

# Jornalismo Policial Responsável\*

Alex Rômulo Pacheco

2005

## Índice

1	Conceituação de notícia	3
2	Critérios de noticiabilidade	5
3	Características do rádio	6
4	O jornalismo de proximidade	9
5	A notícia como espetáculo	11
6	O jornalismo policialno rádio	13
7	O rádio em Concórdia e o jornalismo policial	16
8	Rotinas de produção no jornalismo concordiense	18
9	O jornalismo policial responsável: uma proposta a título de conclusão	22
10	Referências	23

## Resumo

Este trabalho é uma reflexão sobre o jornalismo policial praticado no rádio. Resgata as origens dessa editoria e discute a forma como as informações da área da segurança são comumente abordadas pelas emissoras. Defende que a ênfase em fatos que se sobressaem pelo sensacionalismo e espetacularização contraria a função social da mídia e entende que, acima de tudo, ao rádio compete

---

\*Monografia apresentada como exigência para obtenção do grau de Jornalista, pela Universidade do Contestado – UnC, sob a orientação do professor Dr. Leandro Ramires Comassetto.

contribuir para o esclarecimento da sociedade e o fortalecimento da opinião pública. O estudo recai sobre o rádio local e chama as emissoras ao compromisso com as questões que dizem respeito à realidade em que estão inseridas. Repensa a prática em vigor e sugere uma proposta que dê sua contribuição para o desenvolvimento da sociedade.

## Introdução

No Brasil, o rádio, desde a primeira transmissão no Rio de Janeiro do alto do Corcovado, no dia oito de setembro de 1922, está entre os principais meios de comunicação da sociedade contemporânea. Após oito décadas, as emissoras radiofônicas ainda possuem um papel social e cultural fundamental dentro da comunidade. O rádio, na sua essência, busca refletir a cara do povo, como ele pensa, os seus costumes, suas idéias, os anseios, e seu modo de viver.

Por ser um meio de comunicação com baixo custo e de acesso para todas as classes sociais, o rádio tem um público bastante variado. Atinge todas as camadas da sociedade. É nesse sentido, e sabendo do impacto que o radiojornalismo tem diante da comunidade, que este trabalho pretendeu aprofundar a discussão na editoria de polícia, uma das mais populares, que há décadas vem ocupando es-

paço volumoso na programação das emissoras. Sobretudo, pela capacidade de conquistar audiência.

A crítica que geralmente se faz é que em nome da audiência, atropelam-se conceitos éticos, com a veiculação de informações de tom sensacionalista preocupadas em apenas causar impacto e chocar a sociedade, como

Notícias que salientam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e que são selecionadas pela sua capacidade de chocar, ou de entreter, podem distorcer a percepção que as pessoas têm da realidade. Nos anos 90, por exemplo, as notícias sobre crimes “dispararam” e as pessoas acreditaram que a taxa de criminalidade estava a aumentar, quando, na realidade, estava a diminuir (PATTERSON, 2003, p. 22).

Além dos interesses particulares da empresa jornalística e do capitalismo que sustenta as informações nas redações, é importante o jornalismo mostrar-se compreensivo aos valores humanos. Sobretudo, encarar a realidade, mas mostrando qual caminho deve-se seguir para a construção de uma sociedade mais digna. As cenas que mancham de sangue a televisão, as fotos em jornais e revistas, e a narração de episódios chocantes pelo rádio são estratégias para causar impacto e chamar a atenção para o fato que está ocorrendo, isso tudo, sem buscar as soluções para os problemas, que é o mais importante, pensando-se na ação social dos meios de comunicação, que deveriam estar comprometidos com o desenvolvimento da sociedade e o fortalecimento da cidadania. Embora sejamos parte dessa mídia marcada pela violência em todos os sentidos, ainda é possível

apostar que os formadores de opinião possam esclarecer de forma correta a população, acreditando em mudanças de atitudes dos indivíduos.

Atualmente, do ponto de vista jornalístico, de maneira geral, o jornalismo policial praticado pela imprensa brasileira segue uma linha sensacionalista. Nesse sentido, o objetivo desse estudo foi mostrar o processo de construção da notícia policial para o rádio, como ela é selecionada, qual seu formato, o destaque recebido na programação das emissoras e o interesse que desperta na comunidade, além de chamar a atenção para outras possibilidades de jornalismo mais comprometido com a função social da mídia.

Nosso objeto de estudo são os programas jornalísticos de duas emissoras de Concórdia. Metodologicamente, para o desenvolvimento da pesquisa, foram selecionados cinco programas de polícia de cada emissora dos períodos da manhã, entre o horário das 6h30 às 6h50, de 14 a 18 de fevereiro de 2005. Atualmente, as duas emissoras que passam pela avaliação estão com programas policiais diários e no mesmo horário, dando ênfase, na maior parte, para o jornalismo local e regional, e deixando um espaço pequeno para fatos que chamam a atenção em âmbito estadual e nacional, o que está de acordo com a proposta do rádio local.

A idéia não é foi fazer uma avaliação no contexto global, mas discutir o tipo de programa levado ao ar e sugerir a produção de um programa jornalisticamente mais profissional e esclarecedor, zelando pela reputação das pessoas e contribuindo para o desenvolvimento da comunidade, ou seja, a intenção foi apresentar um programa policial piloto, que atenda a um padrão comercial e social, privilegiando ainda a qualidade da informa-

ção e respeitando as regras do bom jornalismo.

Os meios de comunicação são considerados peças fundamentais para a educação, cultura e desenvolvimento dos cidadãos, para que possam compreender o mundo de forma mais humana. A necessidade da notícia para sobreviver no século XXI é apenas um dos requisitos básicos para a sociedade moderna, pois conhecer tudo o que acontece e que pode influenciar na sua vida é essencial numa época em que o mundo globalizado mostra-se cada vez mais exigente. Esclarecer a opinião pública e transformar os veículos de comunicação em mediadores sociais é um desafio que deve ser vencido todos os dias para quem trabalha na área.

## 1 Conceituação de notícia

A notícia ainda não possui uma explicação clara e concisa do seu significado. De acordo com Erbolato (1991), a notícia tem um sentido vasto e pode ser interpretada de várias formas e com muitos conceitos. “Não obstante a importância da notícia, no chamado império do jornalismo, ninguém conseguiu defini-la satisfatoriamente. Os teóricos dizem como ela *deve ser*, mas não o que *realmente é*” (p. 53). As informações divulgadas nos meios de comunicação são, na maioria das vezes, as mais impactantes e provocam discussão entre a sociedade.

Para Erbolato (1991, p. 55) o “leitor quer novidades”. O relato de acontecimentos que saem da rotina causa maior repercussão por ser atrativo e ao mesmo tempo desconhecido. A matéria prima do jornalista são, geralmente, as notícias que ocorreram ontem ou estão acontecendo neste momento. Se um carro de passeio colidir com um ônibus e

dez pessoas ficarem feridas, além do impacto e a comoção que a notícia causará, muitas pessoas estarão acompanhando pelos veículos de comunicação toda a cobertura jornalística. Quantas pessoas estão hospitalizadas, quantas correm risco de morte, e se alguma vítima morreu. Através do desenrolar dos fatos, sempre com dados atualizados, é possível complementar a notícia.

Nessa linha de pensamento, Comassetto (2003), define que a atualidade é uma exigência básica para a notícia se tornar interessante. O mesmo autor ainda destaca outro conceito importante:

A notícia, em sentido amplo, é frequentemente tomada como toda e qualquer informação nova, bem como toda e qualquer matéria veiculada pelos meios de comunicação, sejam relatos de acontecimentos, comentários, opiniões, desde que expressem algum tipo de novidade e despertem interesse público, sem nítida intenção publicitária (p. 41).

Comassetto (2003) pontua que fatos inéditos que não foram publicados e fogem à regra de tempo e validade noticiosa também podem incluir-se como notícias,

de acordo com a sua própria conceituação, a notícia é tida como informação nova. Daí decorre que os eventos mais recentes de qualquer acontecimento tendem a ser considerados também os mais importantes. Essa é uma regra que se baseia no princípio de atualidade da imprensa; a exceção se aplica a acontecimentos não recentes, mas inéditos, isto é, desconhecidos do público. (p. 47).

Nessa variação que observa Comassetto (2003), podemos citar um exemplo muito fácil para entender como um fato não recente pode tornar-se notícia. A informação de um brasileiro que morreu na guerra do Iraque há cerca de 20 dias. O acontecimento que não foi veiculado pela imprensa, dessa forma, pode ser considerado atual e novo, por ser desconhecido. Mesmo que o fato ocorreu há dias, ele ainda é de interesse popular.

Comassetto (2003) observa que, atualmente, os meios de comunicação também estão passando por algumas transformações. É nesse ponto que o conceito de notícia amplia os seus horizontes e traz novos rumos para o jornalismo. Para ele, a imprensa noticiosa, sobretudo o rádio, está ofertando de forma mais ampla as informações de serviços, incluindo previsão do tempo, entre outras notícias de utilidade pública,

de forma que a informação de fato tida como noticiosa hoje “compartilha espaço com uma oferta generalizada de informação de serviços”, que incluem desde boletins sobre as condições do tempo e do trânsito até receitas de cozinha, orientações para o enfrentamento de problemáticas individuais e familiares, conselhos para a saúde, informações do mundo artístico, compra e venda de objetos diversos, bolsa de empregos, etc. (COMASSETTO, 2005a, p. 17).

