



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO EM BACHARELADO EM JORNALISMO**

WANDRI TADEUS FERREIRA DE MELO

**O RADIOJORNALISMO EM TEMPOS DE INTERNET: O CASO DO JORNAL DO
CARIRI- 95.7 FM DE SUMÉ**

**CAMPINA GRANDE/PB
2019**

WANDRI TADEUS FERREIRA DE MELO

**O RADIOJORNALISMO EM TEMPOS DE INTERNET: O CASO DO JORNAL
DO CARIRI- 95.7 FM DE SUMÉ**

Trabalho de Conclusão do Curso – TCC
apresentado ao Centro de Ciências Sociais e
Aplicado - CCSA, da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Comunicação Social –
Hab. em Jornalismo.

Orientação: Professora Dr^a. Gorreti Maria
Sampaio de Freitas

**CAMPINA GRANDE/PB
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

M528r Melo, Wandri Tadeus Ferreira de.
O radiojornalismo em tempos de internet [manuscrito] : o caso do Jornal do cariri - 95.7 FM de Sumé / Wandri Tadeus Ferreira de Melo. - 2019.
40 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.
"Orientação : Profa. Dra. Gorreti Maria Sampaio de Freitas, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Rádio. 2. Internet. 3. Notícia. 4. Radiojornalismo. 5. Emissora de rádio. I. Título

21. ed. CDD 070.194

WANDRI TADEUS FERREIRA DE MELO

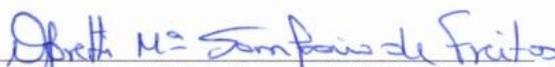
O O RADIOJORNALISMO EM TEMPOS DE INTERNET: O CASO DO JORNAL
DO CARIRI- 95.7 FM DE SUMÉ

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao
Centro de Ciências Sociais Aplicada, da
Universidade Estadual da Paraíba, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social – Hab. em Jornalismo.

Professora Orientadora Dra Gorreti Maria Sampaio
de Freitas

Aprovado em: 13/06/2019

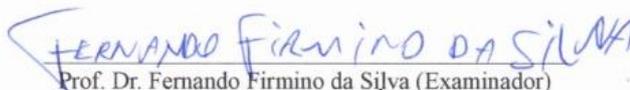
BANCA EXAMINADORA



Prof.^a Dra. Gorette Maria Sampaio de Freitas (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba – (UEPB)



Prof.^a Dra. Verônica Almeida de Oliveira (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Examinador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Por si só fazer um Trabalho de Conclusão de Curso é difícil, mas entre todas as partes, encontrei nos agradecimentos a mais problemática, devido à preocupação de registrar as pessoas mais importantes que contribuíram na minha vida social, profissional e acadêmica.

Mainha! A primeira pessoa que não desistiu de mim, nos primeiros momentos de minha vida, quando passou dias e noites cuidando de minha saúde no hospital, e mesmo assim não deixou que meus irmãos ficassem esquecidos. Dona Maria que muito incentivou seus filhos a estudarem e sempre disse: “A maior herança que os pais deixam para o filho é o estudo” e bom acabamos seguindo o conselho. Essa mulher é forte, guerreira, cabeça dura, mas de coração grande criou os seus quatro filhos com sustento da agricultura familiar. E nenhuma palavra que eu escreva irá caracterizar o meu sentimento de amor e gratidão, mas um eu te amo, é preciso dizer.

Meus irmãos cada um com uma característica diferente, ora nos damos bem ora temos divergências de ideias. A Wallass, o irmão mais velho, que sempre admirei seu posicionamento de está à disposição para nos ajudar e que nos faz rir com suas conversas. Wilk que tivemos muitas brigas quando criança e adolescentes, mas hoje em dia, resolvemos nossa divergência através do diálogo. A Wilk agradeço por ter me presenteado com uma sobrinha linda, a pequena Valentina com quem tenho uma relação de amor e ódio. E por falar nisso, é hora de lembrar da irmã caçula, Wltenize que embora já seja uma mulher bem resolvida e que não precisa de minha proteção, para mim vai ser sempre a irmãzinha. A você, agradeço pelas risadas, pela amizade, pelo companheirismo.

Nas lembranças dos amigos, preciso citar dois caras que incentivaram minha participação no rádio: Leandro Queiroz e Adílio José, com quem tive uma adolescência muito produtiva, momento que faziam música de qualidade e erramos o trio balato, que se arriscou em várias aventuras, mas, por conta da rotina diária acabamos nos afastando e tomando rumos diferentes.

Agradecer a quem a abriu as portas do mundo do rádio, Givanildo Santos que em 12 de outubro de 2013, permitiu que eu falasse na comunitária Solidariedade FM de Serra Branca, onde aprendi muito. Foi lá também que tive a honra de conhecer Alcineia Cruz com quem conversava bastante tanto sobre rádio, estudos e concursos públicos.

No ano de 2013 comecei um belo romance com a jovem Joseilma Souza, por circunstâncias do destino nosso romance acabou. Independente do nosso término, sou muito grato a ela por tudo o que fez por mim, principalmente por ter me ajudado a me tornar um homem melhor. Ela me ajudou com suas risadas, seus conselhos e seu apoio na hora que precisei segurar a barra. Joseilma foi essencial para minha entrada na rádio 95.7, e também por ter me dado dois sobrinhos de coração, Carlos Eduardo (Cadú) e Maria Janice (Nice).

Falar em Sumé é motivo de muita alegria e agradecimento, pois, é lá que tenho meu trabalho e conheci Rodolfo Silva quem possibilitou trabalhar em portal de notícias, e hoje em dia, passados por outros meios estamos em parceria com o site Notícias em Destaque. Agradecer também a sua família na pessoa de sua mãe Soneide (que é para mim, uma segunda mãe), Edival (padrasto de Rodolfo) e ao irmãozinho Vitor pode sempre me acolher em sua residência nos dias que precisei dormir naquele município. Ainda dou o meu obrigado a Jasmin Araújo (esposa de Rodolfo) por ter me recebido em sua casa com tanto carinho e cuidado.

Agradeço a Jacqueline Oliveira por ter me convidado a trabalhar na Rádio 95,7 FM Sumé (objeto de estudo) no ano de 2017, nossa diretora operacional com quem aprendi muito sobre o radiojornalismo e como fazer rádio na atualidade. Falar na emissora relembro da recepcionista Leonice Mendes, do auxiliar de serviço gerais Gerinaldo Paulo (Borba), dos locutores César Alexandre e Luan Brandão, dos repórteres Antônio Cardoso, Paulo Viana e Rodolfo Silva e por fim, a mola motora da nossa atividade na emissora Alberto Batinga diretor e dono.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração pela disponibilidade em ouvir e atender os alunos, na medida do possível. Agradeço a minha orientadora, minha ex-professora Dra. Goretti Sampaio que teve a paciência e sabedoria de dizer os caminhos certos a percorrer na construção desse estudo. Aos professores do curso de jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em especial aos docentes Verônica Almeida de Oliveira e Fernando Firmino da Silva que fazem parte da banca examinadora do TCC.

Aos meus colegas de curso e amigos, Rayssa Daniela, Fernanda Bonfim e Ubiratan Augusto. Aos amigos de Serra Branca que nesses anos pudemos compartilhar risadas, frustrações, preocupações e conquistas nas idas e vindas até a UEPB, em particular Ylka Guimarães e Iago Wesley.

Por fim, dedico este trabalho àquelas pessoas que disseram que eu não tinha capacidade de chegar até aqui, e esta concretização destino a todos que apostaram e acreditam no meu profissionalismo. Ylka Guimarães e Iago Wesley.

RESUMO

O presente trabalho analisa a influência da internet no “Jornal do Cariri”, da 95,7 FM Sumé, que fica localizada no interior da Paraíba. A emissora que surgiu no ano de 1991 passou por várias mudanças, as quais serão apresentadas neste estudo. Dentre estas mudanças, inicialmente, foi à migração de AM para FM em 2016. Embora a emissora tenha mais três radio jornais: “café da manhã”, “Jornal da 95”, “95 Minutos – Noite”, escolhemos o “Jornal do Cariri” como objeto de estudo. Esta pesquisa tem como objetivos: investigar de que forma é feita a apuração da notícia sem comprometer a instantaneidade; verificar como o ouvinte pode ajudar na sua construção e identificar como a emissora leva a informação além do rádio para o ouvinte. Para a constituição desta pesquisa foram utilizados os seguintes métodos: através da leitura de referencial bibliográfico amparado pelos autores Almeida e Magnoni (2009), Brognoli (2003), Cordeiro (2004), Del. Bianco (2004), Ferraretto (2007), Ferreira (2009), Magnoni e Rodrigues (2013), Oliveira (2009). Utilizamos também mais duas abordagens: quantitativa e qualitativa, com questionários para os ouvintes via formulário disponível na *internet* e questionários para os repórteres da emissora, respectivamente, somados a pesquisa de audiência do site da rádio e o acompanhamento da edição e da produção do radiojornal. A análise de dados nos mostra que houve mudanças significativas com relação a produção da notícia e participação do ouvinte na sua construção, depois da popularização da *internet*, que também contribui para levar a informação através das redes sociais.

Palavras-chaves: Rádio; *Internet*; Notícia; Jornal do Cariri; Ouvinte.

ABSTRACT

The present work analysis the influence of internet on “Jornal do Cariri” of 95,7 FM Sumé, that are located inboard of Paraíba. The issuer that emerged in the year of 1991, passed for a lot of changes, which will be presented in this study, and among these, initially, was the migration of AM to FM in 2016. Though the issuer had more three radio news: “Café da Manhã”, “Jornal da 95”, “95 minutos — Noite”, we choose the “Jornal do Cariri” as study object. This search objectifies: investigate how is made the News calculation without compromise the instantaneity; verify how the listener can help in the construction of the news and identify how the issuer takes the information beyond the radio to the listener. To the constitution of this search was used the following methods: through reading bibliographic reference based on the authors Almeida e Magnoni (2009), Brognoli (2003), Cordeiro (2004), Del. Bianco (2004), Ferraretto (2007), Ferreira (2009) Magnoni e Rodrigues (2013), Oliveira (2009). We also used the quantitative and quantitatively methods, with questionnaires to the listeners by online form and questionnaires to the reporters of the issuer, respectively, in addition to the audience search of the radio’s website, the editing tracking and the radio news production. The data analysis show us that happened significant changes related to the news production and the listener participation on this job, after the popularization of the internet, also contributes to take the information through social media.

Key Words: Radio; internet; News; Jornal do Cariri, Listener.

LISTA DE FIGURA

FIGURA 1: SITE DA RÁDIO 95,7 FM.....	36
FIGURA 2: AS POSTAGENS ERAM DE OUTRAS FONTES, CONSTITUÍDAS POR FOTOS E TEXTOS.....	37
FIGURA 3: UTILIZANDO DE PODCAST, COM FOTO E TEXTO, A PARTIR DE 22 DE JANEIRO DE 2019.....	38
FIGURA 4: APLICATIVO DA 95, 7 FM SUMÉ.....	41
FIGURA 5: FANPAGE DA RÁDIO 95,7 FM. ACESSADO EM 24 DE MARÇO DE 19, ÀS 17H35.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- RELAÇÃO DA QUANTIDADE DE OUVINTE VERSUS A IDADE	45
GRÁFICO 2 - NÚMERO DE MULHERES E HOMENS QUE ESCUTAM A 95,7 FM SUMÉ.....	46
GRÁFICO 3 - RENDA FAMILIAR.....	46
GRÁFICO 4 - NÍVEL DE ESCOLARIDADE	47
GRÁFICO 5 - OBJETO UTILIZADO PARA OUVIR A 95,7 FM SUMÉ.....	48
GRÁFICO 6 - PROGRAMA DE RADIOJORNALISMO DA 95,7 FM SUMÉ	48
GRÁFICO 7 - CIDADE ONDE É OUVIDA A 95,7 FM SUMÉ.....	49
GRÁFICO 8 - QUANTIDADE DE VEZES DAS EDITORIAS	50

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - COMPARATIVO DA AUDIÊNCIA ATRAVÉS DE CLIQUES NO SITE RADIO.COM.BR	39
TABELA 2 – ACESSO NO MÊS DE DEZEMBRO DE 2018	39
TABELA 3 – ACESSO NO MÊS DE JANEIRO DE 2019	40
TABELA 4 – ACESSO NO MÊS DE FEVEREIRO DE 2019	40
TABELA 5 – ACESSO NO MÊS DE MARÇO DE 2019	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	15
CAPÍTULO 1 - RÁDIO E INTERNET NO BRASIL.....	18
CAPÍTULO 2 - A NOTÍCIA NO RÁDIO E DINÂMICAS DE PRODUÇÃO FRENTE ÀS TECNOLOGIAS ATUAIS	24
CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO: CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DA RÁDIO 95,7 FM SUMÉ.....	28
3.1 A evolução da interatividade na rádio 95,7 FM Sumé	33
4 ANÁLISE DE DADOS.....	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIA BIBLIOGRAFIA	53
APÊNDICES.....	56
APÊNDICE B	66
ANEXOS	67

1 INTRODUÇÃO

O rádio fez história ao longo dos anos e se mantém firme até hoje. Embora tenha passado por várias modificações, muitos, erroneamente, acreditaram que morreria, em dois momentos históricos da comunicação. Primeiro, quando a Televisão começou a ter mais investimentos em comerciais do que o rádio, isso nos anos 50. Ele mudou alguns programas, em vista que a televisão brasileira começou a utilizar a estrutura da programação do rádio, a exemplo das radionovelas, programas de auditório e Festival de Música. O segundo momento foi quando se popularizou a *internet*.¹

A trajetória do rádio no Brasil é marcada por mudança de ordem social e tecnológica (Vinil, Fita Cassete, CD, hoje em dia downloads e playlist), de transmissão – no caso de AM para FM-, de equipamento que ajudaram na informação através de externa e a utilização da *internet*. Tais modificações repercutiram também junto ao processo de produção da notícia e conseqüentemente na forma de interação com os ouvintes. Diante desta realidade, a presente pesquisa surge da inquietação em verificar as mudanças ocorridas na rotina da emissora da 95,7 FM Sumé com o advento da *internet*. O objetivo é identificar a relação do rádio junto à *internet* e processo de convergência diante das tecnologias atuais da comunicação. Detemo-nos a analisar o programa “Jornal do Cariri”, veiculado pela Rádio 95,7 FM Sumé, interior do Estado da Paraíba, Brasil.

Nossa justificativa para elaboração desta pesquisa surgiu primordialmente por notar a utilização da *internet* no rádio, tanto para a veiculação de música, registro de audiência e abrangência da emissora pela rede, constata-se dessa maneira que o rádio está moderno. O segundo pilar, contribuir com os estudos a respeito e como a *internet* modificou o modo de produzir a notícia e como esta chega ao ouvinte através da rede mundial tecnológica, além do rádio; e por conta que alguns estudos sobre a temática são, na maioria das vezes, regionais e não tem tanta ampla divulgação, como deveria ser.

Esta pesquisa, em específico, busca responder as seguintes indagações: 1) como foi modificada a forma que é produzida a notícia na redação da rádio após a *internet*?;2)

¹Mas só foi ser uma verdadeira preocupação do Rádio, aqui no Brasil depois dos anos 90.

diante destas tecnologias atuais como o ouvinte contribui para a formação da notícia?;3) quais os meios a emissora utiliza para levar a notícia até o ouvinte?

