



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

**O RÁDIO E SUA RELEVÂNCIA PARA A SOCIEDADE PICUIENSE: O CASO DO
JORNAL CENECISTA**

MARIA LUZIANE DE SOUSA LIMA

CAMPINA GRANDE – PB

2012

O RÁDIO E SUA RELEVÂNCIA PARA A SOCIEDADE PICUIENSE: O CASO DO JORNAL CENECISTA

MARIA LUZIANE DE SOUSA LIMA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à
Coordenação do Curso de Comunicação Social –
Jornalismo – da Universidade Estadual da Paraíba,
como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social.

Orientador: Prof.^a. Dr.^a. Goretti Maria Sampaio

CAMPINA GRANDE – PB

2012

- L732r Lima, Maria Luziane de Sousa.
O rádio e sua relevância para a sociedade picuiense: o caso do Jornal Cenecista. [manuscrito]./ Maria Luziane de Sousa Lima. – 2012.
57 f.: il. Color.
- Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.
- “Orientação: Profª. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas, Departamento de Comunicação Social”.
1. Radiojornalismo 2. Participação Popular. 3. Jornalismo de Proximidade. I. Título.

**O RÁDIO E SUA RELEVÂNCIA PARA A SOCIEDADE PICUIENSE: O CASO
DO JORNAL CENECISTA**

MARIA LUZIANE DE SOUSA LIMA

BANCA EXAMINADORA:

Goretti Maria Sampaio de Freitas Nota 10,0

Prof.^aDr.^a Goretti Maria Sampaio – UEPB
(Orientadora)

Manassés Moraes Xavier Nota 10,0

Prof.^o Ms. Manassés Moraes Xavier – UEPB
(Examinador)

Luiz Barbosa Aguiar Nota 10,00

Prof. Luiz Barbosa Aguiar – UEPB
(Examinador)

Trabalho aprovado em: 11 de Junho de 2012

Média: 10,0

CAMPINA GRANDE – PB

2012

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, minha inspiração, por que Ele é a luz que nos guia sempre.

E a todos aqueles que acreditaram em mim, que fizeram mesmo que um pouquinho farte desta história (família, amigos, colegas, professores, etc.) e saibam com certeza, isso é apenas o começo.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus, por que sem ele isto não seria possível, de como através de seus ensinamentos ele me deu forças nos momentos mais difíceis nessa caminhada.

A minha orientadora, Prof.^a Dr^a Goretti Sampaio, pela compreensão, ajuda e acompanhamento preciso.

A minha família, que me deu todo apoio e compreensão quando precisava me ausentar por causa da universidade, minha mãe Lulu, meu pai Vaninho, meus irmãos Luzivânia e Silvano.

A minha irmã Laise, que mesmo distante quando precisei esteve comigo, meu cunhado Gilvan que em muitos momentos me deu excelentes dicas e fez a revisão do texto e o meu pequeno anjo, a “nerdezinha” mais linda do planeta, minha sobrinha Sophia, que me faz tão bem estando presente ou ausente.

Ao restante da minha família, meus avós, tios, primos, pela confiança depositada.

A Natali e sua família que me ajudaram nesses quatro anos, cedendo gentilmente a sua casa para que eu pudesse dormir, muito obrigada, sem vocês as coisas teriam sido muito mais complicadas.

A meu grande e melhor amigo Manassés, que por ser um dos “caras” mais inteligentes que conheço, nunca deixou de ser quem é, e sempre esteve comigo nos melhores momentos da minha vida, obrigada amigo, por tudo, amo você!

A minha amiga mais que especial Luana Herdeiro, que enquanto esteve comigo em Jornalismo, foi um guia dos melhores, e sem dúvida fomos uma “dupla” e tanto, einh?! Nunca vou esquecer os nossos passeios (comendo pastel), trabalhos e gargalhadas, que quando lembro, me fazem voltar no tempo, e me enchem de saudade.

A todos os meus colegas e amigos do curso de comunicação social 2007.2, uma turma maravilhosa e que vai ficar marcada para sempre em meu coração.

As amigas especiais Polly e Lidiane que sempre estiveram comigo nos momentos mais desafiadores, a exemplo do INFOCOM, mas que no final foi uma grande conquista.

A todos os meus professores, que sempre nos apoiaram e fizeram o máximo para que nosso aprendizado valesse a pena, especialmente Gilson Souto Maior, que através do conhecimento brilhante na área de radiojornalismo me apresentou este meio maravilhoso.

As minhas amigas lindas do curso de História, e que eu amo, Ivna Rafaelle, que é sempre uma graça e me faz tão bem, não me imagino sem você, e a minha amiga muito especial, Rafinha, que está comigo sempre, me dizendo as melhores palavras do mundo quando estou triste ou desanimada, me incentivando a continuar seguindo em frente, e sempre ri das minhas piadas, mesmo quando não é piada... Você foi uma benção de Deus na minha vida e sou grata a Ele todos os dias por ter você comigo, te amo demais garotinha e saiba que és a dona do melhor abraço do mundo, aquele onde me sinto verdadeiramente protegida.

Enfim, a todos que sempre acreditaram e depositaram confiança na minha conquista.

*Nunca deixe que lhe digam que não vale a pena
acreditar nos sonhos que se têm
ou que os seus planos nunca vão dar certo
ou que você nunca vais ser alguém...*

(RENATO RUSSO)

RESUMO

A presente pesquisa monográfica busca através dos estudos já desenvolvidos na área do Radiojornalismo, analisar o radiojornal, intitulado Jornal Cenecista, produzido pela Rádio Cenecista da cidade de Picuí, PB a fim de evidenciá-lo como um espaço relevante para a comunidade, e como ele pode se constituir em um ambiente interativo e bilateral, onde é possível enaltecer a participação popular para que se estabeleçam estratégias a fortalecê-lo como meio dinâmico. Para tanto, buscamos observar como se dá o processo de produção e divulgação de conteúdo e como este conteúdo está relacionado com a comunidade local, buscamos também perceber através do lugar da produção, se realmente as informações prestadas pelo veículo são satisfatórias no sentido de cumprir os anseios comunicacionais da população e integrá-las em um espaço característico e peculiar, em um sentimento de pertencimento com a utilização de um verdadeiro jornalismo de proximidade. Serviram de base para nossa pesquisa autores como Ferraretto (2001), Ortriwano (1985), Peruzzo (2003), Haussen (2009). A pesquisa metodológica consistiu em uma observação participante, entrevista e na gravação e categorização de algumas edições do programa, em dias alternados no mês de abril de 2012, para a análise do conteúdo e assim poder descrever os objetivos propostos. Ao final percebemos que o espaço se constitui em um meio democrático ao permitir a participação popular, especialmente através da prestação de serviço, porém é ainda precário em sua produção de notícias.

PALAVRAS-CHAVE: Radiojornalismo; Participação popular; jornalismo de proximidade;

ABSTRACT

This research monograph search through the studies already undertaken in the area of Radio journalism, analyze radiojournal entitled Cenecista Journal, produced by Radio Cenecista city Picuí, so it shows as an area relevant to the community, and how it can be incurred in an interactive environment and bilateral, where it is possible to enhance popular participation to be established strategies to strengthen it as a dynamic medium. To this end, we observe how does the process of production and dissemination of content and how this content is related to the local community, we also see from the place of production, if indeed the information provided by the vehicle are satisfactory in order to meet the communication expectations of the population and integrate them into a space characteristic and peculiar, in a sense of belonging with the use of a true journalism proximity. The basis for our research authors as Ferraretto (2001), Ortriwano (1985), Peruzzo (2003), Haussen (2009). The research methodology consisted of a participant observation, interviewing and recording and categorization of some editions of the program on alternate days in the month of April 2012, to analyze the content and be able to describe the proposed objectives. At the end we realize that space is in a democratic way by allowing popular participation, especially through the provision of service, but is still precarious in their news production.

KEYWORDS: Radio journalism; popular participation; journalism proximity;

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO I – A IMPORTÂNCIA DO RÁDIOJORNALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	13
1.1 O radiojornalismo no Brasil: uma dimensão sócio histórica.....	13
1.2 O repórter Esso.....	15
1.3 O radiojornalismo na contemporaneidade.....	18
1.3.1 Os Radiojornais como espaço de cidadania.....	21
CAPÍTULO II –RÁDIO CENECISTA: UMA CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIO HISTÓRICA.....	26
2.1 A cidade de Picuí.....	26
2.2 O idealizador: Felipe Tiago Gomes.....	27
2.2.1 A Rádio Cenecista de Picuí.....	29
2.2.1.1 A importância da Rádio Cenecista para a cidade de Picuí.....	31
CAPÍTULO III – ANÁLISE DO JORNAL CENECISTA.....	34
3.1 Jornal Cenecista: Dimensões contextuais.....	34
3.1.2 Categorização do programa.....	35
3.2 Análise do conteúdo.....	37
3.2.1 Da participação popular.....	44
3.2.1.1 Da rede de interatividade.....	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	51
APÊNDICES – 01 Pauta da entrevista.....	53
ANEXOS – 01 Script do Jornal Cenecista.....	54

INTRODUÇÃO

Um século após o seu surgimento, o rádio no Brasil continua a ser um dos meios de comunicação mais populares. Segundo pesquisas recentes¹ o rádio chega a mais de 80% dos lares brasileiros. Esses dados se dão em decorrência das características inerentes ao meio radiofônico: mobilidade, instantaneidade, imediatismo, e também dos conteúdos por ele veiculados que se estruturam a partir da transmissão de informações e de entretenimento.

Assim, torna-se evidente que o Brasil é uma nação rica no campo da radio difusão. E a recepção junto aos seus ouvintes tem demonstrado também, que o rádio além de ser de fácil acessibilidade, é uma fonte eficaz e confiável de informações. Essa atribuição se dá na rapidez com que as notícias são transmitidas principalmente quando nos referimos ao contexto local, isto se torna ainda mais evidente.

Nesta perspectiva, as rádios locais direcionam sua programação voltadas para o cotidiano ou dentro de um jornalismo de proximidade que concentre informações que estejam atreladas aos aspectos habituais dos seus ouvintes, criando relações de reciprocidade e buscando estabelecer envolvimento e debates por parte da comunidade.

O jornalismo numa emissora de rádio local é um instrumento indispensável para a obtenção de uma identidade do seu povo. É o que ressalta Chantler e Harris (1998), apontando que no mercado competitivo e disputado como é o da comunicação, o jornalismo é uma das poucas coisas que diferenciam as emissoras locais de todas as outras e se as estações de rádio ignoram o jornalismo bem feito, em busca de audiência, correm demasiados riscos.

O público se identifica com a emissora da cidade, com os radialistas, criando uma relação de empatia, fortalecendo a cobertura de temas que sejam de interesses locais. Ocorre o processo denominado de jornalismo de proximidade, principalmente hoje, com as emissoras atuando de forma a facilitar as participações populares, através de ferramentas que se constituem como interessantes do ponto de vista da relação direta com o público interno e externo, a exemplo da internet. Essas ideias podem se aplicar também àqueles que desejam e acreditam ser possível fazer jornalismo radiofônico direcionado a um público que enxerga nos seus comunicadores companheiros, amigos, ou mesmo conselheiros que no dia a dia abrem espaço para uma conversa ao pé do ouvido, para um diálogo mais interativo. Portanto, é de

¹ Senso IBGE 2010

suma importância a prática de um jornalismo sério e dinâmico nas emissoras, para que dessa forma seja possível produzir conteúdos que evidencie a realidade vivenciada.

Deste modo, tendo como base os estudos já desenvolvidos na área de radiojornalismo e suas características, analisaremos o caso do Jornal Cenecista, um radiojornal que é produzido pela rádio Cenecista da cidade de Picuí/PB e tem um alcance que ultrapassa o limite de cidades circunvizinhas na Paraíba e Rio Grande do Norte. Assim, partimos da seguinte questão problema: será que há de fato um jornalismo de proximidade no Jornal Cenecista?

Dos objetivos propostos e da justificativa

Para responder este questionamento, elencamos como objetivo geral: verificar como são produzidas as informações no texto noticiário calcadas no jornalismo de proximidade que possa contribuir para o desenvolvimento crítico e intelectual dos seus ouvintes. E como objetivos específicos: verificar as temáticas/abordagem do programa; saber como os assuntos são abordados; e observar a participação do ouvinte no decorrer do jornal.

Esta pesquisa se torna relevante por ratificar o papel desempenhado pela rádio Cenecista através do seu radiojornal, no que diz respeito a este se configurar um meio acessível à informação na cidade. Levamos em consideração também a relevância e a credibilidade fixada pelo programa na prestação de serviço e no auxílio aos conflitos da sociedade. Logo, percebemos a importância do espaço radiofônico na comunidade alcançada pela rádio e, conseqüentemente, esses espaços, embora com suas limitações, se tornam no que tange aos conteúdos, ferramentas emancipadoras de um jornalismo de proximidade, principalmente quando pensamos a população da zona rural, já que os mesmos não têm um fácil acesso a outros meios de comunicação que evidencie informações de interesse local.

Para elaboração deste trabalho levou-se em consideração os estudos dos autores que desenvolvem análises na área do radiojornalismo, a exemplo de Luiz Artur Ferraretto, Gisela Ortriwano, Lia Calabre Azevedo, Robert Vieira, Cicília Maria Krohling Peruzzo, entre outros.

Esta monografia se estrutura a partir de três momentos. No primeiro apresentamos a importância do rádio na sociedade contemporânea, com uma breve contextualização histórica do veículo e as suas potencialidades comunicativas, além de discorreremos sobre os novos

formatos do rádio jornalismo, em especial a produção de rádio jornais, quando estes se configuram em espaços de cidadania.

No desdobramento, apresentamos uma contextualização do espaço social da cidade de Picuí e da rádio Cenecista, apresentando as suas características mais peculiares.