Claro que essa enxurrada de informações não contribui para o fortalecimento do jornalismo, considerado sob o ponto de vista do rigor científico e do aprofundamento das problemáticas sociais. E às vezes atrapalha esse propósito. Segundo Fontcuberta (1993, p. 36), “o excesso de informação acaba por

criar no público um efeito narcotizador, um desinteresse, que acaba por incapacitar qualquer operação de análise ou aproximação à realidade”.

De qualquer forma, notícias de toda a ordem permeiam os noticiários, o que é uma tendência da nova era, tendo em vista a abundância de informações. O que os pensadores do chamado bom jornalismo se questionam é até que ponto isso contribui para uma melhor compreensão dos fatos de real importância no meio em que estamos inseridos. Mas essa é outra discussão, que não vem ao caso aprofundar neste momento.

Pereira Júnior (2001, p. 63) ressalta que “a notícia é uma forma de ver a realidade”, onde todas as informações que são veiculadas pela imprensa são para fortalecer a cidadania na sociedade contemporânea. O jornalismo pode ser considerado um grande referencial para a transmissão de conhecimento, dessa forma, abrindo espaço para a cultura, o conhecimento e a democracia.

Noutra visão, Marcondes Filho (*apud* PEREIRA JÚNIOR, 2001, p. 69) analisa que a notícia, além de ser informativa, é também um produto para a massa popular, visto o caráter comercial da mídia, como

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sobre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo.

É preciso entender que a notícia é um conjunto de pressupostos, em que cada um tem um valor importante dentro do conceito de informação. De fato, a notícia, em todos os

sentidos, deve ser informativa, atual, nova e que interesse ao maior número possível de pessoas. No entanto, é possível afirmar que a mutação dos meios de comunicação permite incluir como notícia as informações de utilidade pública, ou seja, previsão do tempo, bolsa de emprego e negócios. Contudo, jornalisticamente falando, é importante que a notícia esclareça a opinião pública e atenda às necessidades da sociedade.

## 2 Critérios de noticiabilidade

A noticiabilidade é uma das preocupações do jornalismo moderno, pois, a partir desse ponto, pode-se definir quais são as informações que serão veiculadas pelos meios de comunicação. No momento em que as redações são bombardeadas por informações, a imprensa tende a atribuir valores e critérios para selecionar o que é mais importante para o interesse público e social. Para Erbolato (1991, p. 19), “a primeira tarefa do jornalista é saber o que publicar”. A partir dessa associação, o valor/notícia passa a ser a tônica para escolher qual notícia que causa a maior repercussão.

De acordo com Erbolato (1991), Wolf (2003) e Parada (2000), o valor da notícia pode ser encontrado na *proximidade*. Os meios de comunicação, não generalizando, cada um no seu contexto, procuram localizar as notícias com intuito de aproximá-la do receptor. Segundo Parada (2000, p. 24) “a notícia precisa falar de algo que seja de interesse do ouvinte. Temas relevantes, em geral, são aqueles próximos”. As informações locais e que envolvem o dia-a-dia de cada cidadão são mais atraentes, mais importantes para o contexto local. Para Erbolato, a mídia do interior tem usado esse tipo de percepção

para ganhar espaços e evitar que as grandes redes, como Globo, SBT, BAND, entre outros, se ocupem de maiores espaços no cenário global. A mesma visão é de Wolf (2003, p. 2100):

As notícias culturalmente próximas se referem a eventos que pertencem à esfera normal de experiências do jornalista e do seu público. São os tipos de acontecimentos que implicam uma esfera compartilhada de linguagem e aceitação culturais comuns.

Por exemplo: Um acidente de ônibus que envolve um número pequeno de vítimas é mais significativo do que a queda de um avião em um local mais distante. A proximidade é predominante para valorizar a notícia. Ainda nessa linha de pensamento, Erbolato afirma que a notícia mais global também pode tornar-se interessante, a ponto de poder repercutir localmente e em setores vitais da comunidade.

Galtung e Ruge (*apud* TRAQUINA, 2005, p. 71), entendem que o acontecimento deve ser relevante tendo em vista “o impacto que poderá ter sobre o leitor ou os ouvintes”. Com isso, “provocar, conforme o tema, comentários e discussões entre grupos interessados” (ERBOLATO, 1991, p.56).

De acordo com Galtung e Ruge (*apud* TRAQUINA, 2005, p.71), “o inesperado é outro valor-notícia”. Segundo os autores as notícias “mais inesperadas têm maiores hipóteses de serem incluídas” (*apud* TRAQUINA, 2005, p. 71). Por menor que seja o fato, o valor da notícia pode ser medido de acordo com o interesse popular. Para Parada (2000, p. 24), “o assunto deve ser do interesse do maior número de pessoas possível, deve ter alguma utilidade em suas vidas”.

Escreve Erbolato (1991) que a *raridade* tem um aspecto interessante no contexto de notícia. Um homem que se jogará de um prédio sem pára-quadras, dois candidatos a prefeito de uma cidade com o mesmo nome, ou o nascimento de uma criança à meia-noite do dia 31 de dezembro, são casos que saem da normalidade e podem ser incluídas como notícia de valor. Isso tudo numa visão jornalística e dentro do contexto de cada meio de comunicação.

A imprensa mundial acompanhou com uma mega-cobertura os últimos meses de vida do papa João Paulo II, representante maior da igreja católica. Nesse tipo de caso, a *proeminência* é fundamental. Erbolato (1991), diz que acontecimentos que envolvam celebridades ou pessoas públicas estimulam o interesse público.

A facilidade como as informações são propagadas é grande. Qualquer acontecimento divulgado, por exemplo, na China, pode ser conhecido no Brasil em poucos segundos. A partir daí, a importância de se apurar as *conseqüências* com rapidez, a fim de também se prevenir contra desencadeamentos indispensáveis, por exemplo, a tomada de medidas econômicas tendo em vista um abalo financeiro em outro país.

Erbolato (1991) destaca ainda que a *utilidade* pública com as informações sobre os serviços básicos para a comunidade é essencial e destacam pela necessidade veemente da utilização, em qualquer hora ou qualquer dia. No caso de uma pessoa necessitar procurar atendimento médico, através da imprensa, ela poderá saber qual é a unidade de saúde que está atendendo durante o feriado. Mesma coisa com a divulgação de bolsa de empregos, documentos que foram encontra-

dos e chamados de órgãos públicos e privados.

Outro ponto importante para assinalar diz respeito à *política editorial* do meio de comunicação. Conforme Erbolato (1991), cada veículo segue uma determinada idéia ou proposta de acordo com as necessidades ou contexto. Dessa forma, dando maior destaque para certas atividades, como: agricultura, esporte ou política.

O critério de seleção é fundamental para os meios de comunicação se manterem diante da comunidade como um formador de opinião, estimulador da discussão e do esclarecimento do público. Dessa forma, mostrar que a notícia é de fato importante para o desenvolvimento da sociedade e da cultura. A avaliação criteriosa das notícias e a apuração de forma correta garantem a qualidade noticiosa do fato, sempre primando pelos conceitos básicos de atender o maior número de pessoas e ampliando o princípio do jornalismo dentro da responsabilidade social.

### 3 Características do rádio

O rádio, entre os meios de comunicação de massa, pode ser considerado o mais popular e o de maior alcance do público. Longe de ser um meio ultrapassado, o rádio reafirma a sua condição de veículo indispensável no cotidiano e está presente de forma intensa no dia-a-dia da sociedade. Por ser um veículo de comunicação com baixo custo, o rádio atinge um público bastante numeroso e heterogêneo, o que caracteriza sua popularidade.

O rádio é um veículo diferente de qualquer outro. Ele se destaca pela flexibilidade. Essa qualidade é basicamente ponto fundamental para o rádio, que, a qualquer momento, pode

alterar sua programação sem afetar a qualidade. Tecnicamente, o repórter, apenas com um aparelho de telefone, pode falar de qualquer ponto, ultrapassando as fronteiras e os limites territoriais separados pela geografia ou nacionalidade. Mcleish (1999), reitera que a programação do rádio, por ser simples, pode sofrer alterações de rotina. “As matérias inseridas em programas, ou mesmo o programa todo, podem ser eliminadas e substituídas, quase de modo imperceptíveis, por algo mais urgente” (p. 17). Vamos imaginar a morte de um representante da sociedade local. De fato, o rádio tem a possibilidade de interromper a programação para veicular a informação sem causar danos para a programação normal da emissora, o que dificilmente acontece na televisão e outros veículos.

Por ser essencialmente falado, o rádio atinge um público composto de várias camadas sociais, começando pelo ouvinte analfabeto até o ouvinte com nível cultural mais acentuado. De acordo com Mcleish (1999, p. 15) “trata-se de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que, logo ao ouvir o locutor, o ouvinte tenta visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz”. Para Barbosa Filho (2003), o rádio chega mais próximo do ouvinte, sempre falando do cotidiano e se aproximando da sua realidade. “O regionalismo é uma marca fundamental do rádio, pois oferece visibilidade às informações locais. Esse princípio dinamiza as relações entre rádio e comunidade” (p. 46).

