

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Clarissa Battistella Cervieri

JORNALISMO POLICIAL:  
UMA ANÁLISE DO CONTEÚDO NOTICIOSO DOS  
BOLETINS POLICIAIS DAS RÁDIOS UIRAPURU E  
PLANALTO

Passo Fundo

2013

Clarissa Battistella Cervieri

**JORNALISMO POLICIAL:  
UMA ANÁLISE DO CONTEÚDO NOTICIOSO DOS  
BOLETINS POLICIAIS DAS RÁDIOS UIRAPURU E  
PLANALTO**

Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo, como requisito final para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da prof. Maria Joana Chaise.

Passo Fundo

2013

## **AGRADECIMENTOS**

Àqueles que acreditaram e me incentivaram a buscar a felicidade na profissão. Aos que apostaram e continuam apostando no meu futuro como jornalista, mesmo com as dificuldades e ponderações. Às rádios Uirapuru e Planalto que possibilitaram a realização desta pesquisa, cedendo os áudios, e aos profissionais de cada emissora que se dispuseram a extraí-los. Aos meus colegas de trabalho, que se transformaram em guias nesta busca pela aprendizagem. E, em especial, à orientadora deste trabalho, Prof. Maria Joana Chaise, pela dedicação e profissionalismo em responder as inúmeras dúvidas que surgiram no meio do caminho e pela paciência e palavras de consolo quando a desesperança se fez presente.

## **EPÍGRAFE**

*A sorte fortalece os corajosos. (Guillermo del Toro)*

## **RESUMO**

O trabalho se propôs a analisar a cobertura jornalística policial realizada em rádio, refletindo sobre esta prática. A pesquisa resgatou a gênese desta editoria e os conceitos de rádio, identificando os critérios que as emissoras Uirapuru e Planalto utilizam para selecionar e divulgar as matérias. Este estudo partiu de uma revisão de literatura onde buscou, através de determinados autores, compreender o jornalismo, propriamente, detectar valores-notícia para, posteriormente, numerá-los. Ainda, a pesquisa detectou nas transmissões diárias desta editoria, o sensacionalismo. A análise do imediatismo para com o fato e o tratamento da locução, também foram realizadas.

Palavras – chave: Jornalismo; Valores-notícia, Características do rádio; Editoria Policial; Sensacionalismo.

## **LISTA DE TABELAS**

<b>Tabela 1 - Total de boletins e inserções ao vivo da Planalto .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabela 2 - Total de boletins e inserções ao vivo da Planalto .....</b>	<b>43</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 - Duração média dos boletins policiais.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 2 - Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Planalto .....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 3 - Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Uirapuru .....</b>	<b>51</b>

## **LISTA DE ANEXOS**

<b>Anexo único – Áudios analisados (Uirapuru e Planalto) .....</b>	<b>61</b>
--	-----------

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>1. JORNALISMO</b> .....	<b>12</b>
1.1 Critérios de Noticiabilidade .....	16
1.2 Valores-Notícia .....	17
<b>2. CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO</b> .....	<b>22</b>
2.1 Linguagem jornalística para o rádio .....	26
<b>3. A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO JORNALISMO POLICIAL</b> .....	<b>31</b>
3.1 A Notícia Espetáculo .....	34
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>37</b>
4.1 Jornalismo policial nas emissoras Planalto e Uirapuru .....	37
4.1.1 A escolha dos áudios .....	39
4.1.2. Análise .....	40
<b>5. ANÁLISE: VALORES-NOTÍCIA E CARACTERÍSTICAS RADIOFÔNICAS</b> .....	<b>41</b>
5.1 Tempo de duração e Imediatismo .....	41
5.2 Valores-Notícia .....	43
5.3 Locução: ênfases, pausas e repetição.....	53
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>58</b>

## INTRODUÇÃO

O jornalismo policial, historicamente, foi uma das editorias menos valorizadas nos meios de comunicação; costumava ser delegada a profissionais menos experientes, por não se tratar de um “assunto sério”, como os demais. Todavia, nas últimas décadas, principalmente a partir dos anos 1980, o fenômeno de criminalidade urbana se multiplicou, trazendo ao meio a complexidade em trabalhar com informações consideradas de forte impacto para a sociedade.

As prisões referentes a crimes de interferência ao cotidiano do ser humano; os acidentes, que dificultam o trânsito ou dizem respeito a determinado grupo ou família; os abusos sexuais, os homicídios e afins, passaram a despertar a curiosidade, o interesse, a indisposição e, até mesmo, a satisfação da população conforme o trabalho desempenhado pela segurança pública. Junto ao anseio por informações deste gênero, surge a audiência, em especial na programação das emissoras de rádio, que quer descrição e informação popularizada.

Como o rádio é um veículo de comunicação instantâneo, pois é possível realizar a transmissão simultaneamente ao fato, e transitório, pois tem como intenção o consumo imediato, as informações acabam sempre sendo divulgadas em primeira mão. Desta forma, este meio, baseado na difusão de informações sonoras e considerado, entre os meios de comunicação de massa, o mais acessível em relação ao público leigo e de classe social mais baixa, encontrou na editoria policial uma forma de obter maior audiência, a partir da curiosidade que a população tem em relação a esses assuntos. E, devido ao público, que se prende ao tom de gravidade, somado a instantaneidade da notícia e a deficiência de imagens, a emissora e o repórter, podem acabar esquecendo o que é jornalismo, propriamente, e abastecer o conteúdo divulgado com sensacionalismo, baseando-se na velha máxima de que “o povo quer sangue”.

A pesquisa, portanto, propõe-se a analisar a cobertura jornalística policial das emissoras de rádio Uirapuru e Planalto de Passo Fundo, durante os boletins policiais com horários específicos na programação e os boletins que ocorrem por ocasião de fatos inesperados diários, no tempo de seis dias, identificando quais critérios essas emissoras utilizam para selecionar as matérias que devem manter a audiência desta editoria. Desta forma, o trabalho busca analisar se existe jornalismo – e todos os princípios que tornam o acontecimento uma notícia de valor para a sociedade. Ainda, procura identificar os valores-notícia utilizados, além de averiguar o imediatismo que a rádio estabelece e encontrar o uso do sensacionalismo no conteúdo linguístico, procurando, também, compreender quais elementos de locução são eleitos para a divulgação dos fatos.

Para este fim, os seis dias de áudios gravados foram escolhidos aleatoriamente e de maneira intercalada, em um tempo de três semanas. Para atestar o imediatismo da editoria policial, em cada uma das emissoras selecionadas, as entradas – já programadas e ao vivo – e o tempo de duração de cada áudio, foram contabilizados, tornando possível a comparação entre o trabalho realizado nas duas emissoras. Já, para identificar os valores-notícia utilizados em cada boletim e compreender o uso da ênfase vocal, pausas e repetições, foi necessário ouvir as matérias, tabelando os valores-notícia e exemplificando as características encontradas durante a locução.

O trabalho se desenvolve, portanto, em cinco capítulos. O primeiro contextualiza o jornalismo, os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, a partir de autores como Cremilda Medina (1998), Mauro Wolf (2009), Nilson Lage (1998 e 2004), Nelson Traquina (2001) e Michael Kunczik (2001). No segundo capítulo dialogou-se sobre o rádio e suas características, além da linguagem radiofônica. Para esta explanação, foi utilizada bibliografia de Robert McLeisc (2001), Luiz Artur Ferraretto (2001), André Barbosa Filho (2003) e outros. Em um terceiro capítulo se contextualizou sobre jornalismo policial, sensacionalismo e notícia espetáculo, baseando-se em conceitos de Silvia Ramos e Anabela Paiva (2007), Ana Rosa Ferreira Dias (1996), Belarmino Cesar Guimarães Da Costa (2002) e Danilo Angrimani (1995). No capítulo seguinte, descreve-se a metodologia utilizada para a realização desta pesquisa e, por fim, se apresenta os resultados deste trabalho.

## 1. JORNALISMO

Um dos conceitos escolhidos para a realização deste trabalho é “jornalismo”, caracterizado no dicionário como uma atividade informativa, que acontece periodicamente e é difundida por meios de comunicação de massa, como rádio, televisão, impresso e online. Esta concepção que, na atualidade, segue uma linha moderna, tem sua origem há muito tempo atrás.

Lage (2004) sintetiza o jornalismo, tal como o conhecemos, como resultado da mescla entre a vontade e o caráter essencial presente no ser humano de se autoconhecer junto aos avanços tecnológicos e o desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Foi dessa forma, ainda conforme o autor, que a informação e o conhecimento estimularam, juntos, o aparecimento das primeiras publicações periódicas.

Os primeiros jornais, nascidos em centros comerciais em virtude da atividade industrial crescente na época, estão datados no século XVII. Conforme Lage (2004), as publicações, inicialmente, defendiam e difundiam ideias burguesas e orientações políticas sobre diferentes assuntos – desde a chegada de navios como a própria guerra. Seguindo nesta linha de raciocínio, pode se perceber que, na origem dessa atividade, o trabalho jornalístico era simplesmente reproduzir mensagens sem levar em consideração a percepção do sujeito responsável pela função, o jornalista.

Já Medina (1998) acredita que o jornalismo atual é fruto da sociedade urbana industrializada, que ultrapassadas as limitações de tempo – onde o conhecimento do posterior existia, apenas, das informações transmitidas oralmente por antepassados –, e espaço – quando o sujeito estava limitado a vivenciar experiências, apenas, na comunidade em que vivia, dentro de um espaço geográfico determinado –, se apoderou dos recursos tecnológicos, esses, que tornaram possível a veiculação de informação jornalística (MEDINA, 1998, p. 16).

Para a autora, o jornalismo faz parte de uma cadeia onde a informação é o produto da comunicação de massa, que, por sua vez, é produto de uma indústria cultural, que surgiu como fenômeno desta sociedade. A própria teorização sobre a informação jornalística, produto que torna o jornalismo ofício e objeto de estudo, ainda de acordo com Medina (1998), ocorre em perseguição à prática da área, ligada às preocupações de liberdade de informação.

Traquina (2001), explica que o jornalismo como profissão se desenvolveu, apenas, no século XIX, seguindo complexos processos de industrialização, urbanização, escolarização e avanços tecnológicos. Para o autor, apesar de a história do jornalismo ser um processo de profissionalização lento e difícil, a luta traz resultados, já que “houve conquistas importantes, como o reconhecimento do sigilo

profissional que situa a relação entre o jornalista e a fonte num nível tão privilegiado como a relação entre o médico e o paciente”, (TRAQUINA, 2001, p.27).

O autor ainda acrescenta que além de obter uma vitória na relação entre jornalista e fonte, “foi crucial a formação de ideologias justificativas” (ELLIOTT, 1978:198, citado por TRAQUINA, 2001, p. 28), tais como

a noção de imprensa livre, o jornalismo como *Quarto Poder*, que definiram um *ethos* próprio para os jornalistas, nomeadamente o de um comunicador desinteressado que não só serve à opinião pública e constitui uma arma imprescindível em democracia contra a tirania insensível ou quaisquer eventuais abusos de poder, mas também que se sente comprometido com a verdade, (TRAQUINA, 2001, p. 28).

Traquina cita Elliott (1978), ao escrever que “... (A) verdade era a única responsabilidade da profissão do jornalismo, um objetivo e uma confiança comparáveis à responsabilidade da profissão médica pela saúde ou a responsabilidade da profissão legal pela justiça”, (ELLIOTT, 1978, citado por TRAQUINA, 2001, p. 28). Com a atualidade, esta verdade deixou de ser a única responsabilidade do jornalismo e passou a fazer parte de um conjunto de normas, como a objetividade – que se baseia em fatos e não em sentimentos; a independência – que dá liberdade a informar o que tem valor como informação, independente de consentimento governamental ou demais; e o imediatismo – trabalhado sem intervalo de tempo, que, somados, formam o jornalismo.

O autor cita Ungaro (1992) e escreve que “a objetividade, ou o que se aceita como seu oposto, a parcialidade” (TRAQUINA, 2001, p.59), são conceitos já associados ao jornalismo. Essas concepções fazem do jornalismo um serviço do público, como forma de proteger a população dos abusos de poderes. São esses conceitos, já empregados ao ofício, que agrega à profissão, o mérito de guardiões, ou como diz Ungaro, “cães de guarda”.

Pena (2005), diz que o conceito de jornalismo pode ser entendido se levarmos em consideração a vontade humana de ter o conhecimento sobre o máximo de informação possível, a fim de sentir-se como parte integrante do acontecimento. “Tentamos ter o dom da ubiquidade através da alteridade, pois a ilusão da onipresença é construída pelas informações produzidas pelo outro”, (PENA, 2005, p.22). Para ele, a prática desse ofício oferece ao próximo o que ele deseja: a descrição minuciosa de diferentes lugares e situações, de forma que, o ouvinte, o leitor ou o telespectador, consiga se situar e “participar” do momento. Mas, ainda segundo Pena, é preciso ter claro que o jornalismo não é reflexo da realidade.

O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade. Dessa forma, é no trabalho da enumeração que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. (PENA, 2005, p.128)

Traquina (2001), anteriormente a Pena (2005), também discorre sobre a notícia como construção, rejeitando a teoria do espelho, dizendo que, “é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os mídias noticiosos, que devem refletir essa realidade porque as notícias ajudam a construir a própria realidade” (TRAQUINA, 2001, p. 60). O autor ainda acrescenta, que a linguagem como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, não é possível, já que a linguagem natural é impossível. Ele também leva em conta que os próprios mídias estruturam a notícia conforme a sua opinião e de acordo com aspetos organizativos do ofício.

O jornalismo é, conforme os autores, uma ferramenta de construção da realidade, que concede ao ser humano, enquanto receptor, informações hábeis para tal fim. Dá mesma forma que o ser humano, enquanto receptor, deseja arrecadar essas notícias, o jornalismo, enquanto ofício nasce da pulsão de falar ao mundo. Conforme França (1998), a profissão surge da atração pela diferença, pela novidade, pelo distante, ou seja, da importância em expressar-se. Dessa forma, existe um complemento entre emissor, o ser que é atraído por explorar o desconhecido, a mensagem – a informação transmitida a partir da averiguação do explorador – e o receptor, o que deseja estar em muitos lugares, sem sair da sua zona de conforto.

Ainda de acordo com França, o jornalismo atinge o caráter cidadão e social, pois faz parte do “dizer social”, diferente do “dizer cotidiano”, de senso comum. Para ela, o jornalismo, propriamente, se institucionaliza como especialidade. Nesse contexto, o conteúdo jornalístico torna-se uma ação comunicativa, social, mas também individual. França afirma que

o jornalismo constitui uma maneira específica de dizer; cria uma dinâmica singular de circulação de informações na sociedade e molda as características de seu produto, a informação. No jornalismo, os interlocutores, aqueles que dizem, aqueles que recebem, reorientam seus papéis e se inscrevem numa rede complexa de relações em torno de um “terceiro” (o real, o outro). (FRANÇA, 1998, p. 29).

Seguindo nesta linha, compreende-se que o jornalismo não é uma instância separada da vida social, apesar de ser, também, individual. Faz parte da sociedade e é feito para a sociedade. Ainda, de

acordo com a autora, “a informação jornalística, por sua vez, adquire nuances próprias e algumas características, como a objetividade, a singularidade e a atualidade que tornam-se seus traços distintivos” (FRANÇA, 1998, p.29).

Partindo deste pensamento pode-se compreender que o jornalismo é uma prática que se abastece do que é pouco usual, raro ou especial, desde que esse fato inusitado esteja acontecendo ou tenha acontecido recentemente. Entende-se, também, que, apesar de se guarnecer do que pode causar surpresa ou espanto, o jornalismo expõe o acontecimento tal como ele é, desprovido de sentimentos e isento de parcialidade.

