

Radioagência Ímpar - Produção de notícias locais para rádios maranhenses¹

Adaylma Rocha de SOUSA²

Isabel Delice Gomes MACEDO³

Giovana Borges MESQUITA⁴

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, MA

O objetivo do trabalho é apresentar o projeto de uma agência de notícias para as emissoras radiofônicas, que surge para auxiliar as rádios comerciais de Imperatriz (MA), na produção de conteúdos radiojornalísticos. Para realizar o trabalho foi feita uma análise da programação verificando-se que a produção jornalística nas rádios locais é inferior aos 5% exigidos pela Lei 4.117/1962, que determina um percentual mínimo para veiculação de notícias no rádio. Em seguida, realizou-se pesquisas bibliográficas, documentais e de campo, além de entrevistas com profissionais da área que permitiram traçar um panorama das emissoras comerciais de Imperatriz. Por fim, foram produzidos alguns pacotes experimentais, com todos os produtos que serão disponibilizados pela Radioagência, como notícias, entrevistas, programetes, reportagens, sempre com uma preocupação de valorizar a cultura da região.

Palavras-chave: Radioagência; Rádio; Radiojornalismo.

1 INTRODUÇÃO

As agências de notícias no Brasil inseriram-se no mercado como empresas de comunicação regionais. O primeiro modelo a se instalar foi a Agência Americana, na cidade de São Paulo, em 1913. A pioneira brasileira foi criada e idealizada por Casper Líbero e Raul Pederneiras.

Para Marques (2005, p. 20 *apud* FONSECA, 2005, p. 127), as organizações brasileiras foram criadas com o propósito de produzir conteúdos noticiosos e distribuí-los aos meios de comunicação que estão vinculados à grupos empresariais. Essa proposta era uma “estratégia de racionalização do trabalho e de redução de custos que inexistia nas empresas brasileiras até os anos 1950”.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria I Jornalismo, modalidade JO05 Produção laboratorial em audiojornalismo e radiojornalismo.

² Aluna líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFMA, email: adaylma.rocha@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFMA, email: deliceisabel@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFMA, email: giovanamesquita@yahoo.com.br.

Não há estudos na área de comunicação que datem o momento exato em que esse segmento passou a produzir conteúdo exclusivamente para o rádio.

Mas alguns autores, há exemplo de Sant’anna (2008), trazem a definição de radioagência, bem como ressaltam a função, chamando a atenção para a necessidade de sua existência em um meio com grande ausência de jornalistas.

Refletindo sobre a especificidade da radioagência, Oliveira (2012, p. 8), afirma que por serem “voltadas para um meio específico, as radioagências de notícias procuram adequar a sua produção noticiosa para o público-ouvinte específico e de acordo com a linguagem e suporte (áudio) próprios do rádio”.

Oliveira (2012) destaca, ainda, que as agências funcionam de acordo com os seus interesses específicos de acordo com os serviços que oferecem. Detalhando por categorias, as estatais difundem informações pertinentes ao poder público; as que são ligadas à movimentos sociais e organizações do terceiro setor trazem informações de acordo com sua pauta de atuação; e as radioagências comerciais vendem seus serviços a outras empresas em formatos jornalísticos com questões pré-selecionadas pelos clientes.

O presente trabalho se propõe a apresentar o projeto de uma agência de notícias comercial para emissoras radiofônicas – a Radioagência Ímpar, que surge para suprir a falta de conteúdos radiojornalísticos nas rádios comerciais de Imperatriz, cidade localizada no sudoeste do Maranhão.

Atualmente, as principais emissoras radiofônicas comerciais são: Nativa FM, Terra FM, 102 FM Gospel, Mirante FM e Difusora FM. As rádios imperatrizenses tem abrangência, também, na região tocantina, que reúne cidades dependentes em vários aspectos de Imperatriz.

A ideia da criação de uma radioagência surgiu no ano de 2014, em debates sobre o jornalismo na cidade de Imperatriz, durante as aulas de radiojornalismo, resultando na indagação: por que não criar um veículo de comunicação que seja capaz de produzir e distribuir conteúdos jornalísticos para as rádios de frequência modulada da região, que apresentam atualmente uma programação, que prioriza mais entretenimento do que notícias? Foi o pontapé inicial para a criação da Radioagência Ímpar.