O rádio é um dos meios de comunicação de maior impacto na sociedade local e regional, comparando com outros de maior aporte e que atingem diretamente a massa no contexto global. O rádio pode transmitir com

facilidade, em tempo real, dessa forma acelerando a disseminação do conteúdo e deixando informado o ouvinte sobre o que está ocorrendo. Para Ortriwano (1999, p. 79) “o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente do que a televisão”. Tal visão também é descrita por Barbosa Filho (2003, 47):

O rádio possui caráter imediato, possibilitando que o ouvinte se inteire dos fatos no momento em que acontecem. A transmissão de um jogo de futebol, a cobertura de acidentes no local do ocorrido são agilidade para o meio. O rádio acelera a disseminação em curto espaço de tempo, subsidiando a sociedade, os grupos e indivíduos em dada formação cultural.

No caso de um acidente automobilístico, por exemplo, o rádio tem o poder e a autonomia de informar o fato, minutos depois que ele tenha ocorrido, transmitindo de forma instantânea e imediata. Nesse ponto de vista, para Comassetto (2005b), mesmo com o surgimento de novas mídias, o rádio não deixa de ser surpreendente, destacando-se pela facilidade que tem de informar com rapidez, deixando o ouvinte mais próximo do acontecimento. O autor explica que o rádio “dispensa aparatos sofisticados na cobertura dos acontecimentos”, dando mais “mobilidade ao veículo, reconhecido pela imediaticidade com que põe o ouvinte em contato com a realidade”.

O imediatismo na transmissão é fundamental para atender aos objetivos do rádio, mas também são importantes os noticiários como periodicidade fixa, que permitirão a quem não possa ouvir rádio

o dia todo saber quando poderá encontrar reunidos fatos que, ao menos teoricamente, foram os mais importantes (ORTRIWANO, 1999, p. 95).

Partido desse ponto de vista, Barbosa Filho (1985, p. 80) reitera que “o rádio permite trazer o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando”. É notório também que a radiodifusão tem uma facilidade maior para cobrir eventos, e o ouvinte, para acompanhá-los, pois “está livre de fios e tomadas” (ORTRIWANO, 1999, p. 79).

O rádio é considerado o principal meio de comunicação, atingindo quase 100% dos domicílios. Conforme Ortriwano (1999, p.81), “ao mesmo tempo, a atividade de “ouvir” não exclui a possibilidade de desenvolver outras tarefas, como ler, dirigir e trabalhar”. Dessa forma, é comum o rádio estar ligado na cozinha, carro e empresas. Barbosa Filho (2003, p. 48) garante que “tal fato ocorre porque seu preço é quase sempre acessível e sua abrangência alcança basicamente qualquer lugar, mesmo onde não existe energia elétrica”. O rádio pode ser considerado um “pano de fundo” em qualquer ambiente, despertando interesse somente dos fatos mais atinentes ao ouvinte.

Nesse contexto, o rádio atende um público de classes sociais das mais diversas, tem uma função social fundamental para o desenvolvimento da comunidade regional, tanto educacional como cultural. Na sua essência, funciona como um agente de informação, sobretudo, com a grande missão de fortalecer a opinião pública e tornar-se um instrumento para a democratização dentro do seu próprio contexto regional. Cabe aqui destacar, o que diz Friderichs, (2005, p. 51) para quem

(...) se encontra na característica regional

o impulso que poderá fazer do rádio um instrumento de expressão igualitária de todos os membros de uma comunidade, no qual os diferentes sujeitos poderão expor suas idéias, problemas e manifestações culturais no mesmo instante; assim, podem, juntos, debater, discutir e elaborar soluções que melhorem as condições de vida de toda a comunidade.

Preocupados em conquistar ouvintes, os profissionais do rádio desenvolvem técnicas para informar o público de forma correta e para serem bem compreendidos. Começando pelo vocabulário sempre coloquial, evitando palavras rebuscadas e que são de difícil entendimento. Deve-se ter em mente que pessoas de todos os níveis de conhecimento estão ouvindo. Além disso, o rádio ainda apresenta um texto leve e que imprime clareza e objetividade no que está sendo veiculado.

O rádio proporciona uma discussão mais ampla com a comunidade, abordando fatos relevantes e que precisam de solução. Para Mcleish (1999, p. 20), o rádio “atua como um vigilante sobre os que detêm poder, propiciando o contato entre eles e o público”. Além disso, é considerado um multiplicador de informações, propiciando o debate, propondo soluções práticas e unindo mais a comunidade em que está inserido.

É frente a essas questões que o rádio destaca-se no cenário contemporâneo como um veículo sedutor, atraente e envolve os ouvintes com a facilidade de cativar e interagir diretamente com a sua própria localização. É um dos meios de comunicação mais próximos da comunidade, atendendo às suas necessidades, desenvolvendo o papel de esclarecer a opinião, estimular o debate e acres-

centar no conhecimento cultural de toda a sociedade. O rádio é indispensável no dias atuais, quando a informação e o conhecimento são quesitos básicos para entender melhor o mundo globalizado.

#### 4 O jornalismo de proximidade

Diante do caráter cada vez mais globalizado da mídia, uma discussão em evidência na atualidade é a que diz respeito à cobertura dos fatos locais. Não adianta querer esperar isso das grandes organizações, nacionais e internacionais, que operam em redes ou cadeias, transmitindo para público amplo. Nesse sentido, cumpre ao rádio local um importante papel no que tange ao jornalismo de proximidade.

Conforme Comassetto (2005), a informação de real interesse no rádio local é a que está relacionada aos acontecimentos próximos, aos valores, situações e vivências de seu entorno. As emissoras de rádio, com o surgimento da televisão, foram praticamente obrigadas a tornar-se cada vez mais locais para sobreviver. Conforme Chantler e Harris (1998, p. 21), a “força do jornalismo numa emissora de rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local”.

A televisão, por sua vez, aborda as notícias de contexto global. As retransmissoras têm pouco tempo para o local, predominando os noticiários veiculados em rede. A TV Globo, ao desenvolver um padrão de programa para o *Jornal Nacional*, optou em um novo conceito para selecionar as notícias. “As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particulares. Os assuntos tinham que chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre” (TV

GLOBO LTDA, 2004, p. 39). A necessidade de redimensionar o espaço, ao mesmo tempo em que foi necessário para a televisão, foi inevitável também para o rádio.

Ao rádio local, não restou alternativa, senão estreitar ainda mais seus laços com as comunidades em que está inserido e acentuar o trabalho jornalístico realizado nesses lugares, pois é isso que justifica a existência, confere a identidade e fortalece a presença do rádio nas comunidades (COMASSETTO, 2005a, p. 76)

Diante desta situação, ao rádio “o mais importante é cobrir as notícias que os demais não dão”. A concorrência é desnecessária, pois “ao rádio não convém querer competir com quem, por ter mais recursos, pode oferecer produtos mais espetaculares” (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 157).

Segundo Comassetto (2005), por ser essencialmente local, o rádio necessariamente deve “retratar e aprofundar os acontecimentos da comunidade”, sem, todavia, ignorar informações que são regionais, estaduais, nacionais ou internacionais (p. 77), pois, “com a globalização, ocorrências originadas em um lugar têm conseqüências planetárias”, e por isso influenciam também na comunidade.

Observa ainda que “a notícia é condição básica para a busca de resultados, mas sempre observada a credibilidade da informação e, sobretudo nos meio locais, os laços com as comunidades a que servem” (2005b). Ainda nessa visão, o autor menciona que o rádio, além de possuir um poder de informar o que envolve a sua realidade, tem a possibilidade de ater-se às discussões de abrangência localizada, contemplando seu papel fundamental diante da sociedade e destacando-se como

um meio de comunicação indispensável para a população.

Frente a essas questões, o que é questionado por vários teóricos que estudam o jornalismo praticado atualmente pelas emissoras radiofônicas é voltado à qualidade das informações que estão sendo veiculadas na mídia. Para Del Bianco (2004), as emissoras do interior, por possuírem uma estrutura menor, no quesito recursos humanos e tecnológicos, apresentam uma produção precária de notícias jornalísticas. Explica que “nessas emissoras predominam os programas de entretenimento centrados na figura de comunicadores, um *mix* de músicas, fofocas e pouca ou quase nenhuma informação jornalística sobre a cidade ou região” (p. 319). A autora afirma que na grande maioria das emissoras radiofônicas do interior não existe equipe de jornalismo, e ao mesmo tempo interesse em investir nessa área para produzir notícias com qualidade e que seja interessantes para a comunidade local.

Percebe-se nas emissoras de rádio, na maior parte, que a grande preocupação é com a audiência e com o retorno financeiro para o proprietário, que, na maioria das vezes, são políticos e empresários que nem sobrevivem da comunicação. Para eles, o rádio é sinônimo de ganhar dinheiro fácil, com pouco investimento em funcionários, equipes e tecnologia. Segundo Del Bianco (2004), a abertura de espaços nas emissoras para programas religiosos ou outros que possam ser revertidos em lucros para a empresa, estão tendo um espaço volumoso. A autora confirma que “não se sabe exatamente quantas emissoras adotam essa prática, até pela ausência de um controle legal sobre o conteúdo da programação” (p. 319).

Contudo, Del Bianco (2004) aponta que a

implantação dos novos conceitos para o rádio será necessária, ainda mais com a chegada da era digital, quando a qualidade será ponto crucial para manter as emissoras diante das concorrentes. O rádio praticado hoje, segundo a autora, passará por uma inovação e “tudo indica que as emissoras terão de se estruturar melhor para oferecer à audiência não somente programação de qualidade de CD, como também serviços adicionais de dados e informação qualificada”. Lembra que “a era digital traz em si a promessa de integrar e convergir vários meios de comunicação numa aldeia global constituída a partir das redes informatizadas interativas” (p. 318).