Segundo Kunczik (2001), o jornalismo pode variar conforme o veículo de comunicação e suas normas e com o próprio repórter, ao sentir-se igualmente comprometido com a reportagem objetiva e neutra e com uma obrigação social. O autor ainda salienta que não só o jornalismo, mas, também, o profissional da área pode mudar a cultura jornalística de acordo com o veículo em que está inserido. Conforme Kunczik,

Na autoimagem dos jornalistas, o termo profissional tem três sentidos: primeiro o oposto de aficionado, segundo a qualificação por meio da capacitação especial e terceiro um código de conduta que dá prioridade aos interesses da clientela receptora. Além disso, pode-se identificar dois tipos de normas jornalísticas profissionais: as normas técnicas (obtenção rápida de notícias, habilidade para redação, etc) e as normas éticas (obrigação para com os receptores, valores como a responsabilidade, a imparcialidade, o cuidado, a justiça, a objetividade, etc). (KUNCZIK, 2001, p.37)

Traquina está em acordo com Kunczik e lembra sobre um aspecto fundamental dessa cultura profissional, que é a “partilha de valores quanto à importância ou interesse que uma ocorrência ou questão poderá ter”. Para o ele, “antropologicamente falando, a comunidade jornalística é uma tribo, e as características e ideologias dessa tribo são fator crucial na elaboração do produto jornalístico”. (TRAQUINA, 2001, p 28.).

Ponderando sobre o enunciado, pode concluir-se que a atividade, embora regada por normas e valores pontuais, carrega particularidades de quem produz, como também, da empresa que dá o suporte para tal produção. Da mesma forma que essas características influenciam durante a produção, elas atuam, também, na escolha do acontecimento – mesmo que circundado por critérios – que será trabalhado e, conseqüentemente, publicado, para contribuir, enfim, na construção social da realidade.

## 1.1 Critérios de noticiabilidade

Para entender o processo de produção do jornalismo, na sua tarefa cotidiana de promover a construção social da realidade, é necessário compreender como as notícias são selecionadas para publicação, em detrimento de tantos outros acontecimentos que não ganham espaço na imprensa.

Wolf (2009) escreve que os meios de comunicação têm, entre seus objetivos, um a seguir declaradamente: escolher entre inúmeros acontecimentos o que é significativo e interessante. Essa preocupação, aplicada, fundamentalmente, no jornalismo moderno é a maneira encontrada pelos órgãos comunicativos para definir quais informações serão veiculadas de forma a render uma boa história, outras matérias e, principalmente, despertar interesse do público.

Essas informações, que são lançadas interruptamente aos veículos, passam a ser analisadas, de forma que cada órgão seleciona o que é de maior interesse do público, a partir de valores e critérios. Wolf (2009), cita um trecho de Tuchman (1977), que diz:

O mundo da vida quotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos [...]. São esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar. A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo o tipo se subtraem ao registro. (TUCHMAN, 1977 citado por WOLF, 2009, p.188)

A noticiabilidade, segundo Wolf (2009), “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícia” (WOLF, 2009, p. 190). Sendo assim, a noticiabilidade pode ser compreendida como um processo rotineiro do veículo, que “instala” às práticas produtivas diárias, certa estabilidade, para escolher o que é notícia entre os fatos variados e inimagináveis.

Para Erbolato (1991) “a primeira tarefa do jornalista, é saber o que publicar” (ERBOLATO, 1991, p.19), ou seja, os critérios de noticiabilidade são definidos, também, a partir do ponto de vista do profissional. Wolf, além de também acreditar que cabe ao profissionalismo do jornalista definir o que é importante, fala que “a noticibialidade é constituída por um conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação” (WOLF, 2009, p. 190).

Mouillaud (2002), traz o título de um artigo de Robert Darnton, como forma de análise sobre o critério de passagem do acontecimento à notícia: “Jornalismo: Toda Notícia que Couber a Gente Publica”. Para Mouillaud, “o sentido caber”, mostra que o acontecimento deve ser compatível à estrutura editorial do veículo. “Acrescentamos a aprovação do anunciante e a apreciação do leitor para completar o círculo que ajuda a definir a noticiabilidade e, assim, a natureza da imprensa” (MOUILLAUD, 2002, p. 274).

É essencial considerar, portanto, que o acontecimento se tornará notícia somente quando a informação for relevante a ponto de “conquistar” o público, desde que não entre em confronto com os meios de sustentação econômico do veículo. Em complementação ao autor recém tratado, Wolf diz que “a noticiabilidade de um acontecimento está habitualmente sujeita ao desacordo, mas depende sempre dos interesses das necessidades do órgão informativo dos jornalistas” (ALTHEIDE, 1976 citado por WOLF, 2009, p.193). Logo, a noticiabilidade é definida como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias”, (WOLF, 2009, p.195).

Tendo claro o que é noticiabilidade, quais são os seus critérios e quem os determina, é preciso considerar o objeto a ser transformado no produto jornalístico – a notícia. Esse objeto – acontecimento – pelo qual os veículos ponderam sobre a sua importância e relevância, para então trabalhar nele, também é fundamentado por um conjunto de normas, que são aplicadas desde o início, quando se pensa nele enquanto notícia, no desenvolvimento, enquanto toma rumo e, inclusive, quando já se tem o produto final e se avalia se está em acordo com o planejado e com os critérios que lhe antecedem. Para compreender como ocorre a seleção desses acontecimentos e por que alguns são priorizados e outros não, é necessário alcançar outro conceito, os valores/notícia.

## **1.2 Valores/Notícia**

Os valores/notícia podem ser definidos como parte integrante da noticiabilidade. Sem esses valores não é possível definir qual acontecimento é mais importante, significativo e de maior relevância para se tornar notícia publicável. Para Traquina (2001), muitos são os aspectos que tornam um acontecimento noticiável e de maior relevância. O acontecimento, propriamente, enquanto problemática para a sociedade, é considerado por Tuchman (citado por TRAQUINA, 2001), notícia. Ou seja, quando o fato atinge o cotidiano e traz para a sociedade implicações, sem sombra de dúvidas, é noticiável.

Traquina exemplifica com o caso AIDS, um problema mundial e de interesse geral. “As notícias sobre a AIDS são claramente orientadas para o acontecimento. A AIDS é notícia quando surgem acontecimentos específicos ligados a esta problemática” (TRAQUINA, 2001, p.135).

O acontecimento, ainda segundo o autor, aparece mais do que o próprio problema, já que “o jornalismo está virado para a cobertura de acontecimentos” (TRAQUINA, 2001, p.137). Válido destacar que, para o autor, a própria cobertura só ocorre quando o fato é notório. Para além da notoriedade, a repercussão do fato depende de outro valor/notícia: a novidade. Enquanto houver novidade, existe curiosidade. Logo, vale notícia.

Já Wolf (2009), expõe que os critérios usados na seleção dos acontecimentos para transformar em notícia acontecem de maneira conjunta entre relações e combinações que se estabelecem nos diferentes valores/notícia, a fim de recomendar a seleção de um fato. Segundo o autor, os critérios de relevância dos valores/notícia estão espalhados ao longo de todo processo de produção, desde a escolha até a conclusão.

Os valores/notícia utilizam-se de duas maneiras. São critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até a redação. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guias para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores/notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais. (GOLDING – ELLIOTT, 1979, citado por WOLF, 2009, 114.).

Para Traquina, os valores/notícia também podem ser encontrados na proximidade. “Num dos primeiros exames teóricos dos valores-notícia no jornalismo, Galtung e Ruge (1965) sublinharam a importância da proximidade geográfica e cultural”, (TRAQUINA, 2001, p.151). Pacheco (2005) concorda com Traquina quando fala que o valor da notícia pode ser encontrado na proximidade. Para ele, os meios de comunicação procuram localizar as notícias com intuito de aproximá-las do receptor. “A notícia precisa falar de algo que seja do interesse do ouvinte. Temas relevantes, em geral, são aqueles próximos” (PARADA, 2000, citado por PACHECO, 2005).

Pensando como os autores, compreende-se que, o fato que acontece na cidade onde o ouvinte mora, ou nas proximidades, chama maior atenção. Os fatos até podem ocorrer em lugares distantes, mas terão maior importância se estiverem ligados ou envolverem pessoas conhecidas, da mesma região, de maior proximidade. Mais do que a proximidade, a controvérsia é dita por Traquina (2001), como um

“valor-notícia-chave”, que incita a exploração dos fatos. Não só no exemplo – AIDS –, usado em seu livro, mas em outros acontecimentos, a controvérsia entre os relatos das fontes pode, além de definir o acontecimento, fazer com que o mesmo renda outras matérias e repercuta ampliadamente.

Wolf salienta que “os valores/notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas” (WOLF, 2009, p.200), como, as características substantivas das notícias – se são importantes e interessantes –, o conteúdo, a disponibilidade de material, os critérios relativos ao produto informativo, o público e a concorrência. Traquina (2005) cita Galtung e Ruge, que dizem: “O inesperado é outro valor notícia, pois a presunção de que seja incluída ao factual, é maior” (GALTUNG e RUGE, 1965, citado por TRAQUINA, 2005, p.51). O inesperado é, portanto, um dos critérios empregado ao jornalista na pauta diária, uma forma atrativa de estimular o público a se manifestar a respeito do acontecimento, como também, discutir junto ao grupo em que está inserido.

Esse “inesperado”, sugerido por Traquina (2005), enquadra-se aos critérios de seleção de valores/notícia escritos por Wolf. “Os valores/notícia devem permitir que a selecção do material seja executado com rapidez, de um modo quase automático” (WOLF, 2009, p.197/). Dentre esses critérios, que podem vir a agilizar o processo, está, também, a disponibilidade do material. No que diz respeito a este aspecto, Golding e Elliott (1979) mencionam que é preciso ter claro o “quão acessível é o acontecimento para os jornalistas, nas formas jornalísticas habituais, e se requer grande dispêndio de meios para cobrir” (citado por WOLF 2009, p. 206).

A análise sobre a disponibilidade, conforme o autor, ocorre, principalmente, quando a informação tem menor importância, de forma que os órgãos de comunicação acabam optando por notícias com mesmo valor de relevância, porém, de mais fácil execução. Ainda segundo Wolf, o que gera impacto, que influencia os interesses do país, também é considerado valor/notícia fácil de ser detectado e selecionado.

Os fatos mais notáveis para a população, segundo, Galtung e Ruge (1965, citado por TRAQUINA, 2005), são aqueles ligados às pessoas renomadas, como autoridades e afins. Da mesma forma, quanto mais o acontecimento disser respeito aos países de elite, tanto mais provavelmente se transformará em notícia. Maior é o valor da notícia quando o número de pessoas envolvidas em determinado acontecimento também é maior. “Quanto mais elevado for o número de indivíduos envolvidos num desastre ou quanto mais elevada for a presença de ‘grandes nomes’ numa ocasião formal, maior é a visibilidade desses acontecimentos e, por conseguinte, maior o seu valor notícia” (GOLDING – ELLIOTT, 1979, citado por WOLF, 2009, p.119).

Ainda citando os autores Golding e Elliott (1979, citado por WOLF, 2009), a brevidade também se enquadra nos critérios. Wolf (2009), ilustra a exposição dos autores com um dito jornalístico, em que

“as notícias deveriam ser como as saias de uma mulher: suficientemente compridas para cobrirem o essencial e suficientemente curtas para reterem a atenção” (WOLF, 2009, p.206). A atualidade é outro critério enquadrado ao valor/notícia, e de suma importância para a realização deste trabalho, que se refere ao rádio, o meio mais instantâneo e, portanto, que requer atualidade, e de jornalismo policial, abastecido por inúmeros fatos, diariamente.

“A periodicidade da produção informativa constitui, por si própria, o quadro de referência em que os acontecimentos do mundo são captados” (WOLF, 2009, p.208). Seguindo nesta linha, é possível refletir sobre o desdobramento do mesmo acontecimento e a repetição em determinados horários, especificamente, em rádio e TV. Dessa forma, é possível manter a atenção e o interesse despertados em relação ao mesmo acontecimento.

A qualidade da história, descrita por Gans (1979 citado WOLF, 2009) é um dos critérios que mais agrega valor à notícia. No que diz respeito à qualidade, Gans destaca alguns princípios, como: a ação – ilustrada pelo profissional com ênfase em determinado momento e, ganhando, portanto, seu merecido realce; o ritmo – quando o acontecimento é desprovido de ação, de forma a torná-la mais vital; o caráter exaustivo – fornecendo todos os pontos de vista sobre um assunto controverso, ou que se dá o maior número de dados acerca do acontecimento e a clareza da linguagem – considerando que, para um ouvinte, não será possível voltar ao que não compreendeu.

Alsina (2009), pontua a violência, a agressividade e a dor, entre outros tópicos, como uma regra para a seleção dos acontecimentos. Para ele, os meios de comunicação transmitem determinada violência para a população, que é atraída por esses fatos, justamente, pelo risco imprevisto e imprevisível que o ser humano corre enquanto cidadão. “Como diz Gil Calvo (2003), parafrazeando McLuhan, o medo é a mensagem” (ALSINA, 2009, p. 154). Conforme o autor, se a população se sentisse envolvida em toda a violência descrita por parte da imprensa, não deixaria de se sentir, constantemente, ameaçada. Refletindo sobre este aspecto, é preciso levar em consideração, portanto, a reação do público em relação ao fato noticiado e, por ele, absorvido.

Traquina (2001) escreve que a estrutura dos valores-notícia junto à ideologia profissional dos jornalistas “aponta claramente” para o que constitui “boas notícias”. Ainda de acordo com Traquina, para os autores apresentados por ele,

este processo de ‘tornar um acontecimento inteligível’ é um processo social – constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (frequentemente de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona. (Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts, citados por Traquina, 2001, p. 90)

Conforme os autores apresentados por Traquina (2001), são os jornalistas quem definem para a maior parte da população quais acontecimentos são significativos, além de oferecer “poderosas interpretações de como compreender esses acontecimentos” (2001, p. 91). Mas Hall, especificamente, reconhece que as apropriações e utilizações são diferentes por parte de cada empresa jornalística, quando fala que

a linguagem utilizada será, pois, a própria versão do jornal da linguagem do público a que se dirige principalmente: a sua versão da retórica, imagens e stock comum de conhecimento subjacente que supõe que o seu público partilha e que, deste modo, constitui a base de reciprocidade produtor-leitor (HALL citado TRAQUINA, 2001, p. 93).

Sendo assim, pode se compreender que, os valores/notícias estão embasados em um vasto número de critérios, também ligados à noticiabilidade e fundamentados a partir das necessidades práticas do profissional e aos objetivos a serem alcançados, pelos mesmos, para com o público. São os valores-notícia, então, que conduzem a prática jornalística diária e que determinam a importância da notícia, podendo garantir a sua qualidade, para contribuir com o desenvolvimento da sociedade.

## 2. CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO

Compreender o funcionamento de emissoras de rádio e o papel que exercem na sociedade é imprescindível para a realização da pesquisa proposta, já que será feita uma análise que solicita lembrar alguns conceitos já estudados, como o de rádiojornalismo e perceber seu funcionamento, o uso da linguagem e das demais ferramentas utilizadas por esse meio.

De acordo com McLeish (2001), o rádio, entre os meios de comunicação de massa, pode ser considerado o de maior alcance do público e o mais popular, já que, devido ao baixo custo, acaba abrangendo um público numeroso e heterogêneo. Ele “percorre o mundo em ondas curtas, ligando continentes numa fração de segundos. (...) Traz esse mundo para aqueles que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver” (MCLEISH, 2001, p.15). Conforme Pacheco (2005), esse veículo reafirma a sua condição de veículo indispensável no cotidiano, apesar da alta competitividade em que estão inseridos muitos outros veículos de comunicação.

E é devido a essa inserção, ainda de acordo com McLeish (2001), da televisão e dos jornais, até os CDs, o cinema e o teatro ao convívio humano, que o profissional deste meio precisa conhecer os pontos fortes e fracos deste veículo, para, então, prender a atenção do público de massa que, apesar de estar ouvindo durante outras atividades, pode, rápida e facilmente, dispersar a atenção.

Embora não se abasteça de imagens, já que “é um veículo cego” Mcleish (2001) o rádio – quando bem elaborado – pode estimular a imaginação, de modo que, ao ouvir o locutor, o ouvinte passa a visualizar, criando em sua mente a imagem do dono da voz ou do cenário, ao qual o repórter se refere. Conforme Mcleish (2001), “ao contrário da televisão, em que as imagens são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio são do tamanho que você quiser”. (MCLEISH, 2001, p.15).

