

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO RADIOJORNALISMO: UMA APROXIMAÇÃO INICIAL AO CONTEÚDO DO JORNAL DA AURORA¹

Autor Weverton Velasco David²

Autor Fábio Faria PIRES³

Roscéli KOCHHANN⁴

Rafael de Jesus GOMES⁵

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)

Resumo: O presente trabalho analisa o radiojornal “Jornal da Aurora”, um radiojornal diário, produzido pela radio Aurora FM, no município de Alto Araguaia no interior do estado de Mato Grosso. O objetivo principal é verificar quais são os critérios de noticiabilidade utilizados pela rádio Aurora. Para atender ao objetivo da pesquisa foi realizada uma análise do conteúdo transmitido pelo Jornal da Aurora no dia 05 de julho de 2016. O estudo aponta a relevância como o principal critério adotado pelos jornalistas para a produção das notícias. Aparecem ainda a proximidade e a notabilidade como critérios considerados importantes na seleção das informações.

Palavras-Chave: Jornalismo, Radiojornalismo, Critérios de Noticiabilidade, Relevância, Jornal da Aurora

1. INTRODUÇÃO

¹Trabalho apresentado na IJ -04 Comunicação e Audiovisual, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduando do 3º Semestre do Curso de Jornalismo da UNEMAT/AIA. E-mail: wevertonvelasco.D@hotmail.com

³ Graduando do 3º Semestre do Curso de Jornalismo da UNEMAT/AIA. E-mail: fabiopires46@live.com

⁴Orientadora do trabalho, Professora Assistente do Curso de Jornalismo da UNEMAT/AIA. E-mail: rosce.li.ko@gmail.com

⁵Co-Orientador do trabalho, Professor Interino do Curso de Jornalismo da UNEMAT/AIA. E-mail: pizzasmutt@gmail.com

O rádio, por sua característica popular, de baixo custo e ser o mais abrangente veículo de comunicação entre todos os meios, mantém informado milhões de brasileiros, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo, pode estar nele presente, o regionalismo, pois segundo destaca Gisela Ortriwano (1985, p. 79) “tendo maior complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais, que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte”. A estes milhões de ouvintes, se dirige um das formas de se fazer jornalismo: o radiojornal que caracteriza-se, basicamente, por ser um tipo de programa que reúne diferentes formas noticiosas (FERRARETTO, 2014).

Partindo das características do meio, o presente trabalho busca analisar o que é notícia para a rádio Aurora FM e quais são os critérios de noticiabilidade substantivos de seleção utilizados em seu radiojornal, “Jornal da Aurora”. A emissora está localizada no município de Alto Araguaia, interior do estado de Mato Grosso, e trata-se da rádio mais ouvida do município.

Considerando que Alto Araguaia se encontra em um cenário interiorano, o principal meio que a sociedade araguaense utiliza para se manter informada é por meio do rádio. Apesar da existência de uma emissora de televisão local e outra emissora de rádio, apenas a Rádio Aurora possui em sua programação um radiojornal diário, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, as 11h, o que na prática, nem sempre acontece.

Para atender ao objetivo proposto pela pesquisa proposta foi necessário, inicialmente, apresentar um breve definição da palavra notícia, segundo autores como Nilson Lage (1979), e Felipe Pena (2002). Buscou-se discutir também, os critérios de noticiabilidade apontados por Traquina (2013) entre outros teóricos, com o intuito de esclarecer quais assuntos são passíveis de se tornarem notícia.

Para, finalmente, entender o que o Jornal da Aurora considera como notícia, realizou-se a análise do conteúdo de uma das edições do radiojornal, com duração de 60 minutos. A edição analisada foi ao ar no dia 05 de julho de 2016. Ela foi gravada e, posteriormente, buscou-se identificar os critérios de seleção empregados para levar as notícias ao ar. Sabe-se que analisar apenas uma das edições permite que a discussão sobre o conceito de notícia utilizado pela emissora seja encerrada. Nesse sentido, o artigo aqui apresentado se trata de um primeiro contato com o conteúdo do radiojornal e o estudo deve ser ampliado em uma segunda fase da pesquisa. Partindo dessa afirmação o presente

trabalho subdivide-se em tópicos: conceito de notícias, critérios de noticiabilidade e valores-notícia e análise.