Para Del Bianco (2004), as emissoras radiofônicas que “continuarem arraigadas a um modo antigo de fazer rádio – sem compromisso com a audiência e direcionadas apenas à promoção política ou religiosa” estarão em poucos anos perdendo espaço para a concorrência, e para “aqueles que souberem oferecer informação e serviço com qualidade” (p. 321).

O rádio necessariamente tem que atender à sociedade que vive em seu entorno, pois é responsabilidade dele, além das coberturas jornalísticas dos acontecimentos, o debate das problemáticas, o esclarecimento de questões públicas. Segundo Barbeiro (2004), as novas tecnologias estão influenciando o rádio a partir para um novo formato. Diante da globalização, há necessidade de ampliar o *rool* de serviços disponibilizados à sociedade, principalmente no que diz respeito a jornalismo que esclareça a opinião pública e atenda a demanda sociedade que procura ficar informada diariamente através do rádio.

Barbeiro (2004) afirma que o público está, de certa forma, mais exigente no que diz res-

peito ao esclarecimento da opinião pública. Portanto, fica claro que só a notícia de qualidade é capaz de salvar o rádio do redemoinho provocado pelas novas tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas que ativam outros meios. O autor confirma que a interação entre o rádio e receptor está cada vez mais forte.

O radiojornalismo tem uma contribuição grande a dar quando está comprometido com o senso de responsabilidade pública, conhecimento dos problemas básicos da sociedade e o respeito e o cultivo da tolerância, adversidade, pluralidade política e ideológica e a constante vigilância da ação do Estado (BARBEIRO, 2004, p. 146).

Essa mescla de explicações serve para tornar mais claro que o rádio precisa melhorar seu padrão qualificativo. As emissoras ainda continuam ocupando um espaço importante na sociedade e sendo um referencial de influência na educação e na cultura local. Cebrián Herreros (2001) entende que o rádio local dos novos tempos nada mais tem a ver com a antiga rádio de reprodução de discos, de baixo custo e quase nenhum profissionalismo, ou seja, o novo modelo exigirá maior qualidade sonora e recursos adicionais. Enfim, o rádio cada vez mais exigirá qualificação dos profissionais, equipes estruturadas e informação adequada para as necessidades do público que espera receber conhecimento e esclarecimentos.

## **5 A notícia como espetáculo**

Na sociedade atual, os meios de comunicação de massa produzem, selecionam, excluem e transformam aspectos da realidade, reproduzindo-a parcialmente e formando a opinião pública. Na guerra pela audiência,

as regras de um bom jornalismo são comumente esquecidas. As notícias sensacionais e que chocam atraem o público; contudo, na maior parte, são apuradas de forma inadequada, sem profundidade e com grandes possibilidades de distorcer o contexto real dos fatos. Baseado em autores que discutem essa problemática, interessa aqui discutir até que ponto o jornalismo segue a tendência de supervalorizar as notícias de impacto ao invés de informar o público com responsabilidade.

O sensacionalismo na mídia não é novidade, desde o século passado os meios de comunicação têm explorado acontecimentos com conteúdos apelativos, com matérias capazes de emocionar ou escandalizar, isso pelo fato da mídia estar “cada vez mais condicionada aos índices de audiência” (COMASSETTO, 2005a, p. 211). Segundo Marshall (2003, p. 75), “ainda nos tempos da pré-imprensa, a fórmula “sexo, sangue e violência” já era um ingrediente que atraía a curiosidade”. Exemplo são as primeiras manifestações impressas que circulavam pela antiga Roma, na verdade, “boletins sobre crimes e divórcios afixados em vias públicas”.

Os jornais populares também faziam sucesso na França no século XIX. A maior parte tinha apenas uma página, com títulos, ilustrações e textos. Por relatarem fatos mais chocantes, eram os mais procurados pela população da época. Ao longo do tempo, o mesmo modelo de fazer notícia foi ganhando força e atualmente é utilizado por parte dos meios de comunicação. O conceito sensacionalista é até hoje o grande “filão” do apelo popular.

Conforme Comassetto (2005a, p. 214), a ideia de que “as notícias ruins são as boas notícias” há muito que virou ditado no jornalismo”. Portanto, a maior parte das notícias

veiculadas são de fatos negativos. “Quanto mais um acontecimento for negativo nas suas conseqüências, maior será sua probabilidade de se tornar notícia” (GALTUNG-RUGE *apud* WOLF, 2003, p. 215). Wolf também menciona que “quanto maior, mais insólito ou mais cruel for o espetáculo”, maior o impacto que a informação terá perante o público (2003, p. 216).

A mesma preocupação é manifestada por Patterson (2003). O pesquisador garante que na maior parte das notícias veiculadas, principalmente policiais, os critérios utilizados visam à audiência, pois “o sensacionalismo atrai a atenção das pessoas no primeiro instante”. Adverte, entretanto, que um sensacionalismo interminável pode, por fim, aborrecê-las. Além do que pode distorcer a percepção que as pessoas têm da realidade.

O mesmo autor reitera que “as notícias que salientam incidentes e assuntos que tem pouco a ver com questões públicas e que são selecionadas pela sua capacidade de chocar ou entreter” são mais veiculadas (PATTERSON, 2003, p. 22). Dessa forma, nota-se que “as notícias estão cada vez mais orientadas para o que interessa à audiência, em vez de para o que a audiência precisa saber” (p.21). Para Patterson, “as matérias do gênero têm grande aceitação popular”, mas assinala que a idéia segue uma linha contrária ao “ideal do jornalismo de fornecer aos cidadãos a compreensão clara do seu papel na sociedade” (p. 43).

O mesmo autor ressalta ainda que “as notícias consideradas sensacionalistas reduzem a qualidade da informação”, dentro de uma percepção crítica, visto que notícias que não contribuem para o desenvolvimento da sociedade estão sendo veiculadas de forma intensa nos veículos de comuni-

cação. Frente à questão, também observa Comassetto (2005b) que se deve manter um senso crítico das informações, sobretudo da área policial, que segundo apurou o autor, são divulgadas de forma exagerada,

A busca pela audiência a qualquer custo, pelo recurso do exagero, da espetacularização do conteúdo, da concorrência, da baixaria, do excesso de improvisação e coloquialismo, tende a gerar desgastes, afeta a credibilidade e impõe riscos futuros.

Em se tratando de rádio, Comassetto descreve que “o rádio perdeu qualidade, baixou de nível e tornou-se, especialmente no caso das AMs, um veículo apelativo”. Destaca que o rádio está tratando as notícias com “exagero na emoção e apelo ao sensacionalismo, quando não descambando para a “baixaria”, em função de demasiada atenção às ocorrências do submundo das cidades, a violência, o crime os desastres”.

Mais do que apontar os problemas sobre o sensacionalismo na mídia e a falta de ética na cobertura jornalística, é necessário propor novas alternativas para incentivar uma consciência mais humana e estabelecer a divulgação de notícias que sejam úteis para a sociedade. O jornalismo sensacionalista é tomado por uma competitiva briga de organizações noticiosas, sempre ressaltando os incidentes dramáticos, crimes e desastres, além da violência urbana que assusta a população. Diante disso, é que se deve repensar a forma em que os meios de comunicação, principalmente o rádio, estão se utilizando para a seleção da informação, já sabendo que a mídia eletrônica é de origem pública e deve estar preocupada também com a responsabilidade social.

## 6 O jornalismo policial no rádio

O jornalismo policial no rádio teve início ainda no século passado e atualmente ainda é considerado um dos principais produtos das emissoras. Segundo Lopes (1988), a maior parte das informações policiais era transmitida normalmente por emissoras radiofônicas não populares, e através de inserções durante os noticiários. No sentido de repassar ao ouvinte uma notícia mais séria, devido ao caráter do meio na época, os fatos como assaltos, roubos e crimes eram agrupados em uma única seção. Dessa forma, dava-se mais espaço para informações gerais, abordando política, economia e esporte, e determinando sempre um conteúdo informativo. As notícias policiais também ganhavam tratamento especial, evitando-se a distorção e o exagero na veiculação dos fatos.

Nas emissoras radiofônicas mais populares, a abordagem para o fato policial já aparecia com mais destaque. As notícias eram veiculadas através de programas durante a programação das emissoras como: Gazeta, Globo e Tupi. De acordo com Lopes (1988), as informações eram transmitidas por um “repórter policial com locução agressiva e certo toque sensacionalista” (p. 125). Os programas policiais nas emissoras populares ainda destacavam-se pela fórmula de transmitir a notícia juntando um estilo de rádio-teatro e jornalismo.

Nesse contexto, a expressividade do jornalismo policial foi tomando proporções crescentes, destacando-se como de maior audiência no rádio e na penetração das classes sociais de baixa renda. Isso, por ser um veículo de fácil acesso, barato e que pode ser ouvido em qualquer local. Além disso, somente o rádio tem a vantagem de difundir

a informação localizada e que está próxima do acontecimento. Conforme relata Lopes (1988), a receita de sucesso do noticiário policial baseia-se simplesmente na narração e dramatização dos próprios fatos, “criando um clima de suspense crescente e de envolvimento emocional da rádio novela” (p. 125). Os efeitos e trilhas sonoras para tornar o cenário mais real possível contribuíam para ampliar a tensão dos ouvintes que acompanhavam os fatos contados em forma de história.

