

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

JÉSSECA PANTOJA RABELO

**JORNALISMO POPULAR EM MACAPÁ: ANÁLISE DO PROGRAMA
RADIOFÔNICO “LUIZ MELO ENTREVISTA”**

**Macapá-AP
2018**

JÉSSECA PANTOJA RABELO

**JORNALISMO POPULAR EM MACAPÁ: ANÁLISE DO PROGRAMA
RADIOFÔNICO “LUIZ MELO ENTREVISTA”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao colegiado do Curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Msc. Paulo Vitor Giraldi Pires.

**Macapá- AP
2018**

JORNALISMO POPULAR EM MACAPÁ: ANÁLISE DO PROGRAMA RADIOFÔNICO “LUIZ MELO ENTREVISTA”

JÉSSECA PANTOJA RABELO

BANCA EXAMINADORA

Prof. Msc. Paulo Vitor Giraldi Pires
Presidente da Banca Examinadora
Orientador

Prof. Dr. Aldenor Benjamim dos Santos
1º Avaliador

Prof. Dr. Rafael Wagner Santos Costa
2º Avaliador

Dedico este trabalho aos meus pais, Aida Ferreira Pantoja e Gilberto Ribeiro Rabelo pelo incentivo aos estudos, esforços que me permitiram cursar uma universidade e amor.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida e por me guiar nesse caminho até aqui. À minha família por sua compreensão e por acreditarem e viverem meus sonhos.

Agradeço ainda aos meus amigos e especialmente à minha amiga e colega de curso Lidiane Rosa e ao meu marido Saturo Cardoso pelo apoio e incentivo.

Agradeço ainda aos meus mestres que tornaram esse momento possível e que contribuíram para a minha formação. Em especial agradeço ao meu professor orientador Paulo Giraldi pela condução, conselhos e exigências que pleitearam papel fundamental nesse trabalho.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Identificação e classificação das entrevistas.	63
Tabela 2 - Identificação de temas abordados nas entrevistas.....	64
Tabela 3 - Identificação e classificação de entrevistados.....	66
Tabela 4 - Participação popular.....	67

RESUMO

O presente estudo busca identificar a aproximação e aplicações das características e fundamentos do Jornalismo Popular em um programa de entrevistas no rádio amapaense. Desta forma, a problemática concentra-se em compreender como a Comunicação Popular em Macapá ocorre em um dos meios de comunicação mais populares, o rádio. O objeto de análise desse estudo é o programa radiofônico “Luiz Melo Entrevista”. Como amparo teórico-metodológico, recorreremos à Análise de Conteúdo, tendo como escopo de investigação os fundamentos das teorias da Espiral do Silêncio e a Folkcomunicação. Estas duas teorias foram essenciais para o estudo, haja vista que aqui tratamos da comunicação como expressão do povo. Ao longo dessa pesquisa observamos elementos característicos da imprensa popular no rádio amapaense. Alguns ganham força devido aos potenciais inerentes ao rádio. Entretanto, inferimos também que nem sempre essas características cumprem com o papel de comunicação para o povo e com os pilares fundamentais do jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo Popular, Entrevista, Radiojornalismo, Rádio, Macapá.

ABSTRACT

The following article seeks to identify the approach and applications of the characteristics and fundamentals of Popular Journalism in the state of Amapá through interviews of a radio program. It also analyses its characteristics, implications and consequences. That been given, the main goal is to understand how the Popular Communication in Macapá (Amapá) happens through one of the most enjoyed media channels, the radio. The radio program “Luiz Melo Entrevista” was used as the main object of study of this analysis. In order to reach our objectives we appealed to the Analysis of Content, having the Spiral of Silence and Folkcommunication theories as main guides. These two theories were essential to this study, given that the communication as the people’s expressions is examined here. Throughout this research we observed characteristic elements of popular press in Amapá’s radio. Some of those elements are strengthened by characteristics exclusive to radio. However, we also notice that those characteristics not always fulfill their roles as a popular mean of communication or uphold the fundamental pillars of journalism.

Keywords: Journalism Popular, Interview, Radiojournalism, Radio, Macapá

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Problema	12
1.2	Objetivos: Geral e específico	12
1.3	Justificativa	12
1.4	Metodologia	14
1.4.1	Coleta e pré-análise do material	15
1.4.2	Exploração do material	16
1.4.3	Tratamento dos resultados e interpretações	18
1.5	Teoria da Comunicação Aplicada	18
1.5.1	Espiral do Silêncio	19
1.5.2	Folkcomunicação	19
2	RADIOJORNALISMO BRASILEIRO	22
2.1	Linguagem Radiofônica	25
2.2	Radiojornalismo no Amapá	28
3	JORNALISMO POPULAR	30
3.1	Conceitos	31
3.2	Características	32
4	ENTREVISTA	35
4.1	A entrevista como gênero informativo	36
4.2	O papel da entrevista em um programa jornalístico	39
4.3	A entrevista no rádio	40
5	PROGRAMA LUIZ MELO ENTREVISTA	43
5.1	Levantamento e descrição	43
6	ANÁLISES E RESULTADOS	50
6.1	Participação Popular na região Norte	55
6.2	Elementos e características do Jornalismo Popular macapaense	56
	CONCLUSÕES	58
	REFERÊNCIAS	60
	ANEXOS	63

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho desenvolveu pesquisa quantitativa e qualitativa tendo como base, a análise de conteúdo de edições do programa radiofônico “Luiz Melo Entrevista” a partir dos conceitos e definições estabelecidos pelo Jornalismo Popular. O programa está no ar desde 1990, sendo considerado um dos programas do gênero jornalístico de rádio mais populares de Macapá.

