



## “Central da Eleição – a Corrida Eleitoral ao seu alcance”<sup>1</sup>

Chayenne Elis CARDOSO<sup>2</sup>  
Maurício Emanuel CATTANI<sup>3</sup>  
Fernanda PUHL<sup>4</sup>

Rodolfo SGORLA DA SILVA<sup>5</sup>  
Aila WAYHS FERRARI<sup>6</sup>

Karen Crisitina KRAEMER ABREU<sup>7</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria- UFSM/CESNORS

### RESUMO

O informativo especial “Central da Eleição” visou o objetivo principal de levar até os ouvintes as principais notícias referentes à Corrida Eleitoral Brasileira 2010, de uma forma dinâmica e diferenciada. Utilizando-se de uma linguagem coloquial, formatos jornalísticos variados, quadros e opinião (comentários), o programa buscou a identificação com o público, instigando a reflexão sobre a situação política do momento. Baseado nessas características o informativo assumiu caráter de radiojornal.

**PALAVRAS-CHAVE:** Eleição; informativo especial; radiojornal; candidatos.

### 1 INTRODUÇÃO

*Central da Eleição - a corrida eleitoral ao seu alcance* é um programa radiofônico que assume características e formato de radiojornal, em uma única edição, produzido por acadêmicos da disciplina de Laboratório de Radiojornalismo II, da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM/Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul – CESNORS. Pelo caráter sazonal e por tratar especificamente a política – direcionado as eleições 2010 – o programa é considerado um informativo especial.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade radiojornal (avulso).

<sup>2</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: chayzita@hotmail.com.

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: mauricioecattani@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: fernanda\_puhl@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: rodolfosgasilva@gmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: ailingha.ferrari@hotmail.com.

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: Karen.kraemer@hotmail.com.



Devido ao ano de 2010 ter sido um ano eleitoral no Brasil, escolhemos como tema para o informativo especial, as eleições. Foram considerados como público alvo todos os eleitores, a partir de 16 anos, habitantes do estado do Rio Grande do Sul, por isso, além de tratar do cenário político nacional, demos ênfase também a informações a respeito dos candidatos a governador do estado. Desta forma o intuito foi de levar aos ouvintes assuntos de maneira dinâmica que informassem e conscientizassem os eleitores da responsabilidade e importância de votar.

O programa foi gravado para ir ao ar a partir das oito horas e dez minutos até oito horas e trinta minutos da manhã, com tempo de duração pré-destinado/fixo. O enfoque principal do programa está na prestação de serviços, com informações que auxiliam os ouvintes antes, durante e depois das eleições.

A fim de dinamizar o informativo buscamos ouvir a população entendendo porque ela vota, esclarecendo possíveis dúvidas dos ouvintes. Foi feita um reportagem que contou com entrevistas dos candidatos a governador do estado gaúcho, presentes na ExpoFred 2010<sup>8</sup>.

Este programa, apresentado no dia 16 de Setembro de 2010, procurou envolver o ouvinte a querer se informar sobre as eleições e refletir sobre suas escolhas antes e após apertar o botão “Confirma” na urna eletrônica.

## **2 OBJETIVOS**

O presente informativo especial intitulado “Central da eleição” surgiu com o principal objetivo de levar aos ouvintes as informações fundamentais referentes à Corrida Eleitoral 2010. Conforme Parada (ano p. 24) é necessário “somar o que a audiência precisa saber com o que quer saber”. Sendo assim, por meio deste programa buscamos, de uma forma dinâmica, fazer com que o público se informe e reflita sobre a atual situação política do país, reunindo o que ele necessita e deseja saber.

Também procuramos, com o intuito de apresentar de forma diferenciada as notícias, atingir os seguintes objetivos específicos:

---

<sup>8</sup> Exposição da cidade de Frederico Westphalen, Noroeste no Rio Grande do Sul. Caráter de Feira comercial e agrícola.