2. CONCEITO DE NOTÍCIA

Existem vários conceitos atribuídos à palavra notícia, ou ainda há uma série de conotação em relação ao termo informação e a outros tipos de mensagens que não são eminentemente jornalísticas. Segundo Ortriwano (1985):

Genericamente, podemos considerar que informar é dar a conhecer um conjunto de mensagens de atualidade (notícias), através dos distintos meios de comunicação. Existe um material de fatos, notícias, distintos entre si, mas que, agrupados, constituem o ser da informação, igual para todos os meios. As variações estão na seleção, valorização e técnica de elaboração de acordo com o meio que deve difundir-los (ORTRIWANO, 1985, p.89-90).

O autor Nabatino Ramos (1970, p. 136) considera notícia e informação como sinônimas. Ressalta, entretanto que “pode-se dizer, com maior propriedade que a informação é o conteúdo da notícia”. O autor José Luís Alberto (1962) define a notícia como sendo “um fato verdadeiro, inédito e de interesse geral que se comunica a grandes massas, depois de haver sido interpretado e avaliado” (p. 150). Já Juarez Bahia (1972), vai mais a além, para ele “a notícia, como a boa informação jornalística, deve reunir interesse, importância, novidade e veracidade” (p. 17), formando o que ele completa “o objetivo mesmo da informação, sem a qual não há como comunicar” (p. 177).

Definições existem muitas, entretanto vale considerar o que Nilson Lage (1979) define o que é notícia, para ele “é um relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto menos importante” (p. 36). Ele complementa a definição afirmando “permitimo-nos encarar a notícia como algo que se constitui de dois elementos básicos: a) a organização relativamente estável, componente lógico, b) elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente variáveis, que se organizam na notícia o componente ideológico” (p. 37).

Apesar de tantas definições atribuídas à notícia, para que um fato seja veiculado e difundido é preciso passar por um critério utilizado pelos profissionais da imprensa para escolher os fatos que vão ou não virar notícia. De acordo com Felipe Pena (2012, p. 71) “revelar o modo como as notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender o

seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade. Para isso utiliza-se a corrente teórica do *newsmaking*⁶, que considera o trabalho jornalístico a construção social da realidade” (p. 71).

Tendo em vista tais conceitos, entende-se notícia como sendo todos os fatos descobertos, opiniões e assuntos de todas as categorias que seja de interesse público, ou a um determinado público específico. Que atenda a devida apuração, aos critérios de notícia, seleção e construção, para que a informação seja difusa a um determinado público, uma vez que há de se concordar segundo afirma Traquina (2002) os valores notícia variam de acordo com a cultura, a economia, o sistema político e as demais características de cada região. Sendo assim, para determinar a abrangência de um fato, opinião ou serviço, é importante que um jornalista analise, de modo geral, se este possui atualidade, proximidade, proeminência e que seja de interesse público.

2.1 - A Notícia Radiofônica

Partindo das definições de notícia, podemos constatar que existe apenas uma informação para ser difundida tanto pelos veículos impressos como pelos eletrônicos. A notícia é igual para todos os meios, o que muda é a sua característica e como será veiculada, embora tenha conteúdo e natureza diferente das demais. É o que afirma Ortriwano (1985, p. 91) “a informação está sujeita a linguagem do meio, devendo adequar-se a suas características”. No rádio, a notícia vai apresentar características próprias, sem, contudo perder sua identificação com o conteúdo a ser informado.

A notícia radiofônica se difere das demais pela sua genuína característica em informar apenas pela voz. Por meio da oralidade a linguagem radiofônica inclui o uso da fala humana, dos efeitos sonoros e do silêncio, atuando segundo Ferraretto (2014, p. 33-34) isoladamente ou combinados entre si. Com base nesses elementos, como observa Balsebre (1994, p.19), forma e conteúdo assim como, respectivamente, o estético e o semântico “devem se articular em busca de equilíbrio”.

Nesta perspectiva, cada elemento da linguagem apresenta várias aplicações, papéis e variantes, ao serem adequados ao texto, a voz humana, o silêncio e os efeitos sonoros torna-se possível a suavidade e harmonia para a transmissão da notícia. Isso funciona, segundo Ferraretto (2014, p. 32)

⁶ Segundo Wolf (2010) a corrente teórica do *Newsmaking* se preocupa em tratar como é construída a notícia a partir da organização do trabalho, da cultura profissional e dos processos produtivos na redação jornalística.