Para responder às questões apresentadas, elaboramos os consecutivos objetivos:

a) investigar de que forma é feita a apuração da notícia sem comprometer a instantaneidade; b) verificar como o ouvinte pode ajudar na construção da notícia; c) identificar como a emissora leva a informação além do rádio para o ouvinte.

2 CAMINHOS METODOLÓGICOS

A pesquisa se constitui através de método qualitativo-quantitativo, estudo de caso e observação participante que é “baseada na interação ativa entre pesquisador e grupo pesquisado e, principalmente, na conjugação da investigação com os processos mais amplos de ação social e de apropriação coletiva do conhecimento, com a finalidade de transformar o povo em sujeito político” (PERUZZO, 2003, p.09).

A observação foi através de acompanhamento in loco da edição e produção do “Jornal do Cariri” adicionados a gravações do programa jornalístico, em período de uma semana, do dia 13 a 17 de março de 2019. A observação de iniciou sempre às 9h, hora que é iniciada a produção do script do programa. Para Yin (2005, p. 32),

O estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real[adaptando-se] as circunstâncias são complexas e podem mudar, quando as condições que dizem respeito não foram encontradas antes, quando as situações são altamente politizadas e onde existem muitos interessados.

Para a constituição desta pesquisa foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: leitura de referencial bibliográfico amparado pelos autores Almeida e Magnoni (2009), Brognoli (2003), Cordeiro (2004), Del. Bianco (2004), Ferraretto (2007), Ferreira (2009), Magnoni e Rodrigues (2013), Oliveira (2009). Utilizamos também duas abordagens: quantitativa e qualitativa. Para Freitas e Jabbour (2011, p.09), “este tipo de pesquisa em que se mesclam métodos de pesquisa é chamada triangulação metodológica, ou, mais recentemente, de mixed-methodology, baseada no uso combinado e sequencial de uma fase de pesquisa quantitativa seguida de uma fase qualitativa, ou vice-versa”.

Na abordagem quantitativa foi organizado um questionário composto de perguntas semi-abertas e fechadas aplicado junto aos ouvintes, disponibilizado na *internet* e fora divulgado nas redes sociais (*facebook* e *whatsapp*). Outro mecanismo de segurança para que a pesquisa não fosse prejudicada foi à exigência de: e-mail, faixa etária, classe social e qual o jornal da 95,7 FM Sumé tem mais audiência (apêndice B) e, ainda nessa vertente, a comparação de acesso ao site em um período de três meses e comparativo também qual emissora em três municípios, Sumé, Serra Branca e Monteiro teve mais cliques.

Na abordagem qualitativa foram realizadas entrevistas semiestruturadas (apêndice A) com quatro repórteres a fim de verificar de que maneira eles utilizam a *internet* para a produção de notícia na emissora e para elaboração de seu trabalho no dia a dia, do “Jornal do Cariri”. Por Jacqueline Oliveira além de ser âncora e repórter, também é diretora operacional da 95,7 FM Sumé, foi um aplicado questionário diferente. As entrevistas foram todas gravadas individualmente no celular, por uma ferramenta disponível, além de um microfone e um *irig*.

É de fundamental importância acrescentar o processo de observação. Chegamos à emissora logo cedo da manhã, precisamente às 6h30. Isso porque, depois de meia hora, aconteceria a primeira atividade de produção do “Jornal do Cariri”: as pautas, as quais são destinadas para três repórteres, Rodolfo Silva, Antônio Cardoso (ambos em Sumé) e Paulo Viana (Monteiro). Às 8h, começou a edição de áudios para ser inseridos no site utilizando podcast. Após, teve a escrita do texto jornalístico e, em seguida, a escolha da foto da matéria. Os áudios são dos próprios radiojornais que foram apresentados no dia anterior, sendo assim assuntos de editorias as quais possam ser ouvidas em qualquer dia e horário, esse processo de atualização leva em torno de uma hora.

Foi observado ainda que a escrita do “Jornal do Cariri” acontece com acesso a portais de informações locais, regionais, estaduais e nacionais. Quando começa a chegar às entrevistas trazidas pelos repórteres, ora gravadas no objeto gravador, ora pelo whatsapp, inicia-se o processo de decupagem e de edição, e, posteriormente, a escrita do teor do tema abordado no diálogo entre entrevistador e entrevistado. Para a produção do “Jornal do Cariri” é dedicado uma hora e quarenta e cinco minutos e acontece na sala de produção. Ainda in loco, no estúdio da 95,7 FM Sumé, onde realiza a apresentação dos programas da emissora, no período em questão, conhecemos como é a participação do ouvinte na produção da notícia, na entrevista “ao vivo” com convidado, constituído assim a interação. Podemos também perceber as principais editorias que são veiculadas.

Para alcançar os objetivos acima elencados, o estudo está organizado em quatro partes. Nesta Introdução, contextualizamos o tema desta pesquisa, destacando o surgimento do rádio. O capítulo seguinte descreve sobre os métodos empregados, a saber, quantitativo-qualitativos por meio de questionários *online* aos ouvintes e individual para os repórteres. Em seguida, a contextualização geográfica e histórica das mudanças ocorridas desde 1991 na Rádio 95,7 FM e a descrição de como são os

programas jornalísticos. Uma quarta parte, as considerações finais com na base na pesquisa.

CAPÍTULO 1 - RÁDIO E INTERNET NO BRASIL

É historicamente comprovado que o rádio foi o veículo pioneiro da comunicação eletrônica de massa. Aqui no Brasil, as primeiras ondas sonoras registradas foram no Rio de Janeiro, em 7 de setembro de 1922, momento que marcou as comemorações do centenário da Independência. A emissão experimental foi realizada pelas empresas norte-americanas Westinghouse e Western Electric. O que transmitiu? O discurso do paraibano, então Presidente do país, Eptácio Pessoa.

Com o passar dos anos o rádio foi evoluindo chegando ao que consideram a Era de Ouro, em 1940, como Magnoni e Rodrigues (2013, p. 06) afirmam:

Dessa forma, a guerra pela audiência tornava-se mais acirrada, sobretudo a partir da chamada Era de Ouro do rádio brasileiro, que teve início na década de 1940. Tal fato também contribuiu para a evolução tecnológica, uma vez que as emissoras almejavam melhorar a qualidade técnica e também facilitar o processo de produção de conteúdos. Nessa época, novos gêneros de programas passaram a fazer parte das grades, como as radionovelas e humorísticos. Os programas de auditório também figuravam nas rádios, e o jornalismo teve inserção gradual na programação.

Observando o momento atual do rádio, percebe-se que a busca pela audiência também mudou, em vista, que a preocupação é quem traz a informação para o rádio primeiro. No rádio, são poucos os programas voltados para humor, e no lugar das radionovelas, no momento é divulgado um resumo do que vai acontecer nas novelas das 6, 8 e das 9h principalmente ou por que não afirmar exclusivamente da Rede Globo de Televisão.

O programa de entendimento, conhecido como musical, substitui o programa de auditório, em que respectivamente o ouvinte participa através de telefone e redes sociais (facebook, whatsapp e instagram), o Festival de Música foi substituído por músicas gravadas em fita cassete e posteriormente em CD e no momento passaram a serem tocadas por um software chamado Playlist. Um diferencial na época da Era de Ouro era as vozes marcantes dos profissionais e está era uma das exigências para conseguir um emprego na área, porém, em hoje em dia, não é mais cobrado essa característica, mas que o locutor tenha criatividade, irreverência e seja um bom *DJ*.

O rádio no Brasil que recebeu os primeiros investimentos foi “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi encampada por Getúlio Vargas, em 1936” (MAGNONI; RODRIGUES, 2013, p. 07). Levando em consideração que nosso objeto de estudo em si

é o radiojornalismo e que este tem papel fundamental tanto na programação da emissora como na vida do ouvinte, não poderíamos deixar de fora de relembrar do Repórter Esso, na década de 1940:

O Repórter Esso representou uma revolução para o rádio no Brasil, acompanhando momentos marcantes da história do país e do mundo, como a Segunda Guerra Mundial e a morte de Getúlio Vargas. Outros noticiosos também marcaram época, a exemplo de O Grande Jornal Falado Tupi, que também iniciou as transmissões na década de 1940. Esse programa eternizou a figura de Coripeu de Azevedo Marques no rádio jornalismo, assim como o Repórter Esso fez com Heron Domingues (MAGNONI; RODRIGUES, 2013, p. 07).

Os programas radiojornalísticos da época eram revolucionários, não tinha tanta tecnologia, mas prezava por um bom jornalismo. O Repórter Esso é um marco tão grande que se tornou um dos maiores prêmios de reconhecimento na área da comunicação, sendo chamado Prêmio Esso.

Com o passar dos anos e com a evolução tecnológica, em 1950, as rádios funcionavam em amplitude modulada (AM), por meio das ondas médias (OM), das ondas curtas (OC) e das ondas tropicais (OT), porém, a partir daquela década começaram a surgir emissoras com transmissão em frequência modulada (FM). Em 2013, no Brasil, começou o processo que permitiu a transição do AM para o FM. E aproveitando esta oportunidade de abertura que em 2016, a Rádio Cidade Sumé AM migrou para 95,7 FM Sumé.

No Brasil, a *internet* chegou em 1988, naquela época as conexões inicialmente foram feitas em setor acadêmico e somente anos depois foi destinada a usuários domésticos e as empresas. Porém, só em 1994, é que governo federal – que até então pouco tinha investido na área da *internet*– divulgava, através do Ministério de Ciência e Tecnologia e do Ministério das Comunicações, a intenção de investir na nova tecnologia. O marco principal no país, do suposto serviço foi no ano de 1996, quando o cantor Gilberto Gil fez o lançamento de sua música, cantando uma versão acústica ao vivo e conversando com internautas sobre sua relação com a *internet*.

O rádio apropriou-se, primeiro da *internet* utilizando-se da plataforma site ou portal (pelo endereço eletrônico www.endereço.com.br), saindo do seu antigo formato

²Levando em conta que em FM a qualidade é superior, no entanto, não tem um alcance comparado ao AM. Outra diferença é que as ondas do AM consegue acompanhar o relevo da terra, passando por Serras ou Montanhas, porém, as ondas da FM não conseguiram ultrapassar as barreiras, já citadas.

do processo de recepção e transmissão. Neste novo modelo de rádio, sua estrutura muda, dando espaço para “a multimídia, ou convergência de mídias, que consiste na união de todos os meios de comunicação em um único” (ALMEIDA; MAGNONI, 2009, p.02). É preciso acrescentar o que:

A *internet* tem vindo a integrar o sistema de comunicação da rádio, apresentando-se, no momento, como um suporte complementar para as emissões em FM. Para a rádio, a *internet* pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, no sentido da variedade que o mundo online oferece (tendo como elemento central a world wide web), e pelo desafio da adaptação ao novo meio, na pesquisa, produção e difusão de conteúdos (CORDEIRO, 2004, p.01).

O que seria uma concorrente para o rádio, na verdade se tornou uma companheira, que com sua utilização surgiram múltiplas possibilidades, seja na produção das notícias, de música e na interatividade. A partir da *internet*, dois cenários se constituem no Brasil: o primeiro, as emissoras perceberam que, além da transmissão da frequência pelas ondas *hertzianas*, o sinal via *bytes* tanto pode chegar a outras cidades como pode ser inserido em celular – por aplicativo, *site*, *facebook*, *instagran* e *whatsapp* - e computador – por *site*, *facebook*, *instagran* e *whatsapp* - além da interação com ouvinte aumentar e melhorar.

E o segundo cenário é que algumas pessoas encontram a possibilidade de ter sua própria rádio, sendo que na Web não tem tanta burocracia e não exige uma programação semanal, como é a convencional. Devemos lembrar ainda que o aparelho celular percebeu que o rádio é um veículo popular e, em função disso, todos os aparelhos têm o ícone de ouvir as emissoras locais, em particular as que estão em frequência moduladas (FM), como apontam Prata e Del Bianco (2018, p.28),

Os celulares fabricados a partir de 2009 não dispõem de antena para captar o AM. Ocorre que esse sinal, para ser operado numa frequência baixa, consome mais energia do que o FM, exigindo a instalação de chip no celular que aumenta ainda mais o consumo de bateria. Outro aspecto está relacionado à necessidade de antena maior para captar a frequência. Esses dois fatores juntos inviabilizavam a fabricação de aparelhos mais baratos e leves. Por essa razão, a indústria decidiu por excluir o AM do ecossistema dos dispositivos móveis dando preferência para o FM.

Esta alternativa traz ao ouvinte que não tem acesso a *internet* de acompanhar a programação da emissora de modo convencional. De acordo com pesquisa realizada em

São Paulo, por dois anos pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística - IBOPE3 Media e a Comissão de Rádio (formada por representantes de emissoras de rádio e Grupo de Mídia), divulga em 2014, a conclusão é que o celular está em segundo lugar, ficando em primeiro o rádio e em terceiro o computador, por onde o ouvinte sintoniza a rádio.

Outro dado interessante divulgado por KANTAR IBOPE - UOL4 é que, “a pesquisa também aponta que o horário com maior alcance diário do rádio no celular foi às 14h e, para o equipamento tradicional, o pico se deu às 10h”. Como o trabalho questiona a utilização da *internet* na forma de produzir e ouvir o rádio se faz necessário apresentar mais constatação de que o tempo que o internauta dedica à *webrádio* chega à 2h21min.

Com a *internet* várias mudanças aconteceram, no sentido que as pessoas buscam em várias plataformas a informação, seja qual for o editorial que lhe interessa. Em relação a isso, pode-se afirmar que:

A hipertextualidade da *internet* permite que o usuário, ao navegar, faça a interligação e o aprofundamento de assuntos, com o uso dos hiper-vínculos (links). Dessa forma, a estrutura dos textos e das mensagens audiovisuais da rede deixa de ser linear e passa a ser rizomática. Ou seja, o interesse e a percepção do próprio usuário organizam uma teia particular de informações (ALMEIDA; MAGNONI, 2009, p.02).

Isso quer dizer que o ouvinte que antes apenas recebia a mensagem e aceitava o que escutava como verdade inquestionável, com a *internet* o ouvinte passa a ser ativo e não é apenas um receptor de informação. Neste sentido, o ouvinte agora tem a oportunidade de além de pedir música, poder: denunciar através de divulgação de fotos e vídeos, criticar, elogiar, ajudar na produção da notícia, questionar o que foi dito, em vista que busca ou tem a mesma informação em outros meios de comunicação e ajuda na divulgação das notícias, graças à *internet*. Com ela, o profissional da rádio precisa ter mais atenção com as notícias que são divulgadas no radiojornal, pois, com a instantaneidade dos fatos, uma matéria que foi divulgada primeira em sites e fora inserida no script pode sofrer modificações e a produção, se caso não se atentar para essa modificação, poderá implicar em erro.

³É uma empresa que realiza pesquisas de opinião e estudos de mercado, com campo de atuação de pesquisa em pleitos eleitorais. Também desenvolve pesquisas de audiência televisiva.

⁴Dados da pesquisa pode ser acessado em <<https://www.loucosporradio.com/2018/10/tempo-medio-que-o-brasileiro-ouve-radio.html>> Acesso em 21 de abril de 2019, às 21h14.