O programa policial de maior audiência entre as rádios de São Paulo foi o principal guia para o aumento do gênero mais contado, utilizando como base trilhas sonoras e o suspense, tornando a narração do locutor mais realista. Gil Gomes, naquela época, na Rádio Record, das 08h às 10h da manhã, atingia picos de 53% de audiência, configurando um novo gênero radiofônico. “De fato, os programas de maior audiência da rádio Record, a emissora mais ouvida pelas classes populares em São Paulo, são do gênero policial, sertanejo e de variedades” (LOPES, 1988, p. 107).

Na programação da emissora Record, que no final da década de 70, início de 80, era a rádio de maior audiência do país, mantinha-se uma grade de gêneros voltados à “música popular, variedades e policial”, considerada pela autora povão e “que é característico de São Paulo para todo o Brasil” (p.116). Conforme Lopes (1988), o conjunto dos gêneros variados é que “melhor expressam o discurso popular”, principal motivo que manteve a emissora com grandes picos de audiência.

Os programas policiais nas emissoras de rádio são, na maior parte das vezes, os de audiência e que atraem com mais veemência a

atenção do público. Atualmente os meios de comunicação, sem restrições a qualquer veículo, têm direcionado espaços para acontecimentos do gênero. Para o apresentador de um programa policial no SBT (Florianópolis, SC), Hélio Costa<sup>1</sup>, os programas policiais têm que informar, denunciar e divulgar as informações sobre o dia-a-dia do que acontece em cada região. Ele explica que existe uma briga entre os veículos para divulgar a matéria “em primeira mão, com exclusividade”, para “valorizar” o trabalho que é feito pelo repórter da área. É comum, segundo Costa, uma atenção grande com a manchete de impacto, isso para garantir a audiência e apelo popular. Pontua ainda que as notícias policiais que são veiculadas são as mais relevantes e que podem despertar maior interesse do público. Contudo, ressalta que, “se o cara é vagabundo, eu chamo de vagabundo, se o cara é bandido, é bandido”. Defende ainda que a idéia não é só mostrar o “marginal”, mas mostrar para a população o trabalho da polícia.

De acordo com o repórter da RBS-TV (Chapecó, SC), Claudério Augusto<sup>2</sup>, o jornalismo policial tem que informar. As notícias mais veiculadas são de “assaltos, tráfico, furtos e roubos”, ou seja, informações que são colhidas junto à delegacia e principalmente com autoridades policiais que são as fontes oficiais. Reitera ainda que somente notícias de maior impacto são veiculadas com o sentido de atender os interesses da comunidade.

Nesse contexto, o repórter da Rádio

<sup>1</sup> COSTA, Hélio. Depoimento ao autor, 21/03/2005, Florianópolis.

<sup>2</sup> AUGUSTO, Claudério. Depoimento ao autor, 01/06/2005, Chapecó.

Guaíba (Porto Alegre, RS), Márcio Pessoa<sup>3</sup>, mostra-se mais preocupado com a notícia policial. Relata que “a editoria de polícia presta hoje no Brasil um desserviço à população”, ainda mais quando uma parcela da sociedade vive “em áreas de baixa renda”. Para Pessoa, o jornalismo policial praticado atualmente pela imprensa brasileira “seria mais interessante para países desenvolvidos, onde o público-alvo na maior parte das vezes tem aporte cultural para interpretar de forma menos nociva os crimes”. O repórter critica a forma atual dos programas do gênero e declara que “a imprensa brasileira incentiva o crime e glamouriza o bandido”. Nessa visão, descreve que algumas matérias veiculadas pela mídia amedrontam a população, produzindo criminosos e mostrando a facilidade de se cometer os delitos.

Para Pessoa, o bom repórter “é aquele que consegue narrar o contexto social dos protagonistas desta guerra social, os criminosos, as vítimas e os policiais”, a ponto de “contextualizar as circunstâncias do crime, os motivos pelos quais ele foi cometido, e dividir isto com o público”. O jornalista ainda menciona que o jornalismo policial do rádio se “tornou pretensioso, despreocupado e pouco cuidadoso com os efeitos”, pela necessidade da mídia brigar pela audiência.

No Rio de Janeiro, onde a violência é tomada por proporções mais significativas, o repórter da Rádio Tupi, Alberto Brandão<sup>4</sup> (RJ) afirma que a informação nem sempre é “agradável”, por isso, os acontecimentos são narrados conforme os dados são colhidos junto à fonte (polícia ou vítimas). O

<sup>3</sup> PESSOA, Márcio. Depoimento ao autor, 18/04/2005, Porto Alegre.

<sup>4</sup> BRANDÃO, Alberto. Depoimento ao autor, 31/05/2005, Rio de Janeiro.

papel do jornalismo policial é buscar a notícia de forma objetiva e verdadeira, contudo, ressalta que “qualquer notícia” é importante, pois toda sociedade gosta de ficar sabendo sobre um acidente e uma enchente ou fatos que envolvem o setor de segurança pública.

De acordo com Brandão, o sensacionalismo na mídia é muito comum. Segundo ele, em alguns veículos de imprensa, “se a vítima não chorar”, a matéria não é aprovada pelo departamento de jornalismo. O repórter da Rádio Tupi explica ainda que os programas policiais da atualidade nos meios de comunicação estão dentro de um padrão que conta com a audiência e a necessidade de comercial do veículo de imprensa, que precisa de “dinheiro” para manter-se, como qualquer outra empresa.

O apresentador dos programas policiais da Rádio Aliança (Concórdia, SC), Luiz Antonio Paludo<sup>5</sup>, descreve que a editoria de polícia tem a função de “esclarecer e investigar os acontecimentos”. Afirmo que a mídia explora e supervaloriza a violência, por isso, trata os fatos com sensacionalismo. O apresentador explica também que o discurso para tornar a notícia policial mais “digerível” é utilizando o humor, já que garante que esse estilo não prejudica a credibilidade e nem a qualidade da informação que está sendo veiculada.

Na visão dos dois repórteres policiais da Rádio Rural (Concórdia-SC), Sérgio Priman<sup>6</sup> e Marcos Feijó<sup>7</sup>, o jornalismo de polícia é para informar, investigar e orientar a

<sup>5</sup> PALUDO, Luiz Antonio. Depoimento ao autor, 20/05/2005, Concórdia.

<sup>6</sup> PRIMAN, Sérgio Luiz. Depoimento ao autor, 11/04/2005, Concórdia.

<sup>7</sup> FEIJÓ, Marcos. Depoimento ao autor, 11/04/2005, Concórdia.

população. Priman diz que o profissional da área não deve omitir opinião sobre o fato. Contudo, Feijó ressalta a importância da notícia de polícia para “abrir os olhos da comunidade”. Alerta ainda que a editoria deve evitar o excesso, ou seja, o repórter “deve ir até o limite do que é necessário. A partir daí, vira exploração barata do assunto”. Priman confirma que a notícia policial está, de fato, supervalorizada nos meios de comunicação. Ele acredita que o ouvinte está acostumado a receber todos os dias informações que chocam ou escandalizam a sociedade. “Se continuar assim, dar uma informação da morte de um bebê será a mesma coisa que falar da viagem do presidente”.

O repórter da editoria de polícia da Rádio Gaúcha (Porto Alegre, RS), Giovani Grizotti<sup>8</sup>, explica que é preciso tratar a notícia policial com isenção, sem explorar as tragédias pessoais de todas as partes envolvidas, incluindo também o “bandido”. Segundo ele, a imprensa tem que cobrar melhorias na segurança, identificar as falhas e ouvir da população quais são suas necessidades. O repórter verifica ainda que “talvez falte um pouco da mídia identificar também as “causas da criminalidade”, que não estão apenas ligadas à deficiência na segurança pública, mas também à falta de educação e emprego”.

A notícia de polícia é uma das áreas mais complexas do jornalismo moderno e que começa a despertar da crítica um embate mais forte sobre o que está sendo veiculado em programas jornalísticos do gênero. O discurso dos repórteres e apresentadores de pro-

<sup>8</sup> GRIZOTTI, Giovani. Depoimento ao autor, 18/04/2005, Porto Alegre.

gramas policiais não condiz, na maior parte, com a própria realidade do que está sendo praticado. Atualmente, a mídia não está cumprindo com a sua principal função, que é a de esclarecer a opinião pública e de levar conhecimento e cultura à sociedade em que está inserida. Os programas, nesse sentido, seguem uma linha, a grosso modo, mais interessada na audiência e na questão econômica. Relatam episódios envolvendo a sociedade, mas sem o devido aprofundamento das causas e conseqüências. Na maioria das vezes, apenas lêem ocorrências conforme coletadas na fonte, ou seja, nos departamentos policiais e outros órgãos de segurança.

## 7 O rádio em Concórdia e o jornalismo policial

A implantação do rádio em Concórdia foi fundamental para o desenvolvimento da sociedade, mesmo quando utilizado para a comunicação agroindustrial de pequenos agricultores integrados e no campo político. Desde a sua origem no município, o rádio já tinha parte de sua programação voltada à área agrícola, por isso, desde o início, foi visto como um instrumento importante para a comunicação com os agricultores.