Por fim, analisamos o rádio jornal da cidade de Picuí, o Jornal Cenecista, a fim de identificar de que forma ele se torna relevante para o contexto local e como se dá sua produção e divulgação do conteúdo, além da participação popular.

Caminhos metodológicos

A metodologia utilizada para análise do Jornal Cenecista consistiu inicialmente em uma observação participante². Nesta observação fomos aos estúdios da rádio Cenecista para ver como se processava a produção das notícias, a estruturação do programa; observamos ao vivo a exibição e conclusão do jornal e coletamos os dados necessários para a pesquisa, principalmente as gravações das edições utilizadas para análise. Utilizamos também o recurso de entrevistas, no qual entrevistamos os diretores, produtores e apresentadores do programa para melhor descrever os objetivos.

No primeiro momento gravamos algumas edições do jornal no ano de 2011, e para confrontar e identificar se houve alguma mudança com relação ao seu formato, e sua apresentação, realizamos outro processo de gravação das edições levadas ao ar entre os dias 09, 17, 19 e 20 de abril de 2012 e que serão priorizadas para análise deste estudo. Em seguida foram transcritas as edições para posterior análise do conteúdo da produção, levando em consideração as informações de caráter local. Como forma de melhor identificar o conteúdo produzido optamos pela categorização dos mesmos, identificando-os através de editoriais, tais como: política, área policial, educação, saúde, entre outros. Dessa forma, sistematizamos as emissões das temáticas que foram apresentadas no programa. Isso nos permitiu visualizar quais assuntos foram abordados e que relevância os mesmos tem para contexto da cidade.

² A técnica da observação participante se realiza através do contato direto do pesquisador com o fenômeno observado a fim de obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seu próprio contexto (OLIVEIRA, p. 80, 2007).

1. A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

1.1 RADIOJORNALISMO NO BRASIL: UMA DIMENSÃO SÓCIO-HISTÓRICA

É inegável a presença do rádio na sociedade atual. A mobilidade, o imediatismo, a rapidez com que as informações são processadas e transmitidas são suas principais qualidades em relação aos outros meios de comunicação de massa.

Na sociedade contemporânea continua sendo um instrumento de grandes potencialidades, segundo o imediatismo que lhe é imputado pela facilidade que se tem de produzir conteúdo. Diferentemente da televisão³ que requer a utilização de maiores equipamentos tecnológicos para entrar no ar e diferentemente, também, da internet que, neste caso, ainda não é uma ferramenta disponibilizada para todas as camadas sociais.

O rádio nasceu no Brasil no início do século XX como um importante recurso para a promoção das relações interpessoais e cooperando dessa forma para o crescimento do intercâmbio entre os indivíduos. Neste sentido de comunicação, o rádio tem a capacidade de trazer a informação para o universo do ouvinte, popularizando o seu conteúdo.

A primeira rádio no Brasil, devidamente regularizada, foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A experiência inicial aconteceu com o discurso do centenário da independência no Brasil, quando foram importados alguns equipamentos para que a população pudesse acompanhá-lo sem sair de casa. Logo, o “pai do rádio no Brasil”, como é denominado Roquette Pinto, interessou-se em utilizar esses equipamentos. Com uma preocupação voltada para a difusão cultural, mobilizou intelectuais da época a fim de eleger um novo e democrático meio de comunicação⁴. No início, a rádio Sociedade operava de maneira escassa, sem um contingente de programação definida, inclusive noticiários, causando certa desconfiança em seus idealizadores:

³ A TV segundo dados do IBGE 2009 já apresenta 98% dos lares brasileiros, isso se dá efetivamente pela cultura midiática proposta, atrelada ao entretenimento.

⁴ Sobre a história do rádio no Brasil, antes de Roquette Pinto, um fato merece destaque. É que já haviam sido feitas experiências radiofônicas no Brasil. Foi na Rádio Clube, no estado de Pernambuco em 1919.

Apesar do empenho e do idealismo de Roquette Pinto e de seus associados a radiodifusão no Brasil ainda engatinhava, e havia a necessidade de uma sequência de programas com notícias de interesse geral, que proporcionasse o público aproximação com a realidade [...] esta vontade modificadora da realidade talvez se explique pelo clima político cultural da época. A própria exposição do centenário da independência inseria no país uma ideia de modernização (FERRARETTO, 2001, p. 96)

É assim que surgem as primeiras tentativas de transmitir informações aos ouvintes. Os noticiários ainda estavam apenas engatinhando. Somente algumas experiências radiojornalísticas eram feitas por Roquette Pinto, como o Jornal da Manhã em 1925. As notícias eram extraídas de jornais escritos e as emissoras restringiam-se a tecer comentários sobre os fatos. Foi então que, com o relevante crescimento da mídia radiofônica se aproximando, as emissoras passaram a produzir, ou pelo menos tentar, seus próprios conteúdos, em muitos casos, filiando-se a agências de notícias internacionais e nacionais.

Em 1928, nascia a então chamada Rádio Sociedade Record, em São Paulo, que depois passaria a ser apenas Record, e implementou um novo formato de fazer jornalismo. Nesta época São Paulo exigia a saída do então presidente da república Getúlio Vargas⁵. Seu governo foi marcado pelo nacionalismo e populismo, além de se caracterizar pela fase da ditadura, assim as rádios paulistas, especialmente a Record, se transformavam em poderosas armas de divulgação de conteúdos.

Vargas em seu governo, desde o início elaborou um esquema relativo ao uso político do rádio e uma das principais armas foi a censura. O rádio não somente foi censurado, como ainda teve emissoras encampadas, ou seja, o contrato de arrendamento era rescindido. O presidente se utilizava do rádio para divulgação de seus projetos e ao mesmo tempo em que incentivava a profissão jornalística através da legalização das conquistas e a evolução da categoria, utilizava-se do DIP⁶ (*Departamento de Imprensa e Propaganda*) para cercear, restringir e censurar o que não fosse de interesse do governo em matéria de divulgação.

A fiscalização de censura no rádio era feita em todos os programas, desde as informativas como as de diversões públicas, e se dava através de um censor, ou seja, um

⁵ Gaúcho de São Borja, Getúlio foi o presidente mais duradouro no poder, de 1930 á 1945 e de 1951 a 1954, chegou lá após comandar a revolução que culminou com a derrubada do então presidente Washington Luís.

⁶ Quando Getúlio Vargas assumiu o poder em 1930, as rádios não possuíam autorização oficial para veiculação de publicidade. Assim, o Brasil passou a adotar o modelo norte-americano de radiodifusão, passando a distribuir as concessões de canais a particulares e permitindo oficialmente a exploração comercial do veículo. O DIP foi criado com o objetivo de divulgar as realizações do governo.

funcionário ficava dentro de uma sala especial montada no interior das emissoras, fazendo anotações sobre o que de estranho fosse verificado, transmitindo ao chefe de controle as irregularidades. Para se ter uma ideia, só em 1940 foram submetidas à censura prévia da divisão de rádio, 3770 programas, 483 peças de teatro e 2416 gravações, existindo no país 78 emissoras de rádio.

O aperfeiçoamento dos equipamentos fez com que a Record e as outras emissoras de rádio pudessem melhorar seu grau de informação. A maior contribuição foi sentida na transmissão, em que várias rádios passaram a contar com equipes próprias de jornalismo e equipamentos mais sofisticados. Ao longo dos anos, as rádios brasileiras foram encontrando um estilo peculiar de fazer jornalismo, algumas com notícias internas e comentários políticos, outras de cunho mais internacional; cada um com um caráter mais específico (AZEVEDO, 2002).

Um jornal que se destacou também por ser o primeiro radiojornal brasileiro foi o grande Jornal Tupi. O jornal era produzido pela Rádio Tupi de São Paulo e entrou no ar em 3 de abril de 1942. Tinha uma única edição diária e seu modelo noticioso era a apresentação das manchetes antes das notícias e os blocos eram divididos por assuntos. Esse modelo podia ser atribuído ao fato de seu diretor, Corifeu de Azevedo Marques, ser originário do jornalismo impresso, de onde importou a técnica, mas que posteriormente passou a utilizar suas próprias seções de jornalismo.

Durante a Segunda Guerra Mundial nasce no Brasil, com um formato novo e características diferentes, um novo jeito de fazer radiojornalismo que buscava sintetizar e aproximar o fato do público, no caso às notícias da guerra. O Primeiro rádio jornal a introduzir essa forma foi o Repórter Esso que, na época, cobria os assuntos relacionados à guerra.

1.1.2 O REPÓRTER ESSO

-- prezado ouvinte, bom dia. Aqui fala o Repórter Esso, testemunha da história, apresentando as últimas notícias da UPI.

Ou

Prezados ouvintes, aqui quem fala é o Repórter Esso, porta-voz radiofônico dos revendedores Esso, apresentando as últimas notícias da UPI

(FERRARETTO, 2001, p.127)

O setor radiojornalístico se afirmava definitivamente no instante em que o mundo passava por uma fase de incertezas, devido a Segunda Guerra Mundial. A sociedade sofria as enormes consequências da guerra e ansiava por respostas. Neste sentido, a notícia passou a ter um desempenho de especial relevância. E pela primeira vez, o jornalismo de rádio deixou de se resumir a leitura de notícias recortadas de jornais, papel e lápis. O Repórter Esso aparece dando novo formato ao fato com um tipo ágil, sucinto e vibrante acima de tudo (FERRARETTO, 2001).

O Repórter Esso era o “preferido” dos noticiários radiofônicos, transmitido pela Rádio nacional⁷ (inicialmente) no Rio de Janeiro. Foi considerado o pioneiro nessa “inovadora” forma de fazer jornalismo, apresentando-se imparcial, moderno e objetivo.

Com quatro emissões diárias e cinco minutos de duração cada uma, caracterizando assim sínteses noticiosas, apresentadas sempre com absoluta pontualidade, o Repórter Esso fez parte da rotina das famílias brasileiras que criaram o hábito de ouvi-lo acertando os relógios para suas edições. O Repórter Esso, como ressalta Azevedo (2002), tornou-se ícone da época.

Durante o período da guerra, o programa obteve significantes índices de audiência. Na época, formatos parecidos já existiam pelo mundo, no sentido que a guerra era um assunto de interesse geral. Patrocinada por uma empresa brasileira, a Esso Petróleo, por isso a expressão: “Aqui fala o Repórter Esso, a voz dos revendedores Esso”, uma empresa que já existia em outros lugares como Nova Iorque e Buenos Aires (resultado da boa vizinhança do Brasil), o noticiário seguia o mesmo modelo de diversos países latino-americanos. A fórmula importada deu certo e trouxe muito sucesso ao Esso. O noticioso era preparado através de uma agência de notícias, a UPI,⁸ seguindo o protótipo americano.

⁷ 12/09/1936, o final da década de trinta, consolidava a Rádio Nacional como parte do imaginário do Brasil. com a estreia do Repórter Esso, esta se ratifica ainda mais, transformando-a em uma das principais e mais populares emissoras de rádio do país, dedicadas também ao jornalismo.

⁸ A UPI (United Press International) era uma agência de notícias, criada da fusão da United Press e International News Service, na Revolução Cubana, e servia para fornecer informações ao mundo.

Para se ter uma ideia da abrangência e credibilidade do Esso no Brasil, é registrado um fato interessante. Uma demonstração da força junto ao público e que foi vista no fim da guerra. A Rádio Tupi, do Rio de Janeiro foi a primeira emissora a anunciar o pacto de paz, porém, a população brasileira só foi às ruas para comemorar após ouvir a confirmação da notícia através do Repórter Esso em uma edição extra do informativo.

Sobre este fato, Ferraretto (2001), faz a seguinte menção:

o Repórter Esso, foi o noticiário mais importante daquela época [...], ele interrompia qualquer programa dar uma notícia que fosse considerada importante. Interrompia qualquer coisa: programa de música, de teatro. [...] daí o fato de o Repórter Esso ter criado uma credencial tão grande que quando a guerra acabou a rádio Tupi anunciou, mas ninguém acreditou porque o Repórter Esso não deu (FERRARETTO, p. 128, 2001).

Com tamanha credibilidade, o locutor deveria ultrapassar qualquer limite de importância. O primeiro foi o carioca Romeu Fernandes, no entanto, a produção ansiava pela “voz ideal”. Depois de muitas experiências, o gaúcho Heron Domingues assumiu o posto de locutor exclusivo do Repórter Esso. Ele ditava o ritmo do programa com um estilo marcadamente pessoal, era imitado em todo país.

Heron não era apenas um simples locutor, exigente, valorizava a informação com o intuito de atrair os ouvintes. Desempenhou um papel muito importante na história do radiojornalismo brasileiro, quando implantou e dirigiu a seção de jornais falados e reportagens da rádio Nacional, a primeira emissora a se dedicar totalmente ao jornalismo (FERRARETTO, 2001).

O Repórter Esso ditou a “moda” no jornalismo brasileiro entre as décadas de 40 e 60, com uma abordagem popular, uma voz distinta e um profissionalismo sem falhas com que tratava a informação. Ganhou muitos adeptos, fazendo do jornalismo uma tendência participativa e audaciosa, integrando a massa nos acontecimentos da humanidade. Neste sentido, dois slogans foram marcas registradas do noticiário: Repórter Esso “o *primeiro a dar as últimas*” e “*testemunha ocular da história*”. Sempre com uma linguagem de fácil

entendimento, o noticiário segue até 1962 na rádio Nacional, quando passa a ser transmitido pela rádio Globo, no império de Roberto Marinho⁹.

