

## **Programa Contexto: Economia<sup>1</sup>**

Andressa Silva de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Fernanda de Sousa NOGUEIRA<sup>3</sup>

Isabela Nantes HISATOMI<sup>4</sup>

Jacqueline Aparecida Reis GONÇALO<sup>5</sup>

Ariane COMINETI<sup>6</sup>

Lairtes Chaves RODRIGUES FILHO<sup>7</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

## **RESUMO**

O Programa Contexto: Economia é um produto idealizado durante a disciplina de Laboratório de Radiojornalismo ofertada na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. A equipe responsável pela entrevista é formada por acadêmicas do curso de Comunicação Social da UFMS, com a orientação da professora responsável pela disciplina. O programa foi realizado em formato de entrevista a partir do objetivo de transformar um assunto complexo, como a crise econômica instaurada no Brasil, em uma temática que possa ser levada aos ouvintes de forma leve e dinâmica. Foram experimentadas técnicas de edição e texto para estimular e motivar tanto os jornalistas, como o ouvinte a atentar-se ao assunto. O desenvolvimento da atividade de programas de entrevista em radiojornalismo permite que as notícias se adaptem ao rádio de maneira descomplicada além de transmitir informações de forma rápida.

**PALAVRAS-CHAVE:** radiojornalismo, entrevista, crise econômica.

## **1 INTRODUÇÃO**

O Programa Contexto surgiu a partir da ideia das alunas do sexto semestre de Comunicação Social em abordar elementos cruciais da atualidade de forma que facilite o entendimento da informação, visto que o rádio “contribui para o autoconhecimento e para a conscientização, oferecendo segurança e apoio” (CÉSAR, 2005, p. 117) e tem de maneira intrínseca à sua linguagem a necessidade de clareza para a compreensão e interpretação por uma audiência heterogênea.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo no GP Jornalismo, modalidade JO - 05 Produção laboratorial em audiojornalismo e radiojornalismo (avulso/ conjunto ou série).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: oliveirasilva.andressa@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: nandas.nogueira@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: isahisatomi@yahoo.com.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: jacquelineap.goncalo@gmail.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: arianecomineti@gmail.com.

<sup>7</sup> Co-Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação na UFMS. lairtesc@gmail.com.

A linguagem ideal aos produtos radiofônicos deve facilitar o entendimento da informação, visto que além da falta de recursos visuais ou tecnológicos que nos permitam verificar novamente ou tentar entender o que nos foi dito, são determinantes também o caráter heterogêneo da audiência e seus hábitos de consumo. (BETTI, 2008, p. 4)

Assim que deram início à disciplina de Laboratório de Radiojornalismo, as alunas entenderam que o veículo já foi e ainda é um meio de educação, além de informação, para vários espectadores. O formato radiofônico é acessível e pode ser usado não só para reproduzir notícias do cotidiano, mas é um espaço para desenvolvimento de assuntos atuais e debates.

Considerando essa relação de interesses e critérios, o grupo encontrou o desafio de tratar sobre a crise econômica que se abateu sobre o Brasil em 2015, desenvolvendo um programa que trouxesse informações de forma clara e precisa para a audiência da cidade de Campo Grande, no Mato Grosso do Sul com o exercício da entrevista que proporciona ao ouvinte as informações por meio de um especialista da área, além das notícias corriqueiras da região, complementando os dados mencionados, visto que “a entrevista é um dos gêneros jornalísticos aquele que mais tem adaptabilidade ao rádio” (PRADO, 1985, p. 57).

Ao final do processo de produção, as próprias acadêmicas se surpreenderam com a dinamicidade e didática do produto. O programa, que era apenas um exercício de avaliação, tomou a forma de um produto radiofônico informativo relevante para a sociedade campo-grandense como de forma nacional.