Para o autor, com o uso de efeitos sonoros apropriados e música adequada, pode-se dizer que, qualquer situação pode ser levada ao ouvinte, apesar de não se abastecer de imagens. É claro que os meios visuais levam vantagens, pois imagens valem sozinhas por muitas palavras e descrições, mas também podem ser distorcidas pela capacidade de interpretação do público. Segundo Mcleish (2001),

No caso do rádio, sua grande capacidade de apelar diretamente à imaginação não deve permitir a interpretação individual de um evento factual, para não dizer o exagero deliberado desse evento por parte do radialista. Quem faz textos e comentários para o rádio escolhe as palavras de modo a criar as devidas imagens na mente do ouvinte e, assim fazendo, torna o assunto inteligível e a ocasião memorável. (MCLEISH, 2001, p. 16).

Já Bucci afirma que,

[...]devido à entrada da televisão no Brasil, sobretudo a partir do final da década de 1970, com a consolidação das redes, o rádio perdeu progressivamente sua função de integrador instantâneo do espaço público natural. Perdeu lugar também, na construção do imaginário pátrio. (BUCCI, citado por BARBOSA FILHO, PIOVESAN, BENETON, 2004, p. 7).

Mas, apesar de perder lugares, o rádio mantém a capacidade de revitalização mantendo a audiência. Para Bucci (2004), o rádio acabou se modernizando e está revigorado, o que lhe traz, novamente, ao seu lugar. Para o autor, ele se tornou variável, diverso, multifacetado, fragmentado e imprescindível. É meio de comunicação que fala, ao mesmo tempo, para milhões e para cada indivíduo, segundo escreve McLeish (2001).

O meio que se baseia na difusão de informações sonoras também é conhecido como radiofusão. “O termo radiofusão indica a dispersão da informação produzida que abrange cada lar, vila, cidade e país que esteja ao alcance do transmissor”. (MCLEISH, 2001, p.16). O autor explica que o potencial de comunicação é grande, mas existe o efetivo real que atinge, verdadeiramente, o ouvinte e que, por sua vez, pode ser pequeno. E é nesse momento que existe, portanto, um cuidado com técnica e percepção humana, ou seja, um cuidado com pertinência, excelência e criatividade do programa, além de competência operacional, confiabilidade técnica e constância de sinal recebido.

McLeish (2001) destaca ainda que os responsáveis por agradar o público devem lembrar que o ouvinte não está dispondo de todo o seu tempo para o rádio, ao contrário do que se tem na televisão, em que o telespectador dispõe de um tempo próprio para observar as paisagens e sons que estão ali, em sua frente, na tela da televisão. No rádio o ouvinte imagina, já que sons e imagens são criados dentro da cabeça do ser humano, o que, segundo Mcleish (2001), tem impacto e envolvimento maiores, já que acontece, literalmente, dentro da cabeça. “A televisão de um modo geral é assistida por pequenos grupos e a reação a um programa costuma ser afetada pela reação entre indivíduos. O rádio é muito mais algo pessoal, que vem direto para o ouvinte”. (MCLEISH, 2001, p.16).

Nos meios urbanos, conforme o autor, o rádio tornou-se um artigo pessoal do dia-a-dia. “Por ser essencialmente falado, o rádio atinge um público composto de várias camadas sociais, começando pelo ouvinte analfabeto até o ouvinte com nível cultural mais acentuado” (PACHECO, 2005). Se comparado aos outros meios, que atingem a massa em contexto global, o rádio é um dos meios de comunicação de maior impacto na sociedade local e regional. Segundo Barbosa Filho (2003), o rádio se

aproxima do ouvinte, falando do cotidiano e da realidade local. “O regionalismo é uma marca fundamental do rádio, pois oferece visibilidade às informações locais. Esse princípio dinamiza as relações entre rádio e comunidade” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 46).

Comassetto (2005) concorda ao dizer que a informação de maior interesse no rádio local, é a que está relacionada aos acontecimentos próximos. Afinal, as situações e vivências que ocorrem regionalmente, despertam mais facilmente a curiosidade e atraem maior interesse do público local. Ainda, segundo o autor, a notícia é uma condição básica para a busca de resultados. Logo, o rádio, essencialmente local, deve dispender maior atenção às dificuldades e ao auxílio da comunidade que, por sua vez, não pode esperar de grandes veículos de comunicação, de rede nacional e internacional, a divulgação e repercussão dos fatos que atingiram, somente, uma área específica, tampouco o mesmo tratamento em determinado acontecimento. Para Pacheco, “nesse sentido, cumpre o rádio local um importante papel no que tange o jornalismo de proximidade” (PACHECO, 2005).

Ainda falando em proximidade, é possível mencionar a interação com o público. Conforme Ferraretto (2001), “é o rádio da conversa com o ouvinte que inclui, na maioria das vezes, prestação de serviços e discussão de problemas da comunidade” (FERRARETTO, 2001, p. 63). Parada (2000) vai além, e diz que a presença do ouvinte no ar aumenta o volume e a rapidez da informação: “continuamos pedindo a participação do ouvinte e começaram a acontecer situações incríveis. [...] Passamos a informar tudo em tempo real, antes mesmo que a polícia” (PARADA, 2000, p.116/117). Compreende-se então, que não só os meios de comunicação, como, também, a comunidade ganha com a interação no rádio, justamente por sua capacidade de imediatismo e abrangência de público.

Por ter um alcance abrangente, atingir todos os públicos e falar sobre problemas que afetam a comunidade, o locutor deve lembrar-se que fala para muitos. De acordo com McLeish (2001), a maneira mais simples de acertar o estilo, a projeção e a velocidade é visualizar o ouvinte sentado no estúdio. Portanto, quem fala em rádio, precisa usar, também, a sua imaginação, tanto quanto o ouvinte a usa. Para Barbosa Filho e outros (2004), entre muitos elementos usados neste veículo para prender a atenção do público, um que chama a atenção é a percepção sonora, que abriga a psicoacústica, a psicologia, a semiótica e a arte sonora.

Conforme Barbosa Filho e outros (2004), há uma série de fatores pelos quais os sons são agrupados, a fim de atingir a percepção sonora humana. Similaridade e diferença, proximidade, continuidade, coerência, frequência fundamental, localização, ritmo, efeito coquetel e diferença mínima evidente. Quando existe uma mudança repentina ainda conforme os pesquisadores, novas fontes se tornam ativas. Assim como, se existir uma acentuação em meio ao discurso, pausas ou agrupamentos

naturais de notas ou palavras, o público perceberá e poderá dedicar maior atenção ou, até mesmo, dispersá-la, conforme a situação.

A partir do indicado pelos autores, compreende-se como importante dar destaque à ênfase vocal que, de acordo com McLeish, (2001), é “um aspecto importante da transmissão de significados sobre os quais o *script* não dá nenhuma indicação”, (MCLEISH, 2001, p. 91). Essa ferramenta individual, quando bem colocada, traz entendimento ao ouvinte. Ao contrário, tornará confuso o significado. O autor escreve que “a única maneira de obter ênfase correta, é com a total compreensão das implicações do material e de seu ‘significado aparente’” (MCLEISH, 2001, p. 92). Para enfatizar algo ou “falar nas entrelinhas”, é preciso dar ênfase às frases, inflexionar a voz quando necessário, mas medir quais palavras merecem esta atenção. “Uma ênfase significativa, em vez de um padrão aleatório, irá ajudar”. (MCLEISH, 2001, p. 92).

Informações ao vivo, notícias mais importantes e, inclusive, jornalismo policial, no caso desta pesquisa, merecem maior atenção do locutor, quanto à ênfase. Quando se fala em conteúdo, é necessário lembrar os pontos cruciais, como apresentação, locução, a ênfase vocal já mencionada e a própria pronúncia. Afinal, a “apresentação é a ‘embalagem’ do rádio”. (MCLEISH, 2001, p.89). De acordo com o autor, o conteúdo de um programa, a redação e entrevistas podem ser bons, mas não funcionarão bem se a apresentação for mal feita. Mcleish (2001) diz que

o radialista, ao usar o microfone, deve conscientemente se preocupar com o fato de o ouvinte poder ou não entender o que ele está dizendo. Ao ‘pensar como se fosse o outro’, o apresentador fica menos propenso aos efeitos destrutivos do nervosismo de estúdio, ou da complacência de uma profunda familiaridade e assim é mais provável que consiga comunicar significados (MCLEISH, 2001, p.89).

Além da ênfase, o imediatismo é fundamental e considerado o ponto forte do rádio. Em casos de acidentes ou prisões, por exemplo, o rádio terá autonomia e poder para informar simultaneamente ao ocorrido. Pacheco cita Comassetto (2005), ao dizer que “mesmo com o surgimento de novas mídias, o rádio não deixa de ser surpreendente, destacando-se pela facilidade que tem de informar com rapidez, deixando o ouvinte mais próximo do acontecimento.” O autor explica que o rádio “dispensa aparatos sofisticados na cobertura dos acontecimentos, dando mais mobilidade ao veículo, reconhecido pela imediatividade com que põe o ouvinte em contato com a realidade”. (PACHECO, 2005).

Compreende-se, portanto, que o imediatismo no rádio é indispensável para atender seus objetivos, em meio às notícias já previstas. Parada (2000) afirma que, “o principal desafio da pauta é não

transformar a rádio de notícia em refém dos acontecimentos do dia”. (PARADA, 2000, p.81). Segundo o autor, o planejamento deve estar presente ao meio do imediatismo, para que o veículo não se enquadre ao “fenômeno negativo do radiojornalismo: a absoluta ausência de planejamento e organização”. Sendo assim, é preciso compreender que, apesar de popular, existe um trabalho por trás que depende, e muito, de teorias, técnica e sabedoria.

Conclui-se, afinal, que o rádio é um dos meios de comunicação de maior proximidade do público e mais acessível pela comunidade, que encontra nele, um canal de contribuição do que diz respeito a atender às suas necessidades de informação, para além do entretenimento. Ainda, como um meio indispensável na sociedade contemporânea, o rádio coloca-se de forma atraente diante ao público, conseguindo envolver os ouvintes ao debate e à interação direta. Todavia, para que alcance a compreensão da comunidade, a fim de resultar no debate, é fundamental, ao comunicador, saber fazer uso de uma ferramenta pessoal: a linguagem, que veremos adiante.

## **2.1. Linguagem jornalística para o rádio**

Para atingir os objetivos deste trabalho, é preciso conhecer a linguagem jornalística no rádio e compreender a importância das regras impostas à mesma. Apesar de a linguagem jornalística ser um instrumento individual e, portanto, subjetivo, os profissionais deste meio devem estar cientes quanto ao cuidado no falar, pois, o falar para o público requer atenção especial na locução, na ênfase vocal e na pronúncia.

McLeish (2001) diz que a grande vantagem do rádio, um meio de comunicação auditivo, sobre o impresso, por exemplo, está no som da voz humana. “O entusiasmo, a compaixão, a raiva, a dor, o riso. A voz é capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito. Ela tem inflexão e modulação, hesitação e pausa, uma variedade de ênfases e velocidade” (MCLEISH, 2001, p. 19).

De acordo com Lage (1998), embora no rádio a mensagem seja emitida em palavras, o que lhe caracteriza como uma mensagem digital, ela é atraída por um componente analógico de grande importância: a entonação. Segundo o autor, “entonação e pausas permitem transmitir determinado entendimento da informação conceitual e autorizam a simplificação da sintaxe do texto sem afetar a compreensão” (LAGE, 1998, p. 22). Logo, na radiofonização, é permitido levar o ouvinte a imaginar o cenário ou o personagem ao qual se refere, a partir da história contada e da ênfase dada em determinado momento da transmissão.

Já Medina (1998) escreve que a formulação verbal pode parecer o relato fiel de um fato, porém, a narração do mesmo não é sinônimo de tê-lo vivenciado. Para a autora, “relatar acontecimentos, fazer uma narrativa, é uma vivência universal, inerente a todos os tempos históricos em que o homem manteve relações de aproximação com outros homens” (MEDINA, 1998, p.99). A autora acrescenta, ainda, que a narrativa é um universo simbólico com características e funções, que aparenta contiguidade ao acontecimento, mas não é tão próxima do fato. Isso porque a ocorrência vivida se transforma em notícia, “no caso, uma notícia verbalizada e que imediatamente passa a se submeter às categorias narrativas disponíveis ou em formação” (MEDINA, 1998, p.100).

Já Alsina (2009), diz que “não existe leitura da realidade que seja descontextualizada e que não esteja objetivada” (ALSINA, 2009, p.113). Mas concorda com Medina (1998) ao afirmar que “o sujeito observador é o que lhe confere sentido ao acontecimento. Ou seja, os acontecimentos estariam formados por aqueles elementos externos ao sujeito, a partir dos quais, ele mesmo reconhecerá e construirá o acontecimento” (ALSINA, 2009, p.113). Sendo assim, compreende-se que, apesar de o fato ser descrito, o mais fielmente possível, o relato sempre terá outros elementos embutidos.

Lage (1998) acredita que a comunicação radiofônica apresenta duas preposições, mas que essas guardam entre si relação adversativa. Para ele, essa comunicação possui um componente analógico importante – entonação –, todavia, esse componente é um subsidiário na transmissão da mensagem. Ainda de acordo com o autor, “o conteúdo analógico depende fortemente dos padrões de enunciação do locutor e, só através dele, no sentido da mensagem” (LAGE, 1998, p.22). Esses padrões, de acordo com Brajnovic (1974, citado por LAGE, 1998) seguem normas que persistem até a atualidade.

Convencer e falar com clareza e determinação o tempo todo está entre as normas, de acordo com Brajnovic (1974, citado por LAGE, 1998), já que, para ele, “o que entra pelo ouvido nos inspira certa desconfiança e insegurança” (BRAJNOVIC, 1974 citado por LAGE, 1998, p.23). Ainda, para o autor, “a característica primordial do jornalismo radiofônico é seu compromisso com a veracidade e persuasão” (BRAJNOVIC, 1974 citado por LAGE, 1998, p.23). Entende-se, seguindo o raciocínio, que relatar o acontecimento de maneira mais verossímil possível, é uma forma de obter credibilidade diante o público, que passa acreditar no locutor, tanto pela fidelidade ao fato, quanto pela forma com a qual se expressa para obter a confiança dos ouvintes.

Brajnovic (1974) acredita que a boa linguagem é uma das tarefas principais do meio de comunicação social. “Seria triste que o jornalista usasse barbarismos como os que se ouvem, talvez, na rua” (BRAJNOVIC, 1974 citado por LAGE, 1998, p.23). Mas, esta linguagem referida, segundo Lage (1998), sofreu mudanças devido à inserção da televisão. A linguagem modificou sua apresentação para

coloquial, e em tom de conversa, se aproximando ainda mais dos ouvintes menos elitizados e, conseqüentemente, de menor acesso aos outros meios de informação.

Medina (1998) cita como componente da mensagem jornalística, o ritmo narrativo. De acordo com a autora, quando se fala em ritmo narrativo jornalístico, automaticamente, remete-se à “experiência-mãe de formulação verbal na ficção” (MEDINA, 1998, p.100). Conforme a autora, o jornalismo aproveitou-se das fórmulas verbais literárias, imbuídas em uma tradição histórica. Sendo assim, a experiência literária foi projetada no jornalismo industrial, logo, na cultura de massa. Esta experiência faz da cronologia do acontecimento e sua reprodução, uma das fórmulas de estruturação da mensagem jornalística mais comum, que tenta recompor o real. Segundo a autora,

As unidades se seguem, não no tempo real, mas num tempo ficcional cuidadosamente gradativo. A seleção dos momentos (...) reflete todo o esquema de substituição do real pelo real representado e a valoração do que se extrai como momentos significativos para comporem a cronologia da notícia. (...) O fundamental é que a estruturação cronológica é utilizada, nos jornais, não só como uma forma simples de narrativa, de grande domínio público, mas também como uma forma de afirmar a validade objetiva do fato anunciado. A cronologia tem, assim, uma carga subjacente de credibilidade, como se o tempo reconstituído fosse o indicador mais seguro de que a representação é fiel. Nesta sequência informativa há, portanto, a presença de uma significação contextual de captação (relatar o real), da edição (afirmar um serviço de informação) e da angulação (render credibilidade para a empresa que ‘vende’ a notícia). (MEDINA, 1998, p.103).