Nos moldes daquela época, as notícias somente eram confiáveis e verdadeiras se transmitidas pelo Repórter Esso. Essa influência pode ser sentida até hoje. É bastante comum encontrarmos pessoas que se referem a jornais de Rádio ou TV como “*o repórter*” ou “*deu no repórter*”, uma prova do prestígio alcançado pelo noticiário. Na rádio Globo, o programa continuou mantendo-se líder e durou até 1968, quando foi retirado do ar. Na sua última edição, foi marcada pela emoção daqueles que fizeram do radiojornalismo uma porta de acesso a informação no famoso “*bom e barato*”. O programa terminou suas transmissões com Heron Domingues narrando a abertura e Roberto Figueiredo que fez parte do programa a partir de 1962, despedindo-se dos ouvintes bastante emocionados, como ressalta Ferraretto (2001):

Esso encerra aqui a apresentação através do rádio. Boa noite ouvintes e feliz ano novo. [...] Às 23 horas daquela véspera de ano novo, de um modo dramático como muitos dos fatos que narrou, saía do ar o Repórter Esso, um marco na radiodifusão sonora (FERRARETTO, 2001, p. 130).

Sem dúvida, o programa foi um divisor de águas nos noticiários brasileiros. Criou um estilo diferente na divulgação de conteúdo informativo, baseado na objetividade e na condensação dos fatos. Foi responsável principalmente pelo surgimento do um novo hábito no cotidiano das pessoas: o da necessidade de querer manter-se informado a todo momento.

A partir disso, o radiojornalismo brasileiro como um importante meio democrático vai se ratificando ao longo dos anos, mantendo a informação radiofônica como objetivo principal e deixando o ouvinte a par de tudo que seja de interesse no mundo.

1.1.3 O RADIOJORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

⁹ Grupo que depois passou a também a emissora de TV (Globo), jornal impresso (Jornal Globo) e editora (Editora Globo).

As características do rádio como meio de comunicação de massa fazem com que ele seja ideal na transmissão das informações. O rádio para Ortriwano (1985) foi o primeiro meio de comunicação que deu imediatismo a notícia. Permitiu que o homem se sentisse participante, e que o mundo estava ao alcance de suas mãos.

Os formatos foram se desenvolvendo ao longo do tempo, transformando o jornalismo de rádio no que conhecemos hoje, dinâmico, interativo; praticado dentro de um formato envolvente e que atende a uma prática comum de prestação de serviço. O radiojornalismo veiculados seja pelo AM ou FM já possui alternativas de interação com seus ouvintes. Essa interatividade é evidenciada na inserção dos ouvintes na programação através de telefones móveis ou fixos, torpedos, e até, como tem acontecido atualmente em muitos casos em uma ponte com a internet, com as redes sociais (twitter, facebook e Orkut ou numa comunicação áudio chamada de *web sites* de estações de rádio). Essas novas formas de interagir tem incentivando à visita tanto pela sugestão de conteúdos como pela solicitação de mensagens via correio eletrônico.

Neste sentido, o rádio tem demonstrado ao longo do tempo ser o meio que mais se encaixa na transmissão da notícia, nessa interface, que ele trabalha na sociedade. Na contemporaneidade o rádio vem se destacando com grande relevância na execução e/ou produção dessas notícias, situando o ouvinte sobre fatos recém-acontecidos, graças a uma de suas principais características, o imediatismo que cada vez mais se faz presente dentro desse novo modelo de rádio, se aplicando nas novas tecnologias da comunicação.

A recepção de notícias junto ao público ouvinte mostra que o rádio é uma fonte eficaz para o processo da disseminação da informação. O Radiojornalismo então vem se afirmando ainda mais como segmento respeitado e ganha cada vez mais prestígio, pois leva vantagem na transmissão do conhecimento para o receptor. Essa vantagem se faz presente atualmente através de uma evolução e de uma adaptação que o meio se propôs ou foi necessariamente induzido, pelas novas tecnologias.

Essas tecnologias têm contribuído para alterar o conceito de velocidade e instantaneidade na divulgação da informação. Tornou o jornalismo de rádio diário mais instantâneo em relação aos demais:

Foi a vantagem de atingir o ouvinte no momento exato em que o fato acontece que deu ao rádio o privilégio de prestar serviços [...] consolidou-se

um novo rádio, que conquistou definitivamente um lugar de honra na comunicação no Brasil (PORCHAT, p. 25, 1988).

O rádio foi o primeiro meio de comunicação a falar com o público individualmente. Cada ouvinte era e é tocado de forma especial. O meio revoluciona a relação habitual do indivíduo com a notícia, imprimindo suas já conhecidas qualidades, velocidade e aceção aos acontecimentos. É um veículo de comunicação de massa que apresenta o sentido midiático da alteridade, razão pela qual dizemos que, ao produzir qualquer conteúdo, os produtores devem ter em mente a noção de que vai dizer alguma coisa a alguém cujo conteúdo seja interessante, inteligível e que, sobremaneira, possa chamar atenção dos ouvintes.

Mas isso nem sempre foi assim. Ao longo de sua história, como já falamos, o radiojornalismo brasileiro passou por um processo de transformação. Isso inclui desde a linguagem e os formatos que se utilizados dessa fórmula privava-o a tirar proveito de suas potencialidades. Ao invés de precipitar a informação, o radiojornalismo, copiava o que os outros já haviam produzido, mecanizando assim a comunicação e abafando a participação coletiva.

Hoje, diferentemente, o rádio acena para uma nova possibilidade de informação, na medida em que se utiliza de meios mais interativos para veicular os fatos. Fatos estes que têm sido explorados em um processo local ou dando oportunidade para que seus ouvintes tenham conhecimento do que esteja acontecendo em suas localidades.

Para Ortriwano (1985, p. 84) o radiojornalismo deve preservar as suas características de proximidade:

as características do rádio como meio de comunicação de massa fazem com ele seja especialmente adequado para a transmissão da informação [...] ele tem condições de transmitir a notícia com maior rapidez do que qualquer outro meio, dando imediatismo a notícia, abrindo alternativas de acompanhar os fatos do mundo, trazendo esse mundo para perto dos ouvintes assim que ocorrem (ORTRIWANO, 1985, p. 84).

Partindo desta mesma perspectiva, a emissora de rádio poderia constituir-se como prestadora de serviço que fosse capaz de fornecer ao público fácil acessibilidade a

informação. É o rádio do bate-papo ao pé do ouvido, da discussão do problema, da evocação do imaginário popular. O jornalismo no rádio deixou de ser pura e simples transposição metodológica dos jornais. Tornaram-se inadequadas e ultrapassadas. O radiojornalismo tem seu próprio caminho balizado pelos princípios da arte de informar corretamente (BARBEIRO, 2003).

Assim, quando falamos em radiojornalismo na atualidade, é notório que as rádios, sejam elas regionais ou nacionais, estão ou estejam inseridas num mundo cada vez mais globalizado de disseminação de informações ou pelo menos deveria ser assim. É interessante afirmar também que mesmo inseridas em um processo de globalização e homogeneização cultural, são capazes de favorecer as diversidades culturais, pois o rádio ainda continua a ser o meio que se propõe ou apresenta-se como efetivamente democrático, por nos oferecer a oportunidade de participação direta nas suas produções e por criar nos ouvintes uma sensação de pertença.

1.3.1 OS RADIOJORNAIS COMO ESPAÇOS DE CIDADANIA

O rádio é um dos meios de maior intervenção nos lares brasileiros. Essa participação veio progredindo ao mesmo tempo em que a sua programação foi também se massificando e se tornando acessível ao grande público. Isso porque, logo que surgiu, reproduzia uma programação bastante elitista, e além do mais, não havia atingido todas as camadas da sociedade.

Hoje, o rádio está em grande escala centrado na vida das pessoas. O alcance e sua abrangência na definição e renovação dos hábitos da sociedade são claros e evidentes. Além de levar a informação, exerce um poder de influência na vida social capaz de contribuir para a construção e o fortalecimento de uma sociedade fundamentada na responsabilidade social.

Uma das vertentes jornalísticas no rádio tem se sobressaído através de seus radiojornais. Essas ferramentas de informação tem se configurado como instrumentos que se encaixam em uma esfera democrática em que os indivíduos possam estabelecer vínculos participativos. Possam, a meu ver, ter vez e voz em uma sociedade cada vez mais individualista. Acima de tudo, percebemos que com este novo formato do rádio de inclusão da cidadania, seja possível

proporcionar a construção de uma identidade própria, ratificando a necessidade da parceria comunicacional entre os indivíduos que fazem parte de uma de uma sociedade.

A imprensa local tem sido avaliada como aquela que representa com exatidão o jornalismo ou a realidade em que está inserida, ocupando-se da informação de proximidade dos ouvintes que expressem as qualidades de uma determinada localidade. A mídia de proximidade segundo Peruzzo (2003, p. 78), caracteriza-se por vínculos de pertencimento, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade. Dessa forma, a mídia local se apropria de todo poder, pelo menos em tese, de mostrar aquilo que realmente se passa em determinadas regiões, nas quais está devidamente introduzida.

Sobre isso é possível dizer que a prática da cidadania e de uma comunicação voltada ao local, não pode e não deve afastar-se do conceito de proximidade. Porque é através de estratégias de aproximação, a exemplo do interesse em intermediar um diálogo entre os diversos grupos sociais, a fim de melhorar a vida das pessoas ou demonstrar empenho na resolução dos problemas da comunidade, que conseguem quebrar as barreiras de uma relação dialogal com seus ouvintes.

Nesta perspectiva, as rádios brasileiras criam novas possibilidades de interação, com programações voltadas a um público específico, investimento em tecnologias, em profissionais, sempre buscando a conquista ou a “reconquista” dos ouvintes e principalmente a aproximação com “seu” público ouvinte fiel. É através da sensação de pertencimento que se repatria o ouvinte que se afastou por não encontrar naquela programação um suporte participativo, por exemplo. E essa sensação, segundo Ortriwano (1985), começa pelo diálogo mental entre o emissor e o receptor.

ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. No caso da televisão, a decodificação das mensagens também se dá ao nível sensorial, só que a imaginação é limitada pela presença da imagem. No caso dos veículos impressos, a sensorialidade está muito mais contida, permitindo uma decodificação ao nível racional, sem envolvimento emocional que são criados pela presença da voz (ORTRIWANO, 1985, p. 80).

O rádio é o veículo que melhor cumpre a função de instigar a imaginação do ouvinte. Ele cria no universo do indivíduo sensações de proximidade com o fato relatado. Decorre da capacidade de fantasiar, criar e representar imagens mentais. Gomes (2010) destaca que há uma transferência simbólica de sentidos que transgridem o comum, o real, o natural, e subverte os eventos factuais de forma voluntária ou não, para uma situação fantasiosa. O imaginário é, por natureza, a faculdade que evoca situações ausentes ou distantes, reais ou fictícias, presentificando-as no universo mental do sujeito. Daí mais uma de suas qualidades: a penetração profunda.

Assim, o pertencimento pressupõe segundo Peruzzo (2003), a existência de uma “proximidade”, que nesse caso, pode ou não ser geográfica, mas que cria elos profundos entre aqueles que fazem parte dos mesmos interesses comunicacionais. O local referido ultrapassa o geográfico. Pode ter bases culturais, ideológicas, idiomáticas de circulação da informação, de identidades, histórias culturais ou de proximidade de interesses.

A comunicação no melhor sentido da palavra, não pode ser colocada de lado quando são discutidas alternativas para o fortalecimento das identidades locais. O mais importante e base para a união desses atores sociais (no caso ouvintes participantes da comunidade) é em torno do desenvolvimento, da busca pelo melhor aproveitamento da realidade criada. Sob esta ótica, a comunicação pode ser observada como uma “liga” que serve para unir os participantes da sociedade.

Essa união só pode ser estruturada quando há concessão da cidadania, como afirma Vieira (2003, p. 20):

[...] o importante é conceber a cidadania como inscrita num campo de relações e interações de sujeitos. Que ela deixe de ser figura retórica, para instituir-se como instrumento jurídico e político à disposição de todos os cidadãos, [...] essa é uma nova sociedade que emerge na contemporaneidade e é altamente tecnológica, e sua estrutura se sustenta entre outros eixos na informação e no conhecimento (VIEIRA, 2003, p. 20).

A imprensa local se difere da chamada nacional, justamente por conter um laço que acontece pela forte ligação com seus públicos, a proximidade face aos agentes e às instituições que dominam esse espaço. No mundo globalizado, o significado dele (espaço)

deixa de estar vinculado, apenas, à ideia de enraizamento, estabilidade, limite, fronteira e fixidez. Passa também a estar ligado aos conceitos de movimento, de fluidez e de conexão. O espaço (físico) passa a ser entendido como resultado da interação entre múltiplas ações sociais. Com as reestruturações das fronteiras, o local não se realiza mais só na lógica de proximidade, mas pela co-presença que ultrapassa limites geográficos e dispõe de bases e fluxos informativos comuns, interligados (SANTOS, 2010).

Então, ao notarmos a importância da preservação de um jornalismo de proximidade,¹⁰ numa era altamente globalizada, percebemos a participação do ouvinte e as possibilidades da interatividade nas programações radiofônicas e que tem sido tema de inúmeras especulações. Uma das principais é a de que, hoje, o ouvinte se faz muito mais presente. Essa evidência é bem maior quando envolve a mídia radiofônica. Segundo Peruzzo (2003), essas mídias estão mais facilmente ao alcance do público, se comparados com as outras mídias (televisão, jornal impresso, revista, etc.).

Portanto, ao pensarmos em comunicação, ou neste caso específico o radiojornalismo, não podemos separá-lo de uma configuração voltada ao formato local/global em que o próximo desempenha um papel predominante, mas que também, às vezes necessitam de informação em nível global, construindo dessa forma uma relação que deixa de ser extremos que se opõem e passam a ser vistos como espaços que interagem e que se constituem em um conjunto altamente dialético.