A escolha do rádio para transmitir os conteúdos da radioagência se deu pela sua característica de atingir os mais variados públicos, muitas vezes sendo o único veículo a levar a informação para populações de vastas regiões com pouco acesso a outros meios, como é no caso do Maranhão, estado com um dos maiores índices de exclusão digital. Em 2013, somente

37,1% dos maranhenses tinham acesso a rede através de microcomputador e apenas 18,7% utilizavam Internet por meio de telefonia móvel.

Além de ser um estado com grande percentual de excluídos digitalmente, o Maranhão possui um alto índice de analfabetismo, 20,9%, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (IBGE, 2010). Outro fator que favorece a escolha do rádio, uma vez que para ter acesso aos conteúdos, basta simplesmente ouvir.

Depois de escolher criar uma radioagência para atender a carência de notícias na segunda maior cidade do Maranhão, faltava definir um nome, que tivesse identificação com a proposta da empresa radiojornalística voltada para a produção de conteúdos radiojornalísticos regionais. A junção das iniciais de “Imperatriz no Ar” fez surgir Ímpar, que significa singular, único, que não tem igual. Assim, como pretende a radioagência proposta neste trabalho.

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho é apresentar o projeto de uma agência de notícias para as emissoras radiofônicas da Região Tocantina – a Radioagência Ímpar – que surge para auxiliar as rádios comerciais locais na produção de conteúdos radiojornalísticos.

3 JUSTIFICATIVA

De acordo com Silva Junior (2006, p. 21), a importância das agências de notícias se dá pelo fato desses segmentos atuarem como grandes produtores de conteúdos para as mais diversas plataformas jornalísticas. Elas são importantes por:

(...) estarem interagindo com a produção de notícias para o jornalismo há, pelo menos, 160 anos; historicamente, pela sua estruturação como modelos de negócios e geração de notícias se deu em rede; e porque fornecem grandes parcelas de conteúdos que circulam nos jornais, sites de notícias e agentes do mercado.

Outro aspecto que justifica a criação da Radioagência Ímpar é a valorização dos conteúdos jornalísticos regionais nas emissoras de rádios locais. Vizeu (2014 *apud* Rodrigues,

1995, p. 5), lembra que “Rupert Murdoch, ao ser questionado por um repórter, sobre qual a recomendação que daria para um jornal ter sucesso, foi taxativo na resposta: o que segura o jornal são as notícias locais. É isso que toca a vida das pessoas”.

Mesquita (2009, p. 23), também enfatiza que o conteúdo regional surge “como uma importante contribuição na medida em que pode colaborar para um processo de mobilização e para fomentar discussões de temas que estejam voltados para o desenvolvimento local”.

Dessa forma, por todo exposto, a Radioagência Ímpar pode contribuir para o radiojornalismo de Imperatriz e da Região Tocantina.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No primeiro momento, a pesquisa bibliográfica foi norteadora para o desenvolvimento do projeto da Radioagência Ímpar. Teses e dissertações sobre a gênese das agências de comunicação internacionais e brasileiras, livros nas áreas de comunicação empresarial, jornalismo, radiojornalismo, publicidade e administração de empresas, além de trabalhos de conclusão de curso e artigos na área de rádio e também sobre agências de notícias foram utilizados para dar embasamento à escrita. Esse tipo de recolhimento de dados caracteriza-se como “um conjunto de conhecimentos que visa identificar informações bibliográficas e selecionar documentos pertinentes ao tema estudado”. (STUMPF, 2006, p.

51).

Após a pesquisa bibliográfica, foi feita uma análise documental. Segundo Moreira (2006, p. 271), esse tipo de estudo “compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim”. Assim, para a realização do projeto foram analisados sites de empresas que já trabalham com a produção de conteúdos exclusivos para as rádios, na plataforma da internet. A *Rádio Web*, *Agência Rádio 2 de Notícias*, *Radioagência EBC* e *Agência Central de Rádio Brasil* são alguns desses exemplos, que disponibilizam em seus portais, conteúdos diariamente para as emissoras vinculadas associadas.