Por outro lado, é na *internet* onde são encontradas as chamadas notícias falsas ou Fake News⁵, ao divulgar uma matéria desse caráter compromete não somente a credibilidade adquirida no meio, mas também a confiança do público com o profissional. Cometer erro no rádio e/ou na televisão é muito grave, haja vista que o público não fica parado dando total atenção, pois, tem outras formas de entretenimento e se houver uma correção, não quer dizer que o ouvinte e/ou telespectador esteja acompanhando a programação. Nos dois meios citados, o cuidado com as notícias é maior, ao levar em conta que o público não tem a opção de retornar a matéria atualizada, assim como acontece em site.

Com a *internet*, as pessoas procuram as informações em tempo real e a qualquer hora do dia. Por outro lado, a instantaneidade é também uma das características principais do rádio, isso porque, a qualquer momento, a programação pode ser interrompida para dá um flash ao vivo, por celular ou por áudio via *whatsapp* sobre determinado fato. Efetivamente, tanto a *internet* quanto a rádio (comunitária, educativa, comercial, tanto AM e FM), canais de televisão e, até mesmo, as informações de um município pequeno, passaram a ultrapassar limites, divisas e até fronteiras.

A partir da *internet*, essa interação passou a ser mais acessível aos ouvintes a quem possui um celular com aplicativos, em particular o *whatsapp*, o qual as emissoras incentivam a participação através deste, sendo por mensagem de texto ou de áudio, aspecto que tem influenciado no processo de audiência.

Outro impacto é com relação à abrangência que a emissora ganha, na proporção de que limites instituídos até onde as ondas alcançam de acordo com normas de funcionamento instituído pela Agência Nacional de Telecomunicações- Anatel, não é mais um entrave para que um sumeense que está, por exemplo, no Estado de São Paulo, possa ouvir a programação da Rádio 95,7 FM Sumé e pedi uma música, oferecendo para seus amigos e familiares em sua cidade natal, no interior do Brasil. E isso é somente possível com uso da *internet*.

⁵Antes conhecido como boato ou mentira, mas quase tudo Brasil é por apropriação do inglês, então os meios de comunicações adotaram o termo Fake News. Assim como próprio nome diz, é Notícia Falsa, que na maioria das vezes é criada não necessariamente por um jornalista, mas por uma pessoa que tem como objetivo prejudicar uma imagem, seja de uma empresa ou agente político. E depois da divulgação é difícil acontecer um revira volta explicando que tudo é mentira. No país, o maior índice de Fake News foi durante o pleito eleitoral do ano de 2018, para disputa do cargo de Presidente da república, que na maioria das vezes quem sobre com a prática foi chapa do Partido dos Trabalhadores (PT), formada por Fernando Haddad e Manuela D'Ávila. E algumas empresas de comunicação surgem justamente para fazer a checagem das notícias que são vinculadas em meios de comunicação e rede social.

Um terceiro impacto é a divulgação instantânea da notícia, que precisa chegar ao público o quanto antes, e o meio que demorar ou deixar de cumprir com esse papel acaba ficando um pouco para trás, perdendo em audiência e consolidação, evidentemente que leitor/internauta/ ouvinte não procura o referido veículo por conta da morosidade e falta de agilidade, mas sim por está sempre com notícias atualizadas.

O quarto impacto está na divulgação de notícias falsas, as *fake news* que são compartilhadas principalmente nas redes sociais e sites, por conta disso, alguns meios de comunicação precisam fazer a checagem da matéria, fazendo com que originasse não só no Brasil, mas em outros países, agências que são dedicadas ao trabalho de verificação da notícia.

E último impacto que a internet permitiu não só a rádio 95,7 FM Sumé, mas a outros meios, foi com relação à produção diária da notícia, em que o profissional busca informações em sites ou em outras emissoras para servir como fonte, este procedimento é chamado de rádio escuta. A notícia que é produzida para o rádio é modificada sua estrutura para o webjornalismo e postada no portal da emissora, sendo assim, uma das dinâmicas frente às tecnologias atuais.

CAPÍTULO 2 - A NOTÍCIA NO RÁDIO E DINÂMICAS DE PRODUÇÃO FRENTE ÀS TECNOLOGIAS ATUAIS

Apresentamos uma breve definição do que é notícia. Para o jornalismo, a notícia é tudo o que pode interessar ao público, sempre levando em conta o critério noticioso, sendo um fato verídico, que é retrata a realidade do jeito que é, assim configurando a Teoria do Espelho⁶. Porém, nem tudo o que acontece pode ser transformado em notícia:

Para ganhar o status de notícia, o fato deve possuir atributos compatíveis com os valores-notícia. Componentes fundamentais da noticiabilidade, os valores-notícia constituem regras que guiam o trabalho do jornalista, sugerindo o que deve ser recolhido, omitido ou realçado (DEL. BIANCO, 2004, p. 02).

O processo de produção da notícia segue os seguintes critérios: noticiabilidade, valor-notícia, aproximação, o acontecimento, fatores éticos, seleção e a posição editorial do meio de comunicação - que pode interferir na finalização da matéria.

Diante das tecnologias atuais da comunicação, é preciso estar atento aos acontecimentos. E no rádio isso acontece sem muita demora, porque, pode interromper a programação do que está sendo veiculado para trazer um flash com a participação do repórter ainda no local, contanto de forma fiel como foi o fato.

A linguagem da rádio continua sendo autêntica, coloquial, objetiva, simples e principalmente direta, sem meios termos. Na Rádio, a notícia é construída por meio da pirâmide invertida, em que segue a lógica do *lead*⁷. No nosso objeto de estudo, “Jornal do Cariri”, da 95,7 FM Sumé segue o padrão levando em conta a formalização do Lead que responde aos questionamentos: O quê (o acontecimento)? Quando (foi ou será)? Quem (está envolvido)? Onde (está acontecendo ou aconteceu)? Como (está sendo, foi ou será desenvolvida a ação)? Por quê? (o motivo).

Antes do advento da *internet*, os apresentadores liam as notícias encontradas no jornal impresso de circulação nacional e estadual. Para a informação local, o responsável era e ainda continua sendo o repórter. Com o avanço da tecnologia, a internet, que, além de estar presente no computador, é encontrada na palma da mão, por

⁶Essa teoria é uma das pioneiras no jornalismo. Ele diz que devem ser retratados os fatos do jeito que aconteceu sem modificação da realidade. A teoria tem inspiração no Positivismo do filósofo Auguste Comte (1798-1857). A teoria acredita e defende a ideia de objetividade no jornalismo.

⁷Primeiro parágrafo do texto jornalístico, após o título ou subtítulo, que apresenta um resumo da notícia, apresentando os detalhes mais importantes.

conta do celular, aspecto que contribui para a produção jornalística. Isso implica em dizer que a função do profissional passou por mudança:

Muito se discute sobre a reconfiguração da produção do jornalismo condicionada pela adoção de tecnologias digitais da informação e comunicação. Sem dúvida, as novas ferramentas digitais colaboram para reestruturar o exercício da profissão, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade (DEL. BIANCO, 2004, p.157).

Todo o dia é dia de notícia, seja final de semana ou feriado. No entanto, é preciso destacar que algumas empresas de comunicação não disponibilizam de profissionais que fiquem de plantão nestes dois casos citados, então a rotina da produção da notícia acontece de segunda a sexta-feira. Muitos pensam que o trabalho seja diferenciado por fazer parte da comunicação, mas funciona tudo programado, para que os programas de notícias e a postagens saiam como planejado durante a reunião de pauta. Assim,

[...] A produção da notícia pelas empresas jornalísticas ocorre de forma rotineira e estandardizada dentro um ciclo produtivo constituído para facilitar o processo e tornar viável o trabalho cotidiano. Os jornalistas empregam uma série de critérios e procedimentos para atribuir a qualidade de noticiável a um acontecimento (DEL. BIANCO, 2004, p.158).

Muitos pensam que produzir a notícia é apenas informar sobre determinado fato, só que quem produz a matéria tem a preocupação de repercussão, impacto e mudança no dia do seu ouvinte, um exemplo, um acidente acontece em uma via mais movimentada da Capital da Paraíba, João Pessoa, e aquele motorista seja de aplicativo ou de *táxi* irá mudar a rota para deixar o passageiro no lugar solicitado. Ou seja, a notícia do acidente mudou a rotina, tem a possibilidade de o passageiro chegar atrasado a seu destino final.

A notícia meche com as emoções do público, causando empatia, revolta e solidariedade. Na mídia tem um fato que a maioria dos profissionais repete sobre o que pode ser ou não notícia, como se fosse um ditado: “Se um cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde um cachorro, aí, então, é notícia, é sensacional” (Amus Cummings). Nas redações, todo o dia é dia de pensar e fazer notícia. E mesmo o profissional depois de ter cumprido suas horas trabalhistas, quando sai da emissora ainda sim estará trabalhando, pelo fato de o faro jornalístico o seguir por onde for e,

dessa maneira, estará analisando se um determinado acontecimento, em sua frente, pode render uma notícia.

Ademais, a internet ajuda a buscar por fatos e a levar as informações para chegar ao público. E a mídia que não utiliza a internet para esse processo de divulgação está de certa forma sendo um entrave para si mesmo, pois, “a Internet é capaz de usar imagens, vídeos, textos e sons para transmitir uma mesma mensagem. Assim, tanto a imprensa, a televisão e o rádio poderiam ser encontrados na Internet” (ALMEIDA; MAGNONI, 2009, p.02).

Por outro lado, talvez, a internet tenha contribuído para que os profissionais fiquem mais na redação, do que lá fora procurando as informações necessárias para constituição do programa jornalístico, o que pode ser chamado de “Jornalista de Gabinete” é aquele profissional que espera a notícia chegar até ele, em vez de procurar, sendo essa sua função investigar.

Outra problemática que se faz necessário em levar em consideração é falta de checagem, contribuindo dessa maneira para a *Fake News*. Allcott e Gentzkow (2017, p. 03) definem *Fake News* como “notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores”. E por quem é construída a *Fake News*? Em alguns casos por jornalistas ou outras pessoas que não são do ramo, mas que são pagos para fazer esse tipo de serviço e que tem como objetivo prejudicar uma empresa, artista ou agente político. Na maioria das vezes, esse tipo de desinformação é divulgado nas redes sociais, em particular, *facebook* e *whatsapp*. No Brasil, as empresas passaram a se preocupar com essa prática com intuito de checar se é uma notícia ou uma *Fake News*, a exemplo da Agência Lupa⁸.

No país, foi realizada uma pesquisa em fevereiro de 2018, pelo Jornal da Folha de São Paulo juntamente com Opinion Box⁹, em parceria com o Digitalk, mostrou que no mês anterior, páginas de notícias falsas engajaram cinco vezes mais do que as de jornalismo nas redes sociais. Segundo o estudo:

37% do público já compartilhou, depois descobriu que era falso, 57% apagam publicações quando descobre que é *Fake News*, 29% desmentem ter compartilhado. Ainda de acordo com a pesquisa 76% brasileiros usam *sites*, *blogs* e portais como fontes

⁸Agência Lupa surgiu em fevereiro de 2015, que busca através de técnicas jornalísticas checarem as notícias divulgadas na mídia. Ela afirma ser “a primeira agência de *fact-checking* (verificação de fatos) do Brasil”.

⁹O Opinion Box oferece soluções de pesquisa de mercado online. O cliente pode criar questionários, enviar pesquisas e analisa os resultados. A referente pesquisa está disponível em <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-sobre-fake-news/>> Acesso em 30 de março de 2019, às 17h25.

de informação e 74% usam as redes sociais. A pesquisa também fez comparativo com a mídia tradicional e o resultado foi o seguinte: a TV aberta é usada por 59%, o rádio por 33% e os jornais impressos por 23%.

O que isso gera? A contribuição para falta de confiabilidade do público da imprensa como o todo.

A abordagem aqui levantada nos instigou a pesquisar como essas mudanças foram absorvidas pelas emissoras de rádio, tomando como caso a Rádio 95.7 de Sumé e, mais especificamente, o “Jornal do Cariri”, observando a inserção de *podcast*¹⁰ no site, a transmissão pelo *facebook* através da *live* e também através do *instagram* e *whatsapp*, que é utilizado pela lista de transmissão a chamada em vídeo dos destaques dos programas jornalísticos.

¹⁰ Podcast é uma alternativa exclusiva do rádio, em que é disponibilizado um programa de cunho jornalístico ou certo editorial, sem intervalo comercial. Com o podcast o público tem duas opções: baixar o áudio e/ou então apenas acompanhar no próprio site, sem necessidade de baixar um software no celular ou computador.

CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO: CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DA RÁDIO 95,7 FM SUMÉ

A emissora está localizada em Sumé no Cariri Paraibano, a 275 km da Capital João Pessoa. O município completou em 1º de abril de 2019, 68 anos de emancipação política. E de acordo com levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE em 2014 contabilizou 18 000 habitantes. Sumé é o quarto município da Paraíba com maior extensão territorial composto por 838,070 km² e é constituído por um distrito: Pio X. O município conta duas emissoras de rádios, sendo uma Comunitária¹¹ denominada de Alternativa FM, em frequência de 87,9 abrange restrita a um raio de 1 km a partir da antena transmissora. Ela atua sem fins lucrativos. E fica situada no bairro de Várzea Redonda. A outra, Rádio 95,7 FM tem atuação comercial¹² e como o próprio já diz, com fins lucrativos. Ela está situada no Centro da cidade, na Rua João Sabiá, nº248.

A Rádio 95,7 FM, surgiu como AM, chamada de Rádio Cidade Sumé 1.270 Khz, com slogan “A melhor do Cariri”, iniciou seus trabalhos no dia 21 de setembro de 1991. E em 15 de dezembro de 2016, a emissora foi à primeira no Estado da Paraíba a migrar¹³ para a faixa FM, em que se tornou “O novo som da Cidade”, desligando o sinal da AM. Ela faz parte do Grupo Batinga Chaves, o qual também tem a concessão da Rádio Cidade de Cuité (89,1 Mhz). A rádio 95,7 FM Sumé conta com potência de 5.000 watt (5 Kw), com distância em linha reta variando em 150 a 200 Km.

Em um recente estudo realizado no Estado da Paraíba afirma que “o número total de rádios no Estado é de 88 emissoras concessionadas pela ANATEL. As rádios, atualmente pós-migração, são 24 AMs e 64 FMs.” (MEIRELES et al, 2018, p.224).

¹¹Toda e qualquer Rádio Comunitária opera em baixa potência, 25 watts ERP, sua faixa pode variar da 87,9 a 108 Mhz, em FM. Surgi através de uma associação e deve ser situada em bairros ou vilas. Outra característica é que não se tem anúncio, mas apoio cultural de empresas ou de pessoas físicas por doações e nem pode fechar parceria com órgãos públicos, como prefeitura ou câmara municipal. É preciso destacar que os locutores que trabalham não podem ter carteira de trabalho assinada, por serviço é voluntariado. Por determinação do art. 6º, parágrafo único da Lei nº 9.612, de 1998, a autorização para prestar o Serviço de Rádio Comunitária tem a duração de 10 (dez) anos.

¹²As rádios comerciais também funcionam em FM com áudio estéreo, a abrangência é maior do a Comunitária, e sua potência é de acordo com o transmissor. A comercial tem permissão para exploração de lucro, seguindo as normas estabelecidas. A maioria das concessões dessas rádios é de iniciativa privada. E o que muito não sabem e que também existem rádios comerciais que são fundações de direito público e privado ou até órgãos públicos.