Os veículos verdadeiramente locais vão continuar fazendo a diferença e estabelecendo um grau de intimidade entre ouvinte e locutor/produtor de rádio, produzindo e concretizando uma fidelidade assumida. Assim, tanto no rádio como em outras mídias, o investimento nos acontecimentos de proximidade é uma aposta para o fortalecimento dos laços de identidade, transformando e dotando o espaço ocupado pelos moradores com informações pertinentes que vão de encontro aos anseios fundados por eles, construindo acima de tudo, ligações locais e estabelecendo um diferencial em sua rotina.

Partindo de tudo o que foi observado, vislumbramos analisar como se processa esses espaços de participação popular e proximidade através do programa Jornal Cenecista. Esta

¹⁰ A proximidade não se mede mais em metros. [...] Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora longe de nossas casas, nos são próximos (CAMPONEZ APUD SANTOS, 2002).

observação se dará inicialmente a partir de contextualização espaço-social da cidade de Picuí e no desdobramento da Rádio Cenecista.

2. RÁDIO CENECISTA: UMA CONTEXTUALIZAÇÃO SÓCIO HISTÓRICA

2.1. A CIDADE DE PICUÍ

A cidade de Picuí tem cerca de 20 mil habitantes. Está localizada na mesorregião da Borborema, na microrregião do Seridó, no Oriental Paraibano com uma área de 734,1 quilômetros quadrados a uma altitude de 439 metros acima do nível do mar. Limita-se, ao norte, com os municípios de Campo Redondo e Coronel Ezequiel (RN); ao Sul, com os municípios de Pedra Lavrada e Nova Palmeira (PB); ao Leste, com os municípios de Nova Floresta, Cuité e Baraúna (PB); e ao Oeste, com o município de Frei Martinho (PB) e o município de Carnaúba dos Dantas (RN).

As primeiras localizações para colonização da cidade ocorreram entre os anos de 1704 e 1706. Neste período a Paraíba era governada por Fernando Barros Vasconcelos, que na época era conhecido como presidente da “província”.¹¹ No dia 26 de dezembro de 1704, um grupo de pessoas comandadas por Dona Isabel da Câmara, Capitão Antônio de Mendonça Machado, Alferes Pedro de Mendonça Vasconcelos e Antônio Machado requereram e obtiveram por sesmaria (*porções de terras abandonadas e cedidas pelos reis de Portugal a quem quisesse cultivá-las nesta região*) três léguas de terras (18 quilômetros), num riacho chamado Pucuhy.

Posteriormente, no início do século XIX, outras famílias que vinham dos estados vizinhos requereram e obtiveram outras sesmarias, onde implantaram propriedades e algumas fazendas de gado. Entre elas: Conde D’Ávila, Joaquim José da Costa, Capitão Antônio de Mendonça Machado, Lázaro José Estrela, João Ferreira de Farias, Maximiano José da Costa, Antônio Ferreira de Macedo, Estevão José da Rocha e Vicente Ferreira de Macedo, pessoas bem conhecidas da população da província.

Já no ano de 1856, o Nordeste brasileiro torna-se cenário de uma terrível epidemia de cólera-morbo, uma doença infecciosa que matou milhares de pessoas. Os moradores da região, assustados com o número de mortos e liderados pelo Coronel José Ferreira de Macedo, decidiram recorrer ao Mártir São Sebastião. Juntos fizeram uma promessa ao santo, pedindo sua ajuda para o cessamento da doença. Em seguida, após perceberem que não havia mais o surto da moléstia, começaram a construir uma capela de São Sebastião em homenagem

¹¹ No segundo reinado, província era o nome dado a cada uma das grandes divisões administrativas, incluindo o estado da Paraíba, a qual tinha por chefes um presidente.

ao santo (compensação pela promessa feita). Atualmente elevada à matriz de São Sebastião que se tornou padroeiro do município, por considerarem ele o providenciador da cura.

Após a construção do templo religioso em homenagem ao santo, agora padroeiro da cidade, no dia 3 de setembro de 1857, o Padre Francisco de Holanda Chacon, da cidade de Areia, celebrou uma missa e em volta dessa mesma capela surgiu o povoado de São Sebastião do Triunfo. Em 1874, por meio da Lei Provincial nº 597 de 26 de novembro, foi criado o Distrito de Paz da Povoação de São Sebastião do Triunfo. Em seguida, o distrito passou a chamar-se apenas Triunfo. Mas em 1888, quando a povoação foi elevada à categoria de vila pela Lei Provincial nº 876 de 27 de novembro, o nome passou a ser Picuhy em homenagem a uma ave típica da região do Curimataú Paraibano de mesmo nome.

O município de Picuí foi criado pelo Decreto nº 323 de 27 de janeiro de 1902, sendo instalado no dia 9 de março. A Lei Estadual nº 212 de 29 de outubro de 1904 mudou a sede do município de Cuité para Picuí. Em 18 de março de 1924, Picuí passou a município por meio da Lei Estadual nº 599.

Ao longo do século XX, muitos municípios haviam se separado de Picuí, a exemplo de Cuité/Barra de Santa Rosa (1936), Nova Floresta (1959), Pedra Lavrada (1959), Cubatí (1959) Frei Martinho (1961) e Baraúna (1996). Atualmente, o município possui dois distritos: Santa Luzia do Seridó e Serra dos Brandões e tem como principal fonte de renda a agricultura e a mineração.

2.2. O IDEALIZADOR: FELIPE TIAGO GOMES

Ser educador é antes de qualquer coisa um dom. Foi com este conceito que o apaixonado e amante por educação e comunicação. Fundador da Campanha Nacional de Escolas da Comunidade (CNEC), Felipe Tiago Gomes¹², consagrou-se na educação brasileira por criar uma das entidades que foi considerada a maior Instituição Filantrópica das Américas.

¹² Atualmente existe na cidade de Picuí o memorial Felipe Tiago Gomes e um monumento aberto a visitação. O memorial que é um projeto idealizado pelo sobrinho do fundador da CNEC e da rádio Cenecista, Valdemiro Severiano, visa resgatar e preservar a história de vida e obra do grande educador, além de aproximar os seus conterrâneos de uma rica história daquele que vem a ser seu filho mais ilustre.

De origem humilde, Felipe Tiago Gomes nasceu na zona rural da cidade de Picuí/PB, em 01 de maio de 1921, sendo assim denominado como filho caçula de Elias Gomes e Dona Ana Maria Gomes, uma família sem recursos financeiros que morava no interior do sertão nordestino. Apesar de sua situação socioeconômica inconstante e até mesmo geográfica, esforçou-se para conseguir concluir seus estudos, submetendo-se aos mais variados empregos, além de contar com a ajuda de pessoas mais favorecidas financeiramente. Após ter frequentado à escola pública na cidade onde nasceu de 1933 a 1935, Felipe Tiago Gomes foi conduzido pelo professor Pereira do Nascimento ao colégio Pio XI, localizado em Campina Grande onde concluiu o ginásio. Empolgado com os estudos, em 1941 transferiu-se para o Ginásio Pernambucano no Recife e no ano seguinte foi nomeado secretário de Assistência da Casa do Estudante.

Foi então que o professor Felipe (Como já era chamado), na tentativa de democratizar o ensino e atender as necessidades do estudante que não tinha condições de arcar com as implicações que envolviam todo o aparato estudantil, desenvolveu um projeto inovador e ousado voltado à educação comunitária. Em 1943, cria na cidade de Recife, Pernambuco, a Campanha do Ginasiano Pobre (CGP), atual CNEC, sediada no Ginásio Castro Alves que viria a ser o primeiro ginásio gratuito operando com uma iniciativa totalmente particular.

Ingressou na faculdade de direito do Recife no ano de 1944 e no ano seguinte foi eleito representante da turma junto ao diretório da faculdade de Direito. Em 1946 é nomeado prefeito de Picuí, como também presidente do Diretório Central dos Estudantes da Universidade de Pernambuco em 1947, fundando também o Teatro Universitário de Pernambuco. Após a sua formatura em 1948, Felipe Tiago Gomes continua disseminando suas ideias pelo Brasil afora, inclusive tornando-se membro Diretor da Associação Brasileira de Educação, dedicando-se para o desenvolvimento de sua filosofia voltada à educação comunitária.

Em sua jornada como idealizador, Felipe Gomes difundiu suas ideias por todo o Brasil, como ressalta Ferreira Neto Apud Azevedo (2007):

Para compreender bem o cenecismo e o sentimento dos cenecistas é preciso ter ouvido para ouvir as estrelas. O cenecismo é uma emocionante lição de amor. [...] Lições de altruísmos e de bem querer que Felipe foi espalhando pelo Brasil afora com a convicção,

desprendimento e a bondade de um São Francisco de Assis (FERREIRA NETO APUD AZEVEDO, p. 38, 2007).

Felipe Tiago fez de sua vida o espelho da esperança de um país mais justo, este era o seu lema. Não à toa formou mais de 2100 escolas construídas, centros esportivos, comunitários, de lazer e de radiodifusão, enfim, sua obra por assim dizer, esteve presente nos mais diversos campos sociais.

No dia 21 de setembro de 1996, Felipe Tiago Gomes falece em Brasília, vítima de complicações cardíacas. Porém deixou acima de tudo, milhares de órfãos, cenicistas, radialistas, estudantes que tiveram na Campanha Nacional de Escolas da Comunidade um meio de se integrarem com a educação comunitária e de qualidade. Um meio de se tornarem cidadãos participantes e reconhecidos.

É neste sentido que, por sua tamanha contribuição, o Brasil é grato a Felipe Tiago Gomes. Um homem comum que se tornou respeitado por milhares de pessoas e que jamais será esquecido das mentes daqueles que conhecem o verdadeiro sentido de educar.

2.2.1 A RÁDIO CENECISTA DE PICUÍ

O educador Felipe Tiago Gomes consagrou-se na educação de forma contundente e decisiva, como já mencionado anteriormente. Porém seu sonho era que pudesse coexistir de maneira bilateral comunicação e educação. Foi então que surgiu a oportunidade de criar uma rede de rádios à disposição da educação em todos os estados do país. Em Picuí, sua terra natal, com a criação do FUNDEP (Fundo de Desenvolvimento de Picuí), em 1983, que tem seu foco voltado para o desenvolvimento de projetos voltados para a educação, culturas e ciência, além de executar e explorar serviços da radiodifusão na comunidade; ele obteve os recursos necessários e no dia 04 de fevereiro de 1985, foi inaugurada a rádio AM (Amplitude

Modulada) Cenecista de Picuí, operando na frequência 1020 kHz, tendo na sua direção geral o comunicador João Tavares¹³ ou simplesmente Jota Tavares.

O professor Felipe buscou colocar em prática seu sonho de criar uma rede de rádios Cenecista, mas a lei da comunicação¹⁴ em vigor não lhe permitiu prosseguir. Alegou-se que isso seria um verdadeiro monopólio radiofônico, fazendo com que só a Cenecista (em Picuí), conseguisse autorização para ir ao ar.

No início de seus trabalhos a rádio Cenecista operou de forma escassa, como qualquer iniciante no que diz respeito a profissionais e equipamentos, pois a rádio vivia de doações. Hoje, 26 anos depois, opera em uma situação estável. A rádio é composta por 10 profissionais, sendo três locutores principais. Está equipada com os mais avançados equipamentos, além de ter estendido sua programação também pela internet, onde seu conteúdo é disponibilizado em tempo real para os ouvintes. Com a extensão para a internet houve uma maior aproximação com seu público, tendo em vista que hoje já há uma maior procura, principalmente daqueles ouvintes que estão longe de sua terra natal e que veem nos correios eletrônicos o único meio de entrar em contato com seus parentes.

Atualmente a rádio Cenecista de Picuí já alcança cerca de 30 cidades entre os estados da Paraíba e Rio Grande do Norte, totalizando cerca de 250 mil ouvintes diariamente. Segundo dados da própria rádio, a audiência onde há o sinal, já supera as rádios comunitárias existentes nas localidades. Esse número torna-se mais evidente quando falamos em zona rural. Hoje podemos dizer que a rádio Cenecista é líder absoluta de audiência nas zonas rurais dos municípios circunvizinhos. Esse fenômeno se dá efetivamente pelo fato de que esta é a principal divulgadora de informações da região.

O principal objetivo da rádio Cenecista de Picuí consiste em apresentar entretenimento e, primordialmente, a integração das comunidades através de informações consistentes e de interesse geral. O que é informado por ela e a opinião de seus comunicadores é respeitada

¹³ João Tavares acompanha e participa do trabalho de Felipe Tiago Gomes desde o início de seu sonho de criar uma rádio na cidade de Picuí, acompanhando-o inclusive em viagens internacionais a fim de divulgar seus projetos como educador. Portanto, ainda Felipe Gomes em vida ele já se torna o diretor da rádio.

¹⁴ A lei de comunicação em vigor entendia a necessidade imperiosa e urgente da reforma é logo sintetizada na senha “sem democratização da comunicação não haverá democracia no Brasil”, passando a englobar desde a questão do monopólio classista da mídia até o problema cultural da falta de expressão individual e subjetiva, carência histórica mantida pelo monopólio. Ou seja, O direito de comunicar parte da verificação deque a comunicação pertence aos indivíduos e às comunidades que os indivíduos formam, não sendo, portanto, suscetível de apropriação por quaisquer poderes (Estado, igrejas, capital, entre outros).

com credibilidade e profissionalismo. A rádio atinge um público tão eclético quanto à proposta da emissora.

A programação da rádio está voltada principalmente para os noticiários, sendo o mais importante deles o *Jornal Cenecista*,¹⁵ programa jornalístico diário apresentado por dois locutores: Francisco Araújo e Jota Tavares que vai ao ar de segunda a sexta feira das 11 horas ao meio dia, além de notícias de hora em hora com informações de correspondentes¹⁶ espalhados pelo Brasil.