- a) diminuir a distância entre âncoras e ouvintes, estabelecendo um menor nível de formalidade por meio de um texto “conversado”;
- b) trazer a opinião dos cidadãos relacionada ao contexto político;
- c) com a utilização da “unidade móvel”, aproximar a notícia com a sua origem e com profissionais relacionados à área, “quebrando os limites do estúdio” e indo as ruas;
- d) alertar a população a respeito do que está ou não amparado por lei no período de campanha e escolha dos candidatos;
- e) colocar em evidência a que altura se encontram os números da corrida eleitoral;
- f) destacar a agenda dos candidatos, com informações dos locais em que se encontram no período da campanha;
- g) deixar claro aos ouvintes que o programa tem uma opinião, explicitada através de comentários;

Desta forma, com o cumprimento de todos os objetivos acima propostos, cremos que será atingindo o público alvo definido.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A proposta para a criação do informativo especial surgiu a partir de uma idéia lançada em sala de aula pela professora Karen Cristina Kraemer Abreu, que ministrava a disciplina de Laboratório de Radiojornalismo II no segundo semestre letivo de 2010. Com exceção do tempo, os demais critérios, como tema, perfil e características foram de escolha do grupo.

Pelo fato de que a sugestão do trabalho coincidiu com o Período Eleitoral 2010, aproveitamos o enfoque dado no momento pelos demais meios de comunicação e optamos pelo tema “Eleição”. Desta forma pudemos também adquirir conhecimento sobre a forma de tratamento de notícias deste porte, que são propícias a gerar polêmica e que assumem um caráter nacional e até internacional.

A escolha de dois âncoras e de repórteres de ambos os sexos se explica pela necessidade de identificação com o público masculino e feminino, estabelecendo assim uma relação de proximidade com os ouvintes/eleitores. Também, a utilização de diversos



formatos jornalísticos foi feita para que se pudesse atingir grande parte dos objetivos, no que se refere à dinamicidade do programa, quebrando o tabu da pré-noção de que o tema “política” é pouco atrativo.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

Após a apresentação da proposta de trabalho partimos para a escolha da editoria à qual seria dedicado o programa. Levando em conta o fator relevância e o fato de que estávamos no segundo semestre de 2010, optamos pela editoria de Política, em especial, as Eleições 2010.

Depois do desígnio da editoria, foram escolhidas as pautas que comporiam o informativo especial. Após o levantamento das mesmas, definimos como seriam abordadas no programa, utilizando os seguintes gêneros: matéria, reportagem, nota, comentário e quadros especiais.

Definida a abordagem dedicada a cada pauta, o processo seguinte foi a pesquisa e a apuração, com a saída às ruas para realização de entrevistas. Depois, todo o material foi editado, de acordo com o fato de que “a difusão da informação no rádio pode ocorrer sob diferentes formas, sendo a mensagem estruturada em função da oportunidade, conteúdo e tempo empregado na emissão” (ORTRIWANO, 1985, p. 91-92).

De maneira a gerar uma identificação para o ouvinte, as diferentes vinhetas do programa não possuem a mesma melodia, mas se identificam pelo tom de seriedade. O tradicional som que a urna eletrônica veicula quando o eleitor termina de votar foi utilizado na escalada, soando ao final de cada manchete, de modo a reafirmar para o ouvinte a temática do programa: as Eleições.

A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas. Cada um desses elementos contribuem, com características próprias, para o todo da mensagem. Os três últimos trabalham em grande parte o inconsciente do ouvinte, enquanto discurso oral visa ao consciente. A trilha sonora pode acentuar ou reduzir determinados aspectos dramáticos contidos na voz do comunicador, ressaltados, por vezes, pelo silêncio. (FERRARETO, 2002, p.26)



Com o intuito de dinamizar o informativo, uma das matérias foi transformada em entrada ao vivo de repórter, com entrevista direto do local de trabalho da fonte. Para marcar que era uma entrada ao vivo, há uma vinheta sinalizando que a unidade móvel estava “chamando” e um dos âncoras reafirma que a intervenção era ao vivo.

O rádio tem como único sentido de exposição de idéias o som, o que fez com que tivéssemos optado pela escolha de um texto claro, objetivo, com linguagem coloquial e convincente a fim de facilitar a conversa com o público. Motivo também da escolha de dois âncoras e do texto manchettato, quebrando com a monotonia que poderia ser causada se usada uma só voz.