¹³A migração das primeiras 200 emissoras de rádio da faixa de AM para a de FM começou novembro de 2015. Ao no Brasil a mudança de fora de 894 emissoras.

Ainda de acordo com estudo, não houve uma aceitação para a migração das AMs para FMs,

Há um discurso ambivalente por parte de quase todas, uma vez que umas afirmam que não migrarão e, em seguida, protejam mudança para o FM como se não houvesse um prazo determinado e estivesse muito distante. As que já pediram a migração mostram-se desconfortáveis, especialmente pela relação entre amplitude das irradiações e a audiência (IMEIRELES et al, 2018, p.225).

Como a rádio 95,7 FM Sumé optou por migrar do AM para FM, é de suma importância destacar que uma das principais diferenças é com relação à programação, enquanto a AM leva mais informações aos ouvintes a FM toca mais músicas. Entre os motivos para migração de faixa, podemos citar as questões apresentadas por Prata e Del Bianco (2018, p.28):

Enquanto o FM está entre as frequências mais ouvidas (79%), o AM chega a ter menos de 15% (Brasil, 2017). Com faturamento em queda, as emissoras ainda tiveram que enfrentar os altos custos de manutenção. As torres de transmissões são maiores, ocupam espaços consideráveis e apresentam alto consumo de energia elétrica, o que encarece os custos mensais de operação.

A observação no cenário pós-migração apresentada no estudo realizado na Paraíba aponta que “os maiores concorrentes de rádio no mercado pós-migração são as demais emissoras comerciais do mesmo segmento (83,33%), as emissoras comunitárias e redes sociais (33,33%), e, por fim, a TV local e a Internet (16,67%)” (MEIRELES et al, 2018, p.230).

Aqui se faz necessário apresentar uma parte da entrevista (Apêndice A) que foi realizada com a diretora operacional da 95,7 FM Sumé, Jacquelline Oliveira sobre o motivo da migração, o impacto e as mudanças ao migrar de AM para FM.

a) Por que mudaram de frequência?

Mudamos pelo o som, principalmente, primeira coisa foi o som de qualidade de AM para FM. Depois, aproveitando à oportunidade que a ex-presidente Dilma fez naquele decreto, a gente mudou pelo o som. Pela condição comercial também, as pessoas reclamavam muito que para investir precisava ter um som de qualidade, então, como a gente viu comercialmente um mixo muito grande nas FMs, a gente fez essa mudança, principalmente.

b) Qual foi o impacto ao migrar?

Não foi tão grande por que a empresa é muito organizada, né. O grupo Batinga, ele tem muita organização, a gente vinha com todas as certidões prontas, inclusive formos a

primeira a migra na Paraíba, então foi assim uma organização grande. Agora o impacto foi talvez dos ouvintes, pra começar, pra ensinar a sintonizar a rádio, sair de uma frequência da AM para FM, as pessoas entenderem. Mas, tivemos a ajuda muito fundamenta de Ciro Pedrosa que nos mostrou a importância de continuar com o mesmo mixto que a gente tem, que é a informação, continua forte, deu certo, já vai mais de dois anos e a gente continua a audiência redobrada, aqui na região.

c) Quais foram às diferenças da programação da AM para FM?

Foi tocar um pouco mais de músicas e o locutor musical falar bem menos, a gente conseguiu fazer com que o locutor falasse menos, tocar mais músicas e ter interatividade do ouvinte, ele participando mais da programação musical, pedindo a música e fazendo a rádio extremamente popular, por que a gente toca realmente o que o nosso ouvinte realmente quer ouvir, mas traz as tendências nacionais esporadicamente, mas traz uma rádio popular, onde eles escolhem.

A rádio Cidade de Sumé ao migrar para 95,7 FM continuou com a marca do jornalismo, cidadania e prestação de serviços, apresentando boletim 14 que tem a seguinte estrutura: abertura com trilha e encerramento, tem script com três notícias, só o lead sem o título da matéria e tem duração de apenas um minuto, veiculado a cada meia hora, no horário da manhã das 8 às 10h45 e tarde das 14 às 17h, e continuando com quatro radiojornais:

Café da Manhã

De segunda a sexta, às 6h da manhã tem o “Café da Manhã”, com a apresentação de Jacqueline Oliveira e Rodolfo Silva, a edição e a produção ficam por conta dela. O programa tem duração de uma hora e meia.

Jornal da 95

Outro semanal é o “Jornal da 95”, às 18h, esse mais uma vez é com Jacqueline Oliveira e César Alexandre. Com duração de 30 minutos, raramente há participação de entrevistado. A produção e edição ficam a cargo de Wandri Tadeus.

14 Tem como objetivo manter o ouvinte informado durante a programação. Cada emissora decide o tempo que varia entre dois a seis minutos. As notícias podem ser local, estadual, nacional e/ ou internacional. E segue a mesma lógica descrita acima com relação ao *script*, abertura com trilha e encerramento.

Jornal da 95

Outro semanal é o “Jornal da 95”, às 18h, esse mais uma vez é com Jacqueline Oliveira e César Alexandre. Com duração de 30 minutos, raramente há participação de entrevistado. A produção e edição ficam a cargo de Wandri Tadeus.

95 Minutos – Noite

E fechando a programação o “95 Minutos”, com apresentação de César Alexandre. O script é organizado a saber: dois áudios que são notícias produzidas pelos repórteres Paulo Viana, Rodolfo Silva, Jacquelline Oliveira e Wandri Tadeus e uma matéria lida, de no máximo cinco linhas. Com produção e edição de Rodolfo Silva. A duração do programa é de 95 minutos assim como é o título do programa.

Jornal do Cariri

Agora descrevemos sobre nosso objeto de estudo “Jornal do Cariri”, segunda a sexta, sempre às 10h45 até ao meio dia, com apresentação de Jacquelline Oliveira e Rodolfo Silva, a produção e edição ficam por conta de Wandri Tadeus, e as reportagens são de Rodolfo Silva, Antônio Cardoso, Paulo Viana – trazendo as informações direto de Monteiro, ele é o repórter Policial - e às vezes de Wandri Tadeus, e já quem também traz informações da área do policial do Estado do Pernambuco, onde as ondas da emissora alcançam, é outro repórter conhecido como Paulo Viana. No programa tem a participação de um dos repórteres da Cuité FM, na maioria das vezes, Catarina Oliveira, Galvani Santos ou Ferreira Neto.

De acordo com Oliveira (2009, p. 17) o *script* é “o texto escrito que será lido, tem uma sequência. O tempo disponível do radiojornal (que pode variar entre meia hora e duas horas e meia) será dividido em blocos” que serve para orientar os apresentadores sobre quais os assuntos serão abordados. Com acompanhamento in loco, foi constatado que o script do “Jornal do Cariri” é estruturado da seguinte maneira, intercalando uma notícia escrita com a devida linguagem do rádio, que o produtor reescrever a matéria, pois, algumas são encontradas em site de informações, neste caso a linguagem é totalmente outra; e a notícia em áudio composta por título, *lead* e corpo da matéria, ora

utilizando só a sonora¹⁵ do entrevistado, ora o repórter trazendo intervenção. Já a notícia em áudio produzida pelo repórter, tem sua abertura fazendo contextualização do fato, com perguntas ao entrevistado e o final a assinatura do repórter “para a rede cidade de rádio”.

As entrevistas ou reportagens chegando através de duas redes sociais, e-mail e whatsapp, respectivamente os repórteres da Rádio Cuité FM que faz parte do grupo envia o material através de *e-mail*, enquanto o repórter em Monteiro Paulo Viana e as notícias da área policial do Pernambuco também Paulo Viana, mandam o material por whatsapp.

Cabe ressaltar que as notícias têm uma hierarquia que sempre é seguida: Local, Regional, Estadual e Nacional. Obedecendo também as seguintes classificações: Policial, Educação, Saúde, Cidadania, Esporte, Trânsito, Direito Previdenciário e Direito do Consumidor. E quando possível seguem o mesmo editorial: um texto e um áudio do mesmo assunto, por exemplo, uma notícia de educação e após uma entrevista sobre educação. No estúdio também é utilizada da entrevista ao vivo e/ou por telefone, mas não é tão frequente assim.

A produção da notícia na 95,7 FM Sumé

Durante o acompanhamento percebemos que a coleta de informações do “Jornal do Cariri” e do “Jornal da 95 FM” é por pautas, as quais são entregues aos repórteres, sendo dois em Sumé Rodolfo Silva, Antônio Cardoso e Paulo Viana em Monteiro, que vão às ruas, às instituições, entrevistar populares – no caso de enquete - e pessoas públicas sobre os mais variados temas. Já repórteres da Cuité FM fazem a matéria sem pauta da produção da 95,7 FM.

A pauta tem como objetivo inicial orientar o repórter de como deve ser a entrevista, e o foco principal, como as perguntas que devem ser feitas. É preciso destacar que mesmo com a pauta não quer dizer que o profissional não tenha liberdade de produzir a matéria de acordo como acha melhor, no entanto sem perder o foco sugerido pela produção de radiojornalismo.

Na rotina diária da redação, cada repórter precisa cumprir, durante o dia, seis entrevistas. Os temas são os mais variados, considerando o que é ou não de interesse do

15 Sonora: é gravação feita fora do estúdio com um entrevistado. Mesmo com duração, por exemplo, de cinco é editado e utilizado apenas trecho(s) mais importante para ser inserido no radiojornal.

ouvinte. A pauta que é entregue aos profissionais foge do modelo adotado na academia, por não apresentar retransmissão, roteiro, pauta, encaminhamento, dados, personagens e contatos dos personagens. Na pauta da 95,7 FM Sumé só tem a indicação de quem deve ser entrevistado e no máximo duas linhas é descrito o assunto (anexo A).

Decupagem

A decupagem é o processo de retirada de áudio, que acontece de três maneiras: de gravadores dos repórteres Rodolfo Silva e Antônio Cardoso, por *e-mail*, neste caso são notícias oriundas da Rádio Cuité FM e áudios encaminhados pelo repórter Paulo Viana de Monteiro e do colaborador Paulo Viana, de Pernambuco, as sonoras são baixadas através do grupo interno de whatsapp chamado “Rede Cidade de Rádio”, que foi criado em 11 de março de 2015. Vemos aqui a utilização da *internet* que contribui para as notícias chegarem até a produção. Isso vale também para a interação do ouvinte que contribui para a construção da notícia através da rede social pela ferramenta *whatsapp*, esse meio que também é utilizado na interatividade entre o ouvinte e a emissora.

3.1 A evolução da interatividade na rádio 95,7 FM Sumé

A interatividade e participação não são sinônimas. A participação acontecia de maneira mais demorada, em vista que as pessoas escreviam para a rádio, pois, o acesso ao telefone fixo ou telefone público chamado de orelhão, nem todos os ouvintes da 95,7 FM Sumé (na época Rádio Cidade de Sumé) tinham condições financeiras para pagar a conta mensal ou comprar cartões de telefone para entrar em contato com a emissora, esse momento histórico é em meados dos anos 90. Outra maneira de participação era deixar os bilhetes escritos à mão para o locutor ler e mandar alô. Para Klöckner (2011) a carta não é um meio de interação, mas de participação.

A interatividade é quando o ouvinte pode interagir diretamente com o locutor ou âncora. Para Lemos (2000), interatividade é um caso específico, compreendida como um tipo de relação tecno-social, ou seja, como um diálogo entre homem e máquina, através de interfaces gráficas, em tempo real. O celular contribui duas vezes para a interação na rádio, no primeiro momento por ser móvel, as pessoas ligam do lugar em que estão diretamente para a emissora, não é mais preciso ir para casa ou procurar um orelhão para fazer a ligação, em vista que isso está disponível na palma de sua mão. E

outro momento foi quando o celular passa a oferecer a opção de baixar aplicativo, no caso, a rede social *whatsapp*, o qual passa a ser utilizado em 2015 pela 95,7 FM de Sumé como meio de interação, que pode ser caracterizada em três tipos,

a) Completa: é o que oportuniza o diálogo direto e ao vivo, em 3 circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e trélicas; b) Parcial: estabelecida quando, igualmente no mesmo tempo e espaço, o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou trélica; c) Reacional: ocorreria quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que ele próprio exija ou obtenha uma resposta, como no caso de envio de e-mails e de torpedos à rádio que são apenas lidos no ar (KLÖCKNER, 2011, p. 127).

Com a utilização do *whatsapp*, o ouvinte não só tem a possibilidade de mandar mensagens de texto para pedir música, mandar alô e parabenizar um familiar ou amigo, mas ele passou a ter voz ao vivo, no sentido que seu áudio é colocado na programação da emissora. Um diferencial também é que o ouvinte passa a contribuir com o radiojornalismo da emissora. No “Jornal do Cariri”, no quadro “Reclames do Zap”, o ouvinte além do áudio pode mandar foto e/ou vídeo, fazendo denúncia sobre os mais vários assuntos. Esse é um momento de interatividade direta entre a âncora e o ouvinte.

“Reclames do zap”

A radialista Jacqueline Oliveira seguiu a onda de chamar o aplicativo de rede social *whatsapp* de “zap” e acrescentou “reclames”, constituindo assim o “Reclames do zap”, mecanismo que facilitou tanto a interação como também a cobrança do povo com relação aos serviços públicos oferecidos por prefeituras da região do Cariri paraibano e de cunho estadual. Dessa maneira, é percebida a interatividade do ouvinte na construção das notícias.

Almeida e Magnoni (2009, p.02) já pontuavam sobre a interação do ouvinte para formatação das notícias: “algumas ferramentas de interatividade aplicadas ao jornalismo, como o e-mail, o “torpedo”, ferramentas de transmissão de áudio e vídeo, fóruns e chats inserem o público no processo de geração da informação”.

A partir da reclamação ida ao ar, a produção coloca o assunto em uma pauta para checagem da denúncia e ouvir o outro lado. Neste caso, a pauta é categorizada como urgente e um dos repórteres tem que buscar uma resposta para o ouvinte, entrevistando assim o agente público citado na mensagem de voz ou texto. O ouvinte ao encaminhar

uma foto ou vídeo sobre terminado assunto que possa render uma reportagem, pode-se dizer que ele está colaborando com a notícia.

Externa (Flash)

Outra maneira de levar informação ao “Jornal do Cariri” é através da externa, que é a participação de um ou mais repórteres trazendo informações sobre um factual ou evento de grande repercussão, como foi o caso da vinda do ex-presidente Lula à Monteiro. Naquele dia, iniciou com *flash* e depois o discurso do Petista ocupou a programação, assim como aconteceu na vinda do ex-presidente Michel Temer (PMDB), ambos no ano de 2018.

Para fazer à externa, utiliza-se a *live* do *Facebook* e os repórteres usam um pequeno equipamento chamado do *Irig16*, o qual é conectado ao microfone e ao celular. Durante essa participação, os repórteres sempre repetem quem está sendo entrevistado e o local da entrevista.

Da rádio ao ouvinte

A Rádio 95,7 FM Sumé também leva a notícia ao ouvinte através do Site, *Facebook* e Aplicativo. No *site*, o ouvinte acompanha na íntegra tudo o que a rádio está divulgando. São inseridas notícias que tem a atualização mais frequente durante os dias úteis, no caso, de segunda à sexta, sempre no horário da manhã. A produção parcial do radiojornalismo da emissora, onde tem a opção de assistir sem sair do portal “As melhores da 95,7 FM”, que são as músicas mais tocadas na emissora. No portal, o ouvinte/internauta tem a localização da emissora e *link* direto da fanpage e uma parcial do que é postado na página (figura 1).