A característica narrativa citada pela autora como sendo utilizada nos jornais, também está presente no rádio. Neste momento, é possível saber que a cronologia como forma de estrutura da mensagem jornalística, é uma das maneiras encontradas de situar o público ao fato, ao mesmo tempo em que garante a credibilidade e facilita o trabalho do profissional. Medina (1998) ainda acrescenta que o ritmo crescente e decrescente também está ligado às experiências literárias. Esse critério de estruturação funciona bem para prender a atenção do público, acrescentando surpresas e engajamento emocional durante a narração e, em seguida, distendendo o acontecimento. “Apesar da forma ser lógica, constituída numa racionalização, o seu resultado se presta também, pra uma angulação de consumo em grande escala pelo facilitismo que representa” (MEDINA, 1998, p. 104).

De acordo com Ferraretto (2001),

o conteúdo e a forma da mensagem radiofônica, pela ausência de alguns elementos e presença de outros, são condicionados basicamente por seis fatores: a capacidade auditiva do receptor, a linguagem radiofônica, a tecnologia da transmissão e recepção empregada, a fugacidade, os tipos de público e as formas de recepção (FERRARETO, 2001, p. 25).

O autor escreve que a fala, no rádio, é a base da transmissão, justamente por não ter suporte de imagens. Contudo, ele destaca que há um combinado de elementos que atuam para compor o todo da mensagem, como a voz humana, a música, os efeitos sonoros e o próprio silêncio. “Os três últimos trabalham em grande parte o inconsciente do ouvinte, enquanto o discurso oral visa ao consciente” (FERRARETO, 2001, p. 26). O autor explica que a trilha sonora tem o papel de acentuar ou reduzir aspectos dramáticos contidos na voz do locutor. Os aspectos dramáticos, também podem ser ressaltados pelo silêncio, quando bem empregado.

Ainda de acordo com Ferraretto (2001), as trilhas substituem imagens e funcionam como pano de fundo, aludindo para determinado cenário. Já a respeito da transmissão, o autor explica que, a quantidade de recursos técnicos influencia não só na eficácia do processo comunicativo enquanto transmissão, como, também, no entendimento da mensagem – que ganha ou perde clareza de acordo com os recursos. Esses mesmos recursos permitem a instantaneidade do veículo, que apesar de ser um dos elementos principais do rádio, também submete o veículo a cuidados importantes, relacionados a fugacidade, como a inerência da mensagem e a obsolescência da informação.

Ao compreender esses cuidados, Ferraretto (2001) frisa que, “por ser rádio, consome-se a mensagem no momento da sua transmissão. Para retornar um ponto mal compreendido, só utilizando um gravador, o que não é prático nem corriqueiro” (FERRARETO, 2001, p.27). A respeito da obsolescência, o autor escreve que ocorre imediatamente à transmissão, pois em rádio, o fato deve ser sempre o mais atual possível. “Se for retornado, na sequência, o mesmo assunto será sob um novo ponto de vista ou pela inclusão de um detalhe desconhecido na emissão anterior a respeito do mesmo tema” (FERRARETO, 2001, p.27).

Acrescentando o que Lage (1998) fala sobre a linguagem radiofônica, Ferraretto (2001), considera que é preciso lembrar para qual público se está falando e, então, estruturar a mensagem, que, de modo geral, deve ter um tratamento menos coloquial. O mesmo autor ainda escreve que a mensagem radiofônica deve ser formulada levando em consideração as possibilidades de recepção próprias do veículo, já que cada receptor dispõe-se a determinado som, em dado momento. Além da estruturação, o mesmo autor destaca um recurso importante e subjetivo ao locutor: a produção da voz. Ferraretto (2001), expõe que além de fatores físicos e psico-emocionais, os culturais também interferem na forma como a

voz é utilizada. “É necessário marcar bem que cada indivíduo possui a sua voz. Por meio de treinamento e experiência, poderá transformá-la em um eficiente instrumento de comunicação” (FERRARETTO, 2001, p.309).

De acordo com a jornalista Yolanda Fernandes, citada por Ferraretto (2001), para obter um bom padrão de fala, é preciso querer.

Quando a pessoa quer, tenta aprimorar a voz e melhorar a fala. De qualquer forma a pontuação tem sido uma das maiores dificuldades. Pontuar errado altera a entonação e, automaticamente, a frase pode perder o sentido. Um outro problema frequente é quanto à expressividade. É nesse atributo da voz que se vai transmitir toda uma carga de sentimento que está intrínseco no texto (FERNANDES, citada por FERRARETTO, 2001, p.309).

A voz é, portanto, o elemento radiofônico de maior teor, já que os outros elementos servem como complemento, usados paralelamente a ela para ressaltar o que foi dito. A própria estruturação da mensagem, conforme o autor, é elaborada visando destacar a expressividade do conteúdo. Ainda, o autor cita Gil (1994) que considera a importância da expressividade durante a leitura de um texto jornalístico. “É preciso ser expressivo, sem ser emotivo. No momento em que se é emotivo, passa-se o interior, e automaticamente acrescenta-se alguma coisa ao texto, o que não é função do jornalista. O importante é dizer o fato” (GIL, 1994, citado por FERRARETTO, 2001, p.310).

Desta forma é possível afirmar que o jornalista de rádio, ao produzir boletins informativos, apesar de ter a expressividade agregada à sua forma de conteúdo, e estar submetido aos cuidados em relação à entonação de voz e à pontuação, por se tratar de um veículo instantâneo, tem a mesma função que os demais profissionais da área: descrever o fato, sem se manifestar a respeito dele com opiniões ou sentimentalismo, especialmente na descrição de fatos relacionados à cobertura policial, cujas características de produção noticiosa serão descritas no próximo capítulo.

### 3. A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO JORNALISMO POLICIAL

Para obter uma análise coerente a respeito da cobertura jornalística policial em boletins de rádio, proposta deste trabalho, é necessário conhecer, também, os princípios do jornalismo policial, desde os primórdios até a atualidade e suas mudanças éticas e profissionais. Estes princípios serão tratados brevemente, de forma que será dado destaque às principais alterações que essa cobertura sofre na atualidade. Ramos e Paiva (2007) escrevem que a editoria policial, historicamente, foi uma das menos valorizadas nos veículos de comunicação. De acordo com as autoras, era delegada ao profissional de menor experiência esta editoria “menos séria”. Porém, as autoras destacam que este conceito mudou e que a cobertura de segurança e criminalidade tem melhorado em termos de padrões éticos e jornalísticos.

Conforme Ramos e Paiva (2007), os fatos ligados ao setor policial passaram a ser trabalhados com maior profundidade e atenção e de maneira menos apelativa e sensacionalista. “Os principais jornais deixaram de usar fotos explícitas, e mesmo os mais populares evitam recomendar que a polícia elimine criminosos ou desrespeite direitos para combater o crime” (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 15/16). Em entrevista concedida às autoras, o jornalista Luarlindo Ernesto Silva fala sobre as mudanças da abordagem policial.

A abordagem dos assuntos mudou muito. Hoje a ordem é ‘esqueçam o cadáver’... Mostrem o que está em volta do cadáver, isso é que é importante atualmente. Essa é a mudança violenta. Nos anos 50, e isso foi assim por muito tempo, era proibido voltar para a redação sem o ‘boneco’. O boneco da vítima, a foto. Se voltasse sem o boneco era melhor não voltar. (SILVA citado por RAMOS; PAIVA, 2007, p. 16).

Segundo as autoras, a partir dos anos 2000 os meios de comunicação começaram a reforma e deixaram de combinar histeria a jornalismo, indicando uma nova tendência: por exaustão do público ou desinteresse de anunciantes, os veículos começaram a abandonar as argumentações do tipo “bandido bom, é bandido morto”. De acordo com Ramos e Paiva,

Tudo indica que a máxima “violência vende”, tantas vezes usada para justificar o mau jornalismo, e embasar um discurso pessimista e genérico contra a mídia, inclusive no ambiente acadêmico, já não dá conta da realidade da cobertura de violência e criminalidade. (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 17).

Elas acrescentam ainda, que essa mudança não aconteceu, apenas, na forma com a qual o repórter trata os casos, mas, também, com a inserção de pautas de segurança pública, como a escalada de estatísticas – homicídios, acidentes, roubos ou demais crimes – e, também, segundo elas, “com a chegada de especialistas a cargos de gestão em secretarias de segurança, que fizeram com que a imprensa passasse a incorporar esta temática”, (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 18). Seguindo nesta linha, compreende-se que a população não é atraída pelo “sangue”, pelo sensacionalismo, mas por informações fundamentadas e com embasamento de profissionais ligados à área.

Por outro lado, Preti (1996), fala que “os meios de comunicação de massa denunciam, sem cessar, os fatos violentos da vida diária, apenas os mais exacerbados, quando não insólitos, porque já não é mais possível dar conta de todos os acontecimentos criminais” (PRETI, 1996, p.11). Ele ainda acrescenta que, da mesma forma com a qual se divulga os acontecimentos, cumprindo, portanto, com o papel informativo, é importante questionar a forma como o fazem, além das reais intenções que presidem a apresentação do noticiário violento.

Dias (1996) fala que existem estratégias para exacerbar as emoções do leitor. Para a autora, a linguagem utilizada no veículo de comunicação deve estar próxima ao público que se deseja atingir. “Busca-se, portanto, atender uma expectativa do leitor, na mesma maneira como com quem fala procura satisfazer as expectativas linguísticas de seu interlocutor” (DIAS, 1996, p.46). Conforme a autora, o jornal Notícias Populares<sup>1</sup>, foi um antimodelo de jornalismo, porém, considerado jornalismo popular, já que tratava – enquanto circulou – de assuntos criminais e sexuais. A linguagem coloquial, o uso de expressões vulgares, gírias e palavrões estavam presentes em sua divulgação.

Essas características foram adotadas por diversos veículos por serem consideradas componentes do estilo sensacionalista de jornalismo popular. Dias (1996), menciona que nos Manuais de linguagem jornalística, a linguagem popular é condenada e a publicação de assuntos populares é vetada “por princípio e em respeito ao leitor” (Manual da OESP citado por DIAS, 1996, p. 45). No Manual, segundo a autora, ainda consta que “é obrigação do jornal ignorar a curiosidade que alguns leitores possam ter de conhecer pormenores de chacinas e crimes sexuais ‘em respeito tanto pelas vítimas como pela sensibilidade e outros leitores’” (DIAS, 1996, p. 45).

Dessa forma, é possível considerar uma concordância entre as autoras já citadas, quando se referem à divulgação dos fatos relacionados à editoria policial. As descrições mais minuciosas e extravagantes de acontecimentos que envolvem tragédia, criminalidade e violência são, preferencialmente, descartadas no jornalismo atual, que esqueceu o cadáver como fator principal do seu

---

<sup>1</sup> O NP foi um jornal que circulou em São Paulo entre os anos de 1963 e 2001, e ficou conhecido por suas manchetes violentas e sexuais.

produto. Conforme Dias (1996), o discurso falado busca o envolvimento através da ocorrência de alguns fenômenos, tais como:

presença do discurso direto; uso de pormenores; emprego de expressões que visam ao monitoramento do canal de comunicação pelo falante; presença de marcas de primeira pessoa; ênfase maior sobre agentes e ações do que sobre estados e objetos; ênfase sobre pessoas e seus relacionamentos (individualizações, relações de parentesco); concretismo e conotação (DIAS, 1996, p. 54)

Seguindo nesta linha de pensamento, pode-se dizer, portanto, que a construção da notícia policial, apesar de “descartar” as noções apelativas, se vale de meios de aproximação do público, a fim de obter maior envolvimento. Essa aproximação pode ocorrer, segundo a autora, com a “presença de um ‘narrador-jornalista’ que, longe de se ater à exposição dos fatos, posiciona-se para além da imparcialidade objetiva e oferece-se ao leitor como reconstrutor de tramas, um decodificador de fatos” (DIAS, 1996, p. 57). Esse “narrador-jornalista” dentro de um contexto de “licença criativa” dá maior intensidade emocional ao relato, de modo a aproximar-se do público.

Para a autora, a língua falada tem força expressiva e possibilita a comunicação imediata, o que potencializa o registro sensacionalista dos fatos, no jornalismo popular, onde se enquadra o jornalismo policial. Dias (1996) acredita que “a imprensa sensacionalista é um tema polêmico no âmbito da comunicação de massa, principalmente quando o tópico em destaque é a violência” (DIAS, 1996, p. 95). A autora ainda atribui ao povo o desejo pela informação agressiva. Costa (2002), diz que “até mesmo nos espaços de maior intimidade e familiaridade, a afetividade e as relações humanas recaem no embrutecimento” (COSTA, 2002, p. 125) Sendo assim, os meios de comunicação apenas “satisfazem” o anseio do público, que, ainda de acordo com Costa (2002), apresenta nos pequenos gestos, momentos de rudeza, “o que possibilita justificar o fascismo e o terror” (COSTA, 2002, p. 12).

Contudo, duas pesquisas citadas por Ramos e Paiva (2007), realizadas pelo CESeC em 2004 e 2006, dizem que a imprensa vem abandonando a postura de recursos mais ostensivos como apelação e sensacionalismo, e que a grande maioria das matérias apenas relata o factual, ou seja, não são contextualizadas, tão pouco levam à reflexão. Ainda, segundo as autoras, essa mudança vem acontecendo em um âmbito geral, já que um dos pontos positivos citados pelos profissionais da área “é a diversidade de temas, que exige mais informação e preparação dos jornalistas, evitando que eles incorporem o estereótipo do repórter de polícia”. (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 20.).

Continuando nesta linha de pensamento, compreende-se que a formação do jornalista, portanto, contribui para a mudança desta cobertura no cenário nacional. Ramos e Paiva (2007) conferem à qualificação dos profissionais do jornalismo, a valorização da editoria policial. Para Dias (1996), durante a divulgação de notícias sobre violência e criminalidade, “o crime propriamente dito, não interessa tanto quanto interessam as circunstâncias que o envolvem” (DIAS, 1996, p.99). Logo, compreende-se que a especificidade referente aos envolvidos e a descrição do desenrolar do fato como, horário, endereço, motivação, é o fator principal para impactar e atenuar a atenção do público.

Entretanto, é notável que ainda não existe uma clareza por parte de profissionais e dos veículos de comunicação, em relação à elaboração da notícia ligada à cobertura de violência e criminalidade. Desta forma, a probabilidade de confundir o que tem valor ao que não é relevante para ser noticiado, aumenta. Da mesma maneira, existe maior probabilidade em tratar os acontecimentos como espetáculo, usando sensacionalismo e, muitas vezes, descumprindo com a ética da profissão, como já visto, para satisfazer público.

### **3.1. A notícia espetáculo**

Os meios de comunicação de massa, trabalham, diariamente, para obter maior audiência do público. E nesta batalha incessante pelo maior alcance de ouvintes, leitores ou telespectadores, muitas vezes esquecem das regras do bom jornalismo, que estão acima de qualquer editoria jornalística. Desta forma, acabam suscetíveis às notícias sensacionais, aquelas que chocam o público, e que, na maioria das vezes, são divulgadas sem muita apuração, com a realidade distorcida e, portanto, sem muita responsabilidade para com a sociedade. Cabe, então, discutir até que ponto o jornalismo sensacionaliza e, também, usa espetacularização da informação, enquanto notícia, para atender a curiosidade da sociedade.

Conforme Angrimani (1995), a sociedade, por ser curiosa, espera por uma descrição mais detalhista quando o assunto é criminalidade. Da mesma forma e, ainda segundo o autor, o público aguarda por, pelo menos, um pouco de sensacionalismo na descrição de um fato onde alguém – e não o que está sendo informado –, sofreu. E é esta vontade da população em estar bem e rapidamente informado, que dinamiza a luta entre as mídias na busca por credibilidade, ibope, audiência e acessos. O desejo dos meios de comunicação em obter a preferência do público, também segundo Angrimani (1995), é, portanto, um dos fatores que reduz a qualidade do que é produzido, que torna o produto superficial e que pinga sobre o conteúdo informativo, gotas de sensacionalismo, independente da relevância da informação.