A Comunicação Popular brasileira ganhou força no século passado com os movimentos sociais (1970-1980). Mas antes disso, o início do processo de industrialização nacional e a expansão do capitalismo (1940) trouxeram mudanças socioeconômicas significativas para o país, e o jornalismo também precisou passar por modificações.

No país, os primeiros estudos acadêmicos voltados para o Jornalismo Popular surgiram nas últimas décadas do século passado (1980-1990), onde se destacaram pesquisadores latino-americanos, como a brasileira Regina Festa, Luis Ramiro Beltrán, Cecilia Peruzzo, entre outros. As primeiras pesquisas acadêmicas foram voltadas, quase que em sua totalidade, para a mídia impressa, especialmente para análise de periódicos - os jornais. Os recursos utilizados por este meio, atraíram a atenção de estudiosos, tal como, a valorização de temas populares e imagens (fotos) de acontecimentos manifestados nas periferias que chamavam a atenção popular.

No decorrer dos anos, essa nova maneira de fazer jornalismo se consolidou nacionalmente. Na mídia impressa foi possível notar o expressivo uso de características gráficas e linguísticas para chamar a atenção do público. Este fenômeno alcançou todos os meios de comunicação no Brasil. Nas rádios e canais de televisão os acontecimentos das classes C, D e E ganharam evidência. Os jornais passaram a incorporar em sua produção diária, pautas comunitárias que os levassem a uma abordagem do popular e no estado do Amapá não foi diferente.

Presente em todo o país, o Jornalismo Popular também ganhou expressão no jornalismo amapaense. No Amapá não há autores que tratem sobre esta vertente na capital, especificamente. Diante disso, esse estudo é um tanto inédito ao propor analisar como o Jornalismo Popular é aplicado em programa de entrevista radiofônico

e se esse jornalismo é de fato um jornalismo que busca atender as necessidades das minorias, com base nos fundamentos desta teoria.

O programa *Luiz Melo Entrevista* inovou no radiojornalismo amapaense com uma linguagem diferenciada e voltada ao povo. Levando ao estúdio, autoridades tais como, governador e prefeito para responder questionamentos trazidos diretamente das ruas. Além disso, o radiojornal destina espaço enquanto está no ar para a manifestação da população, que ocorre por meio de ligações transmitidas ao vivo e que trazem questões sobre a realidade de vários pontos da cidade de Macapá.

Presente na mídia mais popular entre os meios de comunicação de massa, o jornalismo do rádio não ficou alheio ao fenômeno popular. Os radiojornais com foco no povo passaram a adotar reportagens sobre acontecimentos nas periferias. Essas comunidades nem sempre são representadas na imprensa tradicional.

Diante dessas constatações iniciais, este trabalho busca identificar temas abordados no programa escolhido como unidade de análise, a que grupo de fontes pertencem os entrevistados convidados pelo programa, de que maneira a entrevista é realizada, como se dá a representação popular nas entrevistas e se o jornalismo é um Jornalismo Popular, com base nos conceitos e fundamentos defendidos por teóricos e estudiosos da área da Comunicação.

Revelar aproximações, características e fundamentos do Jornalismo Popular em um programa de entrevistas radiofônico local, possibilitará compreendermos os elementos e características da Comunicação Popular amapaense em um dos meios de comunicação mais populares que é o rádio. Para Peruzzo (1991, p.70) as metodologias usadas pela comunicação popular não são uniformes “umas são participativas, outras permanecem no esquema de serem espaço ocasional para a ‘voz do povo’, outras nem chegam a isso, se constituindo em práticas até autoritárias de comunicação.”

A pesquisa foi dividida em quatro capítulos e 18 subcapítulos onde foram realizadas abordagens ora amplas, ora específicas que buscaram abordar os principais elementos que compõem essa avaliação, como o radiojornalismo, o Jornalismo Popular, a entrevista e por fim a análise de edições do programa para que, a partir dos levantamentos, se fizesse possível fazer inferências que nos levassem aos objetivos propostos nesse trabalho.

1.1 PROBLEMA

Como os conceitos e fundamentos do Jornalismo Popular estão presentes na produção de um programa radiofônico de entrevistas em Macapá?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

Compreender a aproximação e possíveis aplicações das características e fundamentos do Jornalismo Popular em um programa de entrevistas no rádio amapaense, tendo como objeto de análise o programa *Luiz Melo Entrevista*.

1.2.2 Específicos

- Identificar temas classificados como populares no rádio;
- Classificar o grupo de fontes do Programa de entrevistas;
- Avaliar como as entrevistas são realizadas;
- Identificar como se dá a participação popular no rádio amapaense,
- Analisar as características e fundamentos do Jornalismo Popular no radiojornalismo da Amazônia macapaense.

1.3 Justificativa

Estudos sobre Jornalismo Popular estão sempre nos debates nas universidades, congressos e encontros sobre Comunicação. A comunicação popular chama a atenção por estar presente em discursos de diversos veículos de comunicação que fazem o uso de elementos da cultura popular para aproximar-se do povo.