## **2 OBJETIVO**

### **Objetivo Geral**

O Programa Contexto foi criado com o objetivo de, como o próprio nome diz, contextualizar temas pautados pelo cotidiano, aproximar especialistas nos assuntos e ouvintes para sanar dúvidas do espectador. Com matérias que ultrapassem os problemas apresentados pelo tema e busquem disponibilizar os ouvintes soluções e que criem um aspecto geográfico relacionando conteúdos locais, nacionais e internacionais. Na escolha do tema econômico, o intuito é trazer acessibilidade às informações de forma simplificada para a comunidade, apresentando temas complexos de maneira didática.

### **Objetivo Específico**

- Exercitar os gêneros radiofônicos estudados em aula.
- Proporcionar aos estudantes a experiência em entrevistas ao vivo.
- Praticar os conhecimentos e experiências na área juntamente com o acompanhamento dos professores.
- Apurar, redigir e fazer locução de matérias jornalísticas para rádio.
- Executar e editar reportagens e entrevistas.
- Conduzir debates radiofônicos.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A crise econômica que abateu o país em 2015 deixou de ser uma mera possibilidade para o ano seguinte, mas se mostrou uma extensão desagradável que pode perdurar por alguns meses mais, como explicado pelo entrevistado do programa, Sérgio Ramos. Esse assunto tomou frente em diversos jornais do Brasil, não só mostrando como afeta no país em geral, mas também em cada região e cidade.

Partindo do pressuposto que “o rádio é geralmente melhor quando é feito ao vivo ou quando relata um acontecimento que está ocorrendo naquele instante” (CHANTLER, 1998, p. 20) a prática jornalística realizada no programa em formato de entrevista intensifica a importância dos assuntos que estão em destaque na mídia, como foi o caso do tema escolhido sobre a crise econômica no Brasil, que não só era um dos assuntos da agenda, mas também um conteúdo que tem grande influência e repercussão entre a população.

Justificada a escolha do tema, passamos à compreensão da escolha do formato e produto que visa possibilitar o aprimoramento do conhecimento de atividades práticas para as alunas, proporcionando a vivência da rotina de um jornalista, assim como despertar futuros interesses teóricos sobre os assuntos ministrados na disciplina, como a entrevista, para possíveis estudos. Dessa forma, as acadêmicas buscaram utilizar a entrevista – formato comum nos programas de rádio – como forma de despertar o interesse sobre um assunto um tanto quanto difícil, de forma didática e interativa.

## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

### Escolha do Tema

Com o exercício de entrevista em mãos, coube às acadêmicas escolher a temática e as pautas a serem desenvolvidas no programa. Como já haviam, em outros projetos e exercícios, desenvolvido entrevistas com temáticas de cultura pop, optaram dessa vez por um viés mais crítico e atual, surgindo então o desafio do programa econômico.

### Pauta

Depois de escolhido o tema, foi necessário fazer uma abrangente pesquisa sobre assunto para que pudesse ser feita a divisão das pautas. Com a crise econômica sendo pauta tanto em veículos nacionais como regionais, este tema pareceu ser a melhor escolha.

Para cumprir os objetivos do programa, foi preciso contextualizar de forma local a temática, de forma que surgiu a primeira pauta, levando em consideração que a cidade vinha sofrendo com a crise econômica e a queda no comércio de natal era um dos exemplos disso.

Outro objetivo do programa era ir além da problemática, assim surgiram as duas outras matérias, que viriam a apresentar opções de empreendedorismo mesmo em tempos de crise. Todo o processo de produção e planejamento foi realizado no segundo semestre de 2015, mas, em decorrência da greve dos professores que paralisou o semestre, a gravação foi feita no começo de 2016, desta forma, algumas informações tiveram que ser atualizadas, devido à característica factual do programa.

Dessa forma o grupo dividiu as pautas “Crise no comércio de campo grande” para a repórter Fernanda Nogueira, “crescimento do empreendedorismo com startups” para repórter Isabela Hisatomi e, complementando a pauta anterior, “sucesso das startups em tempos de crise” para a repórter Jacqueline Gonçalo. A repórter e locutora Andressa Oliveira ficou responsável pela elaboração e pesquisa para a entrevista. Todas as acadêmicas realizaram a pesquisa jornalística do assunto, buscando se aprofundar na pauta, e discutir as possíveis perguntas que seriam feitas, com auxílio das reportagens, durante a entrevista.