Ao final do programa, as manchetes são novamente locucionadas para recapitular ao ouvinte o que foi veiculado naquela edição do programa. A ficha técnica destaca o papel de cada um na realização do trabalho.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A “Central da Eleição” se encaixa na categoria de transmissão informativa que Ortriwano (1985) aponta como informativo especial, pois abrange fatos de um tema específico em que apenas interessam as notícias referente àquele setor. Neste caso o programa pode ter existência predeterminada, apresentando características de boletim ou radiojornal. Ou seja, a “Central da Eleição” traz o assunto “Eleições 2010” que tem um período determinado, tendo duração fixa de vinte minutos.

Adotamos o modelo de radiojornal pelo fato de contemplar gêneros como: informativo, interpretativo, opinativo e vários formatos jornalísticos, como conceitua Luiz Artur Ferrareto:

Radiojornal corresponde a uma versão radiofônica dos periódicos impressos, reunindo várias formas jornalísticas (boletins, comentários, editoriais, seções fixas – meteorologia, trânsito, mercado financeiro...- e mesmo entrevistas. FERRARETO (2002, p.55).

Justamente por ser amplo, esse modelo possibilita uma gama de diferentes maneiras de tratamento da informação, sendo uma estrutura ideal para o formato proposto para a “Central da Eleição”, que é dividido em três blocos com duração de seis minutos cada um.



No decorrer do programa o público tem a possibilidade de ouvir o comentário dos âncoras referente a um fato relevante. Além de acompanhar matérias e reportagem, conta ainda com quadros específicos como: “Agenda dos candidatos a governador”, “Giro dos candidatos pelo estado”, “O que pode, e o que não pode no dia das eleições” e “Unidade móvel”, que visa a aproximação com o público, trazendo à tona uma das características principais do rádio: a prestação de serviço, que Barbeiro e Lima (2003) destacam como: “uma das razões da existência das emissoras de rádio dedicadas ao jornalismo”.

Outro ponto é a linguagem empregada na redação das notícias. Adotamos as normas encontradas nos manuais de radiojornalismo, dando ênfase a textos manchetedos, por meio de uma linguagem padrão, com o intuito de dinamizar o programa e tornar mais leve e atrativo seu entendimento.

## **6 CONCLUSÃO**

Ao realizar o informativo especial concluímos que a teoria aliada à experiência prática proporcionou a realização de um produto calcado em padrões jornalísticos. A idéia de produzir um informativo especial fez com que buscássemos uma abordagem diferenciada para tratar o tema “Eleições 2010”, no intuito de deixar o assunto mais atrativo.

Acreditamos que com o cumprimento dos objetivos propostos conseguimos destacar a identidade pretendida. Além de que no contexto atual do rádio se configura como uma característica marcante a prestação de serviços, sendo que a Central da Eleição se utilizou de quadros como: “unidade móvel”, “o que pode e o que não pode no dia das eleições” e “agenda dos candidatos” para auxiliar o ouvinte/eleitor.

Desta forma sentimos, mesmo se tratando de uma única edição, que a produção deste programa nos trouxe a experiência da rotina diária do radiojornalismo, enfrentando e superando as dificuldades no que se refere à comunicação com fontes, produção e apuração.

Pelo fato de termos que pesquisar a respeito do assunto, dando uma contextualização da atual situação política no período, foi possível adquirir conhecimento e visão crítica sobre o tema. Assim entendemos como válida e produtiva a proposta, a produção e a divulgação do trabalho, pois só veio a “somar” com nossa vida acadêmica.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO, André. “**Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio”. 2ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BARBEIRO, H e LIMA, P. R. **Manual De Radiojornalismo**: Produção, Ética e Internet. 2 ed. São Paulo: Campus, 2003.

FERRARETTO, L. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2002.

ORTRIWANO, G. S. **A Informação No Rádio**: Os Grupos De Poder E Determinação Dos Conteúdos 4 ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.