Podem ser utilizadas conforme o contexto, de diversos modos e em diferentes níveis de apoio ao ouvinte, direcionando-se ao seu intelecto, no que se expressa como algo mais concreto, e à sua sensibilidade, naquilo que pende mais para o abstrato. O bom profissional de rádio parte de um conceito em relação ao que pretende produzir e, com base nessa definição, planeia e executa o seu produto, tendo claro o papel de cada elemento da linguagem em relação aos objetivos pretendidos (FERRARETTO, 2014, p. 32)

Desse modo, a notícia radiofônica é igual para todos os meios, todavia a mensagem radiofônica vai apresentar características específicas. Ineditismo e a mobilidade são características próprias.

A obtenção de informação pelas emissoras de rádio acontece de diversas maneiras segundo Ferraretto (2014) uma boa estação voltada à cobertura jornalística possui estruturas próprias de captação de notícias – âncoras, produtores, repórteres, correspondentes, enviados especiais e escutas, utiliza um amplo leque de serviços externos dentre elas agências de notícias e assessorias de imprensa, por exemplo. E vale-se também de diversas de diversas fontes de informação por meio de outros veículos noticiosos, de emissoras concorrentes a blogs com relevância, canais de televisão especializados, portais de conteúdo jornalístico dentre outros.

Nas emissoras de rádio, cotidianamente chegam milhares de fatos, acontecimentos e informações, obviamente há a seleção desses fatos para tornar notícia e serem veiculados. Tantos fatos devem ser alinhados a um determinado segmento, dentre eles o jornalístico, no qual abarca aos gêneros jornalísticos. Dentre os gêneros destacados, no Brasil na atualidade, por Marques de Melo (2010, p. 23) encontram-se os gêneros opinativo, utilitário, informativo, interpretativo e diversional. Além de alinhados a um seguimento, esses fatos também necessitam de passar por critérios de noticiabilidade, com o intuito de selecionar quais assuntos são passíveis de se tornarem notícia.

3. Critérios de Noticiabilidade

Quando um fato é noticiado pela mídia, não basta que ele simplesmente ocorra, é preciso que a informação obedeça a uma série de pré-requisitos que as destaquem e enalteçam a relevância para o meio de comunicação que está reportando além do público que irá consumir este conteúdo. Assim, o fato que chega à redação passa por uma triagem rígida.

Esta seleção de critérios é conhecida pelo nome de noticiabilidade (ou valor-notícia). Pena (2012) explica que ela se trata de uma prática negociável entre os repórteres, editores e diretores que estão envolvidos dentro do processo de produção da informação, em que cada um destaca elementos importantes que tornam os fatos apurados em notícia.

Hohlfeldt (2011) destaca que a noticiabilidade é a aptidão potencial que um fato tem para se tornar notícia. E dessa forma, a partir dos julgamentos definidos pelas reuniões de pauta ou decisões em setores mais restritos da empresa jornalística, o fato alcance o “*status*” para ser noticiável. O autor, ainda explica que cada meio de comunicação além de definir a noticiabilidade de um fato, o faz segundo a sua logística e organização empresarial:

De modo geral, admite-se que os meios de comunicação de massa devem: a) tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como algo notável de ser noticiado; b) elaborar relatos capazes de retirar do acontecimento seu nível de particularidade (idiossincrático), tornando-o generalizável (contextualizado); c) organizar temporal e espacialmente este conjunto de tarefas transformadoras, de modo que os eventos noticiados fluam e possam ser explorados racional e planificadamente (HOHLFELDT, 2011, p. 207)

A visão do autor sobre como a instituição determina esta seleção para definir a notícia, passa pela troca de acordos e convenções oriundos da relação entre os jornalistas da empresa (VIZEU, 2011) definindo inclusive os roteiros, a escolha das fontes e com isso, a esquematização da informação ganha o formato de notícia. Por isso, Wolf (2009) destaca que a cultura profissional é elemento vinculador para definir quais as características a serem percebidas pelo jornalista:

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas para adquirir a existência pública de notícia (...). Sendo assim, está estritamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção. (WOLF, 2009, p. 195-196)