### Escolha do Entrevistado

Para conversar sobre o assunto foi preciso encontrar alguém que soubesse o que estava falando, um especialista que pudesse tanto explicar de forma didática o momento de

crise, como debater sobre empreendedorismo, plano de negócios e dar sua opinião sobre o futuro econômico da nação.

O rádio tem um caráter local, como tinham o objetivo contextualizar a temática, é importante regionalizar as pautas, dessa maneira, o entrevistado teria que ter amplo conhecimento sobre a situação econômica do estado de Mato Grosso do Sul.

Buscamos fontes locais que tivessem conhecimento para fazer essa ligação entre a crise econômica nacional e seus reflexos na economia local. A primeira fonte sugerida foi uma empresária, formada em administração que poderia falar com propriedade sobre o empreendedorismo, mas como era necessário vasto conhecimento sobre a economia atual e a crise, o primeiro contato foi descartado devido ao curto tempo para que a possível entrevistada pudesse se preparar.

Com auxílio do jornalista Rauster Campitelli, na época repórter de economia no jornal O Estado de Mato Grosso do Sul, as alunas conseguiram três outros contatos. O economista e consultor Sérgio Bastos foi o primeiro para quem ligaram e de pronto se disponibilizou para a entrevista. O interessante na participação de Sérgio foi que, por conhecer o assunto, ele pôde responder de forma didática, explicando situações exemplificadas pelas demais reportagens do programa.

### **Produção das Matérias**

Para a produção da primeira matéria sobre o comércio local foram utilizadas fontes documentais (pesquisa do instituto data popular) e fontes pessoais (entrevista com João Carlos Polidoro, o coordenador da Associação Comercial e Industrial de Campo Grande- ACICG). Dessa forma, foi possível relacionar os dados da pesquisa nacional que indicava a queda de consumo entre os brasileiros com os problemas enfrentados pelos comerciantes locais e as mudanças de hábitos dos consumidores campo-grandenses.

A entrevista com João Carlos Polidoro foi realizada através da assessoria da ACICG, que foi contatada pelo telefone. O coordenador entrou em contato pelo *WhatsApp*, por onde foram enviadas as perguntas que ele respondeu em áudio.

As perguntas realizadas foram: “Como foi o comércio no fim de ano comparado com anos anteriores?”, “O senhor acredita que os consumidores mudaram os hábitos em decorrência da crise?”, “Como o comércio foi afetado?”, “Quais as expectativas para esse início de semestre?”.

A segunda matéria foi produzida com base no número crescente de Startups surgindo no Brasil divulgado pelas notícias em jornais impressos e televisivos. Partindo dessa perspectiva, começou-se uma pesquisa em Campo Grande, para que fosse possível falar não só de forma abrangente e geral sobre o assunto, mas local, para que houvesse uma aproximação com o ouvinte, de forma que ele pudesse ser informado sobre o tema apenas por conhecimento ou para futuros negócios em sua carreira.

Feita a pesquisa de campo na cidade, as acadêmicas encontraram Daniel Belalian através do Facebook. O entrevistado é empresário e proprietário de uma Startup e também aluno egresso do Curso de Comunicação Social da UFMS. A entrevista foi feita pessoalmente, junto com outros quatro empresários presentes, que possuem diferentes empresas, mas dividem o mesmo ambiente de trabalho.

Para a produção da última matéria sobre o comércio, que serviu de complementação à matéria anterior, aborda como exemplo o sucesso do empreendedor Flávio Estevam, que já teve várias empresas startups no mercado. Ainda mostrando que uma empresa startup é uma alternativa de conseguir continuar trabalhando e fugir da crise brasileira, a matéria se baseou em pesquisa documental feita pela internet no portal da Associação Brasileira de Startups, do Sebrae e entrevista com o empreendedor Flávio Estevam.