As redações de jornais que se classificam como feitos para o povo, buscam cada vez mais, pautar assuntos comunitários que reflitam a realidade das periferias e das classes menos favorecidas, que muitas vezes não se sentem e nem estão

representadas na mídia tradicional. Traquina (2005) enfatiza que um dos critérios de noticiabilidade de um jornal é a aproximação com a realidade local, uma vez que as pessoas despertam interesse por assuntos do seu cotidiano, bairro.

Para proporcionar melhor entendimento sobre o jornalismo amapaense, analisaremos esta comunicação dada como popular, voltada para a comunidade, a partir de sua aplicação por meio de comunicação massiva em Macapá

Peruzzo (1991, p.70) destaca:

É necessário levar em consideração que por comunicação popular se pode compreender processos comunicativos variados porque na realidade ela é exatamente isso. Ela vai de pequenos veículos de comunicação dirigida, à comunicação grupal e até perpassa espaços nos meios massivos, como dos veículos orais, impressos, visuais e audiovisuais. E ainda por se realizar com metodologias não uniformes. Umas são participativas, outras permanecem no esquema de serem espaço ocasional para a “voz do povo”, outras nem chegam a isso, se constituindo em práticas até autoritárias de comunicação.

Em todo o Brasil há diversos estudos sobre Comunicação Popular nos mais diferentes meios de comunicação, desde o impresso ao eletrônico – mídias digitais. As pesquisas dos impressos se destacam através de trabalhos de jornais e revistas. Entretanto, no estado há poucos estudos voltados à sua aplicação, mesmo nas obras de autores locais sobre o assunto.

Este trabalho ensejou realizar uma avaliação quanti-qualitativa da comunicação popular no rádio amapaense. O estudo destaca-se ainda por ter como objeto de análise um programa radiofônico de entrevistas. Este levantamento, portanto, destaca-se por seu ineditismo como pesquisa no que concerne a aplicabilidade do Jornalismo Popular em um programa de entrevistas no rádio, no contexto da região da Amazônia macapaense.

O programa radiofônico *Luiz Melo Entrevista* escolhido como objeto de análise do presente trabalho está no ar desde 1990, é um dos programas radiofônicos mais populares da capital. Inovou no radiojornalismo amapaense por levar figuras expressivas ao estúdio para esclarecer questionamentos da população, tais como, governador, secretários, políticos, etc. O programa parte da premissa de que é feito para a comunidade e incentiva a participação desta ao longo de sua programação.

Para Medina (2011, p. 6), a entrevista deve servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. A autora salienta ainda:

A entrevista pode ser apenas uma eficaz técnica para obter respostas pré-pautadas por um questionário. Mas certamente não será um braço da comunicação humana, se encarada como simples técnica. Esta — fria nas relações entrevistado — entrevistador — não atinge os limites possíveis da inter-relação, ou, em outras palavras, do *diálogo*. Se quisermos aplacar a consciência profissional do jornalista, discuta-se a técnica da entrevista; se quisermos trabalhar pela comunicação humana, proponha-se o diálogo.

O diálogo defendido pela autora que se estabelece na relação entrevistado e entrevistador, deve permitir que ambos saiam alterados da entrevista.

Por fim, este estudo poderá compor o acervo da biblioteca da Universidade Federal do Amapá e servir como apoio para outras pesquisas sobre o Jornalismo Popular no contexto da região Norte do país, que venham a ser desenvolvidas por outros acadêmicos.

1.4 Metodologia

A principal metodologia empregada nesta pesquisa foi a Análise de Conteúdo de Gil (2009). Este método permitiu a compreensão e o apontamento de conclusões baseadas nos dados coletados.

A Análise de Conteúdo tem sua origem no positivismo de Augusto Comte. Em sua gênese o método se ocupava, inicialmente, de uma abordagem estritamente quantitativa e exata dos dados analisados. Entretanto, com estudos e contribuições de outros autores, esse método passou a adotar também inferências qualitativas. Para Gil (2009, p. 98):

Embora a análise de conteúdo seja essencialmente uma técnica para estudar a comunicação humana de maneira sistemática e objetiva, pode servir também a outros propósitos, tais como: (1) auxiliar na identificação das intenções e outras características dos comunicadores; (2) identificar o *status* de pessoas ou de grupos; (3) revelar atitudes, crenças e valores dos grupos; (4) identificar o foco da atenção de pessoas e grupos; e (5) descrever as atitudes e respostas aos meios de comunicação.

Os propósitos descritos pelo autor se assemelham aos objetivos desta pesquisa, reforçando a escolha do método da análise de conteúdo.

Bardin (2011) ressalta que os primeiros estudos que tiveram como base a análise de conteúdo foram desenvolvidos nos Estados Unidos, onde foi avaliado o grau de sensacionalismo na imprensa. A autora divide essa metodologia em três momentos: 1) a Pré-análise; 2) a Exploração do material; e 3) o Tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Desse modo, o melhor método a ser aplicado a esta pesquisa é o misto, que em alguns momentos será utilizado o quantitativo – levantamento e classificação dos dados - e em outros, o qualitativo – caracterizado pelas possíveis inferências atribuídas aos dados coletados. Alicerçada em Bardin (2011, p. 44): “a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventual, de recepção), inferência está que recorre a indicadores (quantitativos ou não).”

O objetivo da abordagem mista é chegarmos a uma pesquisa mais completa do nosso objeto de estudo.

1.4.1 Coleta e Pré-análise do material:

A Pré-análise define e limita os critérios iniciais para ordenar os dados e para isso são colhidas amostras do material o qual se busca estudar. É a constituição do *corpus* do trabalho.