¹⁶O Irig é uma interface universal para uso de microfones com iPhone/iPod touch/iPad! Ele conecta a qualquer tipo de microfone seja de palco ou de estúdio a qualquer iPhone, iPod touch ou iPad dando acesso a uma extensa lista de aplicativos de gravação desenvolvidos para estes equipamentos.

Figura 1: Site da Rádio 95,7 FM

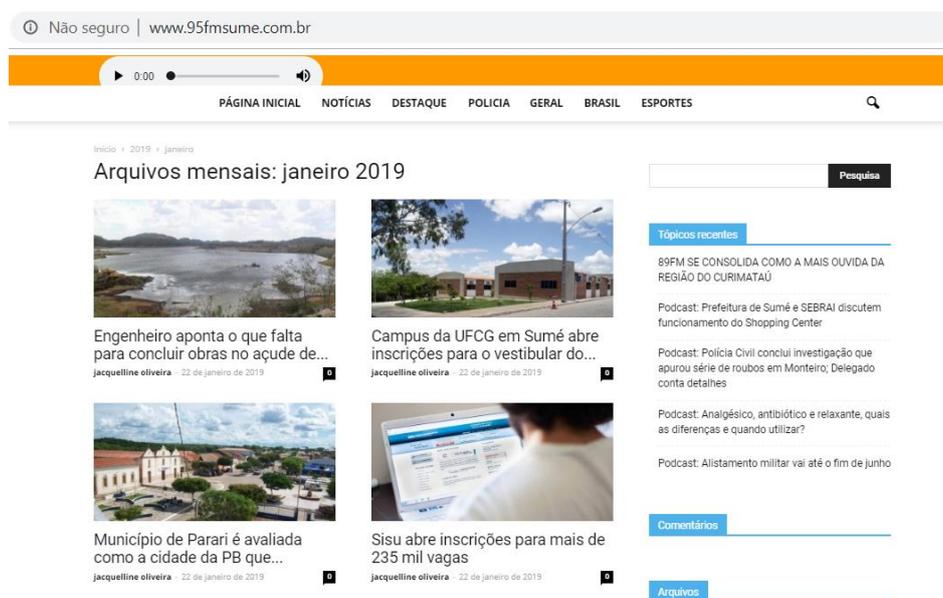


Fonte: Site da emissora

Além da “Página Inicial”, conta com seis opções, respectivamente: Notícias, Destaque, Polícia, Geral, Brasil e Esportes.

O portal passou por mudança, até dia 17 Janeiro de 2019 (figura 2), a estrutura das notícias eram textos e fotos, mas já a partir de 22 de Janeiro de 2019 (figura 3), passa a ser utilizado podcast, o qual, em análise feita comprovou que maioria é advinda do “Jornal do Cariri”.

Figura 2: As postagens eram de outras fontes, constituídas por fotos e textos



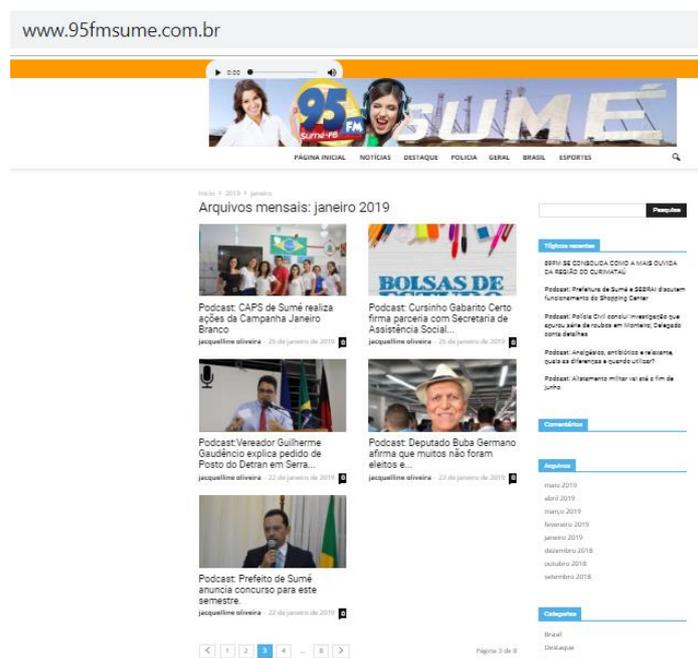
Fonte: *Site da rádio*

Podcast

As emissoras de Rádios começaram a utilizar o *podcast* no ano de 2004 e, como foi apresentado acima, na 95,7 FM Sumé, o emprego do podcasts e deu depois de 15 anos. Na estrutura usada pela emissora, à matéria é constituída por foto, texto e, claro, o áudio, que é adicionado através de um hiperlink, mas que pode ser ouvido no portal, sem a necessidade de ir até o *soundcloud*¹⁷. No entanto, quando o ouvinte acessa o *site* pelo celular, é preciso baixar o aplicativo, pois não toca.

¹⁷Disponível: <<https://soundcloud.com/user-radiocidadesume>>

Figura 3: Utilizando de Podcast, com foto e texto, a partir de 22 de Janeiro de 2019.



Fonte: *Site da rádio*

No Brasil tem um portal em que traz os dados, por mês e ano, além de Estado e País, levando também a posição no ranking de quantos acessos teve o site de uma determinada emissora de rádio.

Em constatação no portal Rádios.com,¹⁸ que está no ar desde o ano de 1997, podem ser encontradas 21 classificações que vai de rádio que toca *Jess* a que leva jornalismo. De acordo com o site, “as estatísticas e gráficos de visitas são geradas através dos acessos do portal Radios.com.br e do aplicativo RadiosNet para smartphones e tablets Android”. Conforme Aquino (2003, p.03), “somente no site www.radios.com.br (um dos maiores portais de rádio da América Latina e do mundo) são cadastradas mais de 5.200 rádios”.

Em verificação no site Rádios.com, a 95,7 FM Sumé apresenta dois cenários: primeiro um comparativo que formulamos entre quatro meses, dezembro de 2018 a março de 2019; e o segundo um comparativo de outras emissoras, em duas cidades além da sede, Monteiro e Serra Branca.

¹⁸Acesso em <<https://www.radios.com.br/>> 07/04/2019, às 15h43.

Tabela 1 - Comparativo da audiência através de cliques no site Radios.com.br

Posição	Visitas	Mês	Ano
46 °	3.111	Dezembro	2018
61 °	3.126	Janeiro	2019
60°	3.492	Fevereiro	2019
49°	3.000	Março	2019

Fonte: Autor

De acordo com os dados acima, é constatado uma oscilação no número de acesso ao site da emissora, sendo que o maior índice alcançado foi no mês de fevereiro, porém, no mês posterior teve uma queda, significando o pior mês em acesso. O cenário acima foi montado a partir das informações coletadas, levado em consideração o mês e a posição no *ranking*.

Tabela 2 – Acesso no mês de Dezembro de 2018

Posição	Rádio	Acesso	Cidade
26°	Serra Branca FM	5.745	Serra Branca
34°	Monteiro FM	4.240	Monteiro
46°	95,7 FM Sumé	3.111	Sumé
56°	Ind FM	2.445	Serra Branca

Fonte: Autor

Analisando a Tabela 2, em nível regional de audiência, a Rádio Serra Branca FM, do município de Serra Branca fica na liderança; em seguida, a Rádio Monteiro FM, do município de Monteiro; em terceiro, a 95,7 FM Sumé e, por último, a Ind FM também no município de Serra Branca.

Tabela 3 – Acesso no mês de Janeiro de 2019

Posição	Rádio	Acesso	Cidade
33°	Serra Branca FM	5.718	Serra Branca
45°	Monteiro FM	4.584	Monteiro
61°	95,7 FM Sumé	3.126	Sumé
73°	Ind FM	2.374	Serra Branca

Fonte: Autor

Após um mês da posição apresentada no mês de dezembro de 2018, a Serra Branca FM cai apenas 27 pontos, enquanto isso a Monteiro FM ganha disparadamente 344 acessos. Já a 95,7 FM Sumé só tem a mais 15 visitas. E a Ind FM perde consideravelmente 71 acessos.

Tabela 4 – Acesso no mês de Fevereiro de 2019

Posição	Rádio	Acesso	Cidade
31°	Serra Branca FM	7.157	Serra Branca
41°	Monteiro FM	5.141	Monteiro
60°	95,7 FM Sumé	3.492	Sumé
66°	Ind FM	3.141	Serra Branca

Fonte: Autor

Já no mês de fevereiro, as quatro emissoras, de acordo com Radios.com, tiveram aumento de acessos. Tendo maior destaque a Serra Branca FM que obteve 1.439 a mais do que no mês janeiro.

Tabela 5 – Acesso no mês de Março de 2019

Posição	Rádio	Acesso	Cidade
32°	Serra Branca FM	7.722	Serra Branca
43°	Monteiro FM	5.728	Monteiro
59°	95,7 FM Sumé	4.141	Sumé
65°	Ind FM	3.427	Serra Branca

Fonte: Autor

No mês de março de 2019, os números de acessos das quatro emissoras aumentaram, e, mesmo assim, as posições do ranking continuaram sendo a mesma. Se consolidando, dessa forma, a rádio de maior audiência em acessos é a Serra Branca FM e que tem menos acesso é a Ind FM.

Aplicativo

O aplicativo (figura 4) da 95,7 FM Sumé é outro meio em que a emissora leva até o ouvinte o “Jornal do Cariri” e também sua programação completa. No aplicativo tem as seguintes opções de interatividades: Início, Notícias, Programas, Mural e Mais. Diante do exposto, achamos necessário comentar cada item.

Figura 4: Aplicativo da 95, 7 FM Sumé

Fonte: Aplicativo da emissora

As notícias ao invés de serem informações da região, na verdade, são hiperlinks¹⁹ para outros portais, que não é da emissora. Em programas descreve cada horário e atração de acordo com o dia da semana.

No Mural, em que poderia ser pedido uma música ou fazer algum comentário é solicitado ao ouvinte um e-mail e senha ou então fazer login com Facebook. Mas ao tentar em uma das opções, o aplicativo avisa: “Rádio Controle: Falha ao fazer login, o usuário não existe”. E um “OK” para sair da tela do celular. Já no Mais tem a seguinte sequência: Podcasts, Promoções, Perfil e Sobre, sendo esse último a ter funcionalidade.

No facebook – histórico

Imagem e áudio que antes eram apenas da televisão, ampliam-se pelo *YouTube* e, em seguida, o *Facebook* oferece postagens de vídeo e, posteriormente, a transmissão “ao vivo”. Como a maioria das pessoas fica mais conectada pela última rede social citada, não só a Rádio 95,7 FM Sumé como as demais emissoras utilizam-se da *internet* como parceira na divulgação.

No ano de 2015²⁰, quando a rede social *Facebook* possibilitou postagens de foto, texto ou vídeo já gravado, passou a oferecer a *Live*, conhecida popularmente por transmissão “ao vivo”. Naquela época, em que ainda estava em fase de teste disponível apenas para os Estados Unidos e para quem acessavam a rede social por meio de *iPhones*. Passado a fase de teste, esse mecanismo foi disponível para todos os usuários de todos os países. A caixa de *status* – aquela do “No que você está pensando?” – ganhou um botão para fazer as filmagens “ao vivo”. E ainda tem as opções para comentar, compartilhar e curtir. Durante o “ao vivo”, aparece o tempo que está no ar, o número de pessoas que estão assistindo e também é possível convidar os amigos para acompanhar.

O “Jornal do Cariri”, além de utilizar o espaço pelas ondas *hertzianas* em Frequência Modulada (FM), passou a ir para o *Facebook*. Com isso, a *live* acontece de segunda à sexta-feira com uso do *software* chamado *OBS*, que permite colocar duas câmeras, uma para a âncora Jacqueline Oliveira que fica na técnica e outra câmera para o apresentador Rodolfo Silva e também para o entrevistado. Nos intervalos comerciais,

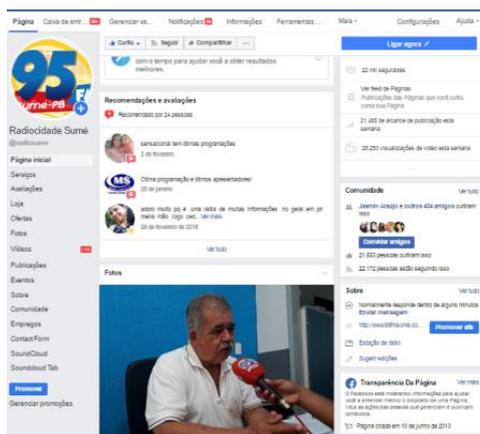
¹⁹Hiperlink é uma hiperligação, entre um texto e outro, fazendo com que ao clicar uma nova aba de um site ou blog trazendo ou complementando as informações encontradas no texto inicial.

²⁰ App do Facebook ganha função de transmissão em vídeo ao vivo, fonte G1. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/12/app-do-facebook-ganha-funcao-de-transmissao-em-video-ao-vivo.html>>

as duas câmeras são desativadas e substituídas por um banner do “Jornal do Cariri”. E é através da *live* que a externa é realizada.

Na rede social, em que a rádio21 tem uma *fanpage*²² com um total de 21. 273 (vinte um mil duzentas e setenta e três) curtidas e 21.719 (vinte um mil setecentos e dezenove) seguidores (figura 5).

Figura 5: Fanpage da Rádio 95,7 FM. Acessado em 24 de março de 19, às 17h35.



Fonte: Página (Fanpage) no Facebook da emissora

No instagram

Outra rede social utilizada pela 95,7 FM Sumé é o instagram²³, o qual contém fotos, banners anunciando os entrevistados em um dos programas jornalísticos, os vídeos variam entre as chamadas²⁴ dos jornais trazendo os principais destaques da edição, além da mensagem do dia que é veiculado no “Café da Manhã”, por Jacqueline Oliveira. O ao vivo no instagram é pouco utilizado. Até a dada que acessamos esta rede social, a emissora tinha 4.440 (quatro mil quatrocentos e quarenta) seguidores e segue 1.643 (mil seiscentos e quarenta e três). Todos esses elementos são caracterizados, portanto pela multimidialidade, como explica C. Oliveira (2008, p.06):

²¹Disponível <<https://www.facebook.com/radiosume/?ref=bookmark%20s>>

²²Dentro da rede social exclusivamente do Facebook existe a Fanpage ou Página de fãs é uma página destinada para empresas ou marcas.

²³Instagram da 95,7 FM Sumé <<https://www.instagram.com/radiocidadesume/>> acesso em 24 de março de 19, às 17h55.

²⁴ Esse termo é utilizado de duas maneiras diferentes. No jornal impresso é um o título/ou lead de uma matéria, cujo objetivo buscar a atenção do leitor para as notícias que estão na produção. Já no caso da 95,7 FM Sumé é quando a apresentadora Jacqueline Oliveira grava um vídeo de no máximo um minuto informando aos ouvintes, os principais assuntos da edição do radiojornal.