A entrevista foi agendada através de contato por telefone e realizada em sua própria residência, que é seu lugar de trabalho. Por ter sua própria empresa, Flávio tem a possibilidade de trabalhar em casa, por isso podemos observar no áudio a música de fundo. Algumas das perguntas para o entrevistado foram: “O que é necessário para criar uma empresa startup?”, “Quais os setores mais promissores nessa área?”, “Qual foi sua primeira startup e como ela repercutiu?”.

O portal do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) incentiva o empreendedor que está começando, com informações sobre metas administrativas e outros conceitos. Essas referências servem como serviço de utilidade pública para o ouvinte que se interessar sobre o assunto, e, portanto, se fizeram presentes durante as matérias.

## **Entrevista**

Para a elaboração do roteiro de perguntas que seria utilizado na entrevista, inicialmente foi feita uma pesquisa nos principais jornais nacionais e regionais referentes ao

assunto, assim como a busca de informações adicionais às reproduzidas na sala de aula referentes ao formato de entrevista e debates para que a locução pudesse ser realizada de forma precisa.

A leitura de notícias atuais, assim como de crises econômicas passadas, ajudou a entender o contexto da situação e a importância de trazer o assunto de uma forma dinâmica para a sociedade, que muitas vezes, acaba não assimilando todas as informações que lhe são apresentadas.

Durante as reuniões com o grupo foi decidido que a locutora conduziria a entrevista de maneira informal, mas preparada para a reação do entrevistado, caso fosse necessária uma mudança na forma como estavam sendo feitas as perguntas. Da mesma forma, a acadêmica deveria “procurar entender o que o entrevistado quis dizer nas “entrelinhas”.

Barbeiro e Lima (2013, p. 126) fazem referência à essa necessidade de o jornalista estar preparado para a mudança do rumo da entrevista e uma resposta pode levar o assunto para um tema mais importante que o preestabelecido. O jornalista, segundo os autores, deve procurar entender o que o entrevistado quis dizer nas “entrelinhas” para que novas perguntas pudessem ser formuladas durante a entrevista.

O roteiro foi feito com perguntas amplas sobre a situação do país, sendo o programa introduzido com uma análise do convidado sobre a crise, seguido de questões específicas relacionadas às matérias apresentadas no programa e finalizada com as suas expectativas perante o assunto, inserindo a mescla da informação de pesquisa com a opinião do especialista.

O Programa Contexto foi gravado em duas etapas, de forma que a entrevista teve sua primeira gravação feita apenas com o entrevistado, a locutora, uma acadêmica e a professora responsável pela disciplina na sala de aula. O convidado recebeu uma visão geral do programa, sendo apresentadas de forma rápida todas as matérias que estariam presentes nessa edição. A cada mudança de assunto, o entrevistado era mais uma vez lembrado sobre a matéria que antecederia sua pergunta. As acadêmicas não tiveram a chance de ter uma conversa presencial com o entrevistado anteriormente a gravação, então foram surpreendidas pela simplicidade e dinamismo que o convidado teve ao responder todos os questionamentos. Mesmo com o programa não sendo ao vivo, o entrevistado chegou ao estúdio sem atrasos, o que contribuiu para que todo o processo ocorresse de forma equilibrada.

## **Edição**

A edição do programa foi feita no software Audacity. Foram realizadas limpeza dos áudios, para retirada de partes que precisaram ser corrigidas. Os áudios foram cortados em fragmentos para depois serem montados como um quebra-cabeças, unindo locução, offs, sonoras e entrevista.

Para não deixar o programa que já trata de temas sérios, sério demais, investimos no uso de trilhas, backgrounds (BG's) e transições, e que inseridos durante a edição, criaram a identidade sonora e tornaram o produto mais agradável para o ouvinte.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Para a realização do programa, nós contamos com diferentes momentos de desenvolvimento. Logo após a reunião que decidiu o tema e pautas foram feitas as realizações das matérias. As sonoras foram captadas com telefones celulares para serem utilizadas na edição do programa final. Após uma série de pesquisas e observação das matérias prontas, as perguntas foram selecionadas e o roteiro foi construído de forma que cada bloco tivesse pelo menos uma pergunta específica sobre a matéria apresentada para o entrevistado no estúdio.