Dando sequência aos métodos utilizados, a pesquisa de campo foi fundamental. Gerhardt e Silveira (2009, p. 37), afirmam que esse processo “caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto as pessoas”.

Para realizar o trabalho foi feito um levantamento da programação de cinco emissoras de rádio comerciais de Imperatriz: Nativa FM, Terra FM, 102 FM Gospel, Mirante FM e Difusora FM, totalizando 170 horas de mapeamento (34 horas por rádio), no período de 01 a 16 de dezembro de 2015. Foram escolhidos os horários de cinco horas da manhã às dez horas da noite para o acompanhamento da programação das emissoras de frequência modulada, objeto deste estudo.

Todo o mapeamento da programação foi realizado para identificar quais os espaços para notícias no rádio. Uma das constatações a partir da pesquisa é que em nenhum dos dias mapeados as rádios atingiram o percentual mínimo para veiculação de conteúdos noticiosos exigido por lei, ou seja, 5% da programação.

A entrevista também foi usada como técnica de pesquisa na tentativa de obter informações mais precisas a respeito do panorama radiofônico presente na cidade. Arnoldi e Rosa (2006, p. 87), expõem as vantagens desse método:

Permitem a obtenção de grande riqueza informativa – intensiva, holística e contextualizada – por serem dotadas de um estilo especialmente aberto, já que se utilizam de questionamentos semi-estruturados. Proporcionam ao entrevistador uma oportunidade de esclarecimentos, junto aos segmentos momentâneos de perguntas e respostas, possibilitando a inclusão de roteiros não previstos, sendo esse um marco de interação mais direta, personalizada, flexível e espontânea.

Logo após os estudos bibliográficos a pesquisa de campo foi iniciada e a produção dos conteúdos da Radioagência Ímpar. Os conteúdos foram elaborados de acordo com o roteiro dos materiais, por editorias (geral, direitos humanos, economia, educação, esporte e saúde). Com os textos prontos, a próxima etapa consistia em gravar os pacotes experimentais, já incluindo a abertura, vinhetas e edição.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os conteúdos disponibilizados pela Radioagência Ímpar, no gênero jornalístico são: notícias, notas, reportagens e entrevistas; e no gênero de serviço, a radioagência oferecerá programetes para as rádios da Região Tocantina. De acordo com Barbosa Filho (2009, p. 90), “a nota (...) significa um informe sintético de um fato atual. Suas características principais são o tempo de irradiação, sempre curto, com quarenta segundos de duração”. Já a notícia, segundo

Barbosa Filho (2009, p. 90), “é o módulo básico da informação. Seu tempo de exposição é curto, com média satisfatória de um minuto e trinta segundos, podendo ser apresentada em mais de um bloco, e na voz de dois ou mais locutores”. Com relação as reportagens, Barbosa Filho (2009, p. 92), classifica como:

Uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento, a reportagem consegue ampliar o caráter minimalista do jornalismo e oportunizar ouvintes, leitores, telespectadores ou internautas uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado.

Ainda segundo Barbosa Filho (2009, p. 93), as entrevistas representam uma das principais fontes de coleta de dados de um veículo de comunicação. “É vista por muitos, como uma arte que precisa de técnicas adequadas no processo de apuração e investigação”.

Além do jornalístico, o gênero de serviço, na modalidade de programetes de serviço, também serão disponibilizadas para as emissoras. “Esse formato de serviço tem a possibilidade de aprofundar melhor os informes de apoio à população”. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 136).

A agência distribuirá materiais regionais, exclusivamente jornalísticos para toda região. Os conteúdos trabalhados serão voltados para as editorias: geral, direitos humanos, economia, educação, esporte e saúde. A intenção é disponibilizar uma diversidade de conteúdos aos ouvintes que buscam informações e nem sempre possuem outros meios de se manterem atualizados que não seja o rádio.

A Radioagência Ímpar tem como público-alvo, inicialmente, as emissoras comerciais de frequência modulada que funcionam na cidade de Imperatriz (MA): Nativa FM, Mirante FM, Difusora Sul FM, 102 FM e Terra FM. Com exceção da Mirante, todas as outras já reproduzem materiais de agências, sendo assim clientes em potencial.