Como o objetivo desta pesquisa é identificar características e fundamentos do Jornalismo Popular no rádio amapaense, foram selecionadas cinco edições do programa *Luiz Melo Entrevista* que foram ao ar do dia 16 de outubro de 2017 a 20 de outubro de 2017, totalizando 10 horas de material. O programa que está no ar desde 1990 foi escolhido devido ao seu apelo popular, sendo definido como um programa para a “a dona de casa e o povo”, onde intenta abordar os temas corriqueiros da cidade de Macapá, que engloba desde acontecimentos factuais e comunitários ao que vem sendo desenvolvido pelo executivo, judiciário e legislativo amapaense.

Na etapa seguinte, foram extraídas as entrevistas, tanto as realizadas em estúdio por âncoras, quanto às desenvolvidas externamente pelos repórteres, apresentando um total de 32 entrevistas realizadas no período supracitado.

Ainda na Pré-análise, realizamos levantamento de conteúdo bibliográfico para dar direcionamento na etapa quantitativa da avaliação, aqui destacamos autores como Gil e Bardin, e também suporte na etapa qualitativa onde realizamos inferências dos resultados obtidos na etapa anterior. Nesta segunda etapa, buscamos autores referências nos temas abordados, onde destacamos: Peruzzo (1991), Amaral (2006) e Chaparro (2001).

1.4.2 Exploração do material

Neste momento de exploração do material, primeiro, as cinco edições do programa foram ouvidas atentamente. Em seguida, buscamos analisar prioritariamente os elementos que integravam as 32 entrevistas identificadas nas edições, são eles: 1) maneira como a entrevista foi realizada; 2) tema abordado e sua classificação por editoria; 3) identificação do entrevistado e sua classificação por grupo de fonte e 4) participação popular, bem como a maneira que se deu.

A análise quantitativa dos elementos foi dividida em três fases:

1ª fase: Agrupamento e descrição dos elementos brutos:

Os elementos postos em análise foram agrupados e descritos nos indicadores (tabelas em anexo). Organizamos os dados em quatro grupos indicadores brutos com cinco colunas cada, onde cada coluna representa uma edição do programa. Essa sistematização foi necessária para que se montássemos um esquema descritivo da unidade analisada. Os indicadores apontados no esquema foram para fundamentar e embasar as interpretações a partir da exploração material em uma observação sistemática. Para Gil (2009, p. 73):

O pesquisador estabelece o que deve ser observado, em que momentos, bem como a forma de registro e organização das informações. O primeiro passo consiste, pois, em definir claramente o que deve ser observado. Se os objetivos foram estabelecidos com clareza e realismo e as questões voltarem-se para aspectos suficientemente específicos.

Na primeira tabela identificou-se a maneira pela qual a entrevista foi realizada, onde se levou em consideração: o ambiente, como estúdio e externa; momento, que revelou se a entrevista foi realizada ao vivo, se foi gravada ou ainda, se foi executada por telefone.

Já a segunda tabela especificou o tema abordado na entrevista, a exemplo de iluminação pública e orçamento do Estado. Em seguida, na terceira tabela, foram identificados os entrevistados. Na quarta tabela buscamos identificar a participação popular nas entrevistas, e também a maneira como essa participação ocorreu. Uma quinta tabela foi criada a partir dos indicadores agrupados com um resumo dos dados levantados, onde foram destacados em quais entrevistas houve identificação de características do Jornalismo Popular. O objetivo neste ponto foi apresentar um panorama geral da análise exposta.

Antônio explica as categorias analíticas:

Estas categorias são conceitos que expressão padrões que emergem dos dados e são utilizadas com o propósito de agrupá-los de acordo com a similitude que apresentam. São obtidas graças a um processo intuitivo, mas sistemático, orientado pelos objetivos da pesquisa, pela orientação e conhecimentos prévios do pesquisador e também pelos conhecimentos obtidos ao longo da coleta de dados (GIL, 2011, p.13).

Os indicadores estabelecidos nessa etapa fazem referência aos objetivos desta pesquisa e foram escolhidos de acordo com elementos característicos do Jornalismo Popular já apresentados no capítulo anterior.

2ª fase: Tratamento dos elementos brutos:

Nesta fase buscamos dar tratamento aos elementos brutos da fase anterior. Nem todos os indicadores apresentaram a necessidade de análise mais aprofundada para que se alcançasse o objetivo. Aqui a atenção foi voltada a dois indicadores, o primeiro, dos temas abordados que nesta fase foram classificados em editorias para separar grupos de temas.

Outro elemento que recebeu atenção foi o indicador “entrevistados”, o qual foi segmentado por grupos de fontes. Para fazer esse agrupamento, recorreremos à classificação de Schmitz (2011).

Todos os indicadores passaram por um levantamento percentual para que fosse possível identificar suas ocorrências.

3ª fase: Identificação e destaque:

Após realizar o levantar e tratar os elementos, buscou-se identificar em quais entrevistas foram possíveis detectar características do Jornalismo Popular. Após a identificação, as entrevistas, nas quais observamos essa aproximação, foram destacadas para apontamentos qualitativos.

1.4.3 Tratamento dos resultados e interpretações.

Com o levantamento e agrupamento dos elementos, iniciamos a inferência dos dados coletados em um confronto frente aos conceitos e definições de Jornalismo Popular proposto pelos autores nos materiais estudados, onde buscou-se compreender a aplicação da comunicação popular em um programa de entrevistas.