A partir da década de 60, por ser o único meio de comunicação que chegava aos domicílios de forma mais acentuada, e pela precariedade das linhas telefônicas, que não estavam disponíveis ao interior, o rádio mostrava-se verdadeiramente útil, servindo como meio de difusão de novas tecnologias na criação de suínos e aves. Desde sua origem, a ainda Rádio Sulina, hoje Rural AM, adquirida pela Sadia em 1956, tinha a finalidade de ser essencialmente voltada ao “ho-

mem do campo”. Contudo, foi utilizada também com finalidade política, “seja para a projeção de candidatos de interesse da empresa, seja para evitar críticas de grupos não alinhados com a conduta da Sadia ou dos políticos que interessavam a ela” (COMASSETTO, 2005, p. 120).

Décadas se passaram, o rádio concordiense modernizou-se tecnologicamente, profissionalizou-se e se enraizou como meio de comunicação essencial não somente ao agricultor, mas também à população da região urbana, que buscava informação e entretenimento. Por isso, a necessidade de uma programação mais popular, eclética e que atingisse necessariamente o maior número de cidadãos e não mais somente a classe agrícola, como era o objetivo quando de seu surgimento. Os interesses comerciais, já pensando em retorno financeiro, fizeram com que os programas voltados ao gosto popular se acentuassem.

É nesse sentido que programas policiais, que já vinham conseguindo audiência em emissoras populares em capitais, vieram, com grande resistência, a ser implantados também em rádios de Concórdia. A Rádio Rural, ainda sob o comando da empresa Sadia nos anos 80, abriu espaço para a implantação de um programa do gênero, por isso é considerada a pioneira em programação específica de jornalismo de polícia. Segundo o relato de antigos funcionários da emissora, o primeiro programa de polícia, o “Repórter Policial”, foi ao ar no início de 1981. Antes disso, as informações eram incluídas dentro dos programas de jornalismo geral. De acordo com Júlio Mocelin<sup>9</sup>, apresentador do

<sup>9</sup> MOCELIN, Júlio. Depoimento ao autor, 02/05/2005, Concórdia.

primeiro programa de polícia do rádio concordiense, o início foi agitado, pois o gerente da Rádio Rural, na época Clélio Ivo Dal Piaç, não acreditava no novo programa, que se destacaria no futuro. O grande negócio nos anos 80 era o jornalismo geral e a atenção redobrada com o esporte, que tinha bastante destaque na programação da emissora.

De acordo com Mocelin, o “Repórter Policial” tinha duração de 15 minutos e começava às 6h45, terminando às 7h. Era o único que fazia essencialmente cobertura dos fatos que ocorriam na cidade, como: assaltos, prisões e acidentes de trânsito. Para ele, o jornalismo policial praticado naquela época tinha diferenças bem distintas do que é feito atualmente, mas confirma que as notícias, na maioria, vinham da Delegacia de Polícia ou fontes oficiais. Segundo o apresentador, na época o jornalismo policial “não se atinha aos detalhes pequenos”. Sem concorrência, a emissora dava atenção somente às notícias de maior impacto. Lembra ainda que, pela deficiência dos meios de contato, a comunicação era muito precária, até “para localizar uma vítima era muito difícil”. As matérias eram feitas a pé, no centro da cidade, devido à emissora não possuir carro, e eram poucos os que tinham telefone.

Segundo o relato de Mocelin, o repórter, na época, que “cuidava exclusivamente de polícia”, tinha um contato muito próximo com as autoridades, além disso, “era muito rara a ação policial que não nos convidasse para ir junto”, e para dar mais realismo ao fato. Lembra ainda que a polícia tratava a imprensa de forma diferenciada, pela necessidade de mostrar à população o que estava sendo feito.

Em 1985, Mocelin deixou a emissora e

adaptou o programa de polícia que vinha sendo feito pela Rádio Rural na Rádio Aliança, levando grande parte da audiência que fora conquistada na emissora em que trabalhava. No ano seguinte, para dar mais força ao jornalismo policial, que era um dos principais produtos de apelo popular e comercial, a Rádio Aliança contratou Luiz Antonio Paludo, que já havia trabalhado na Rádio Rural, mas tinha saído para atuar em uma emissora de Aratiba, no Rio Grande do Sul. A dupla, segundo Paludo<sup>10</sup>, acompanhou e narrou os dois principais fatos que marcaram a área policial de Concórdia em toda a sua história. Um é a morte do empresário Narciso Colla, quando teve seu estabelecimento comercial assaltado, e o outro é o assassinato do almoxarife Edemar Tondello, que foi morto com violentos golpes de faca, tendo partes de seu corpo mutiladas. O crime, provavelmente por motivos passionais, ainda hoje está envolto em mistérios.

No primeiro caso, relata Paludo, o trabalho da polícia foi acompanhado de perto, a ponto, de transmitir a prisão dos “bandidos”. Lembra ainda que a troca de tiros foi transmitida ao vivo, para deixar o acontecimento mais real. No segundo caso, que muitos da imprensa consideram o assassinato mais bárbaro de toda a história de Concórdia, Mocelin afirma que, duas vezes por semana, durante muitos anos, o assunto voltava a ser manchete no programa “Plantão de Polícia” (Aliança). De acordo com ele, o trabalho dos meios de comunicação era tão intenso, que o governador da época, Pedro Ivo Campos, autorizou o repórter a participar das prisões dos envolvidos junto ao DEIC, em várias regiões

<sup>10</sup> PALUDO, Luiz Antonio, Depoimento ao autor, 06/05/2005, Concórdia.

do país, como: São Paulo, Rio de Janeiro e Mato Grosso. Além disso, Mocelin também viajou com a Polícia para o Paraguai, com o intuito de encontrar mais suspeitos de participação no crime que “comoveu Concórdia pela crueldade como ocorreu”.

Em 1986, a Rádio Rural, para tentar desestruturar a equipe de polícia que estava na emissora concorrente, contratou João Carlos Fortes<sup>11</sup>, que trouxe de Chapecó um estilo novo de fazer programas policiais. Implantou-se o programa “Páginas Amarelas do Crime”, que, com um toque sensacionalista, alcançava bons índices de audiência. De acordo com o apresentador, o programa seguia uma “linha mais investigativa” e também supervalorizava a notícia, que era apurada paralelamente com a investigação da própria polícia. Afirma ainda que era o responsável pela matéria mais impactante do dia, ficando responsável pelas ocorrências corriqueiras, menos importantes, como extravio de documentos, briga de marido e mulher, golpes e pequenos acidentes, o então repórter Dolmar Frizon.

De acordo com Fortes, há 20 anos, os programas policiais que estavam no auge eram os que desafiavam os “bandidos”, “autoridades” e quebravam o protocolo. O “agito” que era feito em cima das notícias era o que mais chamava a atenção e causava impacto na sociedade. Um “jargão”, segundo Fortes, que marcou o jornalismo policial da emissora durante o programa “Páginas Amarelas do Crime”, foi o seguinte: “tem peixe grande na rede”. A frase sempre dava a entender ao ouvinte que a polícia havia efetuado uma prisão, às vezes, de pessoas conhecidas na so-

<sup>11</sup> FORTES, João Carlos, Depoimento ao autor, 27/05/2005, Concórdia.

cidade, que merecia até um destaque maior dentro da programação policial.

O gerente da Rádio Rural, na década de 80, Clélio Ivo Dal Piaç<sup>12</sup> afirma que os programas policiais se intensificaram a partir de 1985 nas emissoras locais. Segundo Clélio, “não se apostava tanto em polícia”, pela região não ser violenta e o esporte e o jornalismo geral apresentarem mais representatividade na sociedade. Contudo, pelo fato da audiência e retorno financeiro, os programas do gênero “emplacaram”, e hoje ainda estão em destaque na programação das duas emissoras de rádio de Concórdia.

Passados quase 25 anos, o jornalista critica o exagero e a grande atenção dispensada pelas emissoras de rádio aos programas de polícia, devido à “região ser muito tranquila”, comparando com outras do Estado e país. Clélio lembra ainda que os programas policiais modernos evoluíram. Com isso, a notícia é “melhor tratada”, e a lei de imprensa e os danos morais estão evitando certos abusos nos programas policiais voltados ao esclarecimento público.

## 8 Rotinas de produção no jornalismo concordiense

Atualmente, as duas emissoras AM de Concórdia têm diariamente programas específicos de cobertura policial. A rádio Aliança veicula o “Plantão de Polícia” nos horários das 6h35 às 06h50, 7h30 às 7h45 e 11h10 às 11h25. A Rural, por não possuir um programa específico de jornalismo policial, intercala as notícias do gênero no programa Visão Geral, das 6h30 às 6h50, no programa

<sup>12</sup> DAL PIAZ, Clélio Ivo. Depoimento ao autor, 02/05/2005, Concórdia.

Show da Manhã, das 11h05 às 11h50, e às 15h no programa Tarde Legal. Todas as participações são feitas pelos repórteres que fazem a cobertura local e regional dos fatos.

As informações não se limitam a esses horários. Ambas as emissoras dedicam acentuada atenção às ocorrências do gênero durante a sua programação. Tanto que boa parte das notícias veiculadas nos principais noticiosos das rádios Aliança e Rural refere-se à área da segurança.

Em se tratando especificamente dos programas dedicados à cobertura policial, o que se percebe é o foco nos fatos rotineiros, factuais, com exploração do ocorrido em suas conseqüências, sem maior preocupação em investigar as causas dos problemas e os reflexos para a comunidade.