A distribuição dos conteúdos produzidos pela Radioagência Ímpar para as emissoras será realizada diariamente. Os pacotes disponibilizados pela empresa incluem: notas; notícias; um programete de serviço; além de uma entrevista distribuída semanalmente e uma reportagem oferecida quinzenalmente.

Todos os produtos serão produzidos, gravados e editados pela equipe de profissionais que integrarão a Radioagência Ímpar. Os conteúdos serão disponibilizados para as emissoras locais, por e-mail, mas a ideia é no futuro criar uma página na Internet, por meio da qual os clientes terão acesso aos conteúdos.

Como toda empresa comercial, a ideia é conseguir retorno financeiro com esse novo empreendimento e isso será feito a partir da comercialização dos “pacotes” noticiosos elaborados pela Radioagência Ímpar para as rádios locais.

Os produtos oferecidos pela Radioagência Ímpar terão a seguinte duração: notícias até um minuto e 30 segundos; as notas uma média de 40 segundos; as reportagens, irão durar uma média de seis minutos; as entrevistas terão no máximo cinco minutos e os programetes, um minuto. De acordo com Barbosa Filho (2009), o recomendado é que os formatos radiofônicos sejam sempre curtos.

6 CONSIDERAÇÕES

Inserir produções radiojornalísticas na programação das emissoras de rádio de Imperatriz é um grande desafio, que nos propomos a enfrentar.

A Radioagência Ímpar, desde sua proposta inicial, pretende ser um veículo de comunicação que tem como objetivo produzir conteúdos jornalísticos para as emissoras de rádio de Imperatriz e assim estimular a inserção de radiojornalismo nesses meios de comunicação, unindo a proposta de ser um veículo que produz conteúdos especificamente regionais para as emissoras de rádio da segunda maior cidade do Estado do Maranhão. Vale ressaltar que os assuntos referentes à Imperatriz têm relevância para as cidades circunvizinhas, devido à carência da região.

Com base nos estudos que deram embasamento ao projeto de conclusão de curso, foi possível identificar que existem ouvintes interessados em se manterem informados através do rádio. Portanto, a Radioagência Ímpar surge para auxiliar as emissoras no processo de veicular informações jornalísticas de qualidade e que tragam discussões referentes ao contexto local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo; ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para a validação dos resultados**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2009.

FONSECA J. J. S., 2002, p. 32 *apud* GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE: Indicadores Sociais Municipais**: Imperatriz, MA. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/indicadores_sociais_municipais/tabelas_pdf/tab28.pdf>. Acesso em 6 de mar. 2016.

FONSECA, Vírginia Pradelina da Silveira, 2005, p. 127 *apud* MARQUES, Márcia. **As mudanças nas rotinas de produção das agências de notícias com a consolidação da internet no Brasil**. 2005, 143 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de pós graduação em comunicação na linha de pesquisa jornalismo e sociedade, Universidade de Brasília (UNB), Brasília, 2005.

FONSECA J. J. S., 2002, p. 32 *apud* GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009.

MESQUITA, Giovana. **Jornalismo e desenvolvimento local: análise do Jornal do Comercio Agreste, Pernambuco**. 2009, 103 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) -- Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Recife, 2009.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise Documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**: n. 2. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Vivian de. Radioagência de notícias alternativas e o jornalismo regional. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 2, n. 6, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/viewFile/88268/91146>>. Acesso em 6 mar. 2016.

RODRIGUES, Antônio Carlos Seidl Fernando, 1995, p. 5 *apud* VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 2014. 152 f. Tese (Doutorado em Comunicação) -- Programa de Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Rio de Janeiro, 2014.

SANT'ANNA, Francisco. Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas. **Revista Líbero**, São Paulo, SP, ano 11, n. 22, dez. 2008. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Radiojornalismo-no-Brasil.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2016.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. **Uma trajetória em redes**: modelos e características operacionais das agências de notícias, das origens às redes digitais, com três estudos de caso. 2006. 291 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) -- Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2006.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. n. 2. São Paulo: Atlas, 2006.