O entretenimento aparece através de programas musicais dos mais variados estilos, desde o brega bastante popular a estilos internacionais, se destacando o “*Super Manhã*” e o “*Tarde Total*”, uma espécie de “show” de música. Esses programas são intercalados pelos noticiários que acabam fazendo parte da programação. Quando há oportunidade a rádio transmite também partidas de futebol, principalmente quando a equipe da cidade, o “*Desportiva Picuiense*” participa de alguma competição esportiva. Além do mais, há horários comprados por empresas como a prefeitura da cidade que tem um informativo que vai ao ar todos os dias pela manhã com o objetivo de divulgar a agenda da prefeitura e também o governo da Paraíba quando usa a emissora na transmissão de programas oficiais. Há também programas produzidos em horários independentes e que garantem boas audiências como é o caso do *Bate Bola Esportivo*, programa que visa divulgar e incentivar o esporte, mais especificamente o futebol amador na região. Este é apresentado diariamente sempre a 13 horas da tarde por desportistas locais.

Segundo o diretor da rádio, o senhor Jota Tavares, como não existe uma equipe de repórteres profissionais que saia às ruas a procura das informações, ele considera que os ouvintes são os principais repórteres colaboradores: “Eles ligam contando o fato primeiro, denunciando o que acontece e então a emissora vai apurar e divulgar a notícia”.

2.2.1.2 A IMPORTÂNCIA DA RÁDIO CENECISTA PARA A CIDADE DE PICUÍ

¹⁵ Programa que será objeto de estudo desta pesquisa.

¹⁶ Vale ressaltar, que os correspondentes participantes da programação não são enviados pela rádio Cenecista, e sim colaboração de outras empresas como as agências de notícias.

Manter-se informado é uma necessidade do ser humano desde tempos antigos, é por isso que a comunicação ao longo do tempo vem adquirindo conotações de essencialidade para a sociedade. Para tanto, os meios de comunicação surgem como parâmetro de interligação das pessoas com o mundo.

A Rádio Cenecista de Picuí foi elaborada justamente com esta finalidade, criar um meio onde a população pudesse preencher e suprir uma carência de informações. Antes, a sociedade picuiense mantinha como principal fonte de informação rádios de municípios vizinhos, a exemplo da cidade de Currais Novos, já no estado Rio Grande do Norte. Portanto, era visível a necessidade de um meio no qual a sociedade estabelecesse uma variável de sociabilidade e principalmente informativa, de acordo verdadeiramente com o contexto vivenciado por eles. A partir do momento da ratificação da rádio como um meio de comunicação ativo e a disposição dos cidadãos, foi permitida a elaboração de alternativas que pudessem democratizar esta informação há muito objetivada pelos moradores da comunidade.

Neste sentido, a rádio se constitui, após quase três décadas de existência, como um meio indispensável na comunicação dos moradores da cidade de Picuí. Isso evidenciado também pelo pouco contato oferecido por outros meios de massa como também outros espaços radiofônicos, que muitas vezes não alcança toda a parcela da população, no caso, os moradores da zona rural que não tem acesso à rádio comunitária da cidade,¹⁷ por exemplo.

Embora não exista de fato profissionais aptos que vão a campo e produzam suas próprias notícias, a rádio Cenecista se coloca como um instrumento inteiramente acessível na perspectiva de provedor dos anseios informativos das comunidades alcançadas por ela. Ou seja, é a partir dos seus programas que a população pode se manter informada, participar através de quadros e estabelecer vínculos comunicacionais. A emissora pode, e se coloca dessa forma, como parte essencial no desenvolvimento de uma relação com seu público ouvinte criando uma conexão de proximidade e parceria.

A comunidade sempre considerou a rádio Cenecista, através de seus programas, um “aliado” em todas as horas, daí sua audiência massacrante. Ao mesmo tempo que ela se impõe como principal propagadora das informações na região, busca com muita credibilidade e

¹⁷ A rádio Comunitária da cidade a SISAL FM é gerenciada por grupos políticos, e atende a população urbana de Picuí, alcançando um raio de 8 quilômetros de distancia. No que tange a apresentação de conteúdo as notícias são reproduzidas dos jornais impressos do estado, sites e blogs da internet, e não oferece alternativas de participação popular e nem se constitui pautada em um jornalismo local, mesmo a emissora sendo um veículo puramente comunitário, na teoria.

seriedade acima de tudo democratizar os fatos que sejam de interesse para os ouvintes, e a aproximá-lo do seu contexto.

Assim, pelos objetivos propostos pela rádio, no que diz respeito à divulgação de conteúdo para a população, buscaremos através do programa jornal Cenecista, principal noticiário da emissora, reconhecer como é feita a produção e apresentação de conteúdo e identificar como o programa se constitui em um espaço de cidadania.

3. ANÁLISE DO JORNAL CENECISTA

3.1 JORNAL CENECISTA: DIMENSÕES CONTEXTUAIS

O “jornal Cenecista” é um noticiário de longa duração¹⁸ de cunho jornalístico produzido pela rádio Cenecista de Picuí. Sua exibição acontece todos os dias de segunda a sexta feira, das 11 horas da manhã ao meio dia. Apresentado pelos locutores Francisco Araújo e Jota Tavares que se revezam entre as funções de apresentar e comentar as notícias, além de Francisco Souza na sonoplastia, Edinice Ferreira e Marinaldo Santos no apoio.

O programa segue o padrão comum a outros radiojornais, na preparação e divulgação de fatos e durante 2 blocos são abordados assuntos diversificados com informações oriundas aos ouvintes nas áreas policiais, política, saúde, educação, além de outros. Cada bloco tem duração de 30 minutos e são apresentadas uma média de 25 a 30 notícias por programa.

De acordo com o diretor administrativo da Rádio Cenecista, João Tavares o JC¹⁹ foi criado em dezembro de 1999 com um objetivo em pauta: retratar ou aproximar os ouvintes da realidade vivida por eles. Essa foi uma das metas dos seus produtores, como forma de suprir uma precariedade presente no que diz respeito às informações locais que privilegiasse o contexto da sociedade de Picuí e região.

As notícias locais no que diz respeito à cidade picuiense e outras localidades circunvizinhas são evidenciadas através da apuração dos fatos policiais no local da ocorrência, na delegacia e no Hospital regional. Ademais, o jornal decorre com notícias sobre o estado da Paraíba e em âmbito nacional.

Nosso foco principal se encontra em evidenciar o papel desempenhado por este jornal na difusão de informações que possam de fato estabelecer vínculo com o contexto da população. Na definição das informações divulgadas pelo jornal percebemos a ausência de notícias mais atreladas ao contexto da cidade, o que de certa forma desconstrói a característica principal do rádio nas cidades de porte menores que se configuram como principal meio de comunicação da sociedade local. Isto se torna mais evidente quando observamos que a

¹⁸ Aquele que predomina a difusão de notícias na forma de textos ou de reportagens [...] reunindo várias formas jornalísticas (boletins, comentários, editoriais, seções fixas – meteorologia, trânsito, mercado financeiro... e mesmo em entrevistas). Os assuntos são agrupados por editoriais, regiões geográficas, similaridades ou, mais recentemente em fluxo (FERRARETTO, 2001, p. 55).

¹⁹ A partir desse momento no texto o “Jornal Cenecista” será apresentado através da abreviação JC.

televisão assume um papel determinante ao dar essa dimensão das notícias em um âmbito nacional, internacional e até dentro do próprio estado. Sendo assim, a função social do rádio nas cidades interioranas muitas vezes tende a suprir a falta da leitura de jornais que não é um hábito exercido na maioria das cidades interioranas, primeiro por que não se exerce essa cultura da leitura e depois porque o jornal já chega à cidade atrasado.

3.1.2 CATEGORIZAÇÃO DO PROGRAMA

Grande parte de programas radiofônicos, e mais especificamente os noticiosos, dispõe da função de categorização das informações que vão ser divulgadas. Esta é na verdade uma maneira organizada de se preparar as informações e assim objetivar o trabalho. Dessa forma, as notícias²⁰ podem ser separadas segundo seus respectivos assuntos de interesse. É por isso que quando me permiti analisar o Jornal, foi mais pertinente fazê-lo em vista dessas categorizações, visando facilitar o desdobramento do conteúdo que é apresentado por este programa.

O primeiro bloco inicia-se com a previsão do tempo para os estados da Paraíba e Rio Grande do Norte, dando a previsão para as chuvas em toda a região. As informações são obtidas através de empresas, a exemplo da “clima tempo” que disponibiliza gratuitamente seus conteúdos em sua página na internet.

Apresentadas as previsões do tempo, o programa segue com o bloco de informações que a priori deveriam ser produzidas a partir do que realmente o programa se propõe. No entanto, percebemos que as informações, na maioria dos casos, priorizam fatos que necessariamente não dizem respeito à comunidade local, ou seja, deixam de informar a população do que acontece ao seu redor para abordar outros assuntos secundários. Dessa forma, eles não viabilizam a informação que possa de fato despertar o sentimento de pertencimento de todos os cidadãos para aquilo que lhes é comum. Como evidencia

²⁰ A notícia, segundo Luiz Amaral, no livro *Jornalismo: matéria de primeira página é a matéria prima do jornalismo* [...] tudo o que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar, ela é a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam ao leitores (PENA, 2008, P. 70).

Silverstone (2002, p. 181) “precisamos constantemente de que nos lembrem, nos reasseguem de que nosso sentimento de pertencimento e nosso envolvimento valem à pena”.

Portanto, partindo do pressuposto do sentido que a comunicação jornalística se propõe, as notícias divulgadas variam em seus determinados graus de interesses. Política, área policial, saúde, educação e, em segundo plano, esporte e cultura. Vejamos a tabela:

Categorias temáticas	Quantidade de vezes que o tema foi retratado durante as edições analisadas do programa
1.POLITICA	19 emissões
2.POLICIAL	16 emissões
3.EDUCAÇÃO	11 emissões
4.SAÚDE	10 emissões
5.ESPORTE	5 emissões
6.CULTURA	3 emissões
7.NOTÍCIAS VARIADAS COM A PARTICIPAÇÃO DE CORRESPONDENTES	9 emissões

Para evidenciar com maior precisão, como visto na tabela, a política e área policial, tratando elementos como criminalidade, violência, etc., aparecem sempre no início e ainda continuam no topo dos temas mais discutidos pelo jornalístico, sendo referidas e comentadas boa parte das edições, além de participação ao vivo de pessoas ligadas a estas áreas, quando necessário.

E Francisco... A violência continua fazendo suas vítimas viu?! Dessa vez, foi na cidade de parselhas, onde um caixa eletrônico foi arrombado, no centro da cidade, segundo populares, os bandidos aproveitaram a hora avançada, por volta de meia noite, no último domingo, e explodiram a única agência

da caixa econômica na cidade. A ação durou menos de meia hora e quando os policiais chegaram ao local, só encontraram poeira e estilhaços, enquanto os criminosos haviam tomado rumo ignorado (Trecho da edição do programa dia 17 de abril de 2012).

Na sequência, percebemos um revezamento em temáticas diversas, sobressaindo-se neste caso o tema educação que entra em destaque a partir dos aspectos factuais.

Embora a saúde não esteja entre os assuntos mais discutidos, quando entra em pauta, observamos a evidência da participação popular, através de telefonemas, pois esse na verdade é sempre um dos temas que mais emerge como interesse da população que sofre com a precariedade do serviço e busca através dos meios de comunicação, pelo o alcance proposto por eles, “amenizar” ou buscar soluções para os problemas enfrentados.

As questões relacionadas às categorias direcionadas a esporte e cultura são pouco motivadores para que os ouvintes interajam. Normalmente, informações desta natureza só são referidas apenas no final do segundo e último bloco do programa, de forma rápida e sem mais comentários em detrimento a outros fatos de âmbito nacional como os resultados do campeonato brasileiro ou Paraibano por exemplo. Assim, as ações esportivas desenvolvidas na cidade e região pouco são evidenciadas e conseqüentemente estimuladas. Além de questões internacionais que vêm em segundo plano.

Os formatos preponderantes podem ser elencados em notícias, comentários, reportagens²¹, entrevistas²². Lembrando que, embora eles trabalhem com esta sequência, isso não configura que o programa é produzido em blocos, ainda que essas informações apareçam, em alguns momentos dependendo da importância, as notícias podem ser divulgadas de forma aleatória sem um padrão específico. Uma informação sobre educação, por exemplo, pode ser falada no momento em que se está tecendo comentários sobre saúde.

3.2 ANÁLISE DO CONTEÚDO

²¹ Se realiza ao vivo e a criação é executada paralelamente ao desenrolar da ação reportada. O eixo criativo é dado pela própria ação que faz o fio condutor da narração. (PRADO, 1985, p. 86-87).

²² Formalmente é um diálogo que representa uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana. Produz-se uma interação mútua entre o entrevistador e o entrevistado, fruto de um diálogo. Esta interação – natural na comunicação humana em nível oral – exerce um efeito de aproximação no ouvinte, que se sente incluído no clima coloquial [...]. (PRADO, 1985, p.47).

Para compreendermos melhor como se dá esta categorização através das informações transmitidas, selecionamos o conteúdo do programa entre os dias 09, 17, 19 e 20 de abril. Neste período foram gravadas 4 edições do Jornal Cenecista, verificando-se uma média de 23 a 25 notícias por programa, perfazendo um total de 90 notícias. Dessas, poucas se referiram efetivamente à comunidade picuiense e adjacências. Quando nos referimos “efetivamente” é no âmbito das notícias produzidas para e com a finalidade da sua representatividade local, ou seja, tratar do que é fato na sua comunidade, no seu meio de convívio, levando em consideração todas as cidades alcançadas pelo programa que englobam todo o Curimataú paraibano e algumas cidades do Rio grande do Norte.