Na Aliança, o programa policial tem em média 20 minutos. Desse tempo, o apresentador utiliza aproximadamente 11 minutos para divulgar os fatos repassados diariamente pelas Polícias Militar e Civil, Corpo de Bombeiros, Polícia Rodoviária Estadual e Federal, ou seja, o relatório das fontes oficiais. As narrativas policiais das demais ocorrências pouco escapam do supérfluo, pelo fato de as notícias serem relacionadas, na grande maioria, a pequenos acontecimentos do cotidiano, como: acidentes de trânsito, arrombamentos, pequenos furtos e brigas familiares, entre outros, que, observados criticamente, não contribuem para o esclarecimento da sociedade e o fortalecimento da opinião pública.

O repórter ainda faz a leitura na íntegra de relatórios e ocorrências, intercalando as chamadas publicitárias “ao vivo” entre as notícias. A necessidade de informar em quantidade e não em qualidade é de fato uma realidade. Os patrocinadores também são uti-

lizados pelo apresentador para se sobressair na ausência de informações. Os comerciais em média utilizam apenas quatro minutos do programa. Contudo, são feitos em horários impróprios, como na abertura do programa. Ao invés de apresentar informações que atraiam o interesse do ouvinte, o repórter abre o programa com um “Bom Dia” e menciona a lista com os patrocinadores<sup>13</sup>.

As informações de utilidade pública<sup>14</sup> são também veiculadas nos programas policiais. São assuntos de ordem administrativa da Delegacia de Polícia, Fórum, entre outros, que também permeiam os programas do gênero, utilizando uma média de três minutos do programa. Os avisos são feitos pelo apresentador em um bloco de forma bastante objetiva. A utilidade pública também é função do rádio local (Cebrián Herreros, 2001). O problema é quando informações dessa natureza se sobrepõem ao conteúdo de maior importância para um programa do gênero.

Ainda é notório o número pequeno de matérias (reportagem) que são produzidas pelos dois repórteres que são ligados à editoria de polícia da Aliança. Durante os cinco dias observados, somente uma notícia foi veiculada<sup>15</sup>. A entrevista “ao vivo” durou aproxi-

<sup>13</sup> O programa “Plantão de Polícia” da Aliança tem cinco patrocinadores. Ambos são lidos “ao vivo” pelo apresentador três vezes durante os 20 minutos do programa.

<sup>14</sup> O apresentador todos os dias faz o anúncio de uma lista com nomes de pessoas que devem comparecer na Delegacia e Fórum. Ainda, inclui-se no mesmo tempo a divulgação de “achados e perdidos”, ou seja, o apresentador divulga a perda de documentos, chaves, entre outros.

<sup>15</sup> A única matéria produzida era sobre o assassinato de um agricultor no interior de Concórdia, e um dos suspeitos estava próximo de se apresentar às autoridades policiais.

madamente dois minutos e foi feita pelo telefone, sem a necessidade de deslocamento de repórter para apuração mais aprofundada do fato. Isso sugere que a emissora não possui uma estrutura de reportagem, e, além disso, o repórter se limita à fonte oficial, como de fato ocorreu na única matéria divulgada durante os cinco dias do programa observado por este estudo.

A fonte do jornalismo policial, como já foi citado, é basicamente a oficial<sup>16</sup>. As coberturas feitas no local do acontecimento estão praticamente extintas das redações. Somente quando o fato apresenta proporções realmente graves é que a cobertura é feita através de um repórter selecionado pela emissora. As fontes oficiais, na maior parte das vezes, repassam ao repórter o acontecimento, mas não com uma visão jornalística, de forma isenta. Dessa forma, pode a notícia perder em qualidade, uma vez que o repórter apresenta dificuldade para relatar o fato ao ouvinte. Além disso, é fácil ocorrer equívocos<sup>17</sup> na veiculação da notícia. Algo comum em Concórdia é a rivalidade entre as duas emissoras. Há uma disputa na divulgação das informações, no sentido de furar o concorrente, sem se certificar primeiro do ocorrido, o que pode acarretar erro ou superficialidade na divulgação dos fatos.

<sup>16</sup> Todas as informações que foram veiculadas na programação dos cinco dias na Aliança (quase 100%), foram repassadas pela fonte oficial. Ex: Delegacia de Polícia, PRE, PRF, etc.

<sup>17</sup> Um fato que chama a atenção para essa questão foi quando um repórter da Rádio Rural ligou para a Polícia Militar, e o soldado de plantão informou que no centro da cidade estava acontecendo uma tentativa de homicídio, quando era uma tentativa de suicídio. A manchete do repórter foi ao ar, criou-se uma expectativa e falsa idéia do ocorrido, porque depois teve que se retificar a notícia.

Os comentários personalizados também são constantes nos 20 minutos de programa. Isso diminui a credibilidade e a qualidade da informação, visto que, não raramente, cai-se na baixaria, como, por exemplo: O locutor, ao ler na íntegra uma ocorrência registrada na Delegacia de Polícia, que se tratava de uma briga familiar, relatou o caso conforme o boletim, tornou público o nome dos envolvidos, e, além disso, divulgou frases ditas pelos envolvidos, baixando o nível do programa desnecessariamente<sup>18</sup>. Para finalizar, ainda comentou o apresentador: “brigar e ofender sogra é pedir para levar na cabeça”.

Em outra situação, o repórter começou uma discussão com o apresentador do programa de jornalismo geral, que o indagou pedindo sua opinião sobre as declarações do presidente do Câmara dos Deputados, Severino Cavalcanti, que disse que uma de suas metas era aumentar o salário dos parlamentares. O apresentador do “Plantão de Polícia” mostrou-se desinteressado e desatualizado no assunto. No entanto, não perdeu a chance e ironizou o deputado federal<sup>19</sup>. Num jornalismo policial que se pretende sério e esclarecedor, fatos como esses nada acrescentam.

Com um estilo mais jornalístico, pelo menos é o que se percebe, a rádio Rural inclui as informações policiais dentro de um programa noticioso que também traz informa-

<sup>18</sup> O relato feito pelo apresentador do programa da Aliança foi o seguinte: “Ele me chamou de P.U.T.A e fedida”.

<sup>19</sup> De forma irônica e com risos, no estilo de falar nordestino, o apresentador comentou: “O Severino agora assumiu a presidência... é brincadeira”. Outro trecho: “Bom, eu morro e não vejo tudo”, comentário sobre a eleição do deputado federal Severino Cavalcanti.

ções gerais<sup>20</sup>. Ao contrário do que faz a emissora concorrente, o programa policial da Rural traz primeiro as manchetes dos assuntos que serão posteriormente mais detalhados pelos dois repórteres da editoria.

O programa da Rural tem duração média de 15 minutos. Aproximadamente oito minutos são de informações, incluindo divulgação de ocorrências registradas na Delegacia de Polícia, que tem cerca de cinco minutos diariamente, utilidade pública<sup>21</sup>, e as matérias produzidas pela própria editoria da emissora. Os comerciais<sup>22</sup> ocupam em média três minutos da programação, intercalados entre as notícias, com textos “ao vivo e gravados”.

Além do que já foi dito, a Rural ainda têm veiculado com frequência matérias com participação de entrevistados. Das seis veiculadas durante a semana observada, quatro se ativeram a fontes oficiais<sup>23</sup>, e duas com pessoas ligadas às vítimas. As matérias em média tinham duração de dois minutos, e constituíram o principal assunto do dia.

<sup>20</sup> O programa que utiliza a equipe com dois repórteres de polícia está incluído dentro do noticioso Visão Geral, que começa às 6h30 e vai até as 8h. Contudo, das 6h35 até 6h50, somente notícias policiais são divulgadas.

<sup>21</sup> A utilidade pública do programa da Rural segue o padrão do apresentado pela Aliança. Os avisos são de ordem administrativa da Delegacia de Polícia e Fórum, e são divulgados pelo próprio repórter.

<sup>22</sup> Dentro do bloco de notícias de polícia na Rural são veiculados comerciais de quatro patrocinadores. Ambos são lidos “ao vivo”, exceto um em que a propaganda é gravada.

<sup>23</sup> Uma das matérias feitas pelo repórter policial da Rural foi com o mesmo entrevistado da Aliança. Ambas as notícias foram veiculadas no mesmo dia e se tratando do mesmo assunto. O assassinato de um agricultor no interior de Concórdia e a possibilidade de um dos autores do crime se apresentar às autoridades.

Em algumas situações também é possível verificar que o repórter utiliza, ao relatar as notícias, a linguagem técnica e o jargão policial, que, em algumas situações, pode ser considerada pejorativa<sup>24</sup>.

As narrações das ocorrências policiais também são feitas na íntegra, sem uma apuração minuciosa do fato. O que parece, no entanto, é que os programas divulgam o que está escrito na ocorrência policial, sempre tomando o relato como verdadeiro, sem outra versão. Na maior parte dos casos, o repórter da Rural evita a divulgação de nomes de vítimas ou envolvidos com a polícia. São veiculadas somente as iniciais, o que ajuda a diminuir possíveis problemas com a justiça, pelo fato de alguém se sentir ofendido<sup>25</sup>.

Outro ponto importante para destacar diz respeito à leitura de informações que são publicadas em jornais de circulação em todo o Estado, como: A Notícia, Diário Catarinense, entre outros. São notícias de âmbito nacional, estadual e regional com apelo popular<sup>26</sup>. A seleção é feita às pressas, minutos antes do programa entrar no ar.