O autor frisa que os veículos de comunicação se interessam pela audiência, já a população, pelo imediatismo e pelo fascínio do fato. Desta forma, imagens exclusivas dos criminosos realizando uma ação, áudios de momentos de sofrimento, registros do início do incêndio, são materiais diferenciados, considerados como troféus para o veículo ou para o repórter que os obteve. Angrimani cita Marcondes Filho quando este afirma que “o jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma” (MARCONDES FILHO, 1986 citado por ANGRIMANI, 1995, p.15).

Extrair do acontecimento a carga apelativa, é trabalhar com sensacionalismo, já que o ele funciona como uma lupa sobre um objeto: colocado sobre o fato, o amplia, mostrando o que nem sempre precisa ser mostrado e sensacionalizando aquilo que nem sempre é sensacional. Como diz o autor, “sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato.” (ANGRIMANI, 1995. p.16). Barros (1969) concorda ao dizer que o “escândalo, no sentido de exposição chocante dos fatos, coisas, acontecimentos, e ideias, é um instrumento básico do sensacionalismo” (BARROS, 1969, citado por DIAS, 1996, p. 95).

Esse modo de se expressar, que não deixa de ser uma ferramenta para atrair audiência, é denominada como sensacionalismo, pois torna um fato sensacional, segundo Angrimani, não se trata de um fenômeno novo. É, talvez, a ferramenta mais antiga utilizada em produtos de comunicação; seja impresso, rádio ou televisivo, com intuito da ampliação da venda. O autor ainda acredita que são os cidadãos comuns quem solicitam o uso do sensacionalismo, do escândalo. Baudrillard, citado por Angrimani diz que o melhor tema para tornar sensacional é a morte. De acordo com o autor, “abolir a morte é a nossa fantasia que se ramifica por todos os rumos: o além da vida e a eternidade para as religiões, a verdade para a ciência e a produtividade e a acumulação para a economia” (BAUDRILLARD, 1976, citado por ANGRIMANI, 1995. p.55). Sendo a morte um dos maiores medos do ser humano, o interesse por ela se faz presente. A notícia relacionada à ela chama atenção, pois quem a lê, ouve ou assiste, está vivo e teme o amanhã. Quando o público sabe que outra pessoa morreu em um acidente, sente-se aliviado por não ter sido ele próprio. Pode-se compreender, portanto, que o ouvinte, o telespectador ou o leitor paga pela dor, pela tristeza, pela violência e pela morte. E, mesmo criticando a vulgarização da notícia, o público espera, ansioso, pelo momento em que a tragédia se apresenta.

Marcondes Filho se refere à imprensa sensacionalista como um meio de comunicação que não informa e não forma. Para ele, esta divulgação sensacionalista “presta básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas” (MARCONDES FILHO, 1986, citado por ANGRIMANI, 1995, p. 15). Já Galtung e Ruge

citados por Wolf dizem que “quanto mais um acontecimento for negativo nas suas consequências, maior será a sua possibilidade de se tornar notícia” (GALTUNG e RUGE citados por WOLF, 2003, p. 215).

Dias (1996) ao referir-se à imprensa sensacionalista, diz que a mesma canaliza as atenções quando o assunto é violência e que a retratação dos acontecimentos ligados à criminalidade aparecem potencializados em relação à realidade. Ainda de acordo com a autora, as distorções de realidade amenizam as violências efetivas, em confronto com as que são mostradas. Já Barros, acrescenta que a divulgação sensacionalista expõe o que é oculto ou proibido e extremiza o que é vulgar e corriqueiro com intuito de emocionar “além dos graus normais da tensão psicológica em que se vive” (BARROS, 1969, citado por DIAS, 1996, p. 95).

Segundo Angrimani (1995), apelar por reações baseadas em emoção, trazer à tona sentimentos primários e polemizar ao invés de conduzir o público ao pensamento, é o que a mídia faz no mundo inteiro. E neste contexto não interessa, apenas, o que o veículo diz, mas também, como diz. Pode-se acreditar até, ainda conforme o autor, que o sensacionalismo é uma forma diferente de informar. Pode ser visto como opção, estratégia. De acordo com Angrimani (1995), até mesmo um telejornal (ou radiojornal) não-sensacionalista pode ter alguns momentos sensacionalistas. O autor escreve que, para identificar se existe ou não o fator sensacional acrescentado à informação, basta ater-se a questão de valorização da violência. Um veículo sensacionalista destaca o assédio sexual, o cárcere, o homicídio e as demais situações conflitantes. Segundo Angrimani,

Nos jornais não-sensacionalistas, há sempre uma carga intensa de violência que não se revela, que não se escancara com a mesma intensidade encontrada nos jornais, a sensação. Essa violência pode ser detectada na crítica ferina, no editorial agressivo, no artigo emocional, na foto marcante, na reportagem denunciadora. Mas é uma violência “disfarçada”, “ilégível”, na forma editorial, enquanto que no jornal sensacionalista a violência faz parte da linguagem e da forma de edição (ANGRIMANI, 1995. p.57).

A partir do diálogo dos autores, pode-se compreender que alguns veículos se valem da do sensacionalismo e da espetacularização das notícias quando o assunto está ligado à violência, à criminalidade ou à tragédia. Desta forma, é possível dizer que o jornalismo policial aparece espetacularizado e sensacional. E, apesar de poder utilizar-se do sensacionalismo, que é garantia de audiência, é necessário saber dosar, pois o jornalismo tem a responsabilidade de denunciar o que não está correto, e o compromisso com a sociedade.

## 4. METODOLOGIA

Averiguar e compreender os critérios utilizados por cada emissora de rádio, para classificar um determinado acontecimento como notícia, durante boletins policiais, requer uma análise específica, assim como compreender como a notícia é divulgada. E, buscando delinear o estudo realizado, o presente capítulo se propõe a explicar a metodologia utilizada. O mesmo ainda deve esclarecer a escolha dos boletins selecionados, o perfil das emissoras das rádios de onde os áudios foram obtidos e a forma encontrada para realizar a análise.

E, a fim de atingir os objetivos propostos nesse trabalho elegeu-se como objeto de estudo os boletins policiais de duas rádios específicas de Passo Fundo – Uirapuru e Planalto AM– que, por sua vez, são emissoras que trabalham com a editoria policial na grade de programação e, portanto, demandam funcionários específicos para realizar esta função. A gravação dos áudios foi obtida nas próprias emissoras. A descrição da metodologia e das rádios cujo conteúdo é objeto de estudo segue abaixo.

### 4.1 Jornalismo policial nas emissoras Planalto e Uirapuru

O objeto de estudo deste trabalho é o jornalismo policial praticado em cada uma das emissoras estudadas e, por isso, faz-se necessário apresentar mais detalhadamente essa editoria em cada rádio. O conteúdo noticioso de polícia possui um espaço definido na programação diária e, também, é retratado em boletins contínuos, com inserções ao vivo. São esses boletins – pré-definidos e instantâneos –, que compreendem o objeto estudado. Os boletins policiais analisados pertencem a duas emissoras de rádio de Passo Fundo, Planalto e Uirapuru, únicas emissoras do município que dedicam um espaço específico na grade de programação para esta editoria, além de profissionais próprios para ela.

#### a) Rádio Planalto

A emissora de Rádio Planalto AM/FM pertence a Fundação Cultural Planalto de Passo Fundo, mantida pela Mitra Diocesana de Passo Fundo. As frequências AM, fundada em 1969, e FM, em 1982, da Rádio Planalto, transcenderam barreiras do tempo e se propõe, desde os primórdios, a investir em informação jornalística e em cultura. No site é possível encontrar a ementa que descreve:

A Rádio Planalto AM se caracteriza por ser uma rádio jornalística, apresentando em sua programação 18 horas de jornalismo ininterrupto. É uma emissora regional que informa para formar opiniões e prestar serviços relevantes à comunidade, se destacando por ser uma emissora cultural. Já a Rádio Planalto FM, é uma emissora voltada à valorização da cultura gaúcha, rodando durante 24 horas somente músicas nativistas e gaúchas. (RÁDIO PLANALTO, 2013)

Como a emissora faz parte de uma fundação construída por cristãos católicos, justamente, para instalar meios de comunicação sociais, ela exige, segundo sua ementa, eficácia profissional, “de acordo com as características do segmento econômico a que pertencem, porém com enfoque no Cristianismo, à luz dos valores evangélicos e da prática da fé viva, buscando solidificar a Igreja de Jesus Cristo” (RÁDIO PLANALTO, 2013). Desta forma, compreende-se que esta preocupa-se com valores e termos usados na divulgação de um fato, enquanto instituição religiosa.

Na Planalto é possível ouvir boletins policiais em horários fixos - 7h30, 9h10, 12h50 e 17h40 –, já que são parte da programação. É possível, também, acompanhar a cobertura jornalística policial ao vivo, no momento em que o acontecimento ocorre, ou logo depois que ocorreu. Para desempenhar a função de repórter policial, a emissora dispõe de um único profissional, com formação em jornalismo. Se o fato ocorrer fora do horário combinado com o repórter, outro profissional se desloca até o local e transmite a informação, em exceção da madrugada, quando o fato só é divulgado do estúdio, com informações obtidas por fontes oficiais ou de populares que entram em contato informando; ou no início da manhã. Contudo, é importante frisar que, se o fato for excepcional e demandar uma cobertura intensa e com presença de repórteres, o responsável é acionado.

#### **b) Rádio Uirapuru**

A Rádio Uirapuru AM foi fundada em 26 de novembro de 1981. É considerada “popular”, ou seja, voltada ao público mais humilde e leigo. Conforme o histórico encontrado no site da rádio, a programação foi planejada um mês antes de ir ao ar, e orientada a partir de resultados de uma pesquisa de opinião pública, realizada com a população do município. “A pesquisa identificou as aspirações e as necessidades dos passo-fundenses e proporcionou a formatação da nova rádio” (RÁDIO UIRAPURU, 2013)

Este ano, a mesma programação passou a ser transmitida, também, na frequência FM.

A Uirapuru se descreve como representante da comunidade passo-fundense, “consolidando diariamente o propósito de interagir em prol da população, sob a retaguarda de seus princípios de cidadania e ética” (RÁDIO UIRAPURU, 2013). Esta, ao contrário da Planalto, não tem compromissos religiosos.

Sintonizado à ela, também é possível ouvir boletins policiais em horários fixos - 7h40, 8h30, 12h30, 17h20 e 18h. A cobertura ao vivo de um fato considerado, na rádio, como informação policial, é prioridade na Uirapuru, tanto que investe em dois radialistas para tal função, além de um terceiro funcionário que, se for necessário, se desloca até o local para dar suporte aos outros dois profissionais. Ao contrário do radialista que realiza esta mesma função na Planalto, os responsáveis por esta cobertura, na Uirapuru, não têm formação em jornalismo, embora um deles, considerado titular, tenha iniciado a função antes mesmo de existir, em Passo Fundo, o curso de jornalismo.

A rádio adotou uma estratégia de cobertura policial, a princípio, para que todos os horários fossem atendidos, o que justifica a presença de tantos repórteres policiais. Durante a madrugada, ainda, os boletins que foram divulgados durante a programação diurna, são reprisados a partir da 1h10.

#### **4.1.1 A escolha dos áudios**

Para analisar os boletins policiais divulgados pelas rádios Planalto e Uirapuru<sup>2</sup>, foi necessário selecionar algumas datas, a partir das quais foram coletados os materiais que serviram de suporte para este trabalho. As datas dos áudios utilizados durante a investigação foram definidas aleatoriamente a partir da metade do mês de outubro, conforme combinado e autorizado por cada emissora. Foram selecionados seis dias intercalados, durante três semanas, para que a amostragem não fosse de dias contínuos e, com isso, contemplasse melhor o conteúdo abordado pelas emissoras

O corpus da pesquisa foi formado por 84 boletins, sendo 29 da rádio Planalto e 55 da rádio Uirapuru. É fundamental destacar que os boletins fixos na programação são compostos por diversas notícias das últimas horas, tomando possível identificar o mesmo valor-notícia em um único boletim, já que são várias matérias relatadas em sequência. Os primeiros áudios foram dos dias 23 de outubro, uma quarta-feira e 25 de outubro, sexta. Na semana seguinte, os dias eleitos foram 28, segunda-feira e 30, quarta-feira. E, para finalizar, foram obtidos os áudios dos dias 05 de novembro, terça-feira e 07, quinta-feira, todos de 2013. Todos foram reservados e gravados em CD, anexado no presente trabalho.

---

<sup>2</sup> Para conseguir o acesso aos boletins ao vivo da rádio Uirapuru, foi necessário ouvir a programação integral e, ao vivo, e anotar os horários de cada entrada para, posteriormente, passar para o responsável que recortou os áudios. Já na rádio Planalto, foi possível ouvir a gravação bruta, em outro momento, para retirar o que interessa ao trabalho.

#### 4.1.2 Análise

Para melhor sistematizar o trabalho, o presente empregou a prática proposta por Bardin (2010), que recorre, essencialmente, para uma exímia análise de conteúdo, em três etapas: pré-análise, exploração de material e tratamento de resultados. O primeiro momento, segundo a autora, é encarregado de cumprir três compromissos: escolher os documentos a serem submetidos à análise, formular hipóteses e, ainda, articular os objetivos e os indicadores que fundamentam a interpretação final.

Já na segunda etapa, se explora o material. De acordo com Bardin, é quando ocorre a “administração sistemática das decisões tomadas”, logo, é a fase que, necessariamente, deve “saber a razão porque é que se analisa e explicitá-lo, de modo que se possa saber como se analisa” (BARDIN, 2010, p. 101). E, para finalizar, o último momento conta com o tratamento dos resultados e com a interpretação, de fato, da análise.

Desta forma, a partir do conteúdo teórico estudado para esta monografia, elegeram-se três categorias de análise, de modo que a investigação do objeto de estudo ocorra de maneira mais completa. São elas: *1ª Imediatismo e tempo de duração* – construída com base em autores como McLeish (2001), Ferraretto (2001) e outros; *2ª Valores-notícia* – estruturada com bibliografias de Traquina (2001), Wolf (2009), entre outros e *3ª Locução: ênfases, pausas e repetição*, também construída com base em autores como McLeish, Ferraretto, Barbosa Filho (2004) e demais.

Após definir, explicitar e contextualizar os áudios policiais e os veículos ao qual pertencem, a pesquisa procurou identificar quais valores-notícia foram utilizados em cada boletim e definir quais critérios cada emissora – e seus repórteres – utiliza para classificar os acontecimentos como notícia. Em cada áudio foi procurado saber se o que se apresenta para os ouvintes são informações jornalísticas, trabalhadas de forma objetiva, com intuito único de informar, ou notícias espetáculo, que procuram prender a atenção do público, com intenção de manter ou adquirir maior audiência.

Por se tratar de rádio, também se buscou comparar o imediatismo – requisito fundamental deste veículo –, a partir de uma tabela que possibilitou contabilizá-los, comparando o horário de cada entrada ao vivo, além da locução e da ênfase dada aos elementos que compõem o fato. O tratamento dos resultados e a interpretação dos mesmos seguem no próximo capítulo.

## 5. ANÁLISE: VALORES-NOTÍCIA E CARACTERÍSTICAS RADIOFÔNICAS

Este capítulo corresponde a análise sobre a cobertura jornalística policial realizada nas rádios Uirapuru e Planalto. Ela se desenvolve em três momentos, sendo possível observar a quantia e duração dos áudios, a partir de quais valores-notícia são selecionadas e de que maneira é realizada a abordagem dos acontecimentos. Assim que a análise estiver concluída, será possível considerar se a cobertura funciona de forma imediata, uma função do rádio, quais são os valores-notícia que os repórteres utilizam para a seleção das notícias publicadas, se a notícia é tratada como espetáculo e, também, de que maneira determinado fato é abordado em termos de locução.