O jornalismo de proximidade é muito pouco explorado dentro do programa. Na edição do programa do dia 09, por exemplo, observamos que muitos assuntos foram direcionados a outros municípios, deixando em segundo plano a cidade e sua vizinhança. Por exemplo, falou-se sobre o aumento dos casos de violência na cidade de Cajazeiras, os serviços de saúde em Campina Grande e ao estado do Rio Grande do Norte, à cidade de Carnaúba do Dantas mais especificamente, mas não se falou em âmbito local. O único fato referente à comunidade foi à participação do professor e diretor da Escola Estadual Professor Lordão Robson Rubenilson, quando este lança um edital de compra de alimentos dos agricultores para a manutenção da escola, que agora opera em tempo integral:

Pois é Tavares, nós viemos aqui na rádio, no JC, para falar para os agricultores do município de Picuí, que queiram vender seus produtos para a escola. Pois assim, como todos já sabem, o Lordão está operando em tempo integral e necessita urgentemente desse apoio dos nossos agricultores. [...] é certo Tavares, que todos vão sair ganhando, pois é uma forma deles estarem vendendo seus produtos diretamente sem um intermediário, e assim poder lucrar mais, portanto Tavares a gente faz o apelo aqui, para que os agricultores nos procurem na escola, ou nos liguem (trecho edição dia 09 de abril de 2012).

Levando em consideração a proposta de Haussen (2009) é notório que hoje os espaços radiofônicos necessitam buscar alternativas para se praticar um jornalismo que utilize como parâmetro de desenvolvimento comunicacional o verdadeiro jornalismo de proximidade, aquele que dialoga de forma direta com seus ouvintes. Na vida cotidiana o próximo desempenha um papel importante e necessita da configuração de um pertencimento.

Ainda para a autora:

É um cenário global em que aumenta a demanda de comunicação de proximidade, do singular, do diferente, para fazer realidade o sonho da diversidade globalizada. Na sociedade mundializada vivem pessoas que desejam manter contato com as suas raízes, com um lugar, com uma cultura, quer dizer, com tudo aquilo que reafirma a personalidade própria frente aos demais (GARCIA APUD HAUSSEN, 2009, p.1 - 2).

Neste sentido, o jornalismo de proximidade consegue através de estratégias comunicacionais elaborar e construir um novo cenário para a informação e criar um espaço habitual e comum a determinado grupo de pessoas.

A produção de notícias do jornal Cenecista tem como fontes da maioria de suas informações sites e blogs da internet ou mesmo através de jornais impressos. Dessa forma não são verdadeiramente produzidas pela equipe de produção do programa e sim reproduzidas sem ao menos haver um aprimoramento de tal informação, transformando-a em algo realmente válido para a linguagem radiofônica, além da não checagem da veracidade da informação coletada.

Embora o JC não tenha uma equipe de produção com repórteres em campo que sejam capazes de produzir suas próprias notícias, as informações ali veiculadas se legitimam na medida em que eles apresentam comentários e adicionam mais informações para o fato previamente contextualizado, a exemplo dos programas veiculados nos dias 19 e 20, quando se falou sobre uma notícia divulgada na Sétima Delegacia de Polícia de Picuí onde os apresentadores expuseram suas opiniões sobre um fato que estava ocorrendo na região em que a delegacia estava sendo ameaçada por criminosos que queriam resgatar presidiários. Além de lerem a notícia, aconselham a população a manter-se o máximo possível afastados das proximidades da delegacia pública de Picuí.

Assim sendo, mesmo que as notícias sejam apresentadas pelos locutores advindas da internet, os apresentadores tecem longos e acalorados comentários sobre o fato expressado, o que de certa forma contribui para a formação da opinião dos ouvintes. Podemos observar na edição do dia 09, quando discorrem sobre a coleta de lixo nas cidades, a referência direta à cidade de Picuí em que os apresentadores incentivavam a população a ter um cuidado especial

com o lixo acumulado para que este não venha a se transformar em problemas de ordem sanitária:

sobre o lixo, vou pegar esse gancho aqui Francisco, as pessoas precisam entender a questão do lixo... o pessoal tem mania de colocar o lixo nos dias que o caminhão não passa... a gente tem que fazer um apelo aqui para que o pessoal não faça isso. Todas as cidades tem um calendário de coleta, então não coloque o lixo em dias que o caminhão não passa, sabe por quê? Porque aí o lixo aumenta ainda mais na rua por conta dos animais, principalmente o cachorro [...] e as pessoas precisam entender também que há os caminhões, mesmo dando trabalho pra passar, você precisa levar o lixo para o local de coleta, as pessoas permanecem com a mania de queimar e de jogar o lixo as margens do rio, isso é terrível, porque cada sacola que você joga as margens do rio amigo, você tá entupindo o açude que abastece nossa cidade (EDIÇÃO 09 de abril de 2012).

Mas até que ponto esses espaços de comunicação contribuem ou são suficientes para a formação cidadã dos ouvintes? Torna-se relevante se tomarmos como pressuposto a ideia da palavra comunicação que se refere ao ato de transmitir e receber mensagens e que esta informação tenha relevância para a localidade que está inserida, fundamentando uma relação de seres que compõem o mesmo espaço.

O cidadão, portanto, além de assumir o papel de ouvinte, faz parte ou deve fazer pelo menos em tese, da elaboração de um programa jornalístico que se proponha como base de informação para uma determinada comunidade.

O espaço de produção de informações poderia ser melhor explorado se tratassem de assuntos mais relevantes em detrimento a temáticas que não dizem muito respeito ao que a comunidade quer saber. A recorrência da falta de informações atreladas ao público ouvinte é perceptível em outros programas. No dia 17, por exemplo, em 1 hora de programa apenas foram discutidos assuntos como: eleição do conselho tutelar, quando era informado a sociedade da realização de um debate envolvendo todos os candidatos às vagas de conselheiros tutelares; uma pequena informação sobre um torneio de futebol no Distrito de Serra dos Brandões, município de Picuí e a preparação da Desportiva Picuiense (time da cidade) para a segunda divisão do campeonato Paraibano de 2012.

O restante do tempo da edição foi ocupado por notícias secundárias, a exemplo:

O dono do SBT Silvio Santos em tom de brincadeira revelou no último domingo que gostaria de ter Fátima Bernardes na emissora. A frase surgiu no jogo das três pistas que foi disputado pelas âncoras do jornal do SBT São Paulo: a Joyce Ribeiro e a Karen Bravo. Silvio conversava com a Joyce que está grávida, quando ele falou sobre a licença maternidade; quando você tiver neném vai ter que ficar em casa, vai perder o seu lugar, vai ficar fora da sua posição de jornalista, e algum jornalista vai substituir você (...). Ai em tom de brincadeira Francisco, ele diz que gostaria de ter a Fátima Bernardes, já que mais uma vez em tom de brincadeira, que a Globo estava enganando ela, tinha tirado ela do jornal Nacional e não tinha a colocado em lugar nenhum (...). Só que informações dão conta Francisco que a Patrícia Jatobá já teria praticamente acertado com a emissora do homem sorriso Silvio Santos. Então vamos ver o que acontece aí, na briga pela audiência dos telejornais (Trechos da EDIÇÃO 17 de abril de 2012).

Assim cabe-nos questionar, qual a relevância de informações dessa natureza para um radiojornal? Ela caberia perfeitamente sim, em programas do formato *talkshow*²³ em que um dos apresentadores inclusive comanda antes da edição do JC. Sabemos que, o que buscamos em uma comunicação que se diz verdadeira é que ela ocorra para a comunidade. Para tanto, é necessário que o rádio como meio de massa, tenha consciência do papel que exerce nesta sociedade, estabelecendo alternativas entre o Radiojornalismo e seus ouvintes e que contribua para que a sociedade desenvolva um processo de criticidade, não só para a informação como também para a formação do indivíduo enquanto sujeito participante. Quando isto ocorre, torna os receptores ativos socialmente.

Deste modo, quando falamos em radiojornal como espaço de cidadania, em espaços comunicacionais integrados, ratificamos a sua função de meio que deve operar com e não somente para a comunidade em que atua.

Dessa forma, concordamos com afirmação de Santos (2003), quando ratifica que:

A comunicação não pode ser colocada de lado quando são discutidas alternativas de fortalecimento das identidades locais, como base para a união dos atores sociais em torno do desenvolvimento, da busca pelo melhor aproveitamento da realidade criada pela globalização (SANTOS, 2010, p. 2 - 3).

²³ Talk Show é um gênero de programa televisivo ou radialístico, em que são discutidos uma variedades de temáticas, e abordados das mais diferentes formas, como informação, música, entretenimento, entrevista e etc.

O jornal embora com suas limitações no tocante as suas produções abre espaço para prestação de serviço para a comunidade através da interatividade com os ouvintes e agenciadores quando utilizam o meio para divulgar certas ações, como vemos no exemplo seguinte que mostra a participação do atual presidente do SINPUC²⁴ Tião Santos estimulando a sociedade a votar nas próximas eleições para o sindicato. Neste momento em especial, mais uma vez a fala de um dos apresentadores entra em cena, quando além de conversar com o convidado ele exerce sua função de locutor/apresentador/ancora e compõe opiniões acerca do que está sendo pautado.

Um dos momentos mais significativos para o radiojornal Cenecista como já mencionado anteriormente é quando ocorre esta participação do ouvinte ou quando o público interage, oferecendo opiniões ou informações outras de caráter de prestação de serviço como exemplificamos na participação do secretário de agricultura senhor Aguiá Lira, que entrevistou junto ao programa para divulgar esclarecimentos à população acerca de programas do governo federal.

Sendo assim, observando as notícias divulgadas, entendemos que os comentários²⁵ assumem um papel interessante no jornalístico. Essa ligação acontece, quando a notícia normalmente não apresenta o vínculo local esperado. É a partir destes comentários que é possível a população estabelecer relação direta com sua realidade e assim colaborar na formação de suas opiniões, além de ajudar na apresentação do fato em si, transformando-o em um fator determinante para a elaboração de uma perspectiva de convívio local.

Como ressalta Santos (2010), quando assegura que mesmo uma informação sendo ocasionada a quilômetros de distância, esta pode torna-se próxima:

parece ser necessário analisar a possibilidade de um novo olhar sobre o jornalismo local, levando em consideração a geometria da identidade [...] Numa época em que a própria proximidade é rediscutida, podemos dizer que uma emissora de rádio local, em tempos de globalização, pode trabalhar, a partir de onde está inserida, notícias que estão longe fisicamente, mas, ao mesmo tempo, perto do cotidiano fluido do seu público ouvinte. São os conteúdos que, mesmo estando longe, podem ser próximos (SANTOS, p.13, 2010).

²⁴ Sindicato dos Servidores Públicos do Curimataú.

²⁵ [...] Realiza uma função que pode ser opinar, informar, interpretar ou entreter. [...] As funções também podem ser analisadas a partir da relação com seus leitores, ou com as instituições, só para citar dois exemplos. (PENA, 2008, p. 67).

Percebemos neste sentido que o Jornal Cenecista em sua programação destaca-se em um predomínio de informações muito concernentes ao tocante de permitir aos seus ouvintes o acesso puro e simples à informação e que os ouvintes se mantenham informados de certa forma do que esteja acontecendo ao seu redor, no ambiente, no mundo; porém é ainda insuficiente no que diz respeito à produção e divulgação do conteúdo de proximidade, daquilo que as pessoas, pensando na receptividade dos ouvintes buscam em uma rádio ou em um programa produzido para alcançar os anseios informacionais da comunidade.

O Radiojornalismo deve considerar o jornalismo de proximidade e cumprir a fio as características do rádio, de um meio muito ligado ao ouvinte.

Uma emissora de programação especializada dentro de uma concepção generalista de enfoque geral sobre tudo o que concerne à localidade em que está situada. Uma rádio que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. A rádio está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior e que tenha repercussões na vida da comunidade (CEBRIÁN HERREROS APUD SANTOS, 2001, p.146).

Sobre essa questão é pertinente ainda salientar a opinião de Peruzzo apud Santos (2010), que afirma:

para respeitar a aspiração popular por conteúdos de proximidade é preciso pensar em produções jornalísticas regionais. Peruzzo (2005) lembra que mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região, mas, no entanto, não é monolítica (PERUZZO APUD SANTOS, 2010, p. 7 - 8).

Assim, evidenciamos que o jornalismo de proximidade e a emissora podem se colocar como divulgadora e de fácil acessibilidade a fatos presentes no cotidiano do ouvinte. Porque é a partir dele que são estabelecidos vínculos construtivos e conseqüentemente a elaboração de um ouvinte ativo e pertencente a suas raízes.

3.2.1 DA PARTICIPAÇÃO POPULAR

Na conjuntura de Radiojornalismo local da qual discutimos anteriormente em que os informativos desencadeiam relações de proximidade com a comunidade, o ouvinte passa a ter um papel primordial e a participação popular se dá de forma muito efetiva. É a partir deles que são elaborados os conteúdos, visando à satisfação de suas necessidades informativas e angariando opções para alcançar ainda mais o público.

No caso do JC há uma recorrência da participação do ouvinte mais atrelada à prestação de serviços. Observamos participações ao vivo e por telefone, a exemplo de três ouvintes da região do município de Nova Palmeira, quando estas ligam para o programa a fim de comunicar os problemas e os transtornos enfrentados pelo abandono e desrespeito com a questão da saúde no município, vejamos uma delas:

Tavares aqui quem fala é Fátima do município de Nova Palmeira, porque a gente num aguenta mais a falta de médico, faz mais de três meses que não vem médico proposto, se a gente adoecer tem que ir pra Picuí, pro Hospital Regional, e a gente já não aguenta mais Tavares, por isso vim ao seu programa para que a autoridades tomem providência né? A gente num aguenta mais... (trecho EDIÇÃO de programa 09 de abril de 2012).

