músicas.

Também foi mencionado que é clara a percepção da leitura da notícia no Vivacidade e se trata de um recorte de um jornal impresso. Portanto, foi preconizado que o jornalismo da 96 FM seja mais e melhor apurado.

É imprescindível a observação de que os ouvintes do Informason ouvem o radiojornal em detrimento à identificação com a linha editorial do programa. Desta forma, desprezam todos os demais conteúdos na grade da programação da emissora 94 FM de Bauru.

Diversamente à postura dos ouvintes do Informason, os ouvintes do Vivacidade afirmaram fidelidade e identificação à toda estrutura e grade de programação da emissora 96 FM. Por isso, têm o hábito de ouvir o radiojornal da 96 FM e não trocam a estação de rádio.

Considerando os modos de ouvir classificados por Moles (1964 *apud* ORTRIWANO, 1985), pode-se avaliar que os ouvintes do Informason, da 94 FM de Bauru, por sintonizarem a emissora apenas no horário em que é transmitido o programa, podem ser classificados com o modo de ouvir de “seleção intencional”, enquanto que os ouvintes do Vivacidade, da 96 FM de Bauru, porque têm o hábito de acompanhar toda a programação desta emissora, seriam incluídos na categorização de “atenção concentrada”, como define Moles.

Através das discussões dos grupos focais foi possível inferir que os ouvintes são capazes de compreender os critérios de noticiabilidade e linhas editoriais adotados pelos programas. Além disso, os participantes demonstraram visão crítica para além da identificação com os elementos dos noticiários.

É equivocado o pressuposto de que os ouvintes dos radiojornais não possam compreender ou assimilar de forma crítica o conteúdo veiculado nos programas e, também, a estrutura desses noticiários.

Embora haja divergência de gênero sexual, idade, nível educacional e classe social, os ouvintes têm percepção crítica e capacidade de julgar, corroborar, discordar, enfim, filtrar a mensagem e contornar a persuasão do meio de comunicação de massa radiofônico.

No caso do radiojornal Informason, da 94 FM de Bauru, pode-se observar que a linha editorial do programa não condiz com a linha editorial da emissora, comprovada através da discussão dos ouvintes, no grupo focal, a respeito da identificação com o noticiário e a aversão ao restante da grade de programação.

De forma adversa, por meio da reunião do grupo focal do Vivacidade, nota-se a identificação dos ouvintes deste radiojornal com a emissora 96 FM de Bauru em toda a sua grade de programação e não com o noticiário em si – ainda que possam apontar incoerências nas editorias e estrutura do noticiário.

Entretanto, os critérios de noticiabilidade adotados por ambos radiojornais condizem com a proposta de um informativo de rádio local, que é informar o ouvinte sobre aquilo que lhe interessa ou afeta.

Em razão da pertinência das notícias transmitidas nos programas, os radiojornais mantêm essa relação de identificação e fidelização com seus respectivos ouvintes.

Para a audiência, coerência editorial, seja por meio de critérios de noticiabilidade que lhe são importantes, seja, sobretudo, pela afinidade com o formato do programa ou pela linha editorial pertinente ao seu perfil de consumidor de notícia e entretenimento, é o que determina a escolha por este ou aquele radiojornal.

Essa decisão reforça o caráter democrático do meio rádio, uma vez que, como coloca Robert McLeish (2001), a democracia somente é preexistente quando a sociedade é capaz de tomar suas próprias decisões morais, políticas e sociais, processo este que o bom serviço de noticiário radiofônico favorece.

As participações dos ouvintes voluntários nesta pesquisa indicam isso. Aliás, tais considerações não seriam possíveis sem a colaboração e argumentação crítica desses participantes dos grupos focais, a quem esta pesquisadora agradece.

Referências

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

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, SP:Atlas, 2009.

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

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

KASEKER, Mônica Panis. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações;** Curitiba: Champagnat, 2012.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de massa: análise de conteúdo.** Rio de Janeiro, RJ: Eldorado, 1973.

KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio?: novos horizontes midiáticos.** Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história.** Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica.** São Paulo, SP: Summus, 2001.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil.** Rio de Janeiro, RJ: Rio Fundo Ed, 1991.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** São Paulo, SP: Summus, 1985.

PAULA, Amadeu Nogueira de. KENNEDY, Roseann. **Jornalismo e publicidade no rádio: como fazer.** São Paulo: Contexto, 2013.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo.** 2 ed. São Paulo, SP: Contexto, 2010.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica.** São Paulo: Summus, 1989.

RADIO 94 FM. **94 FM,** [2013?]. Apresenta informações sobre a história e a programação da emissora. Disponível em: [<http://www.94fm.com.br/>]. Acesso em 12 jun. 2013.

RADIO 96 FM. **96 FM,** [2013?]. Apresenta informações sobre a história e a programação da emissora. Disponível em: < <http://www.96fmbauru.com.br/> >. Acesso em: 10 jun. 2013.

SILVA, Marco. **Que é interatividade?** 1998. Boletim Técnico do SENAC, v.24, n°2, mai./ago., Rio de Janeiro – RJ.

TAMBARA, Amanda Carolina. **Os critérios de noticiabilidade nos radiojornais de Bauru**. 2013. Monografia de Iniciação Científica (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: da galena ao digital, desvendando a radiofusão no Brasil e no mundo. São Paulo, SP: Harbra, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. 2 ed. Florianópolis, SC: Insular, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4 ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.