Por fim, os comentários são desnecessários em algumas matérias veiculadas pelo repórter. Em uma das notícias que tratava so-

<sup>24</sup> Nas entrevistas com as fontes oficiais, por várias vezes, o repórter utilizou-se de “elementos”, como é comum na linguagem policial, para referir-se aos suspeitos de envolvimento em um crime.

<sup>25</sup> Caso a vítima tenha o nome veiculado pela imprensa, e caso esteja sentido-se prejudicada, poderá recorrer na justiça, pedindo indenização por danos morais, etc.

<sup>26</sup> Durante a semana, o repórter noticiou três informações sem nenhuma ligação local. Entretanto, as notícias causavam impacto perante o público, por tratar da condenação de quatro pessoas envolvidas com estupro na região da cidade Itapiranga, no meio oeste catarinense.

bre a confissão de um assassino que assumiu a autoria do crime no ar, em uma emissora de litoral, o apresentador comenta: “Se tem alguém aí pensando em matar alguém, aborte esse pensamento, pra não dar uma declaração dessas depois aqui. Eu estou arrependido. Aí não adianta nada”.

Os programas policiais da Rural e Aliança seguem a mesma tendência de supervalorizar a notícia policial, disponibilizando, na programação das emissoras, espaços significativos para veiculação. Além disso, grande parte das informações é voltada à busca de audiência, às vezes, ultrapassando os limites éticos da profissão de jornalista. A apuração das causas e aprofundamento dos fatos está fora de cogitação em ambas as emissoras. A maior preocupação é no sentido de cativar a audiência pelo relato da intriga ou do chocante, às vezes, ressaltado pelo comentário pessoal do apresentador. Não se investiga, pouco se entrevista e não se importa se o relato contribuirá ou não para melhorar a sociedade. O importante é o show. Isso é jornalismo?

## **9 O jornalismo policial responsável: uma proposta a título de conclusão**

Os meios de comunicação são peças fundamentais para o desenvolvimento da sociedade, conforme já citado nos capítulos anteriores. No entanto, é importante ressaltar essa função essencial, que muitas vezes é desconsiderada pela maior partes dos veículos de informação. A mídia atualmente está se atendo muito ao apelo popular e ao gosto da audiência. Por isso, está esquecendo o

que é o mais importante para a informação com responsabilidade social.

Confirma Patterson, que “a procura incessante de matérias apelativas vai contra o ideal do jornalismo de fornecer aos cidadãos a compreensão clara do seu papel na sociedade”. Alerta ainda que “a melhor forma de atrair o público para as notícias é oferecer-lhe um relato equilibrado das questões” (2003, p. 43). É nesse sentido que a mídia pode contribuir, ao passo de fortalecer a opinião pública, esclarecer a sociedade e trabalhar para o desenvolvimento comunitário.

O jornalismo responsável tem como objetivo propor uma investigação mais aprofundada dos fatos, coberturas mais amplas e discussões mais democráticas, para melhorar as condições culturais e sociais dos cidadãos. Apurar também com mais fundamentação todas as notícias que são veiculadas nos meios de comunicação, filtrando o que pode ou não contribuir para melhorar o dia-a-dia das pessoas. Segundo Medina, “há no compromisso social da comunicação popular a busca pela clareza e pela precisão a serviço da eficiência da mensagem; se isso não acontecer, não se estabelece comunicação” (*apud* FRIDERICHS, 2002, p. 68). Da mesma forma, o sensacionalismo não deve se sobrepôr ao acontecimento.

Especificamente sobre o rádio, é visível a necessidade de uma reestruturação da programação, em parte, até pela importância que o veículo apresenta como mediador social e cultural. Escreve Rosen, que o jornalismo tem função de atuar no “reforço da cidadania, melhorando o debate público”, dessa forma, estabelecendo uma ligação mais forte com a sociedade, que é um dos pontos importantes do rádio local, ainda

mais numa época em que os conglomerados que atendem o público no contexto mais amplo e global estão em evidência (*apud* TRAQUINA, 2001, p. 180). Por isso, ao invés de informar o público com notícias apelativas, o melhor a fazer é divulgar informações que possam desenvolver o conhecimento e ajudar a comunidade a ter uma visão mais ampla dos assuntos, elevando-se, de forma mais ética, o interesse da audiência, já que está é necessária para a viabilização comercial da emissora.

Por este motivo é que este estudo entendeu que deveria sugerir uma nova proposta de jornalismo policial. Não que tenhamos a pretensão de ser os donos da verdade. Também não queremos dizer que o que está sendo feito é errado. Acreditamos, todavia, que diante da função social da mídia e de acordo com as idéias dos autores aqui citados, é possível trabalhar em prol de um jornalismo mais profissional e esclarecedor, sem, contudo afetar a audiência das emissoras. Estas, pela maneira como abordam as questões, até reduzem parcela significativas da população. Entretanto, ao ligar o rádio, o ouvinte está quase sempre exposto aos discursos que não demonstram nenhuma orientação para a solução dos problemas existentes na comunidade.

Perguntamos, então, se é possível conciliar as duas coisas: audiência e responsabilidade social. Acreditamos que sim e, como parte prática deste trabalho, acrescentamos a proposta de um programa policial que julgamos relevante e atrativo, sem ser sensacionalista a atingir a identidade moral dos cidadãos, não importando a que classe social pertençam. Estamos cientes também de que tal proposta contribui para o estabelecimento de

uma sociedade menos violenta e mais digna de seus valores morais e culturais.

O programa aqui anexado aborda um problema corriqueiro em Concórdia, que são os acidentes envolvendo condutores de motocicletas. Pela proposta, ao invés de meramente relatarmos os acidentes, como geralmente acontece nas emissoras locais, preferimos discutir as causas do problema, as limitações do trânsito local, os perigos a que estão expostos os motoqueiros e também as possíveis infrações praticadas por estes. Eventuais soluções ou diminuição das ocorrências também foram discutidas.

O programa teve por proposta abordar um único assunto e discuti-lo a fundo. Em nosso entendimento, de nada adianta relatar uma série de ocorrências sem nexos entre elas, com o fito apenas de angariar audiência pelo viés hilário, vulgar ou chocante. Também condenamos o jornalismo fácil, de simples leitura das ocorrências apanhadas em cima da hora nos departamentos ou órgãos de segurança. Se tal proposta ao menos contribui para um repensar do jornalismo hoje praticado pelas emissoras, acreditamos que este trabalho terá valido a pena.

## 10 Referências

- BARBEIRO, Heródoto. *Radiojornalismo cidadão*. In. BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Ângelo; BENETON, Rosana (org.). *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La rádio*

- em la convergência multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. *Radio-jornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.
- COMASSETO, Leandro Ramires. *A voz da aldeia: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global*. Tese de doutorado. Porto Alegre, PUCRS, 2005a.
- COMASSETO, Leandro Ramires. *As razões do título do lead: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia*. Concórdia: UnC, 2003.
- COMASSETO, Leandro Ramires. O rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global. In. III Seminário Internacional latino-americano de pesquisa em comunicação. *Anais...* São Paulo, Alaic, 2005b.
- DEL BIANCO, Nélia. *udo vai mudar quando o digital chegar*. In. BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Ângelo; BENETON, Rosana (org.). *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.
- FRIDERICHS, Bibiana de Paula. *A comunicação popular no rádio comercial*. Passo Fundo: UPF, 2002.
- JORNAL Nacional: a notícia faz história/Memória Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2004.
- LOPES, Maria V. Immacolata. *O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social*. São Paulo: Loyola, 1988.
- McLEISH, Robert. *Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio. Os grupos de poder e determinação dos conteúdos*. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda, 2000.
- PATTERSON, Thomas. *Tendências do jornalismo contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia?* In. *Revista Mídia & Jornalismo*. Lisboa: Minerva/Coimbra, a.2, n.2, p.19-47, abril, 2003.
- PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Lizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: PUCRS, 2001.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XXI*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

## **Entrevistas**

AUGUSTO, Claudério. *Apresentador e repórter policial da Rádio Super Condá, Chapecó, SC.* Entrevista: 01/06/2005.

BRANDÃO, Alberto. *Repórter da Rádio Globo. Rio de Janeiro, RJ.* Entrevista: 31/05/2005.

COSTA, Hélio. *Apresentador de TV do SBT. Florianópolis, SC.* Entrevista: 21/03/2005.

DAL PIAZ, Clélio. *Jornalismo e ex-gerente da Rádio Rural. Concórdia, SC.* Entrevista: 02/05/2005.

FEIJÓ, Marcos. *Repórter da Rádio Rural. Concórdia, SC.* Entrevista: 11/04/2005.

FORTES, João Carlos. *Ex-funcionário da Rádio Rural. Concórdia, SC.* Entrevista: 27/05/2005.

GRIZOTTI, Giovani. *Repórter da Rádio Gaúcha. Porto Alegre, RS.* Entrevista: 18/04/2005.

MOCELIN, Júlio. *Ex-funcionário da Rádio Rural, atualmente Repórter da Rádio Aliança. Concórdia, SC.* Entrevista: 06/05/2005.

PALUDO, Luiz Antonio. *Ex-funcionário da Rádio Rural, atualmente apresentador e repórter da Rádio Aliança. Concórdia, SC.* Entrevista: 20/05/2005.

PESSOA, Márcio. *Repórter da Rádio Guaíba. Porto Alegre, RS.* Entrevista: 18/04/2005.

PRIMAM, Sérgio Luiz. *Repórter da Rádio Rural. Concórdia, SC.* Entrevista: 11/04/2005.