Neste sentido, é notória que a participação comunitária, seja ela como for, pode e deve fazer parte de um espaço radiofônico.

Assim, o ouvinte deixa de atuar apenas como ouvinte passivo, mas também como colaborador da construção dessas informações, pois como afirma Bakhtin apud Gomes (2006):

De fato, o ouvinte que recebe e compreende a significação discurso, uma atitude *responsivativa*: ele concorda ou discorda (total ou parcialmente), completa, adapta, apronta-se para executar, etc., e esta atitude do ouvinte está em elaboração constante durante todo o processo de audição e de compreensão desde o início do discurso, às vezes já nas primeiras palavras emitidas pelo locutor (BAKHTIN APUD GOMES, 2006, p. 2).

Ou seja, nas palavras de Gomes, o ouvinte deixa de ser entendido como indivíduo apático e assume também a responsabilidade de participante e conseqüentemente produtor de conteúdo, constituindo dessa forma uma relação que passa a ser mútua e interativa.

Percebemos que, no programa em questão, há ainda participações da comunidade quando novamente os ouvintes se utilizam do telefone para denunciar maus serviços, buscar direitos, resolver situações referentes ao bom funcionamento das repartições públicas. Nesse tipo de participação o ouvinte se utiliza do meio como ferramenta de propagação de conteúdos que interessam de forma direta o seu contexto comunitário.

Dessa forma, compreendemos que, embora frisado no âmbito do programa em questão, como já o *feedback* dos ouvintes é devidamente canalizado, na perspectiva prestadora de serviço, não há como abranger outras temáticas como sugestões de pautas, envio de conteúdo, esclarecimentos e etc. Portanto, ainda que exista, e de forma pertinente, necessita de um reforço no que tange ao caráter a outras formas da interatividade, constituindo uma sociedade democrática também no sentido a uma ação mútua e recíproca.

Segundo Peruzzo (2003), o ideal para uma sociedade democrática seria um mundo onde todos pudessem participar e ter algo a dizer e ao mesmo tempo serem respeitados em suas posições:

um mundo onde as diferenças culturais são respeitadas de igual modo; um mundo que promove, por meio da tecnologia, uma convivência pacífica, onde nenhuma parte se sente invadida nem menosprezada. [...] o grande desafio é tornar esta poderosa ferramenta, como o rádio, num instrumento de desenvolvimento, em todas as suas vertentes, social, econômica, política e cultural (PERUZZO, 2003, p.).

Logo, o JC para se constituir verdadeiramente como um ambiente onde exista a participação interativa e transformadora da comunidade é necessário que os próprios ouvintes, se apropriarem e exercerem o seu papel como intercessores ativos, e também colaboradores de conteúdo, para assim esse espaço adquirir uma conotação de bases democráticas.

3.2.1.1 DA REDE DE INTERATIVIDADE

Dentro dessa concepção de redes de interatividade, entende-se que as novas tecnologias surgem também como um fator determinante na colaboração da parceria ouvinte/jornalismo e desempenham, ou pelo menos essa é sua proposta, importante lugar nessa nova configuração. Pois é neste cenário complexo de competitividade que a cada momento surgem novos mercados comunicacionais, conforme Haussen (2009) afirma que “as emissoras de rádio constroem as suas programações, investem em tecnologia e nos profissionais, sempre tendo em vista o seu objetivo maior que é a conquista do público”.

Ou seja, as rádios, os programas tem buscado alcançar os ouvintes através de ferramentas que se tornem mais atrativas e diferenciadas do habitual. Este público, os ouvintes têm usufruído dessas chamadas novas tecnologias e feito com que interfiram de forma direta nesses espaços. Se anteriormente o ouvinte participava principalmente enviando cartas e telefonando à emissora, o que ainda ocorre, mas de forma contida. Hoje, porém, os recursos tecnológicos permitem uma presença mais efetiva e uma interação acentuada.

É nesse processo que, e-mails, mensagens, redes sociais (twitter, facebook, Orkut), rádio Web, blogs têm se sobressaído nos meios comunicacionais e contribuído para o surgimento de um novo ouvinte, aquele interligado, “conectado” e sabedor do papel que pode desempenhar em face do que lhe é proposto.

Em relação à rádio e a programação na Web, e por conseguinte o JC, é disponibilizado todo o seu conteúdo ao vivo para os ouvintes que podem participar enviando e-mails e deixando comentários sobre as notícias. É também disponibilizado para o público ouvinte um blog onde são postadas todas as notícias que são transmitidas pelo programa. Nesse espaço a população pode tecer comentários e atuar como produtor ao postar suas notícias. Mesmo com essa abertura, durante as edições do programa observadas não foi constatada nenhuma manifestação popular via e-mail e comentários, ou por intermédio do blog.

Neste sentido vale à pena ressaltar a afirmação de Peruzzo (2003):

Sob o ponto de vista do direito social todo cidadão tem direito aos canais de expressão, portanto a isonomia comunicacional. O direito de isonomia – igualdade no poder de comunicar – conduz a um outro: o de isegoria – o direito do cidadão de se manifestar e ser ouvido. Como se ouvir no mundo de hoje? Através dos meios de comunicação da sociedade é claro (PERUZZO, 2003, p. 251).

Isto é, a comunicação não se evidencia apenas como informação transmitida unilateralmente para pessoas aleatórias como se não importasse o que queremos ouvir. Este espaço deve se configurar como um espaço concreto de interesses comuns, de sociabilidade recíproca e relevante; uma comunicação bilateral.

Vale salientar também que nos programas analisados e em outros ouvidos por nós rotineiramente, não detectamos em nenhum momento alguma participação em ferramentas que pudesse evidenciar uma participação ativa de sujeitos da comunidade atendida pela rádio. Não foi além do telefone que se configura como único elemento usado ativamente pela comunidade para uso oral e recebimento de SMS, nos programas de entretenimento, (quando enviam mensagens para pedir músicas ou interagir com os apresentadores).

Neste sentido, surge a pergunta: Porque não há a participação, se existe recursos disponíveis? Pressupõe-se que isso ainda não encontrou respaldo junto à comunidade por uma falta de cultura ou até mesmo por eles não terem acesso a estes meios. Ou seja, esta ainda não é uma prática comum entre os ouvintes também, porque os próprios apresentadores não estimulam a procederem buscando essas novas ferramentas para o processo das suas audições.

É notório que estimulado de forma concisa esses ouvintes poderiam interagir com seus produtores, atribuindo-lhe uma das características que mais dele se espera: o dinamismo.

A comunidade tem o dever de fazer parte da comunicação local, criando um exercício emancipador de “ser” comunicacional. Para isso, o radiojornal entra como fator essencial de mobilização popular, construindo sua própria realidade, ao invés, como pregam as mídias de massa, criar realidades ilusórias, distante da verdade. Logo, para se ter efetivamente uma comunicação cidadã, é necessário um comprometimento por parte do meio no sentido em dar ao ouvinte a sensação de pertencimento e estimulá-lo a torna-se um ouvinte ativo.

Para Peruzzo (2003):

a comunicação comunitária, quando desenvolvida em base democrática, simboliza o acesso democrático e a partilha de poder comunicar. É o processo [...] que tem o potencial de se tornar o sujeito da comunicação, um emissor (PERUZZO, 2003, p. 251).

Ou seja, quando devidamente desenvolvida a comunicação pode sim tornar o sujeito ativo socialmente e participante acima de tudo.

Portanto, ao refletirmos em espaços de comunicação preponderantes no que diz respeito à divulgação, participação popular e a produção de conteúdo para a comunidade alcançada pelo JC, é notório que precisamos repensar como estão sendo elaborados estes espaços. Precisamos que este meio busque um jornalismo que evidencie acima de tudo as expressões populares e pratique um radiojornalismo que aborde questões de interesse da população que assuma um caráter emancipador e que se transfigure em multiplicador de cidadania.

Tudo nos leva a crer que, em todos os sentidos, corretamente praticado, essa estrutura própria do rádio de empreendimento e de radiojornalismo pode ampliar o potencial deste meio de comunicação, ajudando a estabelecer relações de proximidade e criando um senso de parceria com os ouvintes que sejam capazes de se encaixar perfeitamente na proposta de interesses comuns.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao pensarmos em um radiojornal como um instrumento potente na sociedade, precisamos cogitá-lo como um fator de integração para a comunidade e que deve antes de qualquer coisa atuar junto aos anseios da população, buscando alternativas de engajamento na atuação e desdobramentos de um jornalismo de proximidade, pois as pessoas querem e vão em busca de fatos que estejam em comum com aquilo que é vivenciado por elas.

A análise do JC discorreu na perspectiva da compreensão em como se destacavam esses espaços. Será que a população beneficiada pelo alcance do Jornal Cenecista tinha oportunidade e ferramentas para que pudesse evidenciar uma participação efetiva? E assim esse programa pode ser considerado um espaço cidadão? Ao analisarmos as conclusões apresentadas, percebemos um realce no tocante a prestação de serviço, que é o ponto chave de interação entre o programa e seus ouvintes. As pessoas buscam encontrar a solução para problemas do seu bairro, da sua rua, da sua comunidade, porque enxergam neste espaço um porta-voz da cidadania.

Apesar disso, pelo potencial que o rádio tem como meio de comunicação e pela importância que ele exerce, principalmente em cidades de porte menores a exemplo de Picuí, ele poderia de fato ser mais explorado nesta perspectiva, não só prestar serviço, mas também contribuir para uma melhor formação dos seus cidadãos no que diz respeito a discussões de temáticas que pudessem envolver a comunidade nesse processo de uma comunicação horizontalizada.

Embora este trabalho não privilegie um estudo de recepção, a nossa intenção foi que no desmembramento do mesmo, pudéssemos pensar de que forma se dá a receptividade dos ouvintes junto ao programa, em base ao que é apresentado pelo mesmo em termos de informações.

Ainda que o jornal careça de uma produção mais efetiva, porque não tem uma equipe de jornalismo que vá a rua para coletar as informações, limita-se apenas aos espaços de natureza policial, mesmo assim, nas suas limitações no tocante à produção de notícias, este programa pode sim se configurar como meio importante e a disposição da população, e presta uma contribuição relevante à cidade, se constatando como um espaço cidadão à medida que disponibiliza aos seus ouvintes um canal aberto para a resolução de seus conflitos sociais.

Quando nos propusemos analisar o programa em questão, apesar de termos visualizado isso, a nossa intenção em nenhum momento foi denegrir a postura do jornal, dos seus apresentadores e de seus produtores, mas apenas no sentido enquanto estudante de comunicação contribuir para um diagnóstico que pudesse até melhorar o jornal futuramente. E para que isso seja feito um estudo futuro também ainda precisa ser realizado no que tange a recepção desses conteúdos perante os ouvintes. No momento, nos limitamos, por questões cronológicas, a olhar para o jornal a partir do lugar da produção.

Mas, ao pensarmos em comunicação, ou neste caso específico, o radio jornal Cenecista como espaço de cidadania, de pertencimento e interação não podemos separá-lo do diálogo coletivo e de uma potencialização das expressões populares, para assim estabelecê-lo como um agente produtor de um conjunto de funções e sentidos, que incorporam a cada dia novos processos de significação social para os ouvintes.

E notório também que, este estudo me permitiu aprofundar os meus olhares na produção jornalística, pela revisão de literatura, pela observação participante realizada durante o programa, pela experiência adquirida no tocante à estrutura de uma produção radiofônica, e espero que este trabalho possa despertar interesse em outros estudantes para que possam promover estudos dessa natureza nos ambientes onde moram.

REFERÊNCIAS:

- AZEVEDO, Karla Veruska. **A trajetória da Campanha Nacional de Escolas da Comunidade em terras capixabas (1948 – 1971)**. UFES: 2007.
- AZEVEDO, Lia Calabre. **A era do rádio**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2002.
- BALDO, Roberta. BARONI, Daniela. **O Rádio: Veículo de comunicação da massa e para a massa**. Caxias do Sul: Intercom; 2010.
- BARBEIRO, Heródoto & LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual do Radiojornalismo: Produção, ética e internet**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. Trad. E consultoria técnica: Laurindo Lalo Leal Filho. São Paulo: Summus, 1998.
- COZER, Leandro Bertoldo. Radiodifusão na era Vargas. *Disponível em: <http://www.guarathan.com.br/radiodifusao.html>* Acessado em 10/06/12.
- FERRARETTO, Luís Artur. **O veículo, A História e A Técnica**. 2ª Ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.
- GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte**. 2006. *Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/listas/tematica.php?codtema=52>* Acessado em 25/11/11.
- HAUSSEN, Dóris Fagundes. **O jornalismo no rádio atual: O ouvinte interfere?** Curitiba: Intercom, 2009.
- JORGE, Thais de Mendonça. A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. UNIREVISTA - Vol. 1, nº 3 : (julho 2006).
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 3ª Ed. São Paulo: Contexto, 2007.
- Lei de comunicação, abril de 1995. *Disponível em: <http://www.adusp.org.br/revista/02/r02a08.pdf>*: Acessado em 23 de maio de 2012.
- LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão Hoje**. 1ª Ed. Temário, 1970.
- MEDITSCH, Eduardo. **A especificidade do rádio informativo**. Tese de Doutorado. Lisboa: FCSII/UNL, 1995.
- _____. **Mídia comunitária, liberdade de comunicação e desenvolvimento**. In. PERUZZO, Círcia Maria Krohling. ALMEIDA, Fernando Ferreira de. (Org.) **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.
- OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e determinação de conteúdo.** São Paulo: Summus, 1985.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo.** 3ª Ed. São Paulo: Ática, 1993.