A internet, que iniciou sua trajetória como canal jornalístico apenas reproduzindo formatos de jornais, hoje é o único meio de comunicação que permite unir todos os formatos de mídias existentes – vídeo, áudio, texto, fotografia, infográfico e animação gráfica – contextualizando-as de forma complementar e interativa, para compor a narração de um fato. A junção dessas diferentes mídias em um único produto é chamada de multimídia, ou seja, muitos meios. Apesar de não ser um fator exclusivo da internet, é um dos principais alicerces para a obtenção dessa identidade de linguagem própria.

4 ANÁLISE DE DADOS

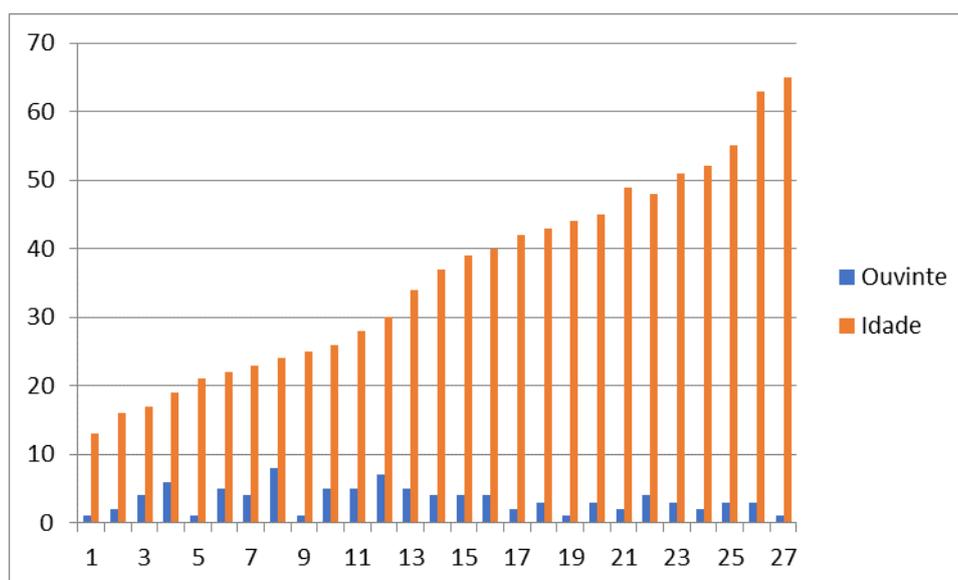
Com base nos depoimentos dos repórteres Jacqueline Oliveira, Rodolfo Silva, Antônio Cardoso e Paulo Viana, é percebido a revolução tecnologia e como esta mudou o modo de levar a notícia tanto a emissora como também ao ouvinte.

Outro ponto que foi apresentado é com relação de como a internet, na opinião deles, ajuda e atrapalha o serviço, em que ela é utilizada para mandar e receber pautas, baixar reportagens através de e-mail e da rede social, *whatsapp*. Inclusive é por esse aplicativo que o ouvinte manda vídeos, fotos, áudios e mensagens de textos para a emissora e que dependendo da denúncia vira pauta que será checada por um dos repórteres, isso implica em dizer que diretamente o ouvinte está contribuindo na construção inicial da notícia.

Também foi aplicado um questionário (apêndice B) sendo disponibilizado através da *internet* e divulgado nas redes sociais (*Facebook* e *Whatsapp*). 93 pessoas participaram da pesquisa de carácter quantitativo e só era possível passar para outra pergunta se caso respondesse a anterior. Outro mecanismo de segurança para que a pesquisa não fosse prejudicada foi à exigência de *e-mail*.

No item da idade percebe-se que 27 ouvintes tem idade acima de 60 anos e o ouvinte mais jovem tem 13 anos, como mostra a gráfico 1.

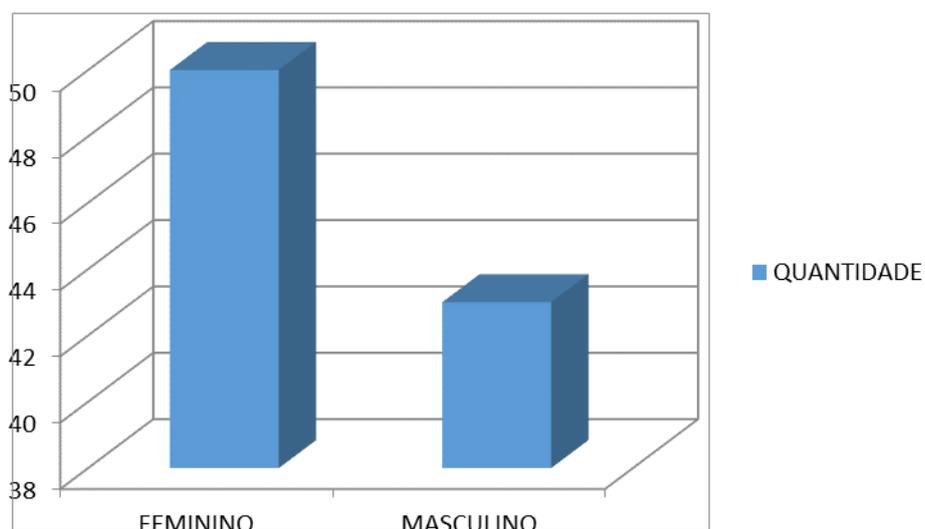
Gráfico 1- Relação da quantidade de ouvinte versus a idade



Fonte: Dados da Pesquisa

A maioria do público é feminino, correspondendo a 50 mulheres e 40 homens de que escutam a rádio, de acordo com o gráfico 2.

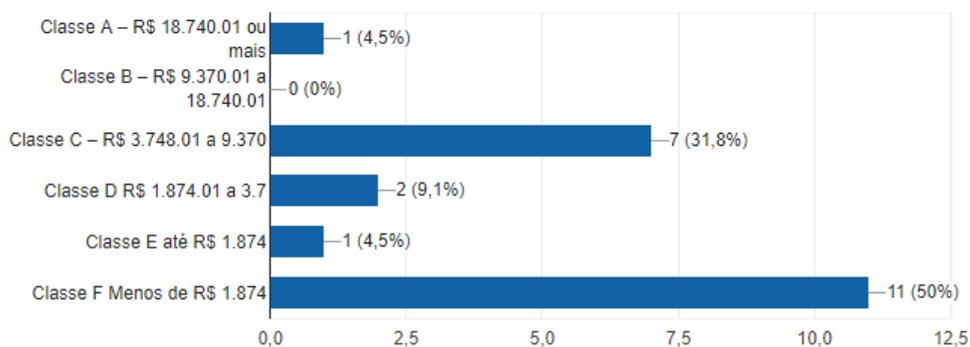
Gráfico 2 - Número de Mulheres e Homens que escutam a 95,7 FM Sumé



Fonte: Dados da Pesquisa

Já com relação à renda familiar, apresentado no gráfico 3, 50% dos ouvintes estão na Classe F.

Gráfico 3 - Renda Familiar



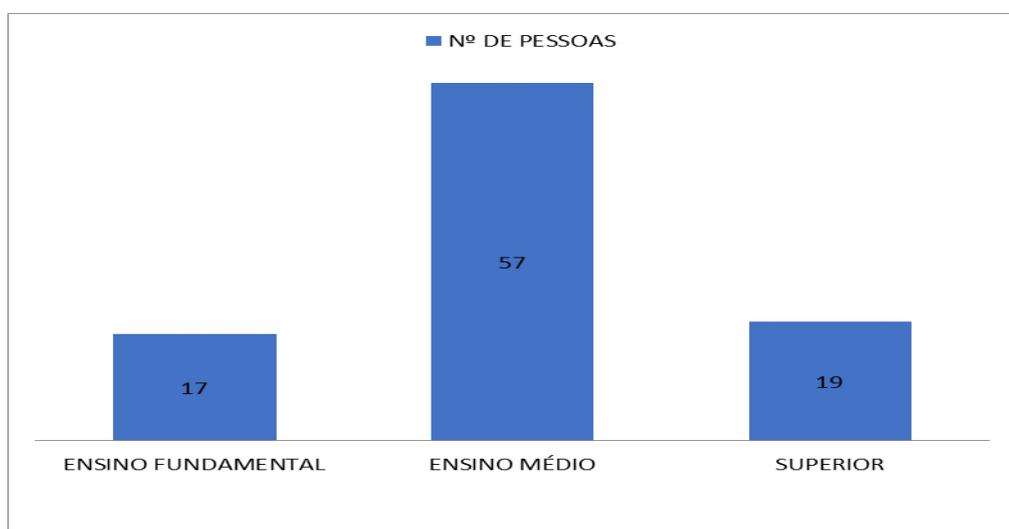
Fonte: Dados da Pesquisa

Precisamos levar em consideração um estudo realizado na Paraíba com relação à classe social em que se enquadram o ouvinte é o seguinte:

O rádio paraibano, assim como em outros estados nordestinos, concentra sua audiência entre a classes C, D e E. Na zona rural, onde a internet ainda é precária, a população mais madura lidera a audiência do jornalismo local, assim como os programas culturais (música regionais), seguidos de programação esportiva e religiosa. Já na zona urbana, o jornalismo e músicas pop comandam a audiência (MEIRELES et al,2018, p.226).

E dentro dos 93 participantes, 17 concluíram o ensino fundamental, 57 o ensino médio e apenas 17, o ensino superior, vê gráfico 4.

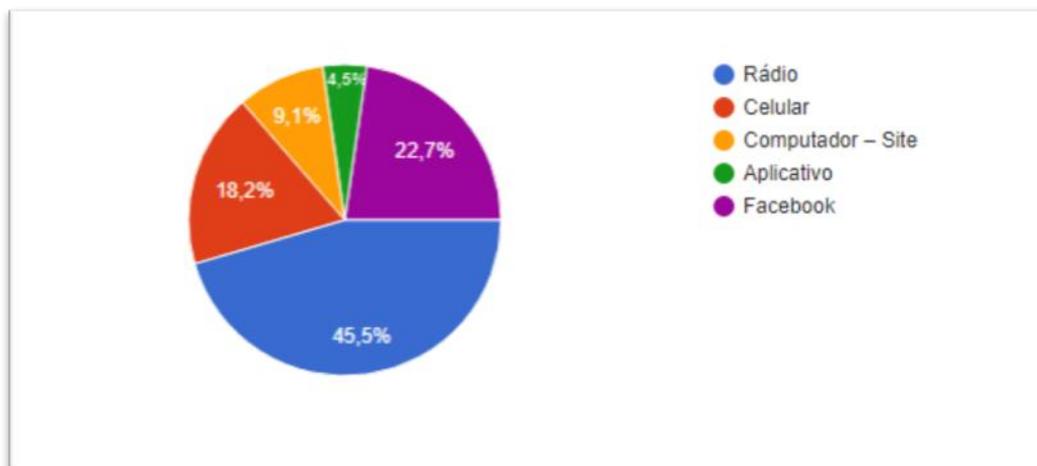
Gráfico 4 - Nível de Escolaridade



Fonte: Dados da Pesquisa

Continuando o questionamento sobre qual meio é ouvido a 95,7 FM Sumé, segundo gráfico 5, 45% ainda utilizam o rádio. Partindo para quesito da internet na mesma vertente 22,7% acessam o facebook para acompanhar o que é divulgado da programação e apenas 4,5% utilizam o aplicativo.

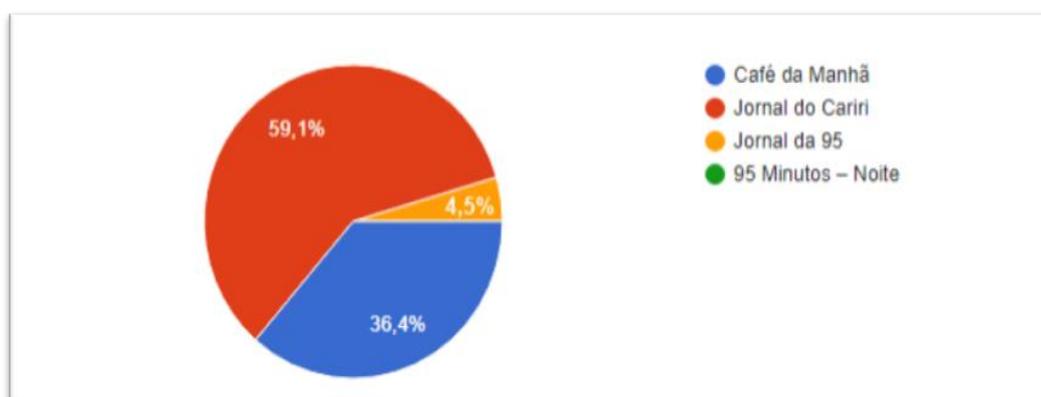
Gráfico 5 - Objeto utilizado para ouvir a 95,7 FM Sumé



Fonte: Dados da Pesquisa

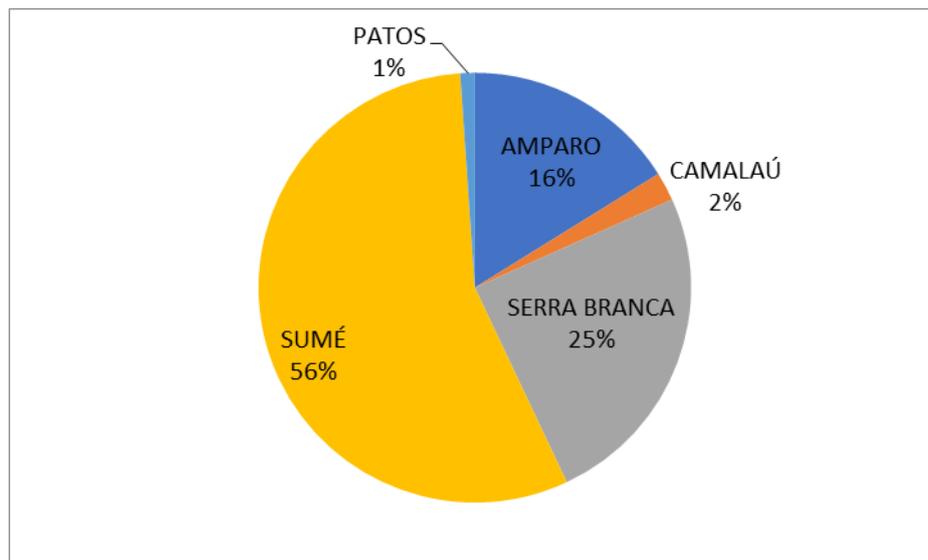
Conforme os dados do gráfico 6, o programa jornalístico que é mais ouvido é o “Jornal do Cariri” com 59,1% já o 95 Minutos – Noite não teve sequer um voto.

Gráfico 6 - Programa de radiojornalismo da 95,7 FM Sumé



Fonte: Dados da Pesquisa

E finalizando questionamos de onde o ouvinte acompanha a emissora, a cidade de Sumé, sede da 95,7 FM, tem 56% da audiência e 1% é no município de Patos, segundo respostas do público que participou espontaneamente.

Gráfico 7 - Cidade onde é ouvida a 95,7 FM Sumé

Fonte: Dados da Pesquisa

Análise do Jornal do Cariri

Passamos uma semana acompanhando presencialmente o programa “Jornal do Cariri”, o qual é veiculado de segunda a sexta-feira, das 10h45 às 12h, que é apresentado por Jacquelline Oliveira e Rodolfo Silva. Abaixo está a descrição de como foram às edições do radiojornal, em estudo, do dia 13 a 17 de Maio de 2019.