Esta etapa foi baseada e fundamentada teoricamente. Gil defende que “esta modalidade de análise é mais coerente pela ótica positivista. Consiste na definição de procedimentos analíticos com fundamento em proposições teóricas”.

No levantamento, consideramos a origem das entrevistas, observando se tiveram origem através de apelo popular, se os temas abordados retratavam a realidade das minorias de Macapá, bem como elementos identificados pertencentes à comunicação popular.

1.5 Teoria Da Comunicação Aplicada

A Teoria do Jornalismo busca analisar os efeitos da comunicação na sociedade. Este trabalho, que faz análise de um programa de radiojornalismo para identificar elementos do Jornalismo Popular, teve sua construção baseada em duas teorias da comunicação: a Espiral do Silêncio e a Folkcomunicação.

1.5.1 Espiral do Silêncio

A Espiral do Silêncio foi desenvolvida na década de 1970 pela cientista política alemã, Elisabeth Noelle-Neumann. Esta é uma teoria tomada como ferramenta crucial para a compreensão e análise dos meios de comunicação e de que forma atuam para o controle social.

A teoria está baseada na informação de que o pensamento da maioria se sobrepõe ao pensamento da minoria. A Espiral do Silêncio defende que quando um indivíduo tem um pensamento oposto ao da maioria, esse indivíduo tende a omitir sua opinião pelo medo do isolamento. Desta forma, a opinião da maioria acaba por se tornar ainda mais expressiva, não encontrando resistências.

Esse fenômeno é tão expressivo que, de acordo com a teoria, as pessoas são influenciadas não apenas pelo o que as outras falam, mas também pelo que elas imaginam que essas outras pessoas possam falar.

Barbosa Filho (2008) infere que para entendermos o Espiral do Silêncio, é necessário compreendermos três pontos fundamentais, o primeiro é o motivo do silêncio, segundo é a compreensão de espiral e por fim, a atuação da objetividade no efeito da hipótese.

O primeiro, o silêncio, faz referência ao receio de isolamento devido a opinião e comportamento discrepantes da maioria. O indivíduo prefere manter-se em silêncio para tornar-se diferente dos demais.

O segundo, a espiral, aqui é uma metáfora que deixa claro que esse é um fenômeno progressivo, onde o aumento é causado pelo reforço da opinião predominante sem a contestação e defesa dos pensamentos minoritários.

O terceiro ponto onde é tratada a objetividade relacionada aos efeitos, faz referência aos requisitos necessários para que o fenômeno da espiral ocorra, é preciso que haja conformidade no tema tratado por vários atores que compõem e defendem a opinião da maioria.

1.5.2 Folkcomunicação

Esta teoria foi desenvolvida pelo brasileiro Luiz Beltrão na década de 1960, portanto, é chamada de primeira teoria genuinamente brasileira. A Folkcomunicação estuda a Comunicação Popular e suas manifestações como grupos marginalizados sociais e culturalmente.

O popular retratado aqui é o popular-folclórico, que tem sua base nas manifestações tradicionais tipicamente populares das classes mais baixas, uma maneira de expressão do povo. Essas classes marginalizadas não são representadas na imprensa tradicional (jornais, revistas, rádio e televisão). Exemplos dessa comunicação é a literatura de cordel, grafites, lendas do folclore brasileiro.

Sem deter de meio de comunicação da imprensa tradicional, o povo encontra no folclore uma comunicação onde se vê representado e que a partir dela consegue expressar sua visão de mundo e suas necessidades. Observa-se, portanto, não uma submissão do povo à imprensa tradicional, mas uma forma de resistência de suas expressões.

Os estudos dos processos comunicativos se relacionam diretamente com outras áreas de conhecimento, como a filosofia, antropologia e sociologia, por exemplo. Não podemos ignorar aqui, os estudos relacionados aos meios de comunicação e as mediações sociais de Barbero (1997) que reforçam a análise da Folkcomunicação. As mediações são entendidas como suporte à incorporação da cultura aos processos comunicativos. Para Barbero (1997, p. 110):

Para estudar a imprensa popular, investiga as mediações políticas – formas de agrupamento e expressão do protesto -, a relação entre a forma da leitura popular e a organização social da temporalidade, o lugar de onde vêm os modos de narrar assimilados por essa imprensa – oratória radical, melodrama, sermões religiosos, e as formas de sobrevivência e comercialização da cultura oral.

Relacionando os dois estudos, entendemos que a cultura popular se utiliza do folclore como mediador, no processo comunicativo, entre os meios de comunicação e o público.

Tendo um programa do radiojornalismo como objeto dessa pesquisa onde buscamos analisar o Jornalismo Popular, as duas teorias nos permitem ampliar a

compreensão sobre o comportamento das classes populares, tal como sua relação no processo comunicativo.

Ao inferirmos a teoria de Elisabeth Noelle-Neumann, por exemplo, onde o indivíduo tende a não se expressar quando a opinião dele contrasta com o pensamento da maioria, podemos analisar o que representa o pensamento majoritário.

Observamos ainda que a Folkcomunicação dá suporte ao estudo para a observação de elementos levantados na teoria. Um dos pontos principais é a avaliação da representação popular no nosso objeto de estudo.