### 5.1 Tempo de duração e imediatismo

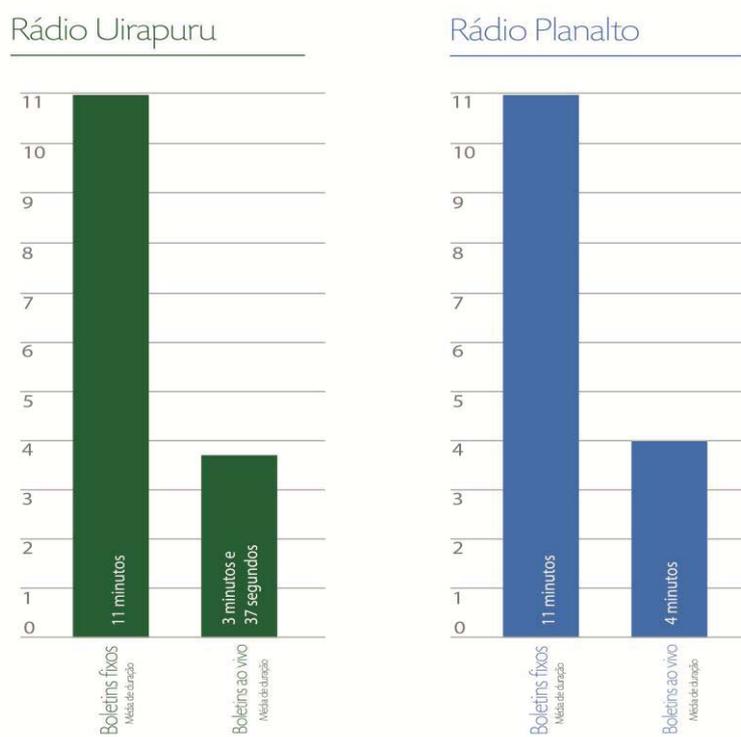
O imediatismo, como já visto no segundo capítulo deste trabalho, é considerado o ponto forte do rádio, sendo indispensável para atender os objetivos deste veículo. Assim, é possível considerar de suma importância o trabalho imediato na divulgação factual, já que é apresentado em primeira mão. A editoria policial trabalha, essencialmente, com informações de última hora, já que não tem horário programado para ocorrer. Sendo assim, os repórteres acabam trabalhando com boletins – informativo curto, de no máximo cinco minutos, e apresentado com maior frequência, que traz uma síntese das notícias mais importantes do dia – ao vivo. Durante a programação é possível observar a divulgação de informações do setor policial em horários fixos, quando o repórter relembra os fatos mais importantes das últimas 24h, e, por vezes, acrescenta informações, tendo uma duração maior.

Na rádio *Planalto*, dos 29 áudios analisados, a média de duração dos boletins fixos na programação é de 11 minutos, entretanto, é importante destacar que os áudios têm tempo bastante diferentes entre si, sendo possível ouvir boletins de até 19 minutos, como também, de 7, considerando a quantidade de informações repassadas em cada um. Neles, é possível ouvir os fatos mais importantes das últimas horas, com detalhes e, por vezes, com novas informações. A participação do repórter policial, fixa na programação, leva ao ouvinte um panorama mais geral da cobertura sobre criminalidade, mas varia, como já dito, em relação a quantia de acontecimentos. Em relação ao tempo de duração dos boletins ao vivo, ou seja, das inserções não programadas, a média encontrada é de 4 minutos, tempo suficiente para explicar o acontecimento inédito e momentâneo.

Na *Uirapuru*, os boletins fixos têm tempo médio de 8 minutos, apesar de também variarem bastante em tempo, se comparados entre si. Nesta, se ouve boletins de até 11 minutos, como também, de apenas 2 minutos, o que demonstra que os repórteres entram com mais frequência durante a programação, conforme previamente estabelecido, para repassar informações. A duração dos boletins ao vivo varia entre 2 e 5 minutos, estabelecendo uma média de 3,37 minutos. Entretanto, abre-se uma exceção para o dia 30 de outubro, quando três dos 10 boletins ao vivo ultrapassam os 10 minutos, devido a quantia de informações transmitidas. Mas, nem mesmo com as inserções maiores e mais completas de informação, as entradas cessaram no decorrer da tarde, registrando uma média de tempo entre cada novo boletim de 30,42 minutos, apenas.

Gráfico 1 – Duração média dos boletins policiais

## Duração média dos boletins policiais



Fonte: criação própria.

Ainda em relação às inserções ao vivo – e estreitamente ligadas ao imediatismo e ineditismo do rádio –, a *Uirapuru* se destaca, já que diariamente são contabilizadas, ao menos, duas entradas ao vivo, mas que podem passar de 10, dependendo do fato. Já na *Planalto*, boletins ao vivo são menos comuns, as vezes nem ocorrem. Nas datas em que foram analisados foi possível contabilizar, no

máximo, três entradas ao vivo durante o dia. Relembrando a proposta de cada emissora, visto na metodologia, é possível constatar que a *Uirapuru* busca o imediatismo na editoria policial, pois delega mais profissionais para tal função. A *Planalto*, ao contrário, tem como intenção divulgar toda a informação, independente de horário, a menos que o acontecimento exija divulgação imediata.

**Tabela 1 – Total de boletins e inserções ao vivo da Planalto**

<b>Rádio Planalto</b>	<b>Total de áudios</b>	<b>Boletins ao vivo</b>
23 de outubro	06	2
25 de outubro	04	0
28 de outubro	06	2
30 de outubro	05	1
05 de novembro	08	3
07 de novembro	04	0

**Tabela 2 – Total de boletins e inserções ao vivo da Uirapuru**

<b>Rádio Uirapuru</b>	<b>Total de áudios</b>	<b>Boletins ao vivo</b>
23 de outubro	06	3
25 de outubro	08	4
28 de outubro	15	9
30 de outubro	13	10
05 de novembro	06	2
07 de novembro	07	4

## **5.2 Valores-notícia**

O jornalismo, já caracterizado no primeiro capítulo deste trabalho como uma atividade informativa, periódica e difundida por meios de comunicação de massa, por autores como Lage (2004) e Medina (1998), entre outros, passa por processos de produção diários, com objetivo de

promover a construção social da realidade. Durante este processo, algumas notícias são selecionadas para publicação e outras são descartadas. A seleção passa, entre outros fatores, por uma análise a partir da relevância das notícias, ou seja, pela avaliação de valores noticiosos presentes nos fatos, de modo que as escolhas não sucedam por meio de sorteio ou desejo de fontes, donos de veículos ou anunciantes.

E buscando detectar os valores-notícias das matérias policiais das rádios estabelecidas para este estudo, parte-se para a análise das matérias que compõem os boletins policiais selecionados. Os áudios foram ouvidos, primeiramente, as matérias contabilizadas – já que é possível encontrar mais de uma notícia em cada boletim –, e os valores-notícia identificados e calculados, conforme classificação de Wolf (2009) e Traquina (2001), para se obter um percentual de cada um. Neste mesmo esquema, as características que incluem as notícias espetáculo e sensacionalismo, conforme definições de Angrimani (1995), Dias (1996) e Costa (2002), também foram identificados.

Como a porcentagem se obteve separadamente, por rádio, os resultados também foram trabalhados de maneira desunida. Nos áudios da rádio *Planalto*, foram somadas um total de 113 matérias durante os 29 boletins divulgados. No primeiro momento é possível identificar os valores-notícia mais usados durante a escolha das notícias<sup>3</sup> da mesma emissora. A partir dos estudos de Wolf e Traquina sobre valores-notícia, pode se obter um percentual de 96% em relação as matérias caracterizadas pelo valor-notícia denominado *proximidade*, uma estratégia de aproximar a notícia geograficamente do receptor, de modo a atrair o ouvinte para a informação de relevância, que trata de acontecimentos mais próximos.

Dando sequência, pode se perceber que o valor-notícia *interesse público* também é bastante utilizado na seleção da rádio Planalto, já que atingiu 85%. Esse valor refere-se a divulgação de fatos que podem vir a trazer implicações para a sociedade, muito encontrada nas matérias policiais analisadas da Planalto, já que os crimes e situações das quais as notícias trataram, podem, futuramente, atingir o ouvinte ou auxiliá-los a prevenir-se de situações de tensão. Neste mesmo viés, encontra-se na sequência o valor-notícia *relevância quanto a uma situação futura*, com 81%. Nas notícias policiais, geralmente, pode se destacar este valor-notícia, pois as matérias apontam os pontos mais violentos da cidade em relação aos roubos e furtos, de modo a deixar uma dica ao ouvinte, para ficar atento. Ainda, este critério está inserido na divulgação de prisões, e conseqüentemente, identificação de autores, que alertam a população a respeito do trabalho realizado pela segurança pública.

---

<sup>3</sup> Conforme descrito no primeiro capítulo deste trabalho, os valores-notícias dividem-se em valores de seleção e de construção. Para os objetivos deste trabalho, foram analisados valores de seleção, possíveis de serem estudados isolados da avaliação de processo produtivo.

O *impacto sobre a nação e envolvidos* segue com 80%, e não pode ser diferente, já que a cobertura de criminalidade se desenvolve sobre tragédias e crimes. Neste caso, o impacto é encontrado com maior frequência em relação aos envolvidos. No dia 07 de novembro, a notícia da morte brutal de um tenente do Corpo de Bombeiros repercutiu bastante, já que ocorreu após uma tentativa violenta de assalto a uma lotérica, fato que assusta a comunidade por sua violência. A *consequência* é outro valor-notícia bastante comum, e no corpus analisado pode ser apontada em 76% das notícias, isto porque, dificilmente não haverá consequência em relação a um “fato policial”, tanto em se tratando de vítimas e autores, quanto da sociedade, que pode mudar alguns hábitos para evitar uma situação, por exemplo. A *atualidade* nesta editoria comunicacional é imprescindível, porém aparece com 67%, já que durante os boletins fixos – que trazem um panorama geral –, é possível encontrar matérias mais antigas em relação ao tempo de 24h, tempo suficiente para trazer informações atualizadas.

Embora a *gravidade* seja um valor-notícia selecionado automaticamente, ou seja, que não envolve uma discussão a respeito de sua divulgação, nem sempre é de interesse do público, traz consequências ou impacta a nação e envolvidos. Com um percentual de 50%, aparece, principalmente, em matérias de homicídio – no município bastante ligados ao tráfico de drogas e a desentendimentos entre conhecidos e familiares, de acordo com informações da Delegacia de Homicídios e Proteção a Pessoa, responsável por esses crimes. Portanto, são informações repassadas por sua gravidade, mas sem maiores impactos, mais para sanar a curiosidade da população. Ainda em relação a esses crimes, trazem consequências em se tratando de organização da segurança pública, que reestrutura delegacias e estratégias para sua redução. Falando sobre o mesmo valor-notícia, também é possível considerar acidentes com morte e roubos com violência ou sequestro.

Já identificados os valores-notícias mais utilizados pela editoria policial da rádio Planalto, parte-se para o reconhecimento dos demais. As matérias de *serviço/utilidade* aparecem com um percentual de 29%. Essas, falam de veículos localizados ou recuperados, ou de locais que devem ser desviados, por detrimento de colisões no trânsito. *Novidade/ineditismo* apesar de estarmos falando sobre rádio, aparece com 19%, apenas. Quando se trata de *fontes autorizadas*, contabiliza-se 16%, localizados em notícias com fontes oficiais e, que, em alguns casos, são ouvidos em entrevistas específicas. É possível apontar como um dos exemplos, o boletim das 23h do dia 28 de outubro quando o repórter entra ao vivo para falar sobre um homicídio. No meio da matéria o delegado é entrevistado, e fala sobre as informações que cabem ao esclarecimento da população até o momento.

Notícias que envolvem *conflito* atingem um total de 11% e pode se notar que quando os acontecimentos ocorreram devido a um conflito, existe conflito de informações também, já que cada fonte tem uma versão para defender. Uma notícia que não está ligada a um fato de conflito, mas que

está caracterizada por este valor-notícia, é do dia 23 de outubro, quando é anunciado o desaparecimento de um menino de seis anos. Por fim ele retorna para casa, sozinho, e o tempo que passou fora, não fica claro, conflitando as informações.

Embora as notícias desta editoria envolvam informações com maior gravidade, preocupação e tensão, o *entretenimento* atingiu um percentual de 7%. Entre as notícias que se caracterizam por este valor notícia, está a de um estudante de direito, funcionário de um órgão público do município, que realizou um furto de desodorantes em um supermercado do Centro, durante a noite do dia 29 de outubro. A informação – repercutida no dia seguinte –, poderia ter sido divulgada como outros furtos do mesmo gênero, conhecido como furto descuido, que ocorrem diariamente, mas tomou proporções maiores do que o esperado, sendo espetacularizada e tornando-se uma forma de entretenimento para os ouvintes, já que foi repetida, comentada e, até, satirizada.

Com 6%, estão os valores-notícias *notoriedade* e *inesperado*. Embora sejam valores-notícia que impactam a população com maior facilidade, afinal assuntos que envolvam pessoas renomadas, conforme os autores estudados no primeiro capítulo do presente trabalho, são as mais notáveis, e o inesperado, que permite a rápida seleção por parte dos veículos, são difíceis de ser encontrado. A dificuldade em encontrar matérias que se caracterizam pelos critérios citados recentemente, existe porque esses fatos dificilmente ocorrem.

Quando o assunto se torna notícia devido ao *número de pessoas envolvidas*, ele se dinamiza e ganha proporções excedentes. Citações de Wolf deixam claro que a notícia tem maior valor, se o número de pessoas é maior. Na rádio *Planalto*, foi possível identificar 5% do uso deste valor-notícia, no corpus de notícias analisadas para este estudo. Da mesma forma que *notoriedade* e *inesperado*, situações que envolvam uma grande quantia de pessoas não é comum ocorrer. Em destaque durante os dias de áudios analisados está um acidente que aconteceu no dia 03 de novembro e continuou sendo desmembrado no decorrer da semana, com atualizações médicas e relatos de familiares, provando o valor de tal informação.

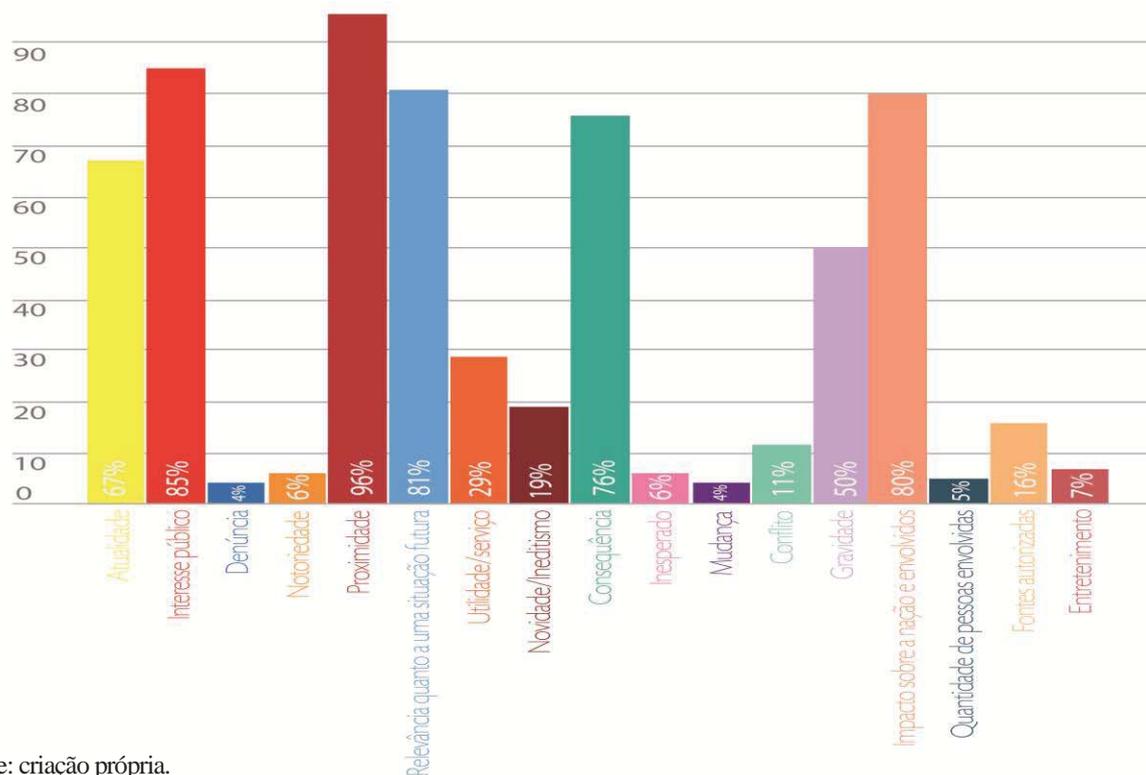
Por fim, estão as notícias que se qualificam por valores notícias como *denúncia* 4% e *mudança*, também 4%. As matérias que denunciam situações, ou falta de atenção para casos que demandam maior atenção não são muitas, mas existem e são identificadas, geralmente, quando um fato trágico ocorre em agravo a uma falha pública. Entre as notícias que se caracterizam pelo valor-notícia *mudança*, está a entrega de novas viaturas para a Polícia Civil, que ocorreu no dia 04 de novembro e foi divulgada no decorrer dos boletins policiais do dia 05 do mesmo mês. A troca de veículos antigos e sucateados por novos, aponta uma mudança para o trabalho policial, que depende, também, das viaturas. No mesmo dia, no boletim das 09h10, o repórter fala sobre uma reunião de

policiais militares, que teve como tema o plano de carreira da categoria. Este, é outro exemplo de matéria que se caracteriza pelo valor notícia mudança, pois aponta mudanças futuras em relação aos servidores militares. Sendo assim, é possível dizer que esta característica aparece com menor frequência, mas quando existe mudança, existe divulgação, sem hesitação.