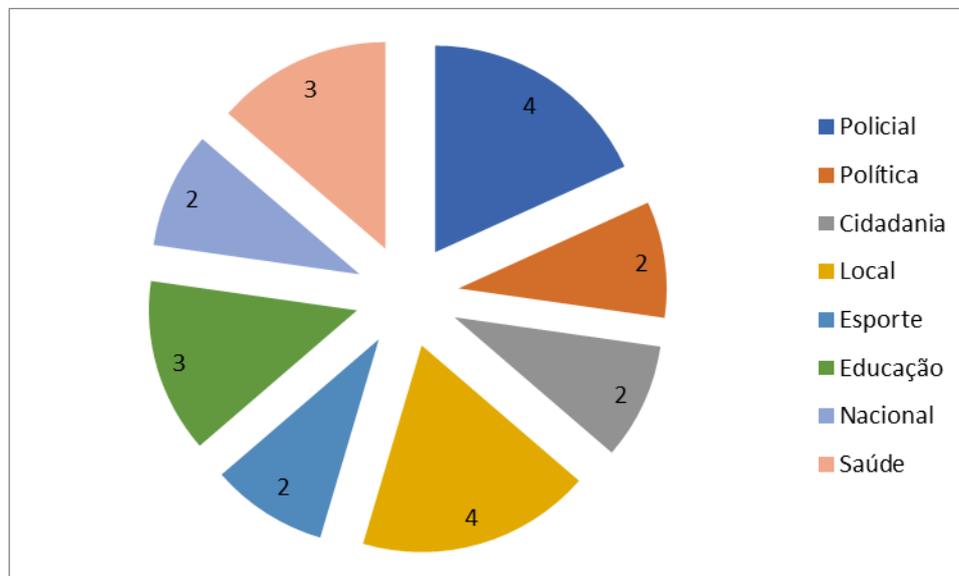
Nesse período, foi verificado que as editorias se repetem entre policial, cidadania, educação, saúde, política, local, estadual, nacional e esporte. A interação do ouvinte é constante durante o “Jornal do Cariri” tanto em questionamentos durante entrevistas com convidados no estúdio, como também denúncias, as quais são repassadas à produção.

Foi observada realização de busca das informações que são postadas nos portais da região do cariri paraibano, depois a procura continua nos portais de atuação estadual e nacional. Ao ser feito esse garimpo de matérias, o produtor readéqua o texto para a linguagem radiofônica.

As notícias locais, que formam o jornalismo de proximidade é uma questão que é encontrada em todo o meio de comunicação, embora a globalização exija um aglomerado de notícias de todos os lugares. Com o jornalismo de proximidade é relatado à realidade do ouvinte. Ao ouvir as gravações do programa, elencamos as

principais editorias e a quantidade de vezes que foi repetida durante o período em análise.

Gráfico 8 - Quantidade de vezes das editorias



Fonte: Autor

Na quarta-feira (15/05/2019), o “Jornal do Cariri” foi apresentado apenas por Jacquelline Oliveira, pois Rodolfo Silva, que faz parte da bancada, estava em Monteiro sendo repórter, em que na ocasião participou do programa por *flash*, entrevistando alunos e professores sobre a Paralisação Nacional da Educação, depois do Presidente Jair Bolsonaro anunciar os cortes de verbas para a educação superior. O Jornal contou também com uma entrevista ao vivo com um médico, Dr. Marcos Vinícius, que trabalha nas Unidades de Saúde local.

Na quinta-feira (16/05/2019), foram dois entrevistados ao vivo, Hugo Moraes Diretor do Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido – CDSA, campus em Sumé, da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG e o coordenador do Procon Estadual, Núcleo Cariri, Cristóvão Jr. Nesta última entrevista teve participações dos ouvintes através do *whatsapp*.

Na sexta-feira (17/05/2019), Jacquelline Oliveira entrevistou o vereador de Serra Branca, Renan Mamede, que respondeu questionamento da apresentadora e perguntas dos ouvintes encaminhadas pelo *whatsapp*, além disso, o jornal também teve flash e sonoras. A âncora apresentou o restante do Jornal sozinha.

Assim como o próprio nome diz, o programa busca levar informação não só do Município de Sumé, que é sede da 95,7 FM, mas de outras cidades, no entanto, é percebido mais notícias do local, isso quer dizer que o critério de proximidade é o mais utilizado. Esta realidade é ressaltada por Duarte (2010, p.06) “importa ainda esclarecer que esta proximidade não é apenas do media com a comunidade local, mas da comunidade local com o media. A população é interveniente e mais participativa, colaborando, por vezes, na própria execução do jornal local”.

Ao longo da semana, houve ainda repetições de temas e entrevistados, fazendo que surjam duas facetas: a do acompanhamento da matéria fazendo assim uma forma empregada da teoria do agendamento²⁵ e a teoria do espelho²⁶. E a outra faceta é com relação, talvez, a falta de notícias e entrevistados a nível regional. Um aspecto por nós observado é que as sonoras veiculadas não tem padrão em tempo, assim como as reportagens também não tem um limite padrão.

A função de multitarefa é algo extremamente presente hoje no cenário do rádio, no “Jornal do Cariri” não é diferente, o ancora Rodolfo Silva igualmente atua como repórter em algumas situações. Um marco principal do programa é o espaço destinado à interação do ouvinte com os apresentadores e entrevistados, fazendo uma contribuição na realização da entrevista. Por fim, percebemos que quando Rodolfo Silva não pode ficar na bancada do radiojornal, Jacqueline Oliveira apresenta sozinha o programa, não sendo chamada outra pessoa para apresentar junto com ela.

²⁵Segundo a teoria desenvolvida pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1970, afirma que os meios de comunicação é quem decide o assunto que será debatido entre o seu público, durante um período tempo.

²⁶Essa teoria é uma das pioneiras no jornalismo. Ele diz que devem ser retratados os fatos do jeito que aconteceu sem modificação da realidade. A teoria tem inspiração no Positivismo do filósofo Auguste Comte (1798-1857). A teoria acredita e defende a ideia de objetividade no jornalismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que a *internet* está presente em tudo o que a 95,7 FM Sumé faz, desde de colocar a emissora no ar, a pedido de música e denúncia do ouvinte que se serve como, na maioria das vezes, indicação para pauta dos programas jornalísticos. O “ao vivo” pelo facebook transmite os programas de radiojornalismo ou os *flashes*, a convite ou destaques das edições dos referidos programas nas redes sociais (*facebook*, *instagram* e *whatsapp*). A rede também contribui para que os repórteres tenham na palma de suas mãos a pauta do dia, pelo whatsapp e em retorno as entrevistas sugeridas são gravadas e encaminhadas, pelo referido aplicativo. A informação também chega dos correspondentes através de e-mail da Cuité FM.

Esta pesquisa é de grande significância à área de Comunicação Social por contribuir no que diz respeito à produção da notícia, participação do ouvinte na construção da matéria, e os meios que a rádio leva o conteúdo até o seu público. Ela se torna única e singular no tocante aos objetivos elencados mediante as perguntas de investigação, em que propomos a observação, descrição e análise do programa “Jornal do Cariri”.

Diante do tema abordado no presente trabalho vemos a importância da internet para o rádio que ainda é considerado o meio de comunicação mais popular. A empresa de rádio que decide não utilizar a internet como parceira acaba sendo o seu próprio problema, porque estamos em um momento tecnológico e instantâneo, no qual as pessoas procuram sempre está sabendo do que se passa não só em sua cidade, mas no estado, no país e, claro, no mundo, isso só é possível com o uso da internet.

Esperamos que o presente estudo possa suscitar interesse para que outras pesquisas sejam realizadas no sentido de entender melhor como a *internet* tem contribuído para o processo de difusão da informação.

REFERÊNCIA BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Ana Carolina e MAGNONI, Francisco. **Rádio e Internet:** recursos proporcionados pela web, ao rádio jornalismo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR. Setembro, 2009, 13 f.

CARDOSO, Antônio. Questionário aos repórteres. [Entrevista cedida a] Wandri Tadeus. SILVA, Rodolfo. Questionário aos repórteres. [Entrevista cedida a] Wandri Tadeus.

CORDEIRO, Paula. Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio.II Congresso Ibérico de Comunicação na Covilhã, abril de 2004, 08 f.

D'AQUINO, Sabrina Brognoli. Perspectivas do rádio jornalismo e do rádio informativo na internet. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG. Setembro, 2003, 10 f.

DEL BIANCO, Nelia R. Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet. ACTAS DO III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO – Volume IV. 2003, 156 a 165.

DUARTE, Ângela Filipa Alves. Jornalismo de proximidade o papel informativo da imprensa local: Ensaio elaborado no âmbito do Seminário de “Questões Contemporâneas do Jornalismo”. Maio, 2010, 37 f.

FERRARETTO, Luiz Artur. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos – p.12, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

FERREIRA, Gisele Sayeg Nunes. Remediações e reconfigurações do rádio na web.SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. VII Encontro

Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. USP (Universidade de São Paulo), novembro, 2009, 18 f.

FREITAS, W. RODOLFO SILVA, JABBOUR, C. J. C. Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões. *Estudo & Debate*. Lajeado, v. 18, n. 2, p. 07-22, 2011.

KANRAR IBOPE MEDIA. Celular já é o segundo equipamento mais utilizado para ouvir rádio, aponta IBOPE Media. 20 de janeiro de 2014. Disponível em <<https://www.kantaribopemedia.com/celular-ja-e-o-segundo-equipamento-mais-utilizado-para-ouvir-radio-aponta-ibope-media/>> Acesso em 21 de abril de 2019, às 21h14.

KLÖCKNER, Luciano. Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

MAGNONI, Antonio Francisco e RODRIGUES, Kelly De Conti. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação: contextos, produção e consumo. 9º Encontro Nacional de História da Mídia. UFOP – Ouro Preto – Minas Gerais. 30 de maio a 1º de junho de 2013.

MAGNONI, Antonio Francisco e RODRIGUES, Kelly De Conti. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação: contextos, produção e consumo. *História da Mídia Sonora*, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, junho, 2013, p.15.

OLIVEIRA, Carlos Henrique De. Fomes de Marias: A multimídia na narrativa do webdocumentário. 2008, 61 f. Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, 2008.

OLIVEIRA, Jacqueline. Questionários aos repórteres. [Entrevista cedida a] Wandri Tadeus.

OLIVEIRA, Letícia. "Implantação da Web Rádio Facopp (WRF): A convergência midiática entre rádio e Internet", 2009. Significado do que é notícia. Baseado em pauta real da jornalista Letícia Oliveira, Disponível em <<https://www.dicio.com.br/noticia/>> Acesso em 31 de março de 2019, às 09h16.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling . Da Observação Participante À Pesquisa-Ação Em Comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG, Setembro, 2003, p.23.

PRATA, Nair e DEL BIANCO, Nélia. Migração do rádio Am para FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. In:MEIRELES, Norma; TAVARES, Olga; SAMPAIO, Goretti. Paraíba – O processo de migração das Am para o FM na Paraíba. Florianópolis: Insular, 2018, p. 224-237. (ESTE É O FORMATO CERTO)

SANTOS, Jessica de Almeida e SPINELLI. Egle Müller. Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo ECA/USP – São Paulo – Novembro, 2017, 18 f.

VIANA, Paulo. Questionários aos repórteres. [Entrevista cedida a] Wandri Tadeus YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3 ed., Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZANELLI, José Carlos. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. Estudos da Psicologia, n. 7, 2002, p.79-88.

APÊNDICES**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO AOS REPÓRTERES**

Nome: _____

Idade: _____ **Cargo:** _____

1. Quando começou a trabalhar em rádio?
2. Quais eram os objetos utilizados para gravar entrevistas?
3. Como está colocar a fala do entrevistado no ar?
4. Como era dado o flash (externa)?
5. Os era informado aos ouvintes sobre as notícias nacionais?
6. Hoje em dia como é feito?
7. Você utiliza da tecnologia para levar a informação até o rádio?
8. Quais meios a redação passa a pauta do dia?
9. Quais os objetos utilizados para a gravação e decupagem em hoje?
10. Com a internet está melhor ou pior fazer rádio jornalismo.
11. Como o ouvinte contribui para a constituição da notícia?
12. Como é levada a informação até ao ouvinte?

Para a diretora operacional

Por que mudaram de frequência?

Qual foi o impacto ao migrar?

Quais foram às diferenças da programação da AM para FM?

Questionário aos repórteres da 95,7 FM Sumé

Nome: Jacqueline Oliveira

Idade: 52 anos **Cargo:** Diretora operacional.

Quando começou a trabalhar em rádio?

Dia 23 de setembro de 1991

Quais eram os objetos utilizados para gravar entrevistas?

Primeiro é era o Discman que a gente chamava que tinha fone, que não era específico para disco não. Aí, depois compramos um gravadorzinho, que era a fita cassete, que esse já era pra rádio mesmo.

Como está colocar a fala do entrevistado no ar?

Tinha muito trabalho pra fazer, mas, a gente foi descobrindo que tinha que escrever antes um texto. Então, nessa escrita do texto, a gente fazia o corte da fala, apagando a fala na fita, a gente ficava mudo, em silêncio. Então a gente contava, no gravadorzinho, voltava a fita e dava aquela contagem, que tinha aquela contação numérica. Então quando dava, por exemplo, nove, nove, uma hipótese, aí a gente sabia que alí começava a fala do entrevistado. Então a gente fazia tudo para limpar a fita antes e depois, deixar só aquela falinha, era um trabalho danado.

Como era dado o flash (externa)?

O flash era dado por telefone, na maioria das vezes ou então a gente fazia um off mesmo no gravadorzinho como tivesse dando um flash ao vivo. Chegava aqui colocava no ar, no cabinho, na mesa. Ou a gente tinha o rolo.

Os era informado aos ouvintes sobre as notícias nacionais?

As informações aos ouvintes sobre as notícias nacionais, são aquelas que impactavam diretamente. Tipo, salário mínimo, poupança, o tempo, as coisas que vim para o Nordeste, as verbas que vinha, facilitava ou não. A gente pouco informava sobre as leis, mas a gente informava muito a questão das verbas que vinham para o Nordeste, o que a gente ia ganhar ou deixava de ganhar.

Hoje em dia como é feito?

Hoje em dia a gente traz todas as notícias de repercussões, que impacta diretamente na vida da gente, então tudo que é nacional, que impacta, que muda a vida da gente, né, que presta um serviço relevante, que vai acontecer uma coisa que o governo mudou e que vai mudar a nossa vida, a gente já traz imediatamente, tipo, reforma da previdência, as mudanças e decisões do governo Bolsonaro.

Você utiliza da tecnologia para levar a informação até o rádio?

Utilizamos todas as tecnologias. O site veio primeiro, depois o aplicativo e em seguida o Whatsapp. Então a gente usa tudo, usa o instagram, usa o Facebook, agora o Facebook vira Podcast e a mais nova novidade foi transformar o nosso site em um Podcast. A gente tem uma plataforma que não escreve é áudio, afinal né, o site de rádio é áudio mesmo, então a gente coloca as reportagens principais do dia, os principais temas, principalmente locais, então estamos associados praticamente a todas as tecnologias.

Quais meios a redação passa a pauta do dia?

A pauta é pensada pelo o nosso produtor. A gente avalia os assuntos locais e de impacto na cidade, aí corre para a região do cariri paraibano, vem para Paraíba, a venha pirâmide e depois Brasil.