O potencial de um fato para ser declarada notícia depende não só de sua importância, carrega consigo o interesse de diversos agentes e que podem, inclusive, minar o trabalho de apuração do jornalista, o que não é raro provoque embates e conflitos entre os diretores e os funcionários:

As rotinas organizacionais e o profissionalismo dos jornalistas podem entrar em conflitualidade com os promotores que procuram condicionar a importância, o significado e a interpretação do acontecimento. Será, então, possível recensear atitudes mais grosseiras (discursos ameaçadores, boicotes de publicidade, ações litigiosas contra difusores) ou mais subtis (prêmios, fugas de informação estrategicamente geridas) as quais se traduzem num combate pela hegemonia na definição cultural, isto é no poder de atribuir significados aos acontecimentos (CORREIA, 2011, p. 95)

Percebe-se que a definição e os critérios que caracterizam o fenômeno como apto para se tornar notícia além de respeitar um esquema rígido, sofre da influência do comportamento profissional no dia-a-dia da redação e também de fatores externos. Entretanto, estes critérios são importantes porque determinam e hierarquizam o grau de relevância ao qual o fato se qualifica como noticiável.

Para o rádio, isso se torna crucial. Segundo Ortriwano (1985) as informações no rádio o tornam o meio mais adequado para atualização do ouvinte sobre o que está acontecendo de forma instantânea graças às suas características (p.78) Isso, de acordo com McLeish (2001) torna o rádio como um meio de comunicação altamente seletivo.

Pois, segundo o autor, a produção de notícias é altamente seletiva, pois os valores da notícia só se resolvem no que é de interesse do ouvinte (p. 74). É por conta disso que Ortriwano (1985, p. 91) afirma que a informação no rádio apresenta características próprias em relação ao meio e à técnica empregada à produção de conteúdo.

Assim, a noticiabilidade ou os valores-notícia, fazem parte de todo o processo e não só na escolha do conteúdo. Vizeu (2011) afirma que estes valores não estão presentes só na seleção da notícia como também participam de todo o processo produtivo. Sua natureza é dinâmica e isso se reflete, por exemplo, no papel em que determinados aspectos culturais ou tecnológicos assumem para essa escolha. A inclusão da Internet no cotidiano dos jornalistas para a produção de notícias é fator que corrobora com o tempo para a veiculação da informação.

E dessa forma, essa natureza independe do meio para o qual se aplica. No rádio isso fica evidente quando os critérios de noticiabilidade precisam respeitar uma ordem hierárquica dentro da emissora. Ortriwano (1985) afirma que a informação sofre diversas interferências na redação, passa por uma triagem, isso quer dizer que as notícias precisam ser vistas observando aspectos jurídicos, financeiros e econômicos.

Ou seja, a chegada da informação no rádio, segundo a autora respeita determinados estágios dentro da redação à saber: o seu valor notícia, do qual McLeish (2001) destaca

entre outros a proximidade, dramático, importância, relevância⁷, que a notícia também seja aprovada pela linha editorial e que esta esteja em conformidade com as possibilidades de financiamento da empresa através da direção comercial e dessa forma, aceita pela publicidade e, finalmente, ser construída pelo jornalista (TAMBARA, 2014)⁸.

Correia (2011) e Luz (2012) ressaltam a aparente infinidade de classificações de valores-notícia em relação à sua utilidade para cada notícia. Ambos destacam a importância de diversos pesquisadores sobre o tema, entre eles: Gantung e Ruge (1965/ 1993), Gans (1979), Stephens (1988), Garbarino (1982), Altheide (1976) e no Brasil, os estudos de Marcondes Filho (2002), de Luiz Martinho (2003) e de Pereira Junior (2010).

4. Classificação dos Critérios de Noticiabilidade

Traquina (2012) propõe uma abordagem acadêmica sobre como os acontecimentos são transformados em notícia. Outros autores, no entanto, entendem que os valores-notícia são diversos e complexos para se classificar porque eles não seriam imperativos e sim um recurso de análise que auxilia o jornalista a reconhecer a importância do acontecimento e de sua capacidade noticiável (TRAQUINA, 2008, p. 73).