A partir desse momento, as acadêmicas seguiram para a gravação da entrevista que ocorreu no dia 27 de janeiro de 2016. O entrevistado Sérgio Bastos compareceu ao estúdio do laboratório de radiojornalismo na UFMS às 14h conforme o combinado, onde foi realizada a entrevista de forma equilibrada e sem nenhuma falha técnica. O restante da gravação aconteceu na semana seguinte, no mesmo estúdio, quando as repórteres gravaram as suas matérias e demais locuções que ficaram faltando, assim como as vinhetas.

O Programa Contexto foi finalizado com um total de 23:50 minutos de duração. Ele conta com três matérias que complementam a entrevista – conduzida apenas pela locutora - que dura o programa todo.

O produto se inicia com uma vinheta de 8 segundos, seguida pela introdução da locutora com duração de 13 segundos. Após um breve relato sobre a crise econômica, é apresentado o entrevistado que faz uma análise sobre o atual momento da economia para a indústria. Na sequência entra a matéria – a partir do minuto 2:56 sobre o comércio na cidade de Campo Grande, onde foram utilizadas duas sonoras de no máximo 50 segundos



cada. O programa volta para o estúdio com a entrevista em que Sérgio Bastos responde sobre como a crise influencia o setor comercial do Brasil e de Mato Grosso do Sul. No minuto 7:54 é introduzida a primeira matéria sobre empresas startups, utilizando uma sonora com o entrevistado Daniel Belalian. O entrevistado volta respondendo sobre o investimento na Internet e diferença de empresas físicas e online. No minuto 13:40 acontece uma mudança de bloco com uma vinheta de 3 segundos. O programa volta com a reportagem sobre o crescimento das startups que utilizou 2 sonoras de entrevista com Flávio Estevam. A partir do minuto 16:22 o programa se desenvolve apenas com a entrevista com o economista.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Apesar de ser um tema complexo, que a princípio causava estranhamento para as acadêmicas, o programa se desenvolveu de forma tranquila, muito graças ao entrevistado que concedeu um conteúdo dinâmico, o que ajudou as alunas a perderem o receio de falar sobre economia.

Não foi um processo fácil desde a escolha do tema até a gravação, pois as alunas realmente puderam entender como é o trabalho dos jornalistas no dia-a-dia ao irem atrás de fontes. Foram três possíveis entrevistados até conseguirem marcar no dia da entrevista com o Sérgio Bastos. Como o trabalho foi introduzido com uma data de entrega, mesmo não sendo ao vivo, não houve a possibilidade de postergar a gravação.

Dessa forma, as acadêmicas aprenderam a lidar com a dificuldade de se marcar uma entrevista com fontes e a superar o problema, da mesma forma que a elaboração do produto, tanto no roteiro, como edição também foi um desafio para que se pudesse transformar um tema complexo em algo dinâmico e de fácil entendimento para o ouvinte.

Infelizmente há falta de exibição por parte da Universidade. Como até o momento não há uma rádio veiculando na UFMS, todos os programas são feitos de forma laboratorial e não são divulgados em nenhum lugar, a menos que os estudantes sejam responsáveis por conta própria por essa exposição.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, H; LIMA, P. **Manual de Jornalismo**: para rádio, tv e novas mídias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

BETTI, J. **Radiojornalismo e Linguagem**: as transformações nos modelos de rádio informativo. [S.1]: 6º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Radiojornalismo%20e%20Linguagem.pdf>>. Acesso em 04 abr. 2016, 18:36:20.

CÉSAR ,C. **Rádio**: a mídia da emoção São Paulo: Sammus editorial, 2005

CHANTLER, P. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998

PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus 1985.