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

RODRIGUES, Adriano Costa. **Jornalismo nas ondas do rádio – Estudo de caso: Análise crítica do programa “O ministério Público e a cidadania”.** 2006. *Disponível em:* http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=52 Acessado em 18/05/12

SANTOS, Maria Cláudia. **A importância do noticiário local em tempos de globalização: Uma análise da opinião dos ouvintes da rádio Itatiaia.** Caxias do Sul: Intercom; 2010.

Senso IBGE 2010. *Disponível em* <http://www.censo2010.ibge.gov.br/entorno/> Acessado em 12/06/2012

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

VIEIRA, Roberto. **Os meios de Comunicação de Massa.** In. PERUZZO, Cicília Maria Krohling. ALMEIDA, Fernando Ferreira de. (Org.) **Comunicação para a cidadania.** São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.

APÊNDICES

Apêndice – 01 Pauta da entrevista

Repórter: Maria Luziane de Sousa Lima

Data: 11/04/12

Retranca: Rádio Cenecista

TEMA: A importância da rádio Cenecista para a comunidade Picuiense

ENCAMINHAMENTO: Entrevistar o diretor, os produtores e apresentadores do Jornal Cenecista, a fim de estabelecer a contribuição do programa e da emissora para a comunicação da comunidade atendida pela rádio.

Fontes:

João Tavares (Diretor Geral e apresentador da Rádio Cenecista)

Francisco Araújo (Apresentador)

Edinice Ferreira (produtora)

Endereço: Rua Antônio Firmino de Macedo, bairro Monte Santo, Picuí.

Telefone: 3371 2400

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

Quando o Jornal Cenecista foi criado e qual seu principal objetivo?

Qual a importância da rádio Cenecista para a comunidade picuiense?

Como você enxerga a produção de conteúdo e a participação popular no programa?

A Rádio Cenecista tem buscado alternativas para um envolvimento maior da comunidade?

ANEXOS

Anexo – 01 PARTE DO JORNAL CENECISTA COM AS NOTÍCIAS LOCAIS 17 04 2012:

LOCUTOR 1: -- BOM DIA, ESTAMOS INICIANDO A PARTIR DE AGORA MAIS UMA AUDIÇÃO DO JORNAL CENECISTA, ELABORADO PRA HOJE, TERÇA FEIRA DIA 17 DE ABRIL DE 2012> TIVEMOS UM FINAL DE SEMANA BASTANTE MOVIMENTADO NA ÁREA POLICIAL E TAMBÉM NA ÁREA HOSPITALAR. COM INFORMAÇÕES DO NOSSO JORNAL CENECISTA A GENTE VAI DESTACAR AQUI NO NOSSO PROGRAMA AINDA HOJE, VAMOS CONVERSAR COM O DOUTOR GUSTAVO, MEDICO PLANTONISTA NO FINAL DE SEMANA AQUI NO HOSPITAL REGIONAL: ELE SE DIZ, É... ASSUSTADO COM O NÚMERO DE OCORRÊNCIAS, COM OS VÁRIOS ATENDIMENTOS FEITOS NAQUELE HOSPITAL NO FINAL DE SEMANA, TODOS ELES PROCEDENTES É... DE ACIDENTES DE MOTO... FORAM VÁRIOS OS ACIDENTES DE MOTOS NESSE FINAL DE SEMANA AQUI EM PICUÍ, NA REGIÃO E O DOUTOR GUSTAVO CONVERSA COM A GENTE DAQUI A POUQUINHO A ESSE RESPEITO, E AINDA TENTARAM ARROMBAR O CENTRO ADMINISTRATIVO AQUI EM PICUÍ, QUE FICA AO LADO DA EMISSORA CENECISTA, DAQUI A POUQUINHO DETALHES. OCORRÊNCIA POLICIAL EM CUBATI: HOMEM QUASE MATA OUTRO A FACA...LÁ NA CIDADE DE CUBATI. ACIDENTES COM VÍTIMAS FATAIS EM NOSSA REGIÃO, VÁRIAS ENTRADAS NO HOSPITAL REGIONAL, E AINDA O DOMINGO ONTEM FOI NEGRO, DUAS MORTES PRÓXIMOS... ESSAS MORTES ACONTECERAM PRÓXIMOS A CIDADE DE CUITÉ NA RODOVIA FEDERAL, QUANDO UM CIDADÃO AQUI DE PICUÍ PERDEU A VIDA, O SENHOR FRANÇA, ELE QUE É PROPRIETÁRIO DE UM MOTEL AQUI NA CIDADE, DAQUI A POUQUINHO MAIS DETALHES A RESPEITO DESSA OCORRÊNCIA POLICIAL, E AINDA, EM CUBATI, VÂNDALOS TENTARAM DESTRUIR PRAÇA PÚBLICA E SERÃO DENUNCIADOS A POLÍCIA. SÃO MATÉRIAS AQUI DA REGIÃO QUE CHEGAM A NOSSA REDAÇÃO, PROVENIENTES DA SÉTIMA DELEGACIA REGIONAL DE POLÍCIA CIVIL, COM SEDE AQUI EM PICUÍ. TIVEMOS TAMBÉM A INFORMAÇÃO AGORA A POUCO QUE CHEGOU A NOSSA REDAÇÃO: “ME PARECE QUE HOVE UMA TROCA DE TIROS NUM BAIRRO AQUI NA CIDADE, E ALGUMAS PESSOAS DERAM ENTRADA AQUI NO HOSPITAL REGIONAL, ESTAMOS CHECANDO ESSAS INFORMAÇÕES, NÉ”?! REGINALDO JÁ TA ALI, TENTANDO UM CONTATO COM O HOSPITAL, PRA

VÊ SE AGENTE CONSEGUE ALGUMA INFORMAÇÃO NESSE SENTIDO... ALÉM DE OUTRAS MATÉRIAS COM NOSSOS CORRESPONDENTES ESPALHADOS PELO BRASIL.

JORNAL CENECISTA DE HOJE BASTANTE MOVIMENTADO COM MATÉRIAS AQUI DA NOSSA REGIÃO.

HORA CERTA: SÃO 11 HORAS E QUARENTA E OITO MINUTOS.

VAMOS DESTACAR REGINALDO, A ÁREA POLICIAL, VAMOS COM NOTÍCIAS POLICIAIS AQUI NO INICIO DO NOSSO INFORMATIVO: OCORRÊNCIAS POLICIAIS É..., NA NOSSA REGIÃO, E AGENTE REGISTRA AGORA NO NOSSO INFORMATIVO.

APRESENTAÇÃO DO JORNAL CENECISTA HOJE É DE FRANCISCO ARAÚJO, A SONOPLASTIA É DE REGINALDO ARAÚJO.

AQUI EM PICUÍ, VÂNDALOS TENTARAM ARROMBAR O CENTRO ADMINISTRATIVO, O CENTRO ADMINISTRATIVO FOI VÍTIMA DA AÇÃO DE VÂNDALOS QUE TENTARAM FURTAR OBJETOS NA NOITE DE ONTEM, SEGUNDO UM VIGIA QUE CUIDAVA DA SEGURANÇA DO LOCAL NA HORA DO OCORRIDO, O SUJEITO JOGOU UMA PEDRA PARA QUEBRAR O VIDRO DA PORTA LATERAL ESQUERDA DO CENTRO ADMINISTRATIVO, FAZENDO UM BARULHO ENSURDECEDOR E CHAMANDO A ATENÇÃO DELES E DOS VIZINHOS.

SEGURANÇA: “QUANDO OUVI O BARULHO, CORRI PRA VÊ O QUE TINHA ACONTECIDO, PEGUEI A LANTERNA E PROCUREI O SUJEITO NO TERRENO BALDIO QUE FICA AO LADO DO PRÉDIO E CONTEI COM AJUDA DE UM VIZINHO, MAS ENCONTRAMOS APENAS UM PAR DE TÊNIS, QUE ELE O SUJEITO ABANDONOU NO LOCAL”, CONCLUIU. SEGUNDO MAIS INFORMAÇÕES O BOLETIM DE OCORRÊNCIA, O B.O, FOI REGISTRADO NA MANHÃ DESTA SEGUNDA FEIRA E O CENTRO ADMINISTRATIVO FOI VISITADO PELA POLICIA. A PREFEITURA JÁ ESTÁ CUIDANDO PARA RECUPERAR A VIDRAÇA QUEBRADA.

OPINIÃO: “INFELIZMENTE SÃO VÂNDALOS NÉ?! SÃO... CLARO QUE SÃO PEQUENOS VICIADOS NÉ?! QUE NÃO TEM DINHEIRO PRA COMPRAR DROGA E TENTAM ROUBAR ALGUNS OBJETOS ELETROELETRÔNICOS PRA VER SE

CONSEGUEM ALGUM DINHEIRO NÉ?! E QUEM ACESSAR O CLICK PICUÍ AGORA VAI VER A PORTA QUEBRADA, O VIDRO DA PORTA DE ENTRADA DO CENTRO ADMINISTRATIVO QUE FOI QUEBRADA COM UMA PEDRA”.

HORA CERTA: 11 HORAS MAIS CINQUENTA MINUTOS.

ALGUMA INFORMAÇÃO DO REGIONAL REGINALDO? HOUE DISPAROS? DEU ENTRADA LÁ? (TEMPO) TEM UMA VITIMA NÉ? OK, ENTÃO TA AÍ, VITIMA DÁ ENTRADA AGORA POUCO NO HOSPITAL REGIONAL. VAMOS É... COM UMA MATÉRIA... VAMOS COM O TEMPO E A TEMPERATURA NA PARAÍBA, DAQUI A POUQUINHO A GENTE SEGUE COM MATÉRIA POLICIAL AQUI NO NOSSO INFORMATIVO. TEMPO E A TEMPERATURA NA PARAÍBA COM PATRÍCIA MADEIRA:

“CLIMA TEMPO: A MELHOR PREVISÃO PARA O BRASIL... A PARAÍBA TEM UM DIA DE SOL FORTE NESTA SEGUNDA FEIRA, MAS ÁREAS DE INSTABILIDADE QUE SE FORMAM SOBRE O INTERIOR DO ESTADO E NUVENS CARREGADAS QUE VEM DO MAR PROVOCAM PANCADAS DE CHUVA EM TODAS AS REGIÕES, PRINCIPALMENTE NO PERÍODO DA TARDE, ESSA CHUVA PODE TER FORTE INTENSIDADE, EM JOÃO PESSOA MÍNIMA DE 22 E MÁXIMA DE 31 GRAUS, PATRÍCIA MADEIRA DA CLIMA TEMPO”.

HORA CERTA: 11 E CINQUENTA E UM

O TEMPO E A TEMPERATURA NO RIO GRANDE DO NORTE

CLIMA TEMPO: A MELHOR PREVISÃO PARA O BRASIL... “ALGUMAS ÁREAS DE INSTABILIDADE SE FORMAM NO MAR E AVANÇAM PARA O CONTINENTE, DESSA FORMA O RIO GRANDE DO NORTE TEM UMA SEGUNDA FEIRA DE SOL MAS SEMPRE COM MUITA NEBULOSIDADE E PODEM ACONTECER PANCADAS DE CHUVA A QUALQUER HORA DIA, EM NATAL A TEMPERATURA VARIA ENTRE 23 E 31 GRAUS, PATRÍCIA MADEIRA DA CLIMA TEMPO METEOROLOGIA”.

SPOT: RÁDIO CENECISTA DE PICUI, 1020 KLTS, PAIXÃO PELA INFORMAÇÃO, CENECISTA SEMPRE AO SEU LADO.

HORA CERTA: SÃO 11 HORAS E 52 MINUTOS AGORA

...CASO DE POLICIA... LOCUTOR: CASO DE POLICIA: DEU ENTRADA AGORA POUCO NO HOSPITAL REGIONAL O SENHOR JOÃO MARIA LOURENÇO DOS SANTOS, ELE ENTROU, DEU ENTRADA COM UM TIRO NA PERNA, FOI BALEADO NA PERNA, O HOSPITAL NÃO SOUBE INFORMAR COMO ACONTECEU ESSA TROCA DE TIROS, DAQUI A POUQUINHO VAMOS TENTAR UM CONTATO COM A POLICIA PRA VER SE JÁ TEM ALGUMA INFORMAÇÃO POR LÁ. JOÃO MARIA LOURENÇO DOS SANTOS, BALEADO, DEU ENTRADA NO HOSPITAL REGIONAL AQUI EM PICUI AGORA POUCO, ELE É PROVENIENTE LÁ DO BAIRRO LIMEIRA. SEGUNDO INFORMAÇÕES COLETADAS PARECE QUE QUE HOUVE UMA BRIGA DE VIZINHOS E ACABOU SENDO VÍTIMA AÍ O SENHOR JOÃO...

LOCUTOR: MAS VAMOS COM MAIS NOTÍCIAS? POIS BEM, E PESSOAL... A VIOLÊNCIA CONTINUA FAZENDO SUAS VITIMAS VIU?! DESSA VEZ FOI NA CIDADE DE PARELHAS, ONDE UM CAIXA ELETRÔNICO FOI ARROMBADO, NO CENTRO DA CIDADE, SEGUNDO POPULARES, OS BANDIDOS APROVEITARAM A HORA AVANÇADA, POR VOLTA DE MEIA NOITE, NO ULTIMO DOMINGO, E EXPLODIRAM A ÚNICA AGENCIA DA CAIXA ECONÔMICA NA CIDADE. A AÇÃO DUROU MENOS DE MEIA HORA E QUANDO OS POLICIAIS CHEGARAM AO LOCAL, SÓ ENCONTRARAM POEIRA E ESTILHAÇOS, ENQUANTO OS CRIMINOSOS HAVIAM TOMADO RUMO IGNORADO.

HORA CERTA: É MEIO DIA AGORA EM PICUÍ...

LOCUTOR: VOLTAMOS JÁ COM MAIS INFORMAÇÕES...

INTERVALO...

VOLTA PARA O JORNAL...