Wolf (2010) e Vizeu (2011) utilizam uma classificação que percorre todo o processo entre o acontecimento até a notícia. Ou seja, os autores analisam os caminhos desde a seleção de critérios que definem o acontecimento até a construção da informação que tornam a notícia um produto material, apresentando uma distinção em relação aos valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção.

Os critérios substantivos de seleção são os tópicos-guia no momento de definir o que será ou não noticiado por determinada mídia. Neste trabalho, apresenta-se a visão de Traquina (2012) que explica em detalhes o que se trata cada um deles.

Morte	Notoriedade	Proximidade	Relevância	Novidade	Tempo
Notabilidade	Inesperado	Conflito	Infração	Escândalo	

⁷McLeish (2001) e Traquina (2012) explicam as características clássicas a partir das classificações dos valores-notícia. Para tanto, ele apresenta uma visão geral de alguns autores que consideram os valores notícia como resultado da frequência em que o acontecimento ocorre e como ele é noticiado pelo veículo, numa espécie de editoria fixa (p. 70).

⁸ Em: <https://amandatambara.files.wordpress.com/2014/02/jornada-cient.pdf> acesso em 08/07/2016.

A *morte*, para o autor é um valor-notícia porque diz respeito ao negativismo do mundo jornalístico, sendo apresentado diariamente nos meios noticiosos (p. 76). A *notoriedade* se refere ao ator principal, ao *status* da personalidade, ou entidade em questão. A *proximidade* diz respeito à geografia, mas também ao aspecto cultural. Por exemplo, se um jogo de futebol envolve a seleção brasileira, tem muitas chances de ser interessante para o Brasil do que para outro país que não tenha tradição no esporte.

A *relevância* se refere à função base do jornalista, de informar ao público um determinado assunto que seja importante para a sociedade. A *novidade*, ou seja, o que ainda não tenha sido veiculado. O *tempo* determina a atualidade da informação, sua importância no passado ou também o impacto que a informação provoca na sociedade durante um determinado lapso temporal.

A *notabilidade* reporta-se à sua tangibilidade (palpável através dos recursos que a empresa disponibiliza) ou até mesmo o insólito: “O ladrão que vem entregar o carro roubado” ou o “dono que mordeu seu cão”. São fatos pitorescos que chamam a atenção por irem de encontro ao cotidiano. O *inesperado*, diz respeito ao que não é previsto pela atividade jornalística, como um atentado a bomba em uma cidade, etc.

O *conflito* é posto como valor-notícia através dos atos de violência, sejam eles físicos ou psicológicos a partir de um determinado acontecimento. Por exemplo, policiais que vão de encontro a manifestantes. A *infração*, casos em que a conduta assumida por qualquer ator social vai de encontro ao sistema penal. O *escândalo* se trata da revelação de um fato que importa a toda a sociedade e estava encoberto pelos seus agentes (furo jornalístico), um caso no Brasil seria o mensalão que tomou conta dos jornais brasileiros pela primeira vez em 2005.

As classificações dadas por Traquina reforçam o aspecto do convívio do jornalista dentro da redação, pois, diversas das técnicas empreendidas para se conhecer o acontecimento e reconhecê-lo como notícias são empreendidas através do exercício profissional, como um manual discricionário que deve orientá-los durante o processo de produção da informação. Sousa (2006) explica que:

Os critérios de noticiabilidade são muitos, difusos, entrecruzados e, por vezes, contraditórios, mas que não são imperativos - servem de guia mental, nem sempre consciente, para o jornalista reconhecer e selecionar os acontecimentos mais importantes, mas não "obrigam" a escolhas únicas. (SOUSA, 2006, p. 221).

As visões dos autores descritas nas páginas anteriores mostram que os eventos que podem gerar uma notícia sofrem diversas interferências. Sejam fatores organizacionais e operacionais das empresas, sejam através de critérios de escolha do próprio jornalista e que podem, até mesmo, pôr em risco o direito à informação do cidadão.

Na sequência do presente artigo, apresenta-se uma análise dos critérios substantivos de seleção utilizados pela Rádio Aurora FM. O objetivo é conseguir compreender o que é notícia para a emissora e identificar quais os conteúdos considerados relevantes para a veiculação no Jornal da Aurora, programa jornalístico carro-chefe da emissora.