2 RADIOJORNALISMO BRASILEIRO

O primeiro aparelho de rádio chegou ao Brasil em 1922, trazido por uma empresa americana para a exposição comemorativa do Centenário da Independência Brasileira na então capital federal da época, a cidade do Rio de Janeiro. No ano seguinte, 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi instalada definitivamente pelo antropólogo Edgard Roquette-Pinto. A partir deste marco, várias emissoras começaram a se instalar por todos os estados, com o apoio de governos, prefeituras e associações. O Antropólogo foi uns dos grandes incentivadores da radiodifusão no Brasil, em sua visão, o rádio era um elemento poderoso de difusão cultural e educativa.

Roquette-Pinto foi o responsável pela inserção do jornalismo no rádio antes mesmo do entendimento de radiojornalismo. Todas as manhãs antes de colocar o *Jornal da Manhã* no ar, ele lia e marcava as principais notícias dos jornais impressos do Rio de Janeiro para lê-las aos seus ouvintes.

As notícias mais interessantes ou fatos curiosos eram sublinhados, tarefa encerrada só depois de virada a última página. Os textos rabiscados eram a fonte de informação para o *Jornal da Manhã*, uma das primeiras experiências jornalísticas do rádio brasileiro, transmitido, de segunda a sexta, pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a PRA-2. O programa não tinha hora certa pra começar. Ou melhor, tinha: assim que Roquette-Pinto terminasse a leitura dos jornais impressos (JUNG, 2004, p. 15).

Assim, observamos que o radiojornalismo nasce da derivação do jornal impresso. A técnica usada no surgimento do jornalismo no rádio passou a ser usada por outras emissoras e não passava de uma reprodução oral das notícias dadas pela mídia impressa, não recebendo a escrita ou até mesmo a leitura adaptada ao veículo “o locutor, distraído, lê para o ouvinte a notícia que termina com um infalível” “[...] continua na página x”, ou então “[...] como se pode ver na foto ao lado”, etc.” (ORTRIWANO, 2003, p. 69).

Para evitar levar esses erros ao ar e deixar os ouvintes confusos com a informação, os radiojornais passaram a recortar as notícias da mídia impressa e organizá-las. Essa técnica ficou conhecida pelo termo *gillete press* ou *tesoura press* e

ainda hoje, quase um século depois, ainda é utilizada por alguns programas no radiojornalismo brasileiro, criticado por Jung (2004, p.15):

Erro provocado pela falta de pessoal, de tempo, de criatividade e de vergonha na cara. Como experiência, leia os jornais do dia com atenção, depois passeie pelas estações de rádio e não se surpreenda se ouvir de algum locutor o mesmo texto. Certas emissoras usam a estratégia para preencher o espaço obrigatório, previsto em lei, dedicado às notícias.

Em 1932, na cidade de São Paulo, durante a revolução constitucionalista, temos o surgimento de fato do radiojornalismo. A Rádio Record conclamou o povo a pegar em armas por uma Carta Constitucional, essa foi a primeira vez que o rádio foi usado como instrumento de mobilização no Brasil. O locutor César Ladeira ficou conhecido como o “Locutor da Revolução”.

Neste período (1930) a *Rádio Record* se destacou ao inovar com uma programação política, onde convidava políticos para ministrar palestras culturais e instrutivas.

Em 1935, quando Getúlio Vargas liderava a presidência, foi criado o *Programa Hora do Brasil*, voltado ao noticiário oficial e que ia ao ar de segunda-feira ao sábado. Mesmo após a saída de Vargas do poder, o programa perdurou e hoje se chama *A Voz do Brasil* que vai ao ar de segunda a sexta-feira.

Na década seguinte, em 1941, o radiojornalismo foi marcado pelo surgimento do *Repórter Esso*, veiculado pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, patrocinado por uma agência internacional de notícias dos Estados Unidos. O Programa destacou-se por não somente ler as notícias recortadas dos jornais impressos, já que suas notícias eram enviadas pela agência patrocinadora.

Um ano depois surge o *Grande Jornal Falado* do Tupi, que reproduzia a estrutura de um jornal impresso, como a apresentação da estrutura de editoriais para as reportagens e manchetes no início das edições. Mas nos anos seguintes a preocupação com uma linguagem específica para o rádio ficou mais evidente, e a busca pela elaboração de notícias que atendessem as especificidades do rádio contribuiu para a formação e consolidação do radiojornalismo no país.

No fim da década de 40, o *Repórter Esso* traz outra grande contribuição para o jornalismo no rádio, um de seus apresentadores, Herón Domingues, organizou

estruturalmente pela primeira vez uma redação de um rádio jornal. Para Moreira (1991):

A Seção de Jornais Falados e Reportagens fundada por Heron Domingues na Rádio Nacional organizou, pela primeira vez, um sistema de equipe (um chefe, quatro redatores e um colaborador do noticiário parlamentar), rotina e hierarquia peculiares a uma redação de jornalismo radiofônico. No mesmo texto inédito, ele registra que 'em 1950, a Rádio Nacional, através do seu setor radiojornalístico, acompanhou os grandes órgãos da imprensa, em pé de igualdade, na cobertura do período pré e pós-eleitoral. Foi quando definitivamente se consolidou o conceito de reportagem radiofônica (MOREIRA, *apud* ORTRIWANO, 2003, p. 74).

A década de 40 é considerada a Época de Ouro do rádio no Brasil, que teve seu declínio com a chegada da televisão na década seguinte. A nova mídia trazia o recurso da imagem. Agora, o público não tinha mais a preocupação de criar mentalmente a visualização dos relatos dos radialistas. A novidade, sem dificuldades, tomou o espaço conquistado pelo rádio, como destaca Ortriwano (2003, p.75), “a televisão [...] ocupou o primeiro plano entre os meios de comunicação, levando consigo as verbas publicitárias, os profissionais e a audiência”.