Com os valores notícias já identificados dentro das matérias que compõem os boletins policiais da rádio Planalto, se inicia a identificação do uso de sensacionalismo, emoção/dramatização e notícia espetáculo. A análise permite afirmarmos que 27% das notícias foram divulgadas explorando-se a *emoção e dramaticidade*. Dessas, 13% foram tratadas como *notícia espetáculo* e, apenas, 4% *sensacionalizadas*. Foi possível notar, durante a análise, o uso de emoção e drama em matérias como o desaparecimento de um menino, no dia 23 de outubro. Na ocasião, a reportagem dedicou maiores esforços a este fato. Mesmo se tratando de um fato delicado e que está ligado a emoção, não justifica o uso do drama por parte da emissora, pois entre os deveres do repórter está a imparcialidade e com emoção ou dramaticidade, ela não existe. As notícias espetacularizadas nem sempre partem de um viés de gravidade, já o sensacionalismo sim. Os percentuais, portanto, embora baixos, existem.

**Gráfico 2 - Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Planalto**

## Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Planalto



Fonte: criação própria.

Na rádio *Uirapuru*, foram ouvidas 138 matérias que compuseram os 55 áudios analisados. Da mesma forma em que a *proximidade* foi apontada como principal valor-notícia durante a seleção das matérias da rádio Planalto, ocorreu com a Uirapuru. Com 78%, a *proximidade* atingiu o percentual mais alto. Isto ocorre porque a editoria policial se propõe a trabalhar, principalmente, com a cobertura de criminalidade do município ou de municípios vizinhos, ou seja, com fatos que estão próximos a comunidade ouvinte.

Seguidamente, e agora, ao contrário da concorrência, o critério de seleção de *impacto sobre a nação e indivíduos envolvidos*, foi apontado como segundo mais usado, chegando aos 71%. Entre as diversas matérias que se caracterizam por este valor-notícia, é possível citar uma bastante divulgada no decorrer do dia 07 de novembro, que relata a prisão de um comerciante por receptação de joias provenientes de roubo de joalheria. A notícia divulga nomes e estabelecimento comercial, além de explicitar o local de onde os objetos foram roubados, impactando não só os envolvidos – receptor, vítimas e clientes do comerciante –, como também a comunidade em geral, que descobre o destino final do roubo. Dando sequência, se identifica outro valor-notícia mais utilizado, o *interesse público* com 70%, uma característica que, quando presente, prende a audiência já existente e, também, a aumenta. Este valor-notícia interage com o anterior, de modo que o exemplo supracitado serve para o mesmo.

Outro bom exemplo, é a notícia divulgada às 10h06 do dia 30 de outubro, quando o repórter destaca uma informação de interesse nacional, mas que envolve a participação da Polícia Federal de Passo Fundo. A informação diz respeito ao encaminhamento dos primeiros inquiridos ao Ministério Público, sobre uma operação realizada em todo o país, denominada como Máfia dos Medicamentos. A notícia é fundamentalmente ligada ao interesse público, pois trata do julgamento de pessoas relacionadas à fraude de distribuição de remédios gratuitos para a população.

Já a *consequência* atingiu um percentual de 66%, suficiente para comprovar que, em se tratando de cobertura sobre a criminalidade, a particularidade está presente. Entre as muitas matérias que se caracterizam por este valor-notícia, está a prisão por embriaguez que ocorreu no dia 27 de outubro e foi divulgada no dia 28. O repórter conta que a prisão ocorreu durante uma operação de conscientização, a Balada Segura, e como o indivíduo não tinha como pagar a fiança estipulada, acabou recolhido ao presídio. Esta divulgação, além de alertar sobre a consequência, também serve como conscientização para os ouvintes que ainda se arriscam a dirigir após a ingestão de bebida alcoólica.

Logo depois, aparece o valor-notícia *atualidade* com um total de 62%, média baixa para o rádio que se propõe a trabalhar com imediatismo. Como já visto na rádio Planalto, ocorre também

com a Uirapuru: as informações são repetidas durante os boletins, mesmo que já tenham se passado 24h, o que torna o fato “velho” e, por vezes, até desinteressante, deixando o ouvinte com a impressão de “eu já ouvi”. Com 59%, aparece o valor-notícia *relevância quanto a uma situação futura*. É importante lembrar que a divulgação dos fatos pode servir como um alerta para a população. Os roubos de veículo ou pedestre tem relevância quanto a uma situação futura, pois advertem a comunidade sobre cuidados em determinados locais da cidade e horários mais favoráveis a realização dos crimes, por exemplo. Ainda dentro deste critério, as prisões estão intrinsecamente ligadas a tal valor-notícia, já que, quando ocorrem e são divulgadas, a população passa a sentir, mesmo que momentaneamente, maior confiança e segurança.

Notícias compostas por informações graves são muito atraentes e selecionadas sem muito questionamento. A *gravidade* é apontada com 38% e só não aparece mais porque está ligada, principalmente, aos homicídios e acidentes com morte, como por exemplo o que ocorreu no dia 24 de outubro e continuou sendo divulgado no dia seguinte, pois vitimou, fatalmente um mulher, deixou um homem em estado de saúde grave, mas não feriu a criança pequena, filho do casal. Já o valor-notícia *novidade/ineditismo* contabiliza somente 27%, entretanto, aparece com uma frequência regular. Aqui é possível afirmar que, embora a regularidade aparente, existe uma brecha quando se fala em novidade, pois os percentuais poderiam ser maiores, se considerarmos a demanda policial da cidade.

Matérias que se caracterizam por *utilidade/serviço* atingem os 22%. Geralmente quando ocorrem roubos/furtos ou recuperações de veículos, é realizada a divulgação das características do veículo, além da placa. Outro serviço realizado por essa emissora, é em relação ao trânsito, quando colisões ou acidentes mais graves o interrompe, precisando mudar a rota de tráfego. Estado de saúde de pacientes também pode ser encontrado com frequência, quando o indivíduo ao qual trata a informação, foi vitimado. Notícias ligadas a *conflito* atingem uma média de 13%, e a divulgação é maior quando o conflito, propriamente, ocorre no momento em que o repórter está acompanhando. Um homicídio registrado no dia 28 de outubro, se caracterizou, também, por este valor-notícia. A primeira informação obtida foi de que três indivíduos encapuzados tivessem matado a vítima. Em seguida, o repórter anunciou que havia outra informação: os autores seriam conhecidos da vítima. Já a versão final, e apurada pela polícia, concluiu que o autor não era somente conhecido da vítima, mas havia um grau de parentesco entre eles. As informações entraram em conflito, portanto, e trataram sobre um inicial conflito, que terminou em morte.

Quando as notícias dizem respeito a um grande número de indivíduos, conforme as bibliografias estudadas no primeiro capítulo, são de grande relevância e despertam muito interesse do público. Na Uirapuru 7% das notícias analisadas estavam ligadas ao critério de *quantidade de pessoas*

*envolvidas* no período analisado para esta pesquisa, e, não só o acidente do dia 03 de novembro, que envolveu mais de 30 pessoas, mas também um assalto a transportadora, divulgado no dia 25 de outubro, estão caracterizados por este valor-notícia. O que levou a seleção da matéria do roubo, foi a quantia de indivíduos envolvidos na ação, pois oito pessoas realizando um assalto não é comum.

As matérias que se caracterizam pelo valor-notícia *notoriedade* ganharam grande repercussão durante os boletins estudados, mas são poucas e aparecem com 4%, exemplo é a morte do tenente do Corpo de Bombeiros, morto no dia posterior a uma tentativa de assalto, quando foi atingido com um tiro na cabeça. Por ser integrante e tenente do Corpo de Bombeiros, a repercussão foi ainda maior. Com o mesmo índice, de 4%, está a divulgação de fatos *inesperados*, que permitem a seleção rápida para divulgação. Todavia, fatos inesperados são mais difíceis de localizar nas matérias, justamente, por não serem comuns. A audaciosa fuga de uma quadrilha em Marau, que troca tiros com a polícia, se enquadra a este critério também, pois a forma como eles agiram acabou se tornando uma ação inesperada, tanto para a polícia que está preparada para este tipo de reação, tanto para a população, que se assusta com a audácia da quadrilha, em relação ao enfrentamento.

As matérias sobre criminalidade que abarcam *denúncia* e as que envolvem *entretenimento*, embora sejam bastante distintas, apresentaram o mesmo percentual na *Uirapuru*, de 3%. Um percentual baixo e compreensível em se tratando de distração, porém, obscuro se pensarmos que denúncias também são parte desta editoria. Com índices ainda menores, estão notícias caracterizadas por *fonte autorizada*, com 2%. É um dado que pode ser analisado por dois pontos diferentes. Primeiro, por se tratar de cobertura jornalística policial, é importante ter respaldo das fontes autorizadas. Por outro lado, muitas fontes pretendem não divulgar informações que dizem respeito ou que interessam ao público e, portanto, se depender delas, somente, pode haver uma falha para com a sociedade e os objetivos do jornalismo. Para concluir, aponta-se o valor-notícia *mudança* com 1%. Se lembrarmos que as datas foram as mesmas para ambas as rádios estabelecidas, este critério foi pouco trabalhado, sendo limitado ao menor uso.

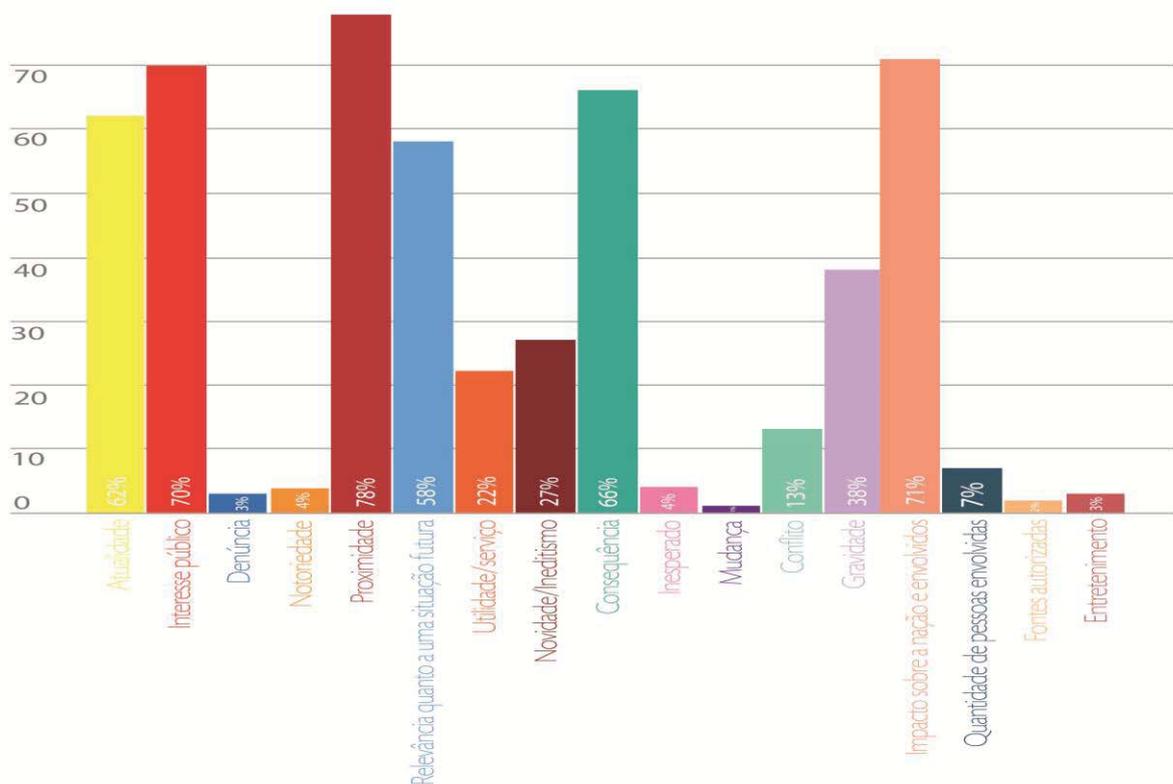
Finalizada a identificação dos valores-notícia, inicia-se o processo que aponta sensacionalismo, notícia espetáculo e dramatização, já contextualizados no capítulo 3 do presente trabalho. A *espetacularização da notícia* contabilizou 20% dentre as 138 notícias divulgadas, mesmo percentual da *emoção/dramatização*. Estas características que, segundo as bibliografias trabalhadas escandalizam, no sentido de expor os fatos de maneira chocante, são identificadas, principalmente, em áudios que apresentam a característica de *gravidade* e se percebe maior inserção destas características dramáticas durante a locução de um, dos dois profissionais. O *sensacionalismo* também é usado,

porém com menos frequência, somando um total de 12%. As notícias tratadas de forma sensacional, também estão dentro dos parâmetros de *gravidade*.

É possível usar como exemplo claro de sensacionalismo o boletim das 07h37, do dia 25 de outubro, quando o repórter discursa a respeito de uma tentativa de homicídio, quando a vítima foi ferida a facadas e “chegou em uma casa, com a mão na barriga, segurando as tripas devido as facadas que recebeu”. Os mesmos termos foram usados para a divulgação desta notícia em outras inserções do mesmo dia. Entre outros exemplos, podemos citar o boletim ao vivo das 14h47 do dia 30 de outubro, quando um repórter está próximo a um cadáver, que foi morto durante uma troca de tiros e os familiares chegam. O locutor espera a deixa e anuncia o desespero da família, ficando em silêncio, para que os ouvintes escutem os gritos de desespero. Na *Uirapuru*, portanto, é possível considerar que, quando existem oportunidades de usar critérios para dramatizar, eles serão usados.

Gráfico 3 – Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Uirapuru

### Porcentagem de valores-notícia encontrados nas matérias da Rádio Uirapuru



Fonte: criação própria.

Após uma análise individual sobre as matérias que compõem os boletins de cada emissora de rádio, parte-se para os resultados sob um âmbito mais geral. Durante a investigação das matérias foi possível perceber que os valores-notícias que aparecem com maior frequência, também se relacionam entre si. *Proximidade*, foi o valor que mais caracterizou as notícias em ambas as emissoras. Com o percentual obtido, é possível esclarecer que o *impacto sobre a nação e envolvidos*, a *relevância quanto a uma situação futura* e a *consequência*, qualificam, praticamente, o mesmo número de matérias na rádio *Planalto*. Já na *Uirapuru* os valores-notícias que conversam entre si, na maioria dos casos são: *impacto sobre a nação e envolvidos*, *interesse público* e *consequência*.