5. Os critérios de noticiabilidade no radiojornal “Jornal da Aurora”

A Rádio Aurora FM localiza-se na Rua Dr. José Morbeck 346, centro da cidade de Alto Araguaia/MT. A emissora possui 23 anos, foi criada no dia 25 de julho de 1993, funcionando na frequência modulada 99,7.

A emissora possui um site onde disponibiliza de forma automática a programação ao vivo. No mesmo consta algumas informações relacionadas ao endereço da rádio, contato telefônico, *whatsApp*, *email*, *facebook* e *twitter*. No *faceboock* a rádio possui uma página, contendo 1.662 membros, no *twitter* tem 166 seguidores, embora ambos tiveram a última atualização de conteúdo no dia 28 de outubro de 2015 deixando a desejar para os internautas.

Com o objetivo de identificar os critérios de noticiabilidade adotados pela emissora, realizou-se uma análise do conteúdo do radiojornal “Jornal da Aurora”, transmitido no horário da manhã entre 11:00 à 12:00. Na prática não ocorre pontualidade na programação. A vinheta anuncia um horário que é 11:10 à 12:00. Logo em seguida o locutor diz que inicia-se as 11:00 com término as 12:00, ambas são informações que não condizem com a realidade. Isso pode acarretar problemas como, por exemplo, a perda de ouvintes por não terem compromisso com horários e o público.

Para atender ao objetivo da pesquisa foi realizada uma análise do conteúdo transmitido pelo Jornal da Aurora no dia 05 de julho de 2016. Sabe-se que para identificar o conceito de notícia adotado pela emissora seria necessária a análise de mais edições. Em todo caso, o artigo trata-se do resultado de um primeiro contato com o conteúdo do radiojornal. A pesquisa deverá ser posteriormente ampliada.

Para organizar a coleta dos dados, o programa analisado foi gravado para observação posterior. Isso evita que se percam dados considerados importantes para a pesquisa. É importante destacar, ainda, que buscou-se identificar os valores-notícia apenas dos conteúdos produzidos pela própria equipe da emissora, desconsiderando-se na análise a leitura de manchetes de portais bem como o aproveitamento de material sonoro disponibilizado na internet.

A observação do conteúdo permitiu a organização das temáticas conforme tabela abaixo:

Ordem	Descrição temática	Formato Noticioso	Valor-notícia	Produção
1	Previsão do tempo-região centro oeste	Boletim		Vânia Almeida- o tempo e a temperatura.
2	Previsão do Tempo- Alto Araguaia e Santa Rita do Araguaia	Comentário	Relevância, proximidade.	Comentário sobre o que o locutor observa no Site Climatempo.
3	Informe de perda de Carteira	Aviso- utilidade pública.		Próprio
4	Ações de inviabilização da lava-jato	Comentário		José Woldschuman n- Brasília
5	Nova fase da lava-jato mostra abismo da Corrupção dos governos do PT	Comentário Editorial		José Woldschuman n- Brasília.
6	Plantão Policial Santa Rita do Araguaia	A equipe classifica como reportagem. Porém, trata-se de um relato das ocorrências policiais, realizado por um representante da Polícia Militar. O	Proximidade. Relevância. Infração.	Própria. Repórter Amilton José.

		repórter apenas oraliza uma abertura.		
7	Combate a Dengue	Trata-se de um pedido da administração municipal para que as pessoas participem na campanha de limpeza dos terrenos. O repórter apresenta o tema e passa a palavra.	Proximidade. Relevância. Notabilidade.	Própria. Amilton José.
8	Reunião PDI- Plano de Desenvolvimento Integrado.	Reportagem Ao Vivo.	Proximidade. Relevância. Notabilidade.	Própria. Amilton José.
9	Variadas	Leitura manchetes O Popular- Goiás.		O popular- Goiás.
10	Variadas	A Gazeta- Mato grosso- Cuiabá.		A Gazeta- Cuiabá.
11	Variados	Comentário Editorial		Alexandre Garcia- Brasília
12	Impostos pagos até o momento, em 2016, pelos brasileiros.	Comentário	Relevância	Locutor realiza leitura e comentário do que lê no Site Impostômetro
13	Diversas.	Síntese noticiosa. Notícias. Reportagem. Comentário.		Libório Santos- Goiania.
14	Mercado de trabalho	Reportagem		Bruna Goulart
15	Morte de 10 pessoas no MT. Por H1N1	Notícia lida do portal Gazeta digital. Texto disponível no link: http://www.gazetadigital.com.br/conteudo/show/secao/9/og/1/materia/483646/t/h1n1-mata-10-		O locutor realiza a leitura, mas não indica a fonte. O texto é oralizado sem alteração