Com um faturamento menor, as emissoras de rádio já não possuíam verbas pra contratar artistas, começaram a recorrer aos discos e fitas para preencher essa lacuna. Boa parte dos profissionais migrou para a televisão, então o rádio foi forçado a se redescobrir, buscando uma abordagem que atendesse às suas necessidades.

Nesse novo contexto surge o *transistor*, uma tecnologia que deu novas dimensões ao rádio. Com ele, o aparelho receptor não precisava mais ficar ligado à tomada e o veículo passava a acompanhar os ouvintes. A mobilidade tanto de emissão quanto de recepção trouxe inúmeras possibilidades ao meio radiofônico inclusive nas coberturas jornalísticas.

As rádios passaram a se especializar procurando por públicos específicos. Cada vez mais o entretenimento deu lugar ao jornalismo. Um exemplo desse fenômeno foi o surgimento da Rádio Bandeirante, em 1954, na cidade de São Paulo, que apostou em um noticiário sucinto, com notícias de um minuto a cada quinze minutos de programação. A cada hora os boletins tinham a duração de três minutos.

Das produções caras, com multidões de contratados, o rádio parte agora para uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços. Aliado a outros avanços tecnológicos, o transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando mais ligá-lo às tomadas (ORTRIWANO, 1985, p. 22).

Se por um lado o surgimento da televisão representou até hoje a pior crise do rádio, por outro, ela o obrigou a atender suas próprias especificidades. Entendemos que as mudanças trazidas com a chegada da televisão forçaram as emissoras e os profissionais a buscarem de fato um jornalismo de rádio, que atendesse às especificidades do veículo, como estrutura, linguagem, técnicas, o que contribuiu para a formação e consolidação do meio.

2.1 Linguagem Radiofônica

A linguagem radiofônica nasceu da reprodução dos textos do jornalismo impresso. No começo do rádio, o locutor lia as reportagens publicadas nos jornais impressos. Quando as matérias não eram lidas diretamente dos jornais, elas eram escritas para serem lidas ao microfone.

Para Meditsch (1997), inicialmente, a linguagem do rádio foi pensada como forma de apresentação da mesma mensagem veiculada no impresso, sem que recebesse o tratamento adequado e que atendesse todas as especificidades do meio. Por isso as leituras dos âncoras não consideravam as particularidades da oralidade.

Com o tempo, os profissionais do rádio passaram a compreender melhor o meio e a buscar maneiras de preencher as lacunas apresentadas por ele. Por ser um meio de comunicação que não conta com o apoio da imagem, o rádio tem no som e na oralidade suas principais ferramentas e potenciais.

A linguagem radiofônica precisa ser eficaz e por isso deve obedecer a todas as especificidades do rádio. A fugacidade da linguagem do meio é um dos aspectos mais importantes a serem observados, porque diferente da mensagem escrita, a mensagem falada deve ser entendida no momento em que é proferida. Por isso, a linguagem deve ser simples, clara e direta para que o ouvinte não tenha dúvidas sobre a mensagem que está sendo recebida. Parada (2000, p.49) afirma: "dinâmico, rápido e ágil, o rádio exige de quem escreve a objetividade, a economia de palavras, o

encadeamento claro e simples das ideias, para que o ouvinte possa compreender facilmente a informação no momento exato em que a escuta".

Para que a linguagem radiofônica seja clara, deve-se deixá-la a mais objetiva possível, entretanto é necessário levar em consideração a mensagem de carácter informativo, sendo preciso fornecer todas as informações necessárias que possibilite que o ouvinte compreenda a mensagem por completo. "É necessário ser inteligível — imediatamente inteligível. Uma frase mal construída, uma expressão ambígua, uma sentença complicada ou uma descrição de fatos sem uma sequência lógica podem ser fatais para o noticiário de rádio." (CHANTLER, 1998, p. 50).

Ainda sobre a linguagem apropriada ao rádio, Barbero (2003) defende que a linguagem falada no rádio deve ser a coloquial, mais próxima à qual usamos no dia a dia. Por ser simples, usada sem expressões técnicas, ela permite uma compreensão mais fácil.

O ouvinte só tem uma chance para ouvir o que está sendo dito. Lembre-se que a mensagem no rádio se "dissolve" no momento em que é levada ao ar. Para que a missão de conquistar o ouvinte seja alcançada, o texto deve ser coloquial. O jornalista precisa ter em mente que está contando uma história para alguém (BARBERO, 2003, p. 72)

Lage (2001, p. 66) busca conceituar linguagem formal e coloquial e faz a distinção entre elas:

A linguagem formal é mais durável e tende a preservar usos linguísticos do passado. Imposta pelo sistema escolar, é uma espécie de segundo idioma que aprendemos e que pode servir como índice de ascensão social. A linguagem coloquial é espontânea, de raiz materna, reflete a realidade comunitária, regional, imediata; alguns de seus cometimentos são passageiros e outros terminam por se formalizar, incorporando-se à literatura e à escola.