No que diz respeito a *novidade/ineditismo*, a *Uirapuru* aparece com percentual maior. Não poderia ser diferente, já que a mesma demanda dois profissionais para realização de tal cobertura, ao contrário da *Planalto*, que tem um único repórter policial. A *gravidade* é apontada com uma diferença de 12%, sendo a *Planalto* a que mais trabalha com matérias caracterizadas por este valor-notícia. Ainda é possível relatar a diferença entre o tratamento dado as matérias caracterizadas pelo valor-notícia *fontes autorizadas* que, apresenta pela *Planalto* um percentual significativamente maior, atingindo uma diferença de 14%.

Ainda realizando a comparação ao qual a pesquisa se dispõe, fala-se sobre o *sensacionalismo*. Este critério, embora apareça em ambas as emissoras, seu apontamento é diferente entre elas. Na *Uirapuru*, o sensacionalismo, quando aparece, é bastante gritante. Conforme Angrimani (1995), sensacionalismo é tornar sensacional. As informações já apresentam gravidade suficiente, não se fazendo necessário o uso de termos como “está todo ensanguentado”, ou “gritavam bastante ao redor do morto”, um formato bastante usado durante a divulgação das matérias. Na rádio *Planalto*, o sensacionalismo é menos estridente, mas apareceu, tal qual vimos na *Uirapuru*, em um boletim ao vivo, das 23h30 do dia 28 de outubro, quando o repórter menciona que “ao lado do corpo, o cachorrinho da vítima. A gente percebeu que o cachorro estava triste”.

Os valores-notícias menos utilizados para divulgação das notícias em ambas as emissoras, são: *mudança*, *notoriedade* e *denúncia*. A partir desta interpretação, se entende que as matérias ligadas a cobertura de criminalidade são estreitamente voltadas à comunidade, sempre trabalhando com fatos que interferem na vida das pessoas em geral. Logo, elas cumprem com os objetivos do rádio e também com os objetivos do jornalismo e seus critérios de noticiabilidade. Porém, como visto, ainda é possível encontrar nestas matérias, percentuais significativos de espetacularização, dramatização e sensacionalismo, o que aponta, também, o uso de apelo.

### 5.3 Locução: ênfases, pausas e repetição

Como já visto no segundo capítulo deste trabalho, o rádio é essencialmente falado e, portanto, não se abastece de imagens. Para suprir essa falta de imagens, o profissional abastece o conteúdo com ênfase vocal durante a locução, repetição das palavras/frases ou ainda chama o ouvinte para erguer o volume ou atentar ao que o locutor irá anunciar. Entretanto, ainda é possível encontrar nos boletins – neste caso, os da editoria policial – outras estratégias para chamar atenção da audiência, como termos sensacionalistas, ou tons vocais que podem denotar intenção de espetacularização do conteúdo noticioso.

Para constatar a maneira com a qual os locutores se manifestaram durante a divulgação dos acontecimentos, justamente, a fim de suprir a ausência de imagens, os boletins foram, primeiramente, separados por emissoras e, posteriormente, ouvidos. Os valores-notícia foram identificados e contabilizados com auxílio de uma tabela, baseados, principalmente, em autores como Traquina e Wolf. Da mesma maneira foi feita a análise do imediatismo, encontrado nas entradas ao vivo, e a duração dos boletins realizado a partir de conceitos de Barbosa Filho (2003) e outros autores. A inferência realizou-se a partir de definições de McLeish (2001), Ferraretto (2001) e outros, que descrevem a importância da fala, entonação e, inclusive, pausas.

Ao ouvir os boletins da *Uirapuru*, por exemplo, nota-se que as informações de maior relevância recebem um tratamento diferenciado quanto a locução. É comum ouvir a repetição de palavras, quando, na situação descrita, existe ou existiu tensão. No dia 28 de outubro, a partir das 21h52, por exemplo, um dos repórteres policiais fala ao vivo a respeito de um homicídio e repete, várias vezes, nomes, endereços e a maneira como ocorreu o crime, usufruindo deste, entre outros critérios, para preencher a ausência das imagens. Porém, é possível perceber que existem características próprias em relação aos repórteres quando se trata da divulgação. Em alguns boletins, como o exemplo supracitado, é perceptível a importância despendida pelo locutor à divulgação de nomes próprios. Já em outros de importância ou gravidade similar, a divulgação dos nomes ou endereços não ganha o mesmo destaque, pois não são repetidos, nem enfatizados. Fica claro, portanto, que cada locutor, mesmo que funcionário da mesma emissora, utiliza critérios de locução próprios, o que os diferencia.

Os exemplos escolhidos da emissora *Uirapuru*, para tornar claro esses elementos foram os três boletins ao vivo da noite do dia 28 de outubro, quando o repórter entra na programação para divulgar o homicídio já, superficialmente, comentado. No primeiro boletim, pede para que os ouvintes aumentem

o volume do rádio e prestem atenção, pois irá divulgar o nome da vítima. Ele repete duas vezes o nome, da mesma forma que acontece com o endereço onde ocorreu o fato. Enquanto transmite as informações preliminares, vai acrescentando, novamente, o nome de quem foi morto e o local. Ainda relembra, repetitivamente, como ocorreu o homicídio e o número de crimes deste gênero, que somaram no ano. No mesmo boletim, também é possível notar as pausas feitas para despertar interesse nos ouvintes. Quando fala que é o 39º homicídio do ano e quando menciona que o jovem foi morto “a facadas”, é notável a mudança do tom de voz. Mais adiante, usa a ênfase ao dizer que a vítima foi morta com uma facada “no peito” e repercute enfaticamente.

Ainda na data, entretanto, nas outras duas entradas ao vivo, o repórter leva ao público novas informações e relembra o fato desde o início, usando ênfase e pausas nos mesmos detalhes do primeiro áudio. Contudo, no boletim das 23h35 – o último da noite – é possível perceber maior entusiasmo na locução, além da pressa para chegar à novidade. O locutor conta sobre a prisão dos envolvidos e contextualiza enfaticamente a ação policial, mudando tons de voz ao mencionar “todos os envolvidos neste homicídio”, “estopim” ao referir-se a motivação do crime, “assassino”, “aplaudir” – a ação da polícia –, “homicídio” e, até mesmo, quando fala sobre a emissora em que trabalha. Ele ainda menciona que está acompanhando o “comboio policial”, aumentando o tom da voz para lembrar que a notícia é inédita e imediata. Logo, pode-se compreender que a ênfase, além de chamar para algum detalhe ou informação de maior importância, também é usada para a promoção da rádio, de forma que prenda o ouvinte, já que será informado, primeiramente, naquela sintonia.

Na *Planalto* a repetição é pouco usada como ferramenta para chamar ou prender a atenção do público, mas é notada esporadicamente, quando a participação do ouvinte é pertinente em relação ao assunto divulgado. Um exemplo é o boletim fixo na programação das 07h30 do dia 23 de outubro, quando o repórter menciona duas vezes o nome e a idade de uma criança que está desaparecida, e aumenta o tom da voz, com a intensão aparente de atentar o ouvinte ao auxílio de sua localização.

Neste mesmo exemplo, não se identifica “repetição” na *Uirapuru*. O repórter divulga o fato escolhendo outros critérios, como ênfase vocal, pausas e, até mesmo, reduzindo o tom da voz, o que impacta, já que traz um tom de preocupação ou lamentação impregnado ao seu formato. No boletim obtido na *Uirapuru*, que foi ao ar as 09h05 do dia 23 de outubro, é possível perceber a troca dos tons vocais e as pausas, mesmo que curtas, quando o repórter menciona que “a mãe do menino foi buscá-lo, como sempre, só que quando chegou lá, foi informada pela direção da escola que o menino teria sido levado – pausa – por dois homens, e que eles chegaram lá chamando pelo nome – ênfase – então seriam conhecidos – ênfase. (...) A mãe disse que procurou em casas de parentes, em colegas de escola – ênfase –, e nem sinal do menino” – reduz o tom da voz. Neste caso, a locução segue com tons

vocais mais próximos, sem extravagância, mas de forma que desperta o público para a importância do fato, bastante preocupante. As ênfases são leves, mas sedutoras, uma estratégia radiofônica.

Na *Planalto*, ainda usando este exemplo, é perceptível que a locução do repórter da emissora repercutiu mais a respeito da mesma informação. Ele entra na programação já mencionando enfaticamente que a ocorrência “preocupa toda a comunidade”, e segue o boletim, explicando que se trata de um “desaparecimento de uma criança de seis anos de idade” frisando esta informação. Esta característica, a ênfase, aparece em quase todos os áudios, principalmente em se tratando de fatos que delegam maior atenção das autoridades e, conseqüentemente, da população.

E, por ser a linguagem um instrumento individual e, portanto, subjetivo, é possível detectar elementos que se diferenciam entre os três repórteres policiais das duas emissoras, na locução, na ênfase vocal e durante as repetições. Na rádio *Planalto* fica claro que durante a locução, a ênfase vocal é o principal elemento utilizado para suprir a ausência das imagens. A repetição, embora seja notada quando o assunto é de grande importância, ocorre com menor frequência que na *Uirapuru*; mas é importante lembrar que um repórter, em especial, se utiliza deste critério na *Uirapuru*. O outro prefere as pausas, as ênfases menos marcadas e, por vezes, acompanhada de ironia. E são esses elementos que fazem do rádio um veículo de comunicação atraente, que impacta, diverte e auxilia a sociedade. Como diz McLeish: “O entusiasmo, a compaixão, a raiva, a dor, o riso. A voz é capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito. Ela tem inflexão e modulação, hesitação e pausa, uma variedade de ênfases e velocidade” (MCLEISH, 2001, p. 19).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O repórter policial de rádio, que depende do momento em que o fato acontece para descrevê-lo, busca no jornalismo e nos elementos radiofônicos, meios para atrair a atenção do público à informação que comunica. Como não se abastecer de imagens, encontra outras formas de cativar o ouvinte, que pode partir da agilidade, em informar imediatamente e antes dos demais veículos; na apuração dos fatos e na novidade, trazendo novas informações; na credibilidade adquirida a partir do bom trabalho desempenhado; na seleção de valores-notícia; na interpretação dos acontecimentos, que pode ser sensacionalista, dramática e emotiva e, também, na locução que enfatiza e dá importância à informação.

A pesquisa ora apresentada pretendeu, portanto, analisar a cobertura jornalística policial das emissoras de rádio Uirapuru e Planalto. O desenvolvimento deste trabalho buscou identificar os valores-notícia utilizados para a seleção das matérias divulgadas, além de outros critérios, como imediatismo, locução, uso do sensacionalismo no conteúdo e espetacularização da notícia. Durante a averiguação para identificar os valores-notícia implícitos em cada seleção de notícia, foi possível observar que em todas as matérias relacionadas à segurança pública, os valores-notícia são acompanhados um dos outros, de modo que, em cada uma delas, encontram-se diferentes valores-notícia, que formam um conjunto de valores, como descreve Wolf.

Neste trabalho se reconheceu que os valores-notícia proximidade, interesse público, relevância quanto a uma situação futura, impacto sobre a nação e envolvidos e consequência, regem as escolhas das notícias que tangem a cobertura de criminalidade. Ou seja, além de divulgar notícias que transferem tensão ao ouvintes, as matérias trabalham com assuntos que interferem o dia a dia da população, muitas vezes procurando alertar, outras criticando as condições da segurança pública, se não, lamentando, somente, a “fatalidade”.

Em relação a espetacularização da notícia, ao sensacionalismo e a própria dramatização, é possível considerar que ambas se utilizam de tais critérios, mas não é sempre que aparecem. A Uirapuru trabalha tais elementos de modo mais abrangente que a Planalto, porém é possível afirmar que ambas “pincelam” as informações com um pouco de sangue quando o assunto é mais grave – homicídios, homicídios tentados e acidentes com morte. A espetacularização, entretanto, também é reconhecida em matérias com menos teor dramático, de modo a transformar um fato comum para a sociedade, em uma notícia atrativa, ou até irônica.

Ainda em relação ao valor-notícia gravidade – que aparece com grande carga emotiva –, é possível destacar que, embora não aparece entre os valores-notícias mais usados, é o valor “preferido” de seleção dos repórteres policiais, pois sempre é mais repercutido em ambas as rádios, ganha maior ênfase vocal, e aparece com maior número de inserções ao vivo na programação, mesmo que, na maioria das vezes, tenha como objetivo único sanar a curiosidade do público.

Foi possível comparar a instantaneidade entre as emissoras e averiguar que na Uirapuru o imediatismo aparece com maior frequência. Os boletins policiais da mesma emissora aparecem com tempo de duração menor, o que permite dizer que, a Uirapuru tem uma frequência maior de boletins, porém, cada um deles traz um número menor de informações se comparado a Planalto. Ainda é possível constatar que a ênfase, de acordo com a bibliografia estudada, cumpre com seu papel de inculcar o público à notícia que está divulgando. Entre os elementos de locução, como pausas, repetições e mudança de tonalidade da voz, a ênfase foi detectada como a mais utilizada por ambas as emissoras.

A partir do exposto, é possível abrir um questionamento, mas desta vez, em relação ao público. As pessoas procuram por qual tipo de informação em relação a cobertura policial: as que têm relevância para o meio em que estão inseridas e que atingem a sociedade negativa ou positivamente? As notícias que diminuam o sofrimento do ouvinte, quando comparado a situação trágica em que o próximo está vivenciando? Ou matérias que distraiam, mesmo que, com determinada gravidade, o ouvinte?

A pesquisa abre margem para que se pense em outros projetos relacionados a esse tema, e sugere teses ou dissertações que procurem analisar o imediatismo por outro ponto de vista: se este critério altera, de alguma forma, a qualidade da notícia. Também sugere trabalhos que busquem identificar imparcialidade do comunicador. Ou, ainda, um estudo de matérias envolvendo a mesma cobertura em outro meio, como impresso ou televisivo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. Traduzido por Jacob Pierce. *A construção da notícia*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

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

BARBOSA FILHO, André, BENETON, Rosana e PIOVISAN, Angelo Pedro. *Rádio sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BUCCI, Eugênio. Prefácio. IN: BARBOSA FILHO, André, BENETON, Rosana e PIOVISAN, Angelo Pedro. *Rádio sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

COMASSETO, Leandro Ramires. *A voz da aldeia: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global. Tese de doutorado*. Porto Alegre: PUCRS, 2005a.

COSTA, Belarmino Cesar Guimarães da. *Estética da violência: jornalismo e produção de sentidos*. Campinas: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, 2002.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O discurso da violência: as marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo: Cortez, 1996.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. 5.ed. São Paulo: Ática, 1991.

FRANÇA, Vera Veiga. *Jornalismo e vida social. A história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. 2.ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: Norte e Sul*. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 4.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. 6.ed. São Paulo: Editora Ática, 1998.

MCLEISH, Robert. *Produção de Rádio – um guia abrangente da produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.

MEDINA, Cremilda. *Notícia um produto à venda – Jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2.ed. São Paulo: Summus, 1998.

MOUILLAUD, Maurice. Traduzido por Sérgio Dayrell Porto *O jornal: da forma ao sentido*. 2.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

PACHECO, Alex Rômulo. *Jornalismo Policial Responsável. Monografia (Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Faculdade do Pará*, 2005.

PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Editora Panda, 2000.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

PRETI, Dino. Prefácio. IN: DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O discurso da violência: as marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo: Cortez, 1996.

RÁDIO PLANALTO. Fundação Planalto. Disponível em: < <http://rdplanalto.com/sobre-a-planalto/>>. Acesso em: 22 de out. 2013.

RÁDIO UIRAPURU. Empresa. Disponível em: < <http://www.rduirapuru.com.br/empresa>>. Acesso em: 22 de out. 2013.

RAMOS, Sílvia e PAIVA, Anabela. *Mídia e Violência: tendências na cobertura da criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

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

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 10.ed. Portugal: Editorial Presença, 2009.

## **ANEXO**

Anexo único – Áudios analisados (Uirapuru e Planalto).