		pe ^{so} as-em-mato-grosso		alguma para a linguagem radiofônica e não são acrescentadas informações locais.
16	Crime organizado – Goiás (Goiânia).	Reportagem		Gabriela Louredo- Site Goiás Agora.
17	Perda de Carteira	Aviso- utilidade pública		
18	Brasileirão- Palmeiras mais líder do que nunca.	Reportagem.		Felipe Osorio- Agência Rádio web.
19	Variação Climática e impactos na produção da uva e vinho na Serra Gaúcha.	Reportagem		Fernanda Venzel- Porto Alegre- Agência Rádio Web.

A partir da audição e análise da edição do Jornal da Aurora do dia 05 de julho de 2016 é possível identificar a abordagem de 19 conteúdos diferentes. Destes, apenas 05 passam por algum tipo de produção própria da emissora. Isso significa dizer que apenas 26,31% do conteúdo levado ao ar na edição analisada foram produzidas pela Rádio Aurora FM. Os demais conteúdos vieram de leitura de sites como a “Gazeta Digital” ou o site do jornal “O Popular”.

O artigo teve como objetivo fundamental identificar os valores-notícia perceptíveis nos conteúdos de produção própria da emissora. Considerou-se os valores substantivos de seleção apontados por Traquina (2012). Nesse sentido foi possível identificar que 100% das produções atendem ao critério da relevância, 80% atendem ao critério da proximidade, 40% atendem ao critério da notabilidade e 20% atendem ao critério da infração.

6. Considerações Finais

A partir dos dados levantados na análise, fica evidenciado que a produção e a escolha do conteúdo noticioso do radiojornal “Jornal da Aurora”, produzido pela radio Aurora FM, são feitas baseadas na relevância como principal critério de noticiabilidade. Ao aferir as informações de caráter noticioso veiculado pela Radio Aurora, tivemos a surpresa de que a proximidade não foi o critério de noticiabilidade mais presente na produção de notícias feito pelos jornalistas do radijornal. Quando comparado à relevância, a proximidade é apenas segundo critério escolhido pelos jornalistas pra a produção do “Jornal da Aurora”.

Conforme já apontado anteriormente, este trabalho trata-se de uma aproximação inicial ao conteúdo do radiojornal estudado. Por tal motivo, não pode ser considerado como uma pesquisa definitiva. A sequência do estudo deverá analisar mais edições do programa e deve contemplar uma análise mais exaustiva do conteúdo, de forma que possibilite a compreensão do conceito de notícia adotado pela Rádio Aurora FM, de Alto Araguaia.

7. Referências Bibliográficas

ABERTOS, J. L. **Guiones de redaciónperiodística II**. Pamplona, instituto de periodismo.

CORREIA, J. C. **O Admirável mundo das notícias: Teorias e Métodos**. 2011. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110524-correia_manual_noticial.pdf acesso em 14/07/2016

FERRARETO, L. A.. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2014.

HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V.V. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 11. Ed, Petrópolis, RJ, Vozes, 2011

LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis, Vozes, 1979.

LUCHT, J. M. P. **Gêneros radiojornalísticos**. (In: Melo; Assis, p. 269-90).

MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

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

ORTRIAWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. 3 ed. São Paulo: contexto 2002.

RAMOS, J. N. **Jornalismo- dicionário enciclopédico**. São Paulo, Nacional, 1979.

SOUSA, J. P. **Elementos da Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª ed. Porto. 2006.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo – A Tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**, vol. II. Florianópolis 2. Ed. Insular, 2008.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo – Porque as notícias são como são**, vol. I. Florianópolis. 3. Ed. Insular, 2012.

VIZEU, A. **O Newsmaking e o trabalho de campo**. Em LAGO, C.; BENETTI, M. (orgs.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2.ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2008.

WOLF, M. **Teorias das Comunicações de Massa – Trad. Karina Janini**. São Paulo, 4ª Ed. WMF Martins Fontes, 2009.