Quais os objetos utilizados para a gravação e decupagem em hoje?

Os equipamentos para a gravação, hoje a gente tem muitos. Além do próprio gravador digital a gente usa os telefones que aplicativos que gravam muito bem, usa o irig que é pré que a gente usa no microfone para fazer para fazer os vídeos externos de gravar e captar, usa também programas tipo sound forge, o vergas, usa o samplitude, nós somos bem antenados aqui na 95 com relação a questão de gravação e maquinas também a gente usa. É dá sempre o melhor tem para agilizar também o trabalho da nossa equipe.

Com a internet está melhor ou pior fazer rádio jornalismo.

Com a internet eu acho que tem dois lances, primeiro está bom, por que a gente está chegando mais rápido, chegando a mais gente, mas também a gente termina ficando em uma bolha , porquê todo mundo na internet quer opinar, quer saber de tudo, sem saber,

muitas vezes não tem especialidades para discutir a própria informação, traz informação errada, fake News que destrói a informação captada com tanto carinho e pesquisada.

Como o ouvinte contribui para a constituição da notícia?

Dois pontos, como eles estão muito perto da notícia, mais perto que a gente, em muitos momentos, são fiéis com o órgão de comunicação, no caso a emissora, eles ligam para a gente, dá a fonte, diz o que preocupa eles, diz o que é preciso a gente trazer pro rádio para a gente debater, passa aquela foto, passa aquele vídeo, um acontecimento real que a gente vai investigar, vai apurar.

Como é levado a informação até ao ouvinte?

E a informação que chega até ao ouvinte, ela tem que ser uma informação apurada, não ouvindo nem um lado nem dois, vários lados, por que a notícia só não tem um lado dois, tem dez, tem vinte lados. Então, quando a gente passa a informação para o ouvinte, ela tem que ser muita apurada e não conclusiva, eu acho que a notícia é reflexiva.

Para a diretora operacional

Por que mudaram de frequência?

Mudamos pelo o som, principalmente, primeira coisa foi o som de qualidade de AM para FM. Depois, aproveitando à oportunidade que a ex-presidente Dilma fez naquele decreto, a gente mudou pelo o som. Pela condição comercial também, as pessoas reclamavam muito que para investir precisava ter um som de qualidade, então, como a gente viu comercialmente um mixo muito grande nas FMs, a gente fez essa mudança, principalmente.

Qual foi o impacto ao migrar?

Não foi tão grande por que a empresa é muito organizada, né. O grupo Batinga, ele tem muita organização, a gente vinha com todas as certidões prontas, inclusive formos a primeira a migrar na Paraíba, então foi assim uma organização grande. Agora o impacto foi talvez dos ouvintes, pra começar, pra ensinar a sintonizar a rádio, sair de uma frequência da AM para FM, as pessoas entenderem. Mas, tivemos a ajuda muito fundamenta de Ciro Pedrosa que nos mostrou a importância de continuar com o mesmo

mixo que a gente tem, que é a informação, continua forte, deu certo, já vai mais de dois anos e a gente continua a audiência redobrada, aqui na região.

Quais foram às diferenças da programação da AM para FM?

Foi tocar um pouco mais de músicas e o locutor musical falar bem menos, a gente conseguiu fazer com que o locutor falasse menos, tocar mais músicas e ter interatividade do ouvinte, ele participando mais da programação musical, pedindo a música e fazendo a rádio extremamente popular, por que a gente toca realmente o que o nosso ouvinte realmente quer ouvir, mas traz as tendências nacionais esporadicamente, mas traz uma rádio popular, onde eles escolhem.

Questionário aos repórteres da 95,7 FM Sumé

Nome: Paulo Viana, repórter em Monteiro

Idade: 53 anos **Cargo:** Repórter

Quando começou a trabalhar em rádio?

Em junho de 1981

Quais eram os objetos utilizados para gravar entrevistas?

Gravador national Panasonic, de fita cassete.

Como está colocar a fala do entrevistado no ar?

Num gravador idêntico que ficava na mesa de som. Escrevíamos o nome do entrevistado, tema da entrevista, tempo de duração e onde fazer o corte da entrevista.

Como era dado o flash (externa)?

Por telefone fixo, e quando em outra cidade de um posto telefônico ou linha física requisitada com antecedência a Companhia Telefônica ou da unidade móvel via VHF.

Os era informado aos ouvintes sobre as notícias nacionais?

A gente gravava os jornais da Radio Globo para transcrever e informar nos jornais da Radio e também recebíamos informações através de telex do Governo.

Hoje em dia como é feito?

Hoje tem varias outras opções como os sites e redes sociais

Você utiliza da tecnologia para levar a informação até o rádio?

Sim.

Quais meios à redação passa a pauta do dia?

Na maioria das vezes por e-mail e Whatsapp.

Quais os objetos utilizados para a gravação e decupagem em hoje?

Gravadores e aparelhos celulares

Com a internet está melhor ou pior fazer rádio jornalismo.

Bem mais pratico.

Como o ouvinte contribui para a constituição da notícia?

Quando os mesmos nos repassam informação e ajudam a fazer a pauta.

Como é levada a informação até ao ouvinte?

Com agilidade, isenção, responsabilidade e profissionalismo.

Questionário aos repórteres da 95,7 FM Sumé

Nome: Antônio Cardoso

Idade: 73 anos **Cargo:** Repórter

Quando começou a trabalhar em rádio?

No dia 28 de agosto de 1964.

Quais eram os objetos utilizados para gravar entrevistas?

As entrevistas externas erram muito difíceis por que, na época quando eu entrei há 55 anos atrás, praticamente, só existia os grandes gravadores, grandes rolos que a gente tinha conduzir também aqueles gravadores conosco. E acoplados a eles tinha um

microfone, tinha teclas e tudo mais, era uma coisa muito arcaica e difícil a gente executar essa tarefa.

Como está colocar a fala do entrevistado no ar?

Era um trabalho tão grande no mundo, era um trabalho de muitos cortes, o pessoal na produção tinha que trabalhar muito, diferente de vocês que hoje trabalham com a tecnologia moderna, naquela época eram muito difíceis para as pessoas que faziam com que essas notícias ficassem de forma, que pudessem ser levadas ao ar.

Como era dado o flash (externa)?

Difícil! Quando surgiu o telefone público, o famoso orelhão aí a gente utilizava dessa modernidade na época, comprando fichinhas e ligando para a emissora para entrar ao vivo, que pelo contrário teria que gravar para levar, como te falei, para fazer a edição, que era muito trabalhosa.

Os era informado aos ouvintes sobre as notícias nacionais?

Era através de rádio escuta, era um trabalho de outro companheiro, que acompanhava as notícias nacionais e internacionais pela UPI e Meridional, eram as principais agências, na época, nos anos 60 e 70, a fornecer essas notícias internacionais.

Hoje em dia como é feito?

É muito fácil, é muito bom. Há bem pouco tempo, Wandri você não alcançou, nós aqui na emissora mesmo, JACQUELLINE OLIVEIRA , ANTÔNIO CARDOSO (o entrevistado no momento), C. A. trabalhavam com gravadorzinhos de fita cassete, mas agora meu amigo chegou essa coisa beleza que nos facilita muito que é o gravador digital.

Você utiliza da tecnologia para levar a informação até o rádio?

Você! Que é o meu pauteiro, é o nosso pauteiro, me passa direto no meu Whatsapp, né? Olha a coisa como está moderna. Há bem pouco tempo imprimia, quando era feito de papel ofício, mas hoje graça a tecnologia, também aí você manda isso para mim, pelo o Whatsapp, da maneira mais fácil e menos poluente para a natureza.

Quais meios a redação passa a pauta do dia?

Depende. Que a internet tem pregado suas peças com a gente, de vez em quando, você está aqui preparando sua matéria e cai tudo, aí ficamos a mercê do tempo, mas sem sombra de dúvida modernizou e nos fez correr anos luz, né, à frente em busca de informações.

Quais os objetos utilizados para a gravação e decupagem em hoje?

Como falei anteriormente, utilizamos o gravador digital, que marca o dia e hora que realizamos a entrevista. Quando chego, aqui, na produção, entrego a Rodolfo, que conecta um cabo no gravador e tem acesso a todas as reportagens que gravei no dia.

Com a internet está melhor ou pior fazer rádio jornalismo.

Está meio termo, por que, em minha opinião tanto ajuda como atrapalha.

Como o ouvinte contribui para a constituição da notícia?

Ah, o ouvinte de hoje é muito diferente de algumas décadas atrás, eles são muito bem informados, são pessoas que perderam o medo do microfone, apesar, você sabe disso, já grava reportagem também por aqui, juntamente com o companheiro Rodolfo, comigo, nós enfrentamos juntos essa batalha diariamente.

Como é levada a informação até ao ouvinte?

Tanto através do rádio, como também a internet, pelo Facebook que tem a transmissão ao vivo, pelo site e aplicativo.

Questionário aos repórteres da 95,7 FM Sumé

Nome: Rodolfo Silva

Idade: 26 anos **Cargo:** Repórter

Quando começou a trabalhar em rádio?

No ano de 2013.

Quais eram os objetos utilizados para gravar entrevistas?

Não era tão moderno, o som não era tão bom, mas já era um gravador digital que a gente utilizava. No começo tive um pouco dificuldade em manusear, e as vezes ele não gravava, mas com o passar do tempo fui pegando o jeito.

Como está colocar a fala do entrevistado no ar?

Já era os programas mais mordemos, no caso o Playlist, a gente fazia edição da entrevista no estúdio e já salvava na rede e puxa para o Playlist

Como era dado o flash (externa)?

A gente não dava muito flash, já que era uma Rádio Comunitária não tinha muito estrutura e quando acontecia era mais na parte comercial, por telefone.

Os era informado aos ouvintes sobre as notícias nacionais?

Por dessa falta de estrutura que nós tínhamos, as notícias nacionais acabavam sendo mais destaques no jornalismo da emissora, era um jornal, chamado “Jornal Alternativo”, a gente dava as notícias através de pesquisas na internet e baixava alguns áudios da Agência RádioWeb.

Hoje em dia como é feito?

Depois de não ter dado certo na emissora na Alternativa FM, eu sai de lá, fui trabalhar em um site, desse site também tendo uma boa visibilidade fui chamado para trabalhar na Rádio 95,7 FM Sumé, já outro estilo, rádio comercial diferente daquilo que eu trabalhava na rádio comunitária, com alcance bem maior na região, com o forte no jornalismo, principalmente na questão local, as notícias da região, as pessoas da região, as nossas histórias, tudo sempre em primeira mão.

Você utiliza da tecnologia para levar a informação até o rádio?

Hoje é tudo mais rápido, a questão principalmente do Whatsapp, do Facebook, do Life. Hoje em dia a gente consegue praticamente fazer a pauta de um jornal apenas pelo o Whatsapp.

Quais meios a redação passa a pauta do dia?

A pauta do dia na 95,7 FM é entregue através do Whatsapp, mas às vezes quando vamos viajar a pauta é impressa. Mas como o jornalismo da rádio é bem vivo e às vezes

não dá tempo também fazer pauta, a gente tem que fazer no improviso, fazer com o que a gente sabe.

Quais os objetos utilizados para a gravação e decupagem em hoje?

Nem se utiliza tanto mais gravador digital, mas sim pelo o Whatsapp, você pede um áudio também por Whatsapp o entrevistado responde os questionamentos sem nem precisar o descolamento até ele. Depois é somente baixar o áudio no computador e através de um programa online ser convertido em mp3. E também utilizamos o celular para gravar utilizando um irig, a edição do áudio é feita no Sound Forge.

Com a internet está melhor ou pior fazer rádio jornalismo.

Eu considero que está bem melhor, a gente tem mais acesso a informações, consegue a ter mais acesso a mais pessoas, consegue dialogar com outras pessoas, consegue faz pautas que antes eram mais difícil de fazer. Com a internet a gente não é mais só Rádio, mais site, Televisão, vídeo reportagem. Isso também gera mais cobrança por parte do ouvinte.

Como o ouvinte contribui para a constituição da notícia?

Ouvinte contribui bastante para a notícia, principalmente aqui na região do Cariri, na cidade de Sumé consegue ter um diferencial por que o ouvinte traz muito a pauta pra gente, aquilo que meche diretamente com ele, aquilo que está atrapalhando, por exemplo, uma rua suja, um cano estourado, uma lâmpada queimada, isso é realmente o que ouvinte quer ouvir a resposta sobre o problema apresentado por ele.

Como é levado a informação até ao ouvinte?

A gente busca levar essa informação de forma clara, objetiva, dinâmica, muitas notícias, não ficar enrolando, não ficar enrolando, comentando ou falando besteira o jornal inteiro, então a notícia bem clara. Uma forma com que a Rádio passo ser realmente uma universidade, possa uma escola aos ouvintes.

APÊNDICE B**APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO ONLINE AOS OUVINTES****IDADE:****CIDADE:****SEXO:** MASCULINO FEMININO**RENDA FAMILIAR** CLASSE A – R\$ 18.740.01 CLASSE C – R\$ 3.748.01 A 9.370

OU MAIS

 CLASSE D R\$ 1.874.01 A 3.7 CLASSE B – R\$ 9.370.01 A 18.740.01 CLASSE E ATÉ R\$ 1.874 CLASSE F MENOS DE R\$ 1.874**QUAL O OBJETO QUE VOCÊ UTILIZA PARA OUVIR A 95 FM SUMÉ** RÁDIO COMPUTADOR – SITE CELULAR APLICATIVO**POR ONDE VOCÊ FICA INFORMADO** RÁDIO FACEBOOK DA RÁDIO SITE DA RÁDIO APLICATIVO**QUAL O PROGRAMA DE RADIOJORNALISMO QUE VOCÊ ESCUTA NA 95,7 FM DE SUMÉ** CAFÉ DA MANHÃ JORNAL DA 95 JORNAL DO CARIRI 95 MINUTOS – NOITE JORNAL DO CARIRI

ANEXOS

ANEXO A – PAUTA DE UM DO REPÓRTER ANTÔNIO CARDOSO

PAUTA – 21 DE FEVEREIRO DE 2019

1. DR. MARCOS PARA FALAR SOBRE ARRITMIA: SINTOMAS, TRATAMENTOS E CAUSAS.
2. ENTREVISTAR SAMUEL DO CARTÓRIO PARA SABER QUANTO ELEITORES QUE FAZEM PARTE DA ZONA ELEITORAL PODERÃO TER O TÍTULO CANCELADO POR FALTA DE PARTICIPAÇÃO NOS ÚLTIMOS TRÊS PLEITOS.
3. ENTREVISTAR PROFESSOR OU INSTRUTOR DE ACADEMIA PARA FALAR A IMPORTÂNCIA DA HIDRATAÇÃO NA PRÁTICA DE EXERCÍCIOS FÍSICOS, EM VISTA QUE ALGUMAS PESSOAS NÃO BEBEM MUITA ÁGUA.
4. COMO ESTÁ SENDO AS REUNIÕES DO GRUPO DE TABAGISMO, ENTREVISTAR LAUDICEIA.
5. COMO É FEITO A PREVENÇÃO DE GRAVIDEZ PRECOCE NO MUNICÍPIO? ENTREVISTAR ALGUÉM DA SAÚDE.
6. O QUE É FOBIA ESCOLAR E COMO É FEITO O ACOMPANHAMENTO? ENTREVISTAR PSICÓLOGO.