Do ponto de vista de uma comunicação eficiente, a linguagem coloquial seria a mais adequada, em virtude de ser mais acessível à pessoas de pouca escolaridade, por permitir uma utilização mais rápida e mais expressiva. No entanto, Lage argumenta que a linguagem formal é a imposição de ordem política, tendo seu emprego valorizado pela sociedade. O autor conclui que a conciliação entre uma comunicação eficiente, proporcionada pela linguagem coloquial, e a aceitação social, fornecida pela linguagem formal, consegue restringir um conceito para a linguagem

jornalística: “ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal”. (LAGE, 2001, p. 38)

Ferraretto (2000) observa que a linguagem radiofônica é composta por quatro elementos: efeitos sonoros, música, voz humana e o silêncio. Para o autor, cada um desses elementos possui características próprias e combinadas permite ao ouvinte ter o entendimento da mensagem enviada.

O rádio é um meio de comunicação que tem no som seu principal elemento. Por não contar com o recurso da imagem, ele encontra na oralidade sua ferramenta mais importante de transmissão da mensagem. Apesar dessa particularidade, a narrativa radiofônica não se restringe somente à comunicação oral. Com a finalidade de atingir o ouvinte e tornar a comunicação efetiva, ela deve levá-lo a criar imagens mentais. Para McLeish (2001, p.15), “trata-se de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a imagem do dono da voz”.

Para redesenharmos um ambiente é preciso fornecer elementos que permitam que os ouvintes identifiquem e recriem esses cenários, como sons e ruídos, a exemplo: buzinas de carro, conversas, toques de celular, barulho da chuva, entre outros. Esses elementos compõem o nosso cotidiano e devem estar presente na comunicação radiofônica para auxiliar na recriação de cenários por parte dos ouvintes. Entre as estratégias que possibilitam a recriação de cenários e que permitam com que o locutor transporte o ouvinte ao palco dos acontecimentos, estão os efeitos e a sonoplastia. Em seus estudos, Parada (2000) ressalta a importância dessa ferramenta para o rádio considerando suas especificidades:

Jornais e revistas têm fotos, e a televisão, a imagem. No rádio, o que faz a diferença é o som. A maioria das rádios jornalísticas e dos repórteres despreza, subestima sua principal matéria-prima. Não se trata aqui do som da voz do apresentador ou do repórter. Mas da música ambiente, dos gritos, das sirenes, do bate-boca, do choro, enfim, de tudo o que cerca uma situação que não deve simplesmente ser relatada por meio de um texto ou de uma entrevista (PARADA, 2000, p 31).

Em se tratando de rádio o som é essencial, mas outros elementos também se mostram importantes. Lage (2001) vai além quando se trata de recriação de cenários. O autor acredita que as lacunas deixadas pela linguagem radiofônica são preenchidas a partir dos valores estéticos, de consumo e de comportamento, do próprio ouvinte. É o próprio ouvinte que cria os cenários de acordo com seu próprio ponto de vista:

Na radiofonização, é possível contar a história deixando à imaginação do ouvinte o preenchimento de enormes espaços abertos pela fragilidade semântica do idioma. Ele pode supor que o padrão de beleza da mocinha é exatamente o seu padrão de beleza e conceber o cenário de uma sala de jantar à semelhança de sua própria sala de jantar (LAGE, 2001, p. 56).

As mensagens radiofônicas conseguem atingir simultaneamente um grande número de ouvintes, seja de maneira coletiva ou individual. Desse modo, o emissor pode emitir sua mensagem mesmo que para uma coletividade de forma individual, como se estivesse dirigindo-se especificamente a um ouvinte definido. O papel do locutor nesse sentido é indispensável, ele é o responsável por criar essa intimidade com o ouvinte e fazer com a emissão da mensagem pareça uma conversa. “O rádio cria a ilusão nas pessoas de que os programas são só para elas, individualmente. Cada um pensa que o locutor está falando com ele” (ALVES, 2005, p. 163).

Observamos, portanto, vários elementos primordiais na linguagem radiofônica que reforçam as especificidades do meio e que quando bem empregadas alcançam os objetivos propostos de uma comunicação clara, objetiva e envolvente.

2.2 Radiojornalismo No Amapá

O objetivo deste capítulo não é traçar um histórico detalhado da radiodifusão amapaense, mas situar sobre o surgimento do meio no estado. A literatura sobre o tema é escassa, fruto de trabalhos de pesquisas de profissionais jornalistas e acadêmicos de jornalismo.

O Amapá era vinculado ao estado do Pará e a história do rádio começa ainda na época do antigo Território Federal (1943-1988), quando o primeiro governador do território, Janary Gentil Nunes, nomeado pelo então presidente Getúlio Vargas, iniciou a instalação de alto-falantes em praças como a Barão do Rio Branco e Veiga Cabral

(antes, praça da Igreja de São José), ambas no centro de Macapá. Onde tocavam-se músicas e eram repassadas informações de interesse coletivo. As informações eram lidas pelo jornalista amazonense Paulo Eleutério Cavalcanti de Albuquerque, que à época era diretor de imprensa e propaganda do governo territorial.

Segundo os registros históricos, Paulo Eleutério, em seu pronunciamento ao microfone, explicou que 'modesto ainda, o Serviço de Imprensa e Propaganda iniciava a utilização do rádio, dotando a cidade de um aparelhamento sonoro de alto-falantes, preparando-se para a tarefa maior de uma estação rádio-emissora que abrangesse todo o Território e pudesse levar ao Brasil, a palavra fraterna e confiante do Amapá'. (Portal Rádio Difusora de Macapá)¹

A primeira rádio amapaense foi inaugurada em 1946, a Rádio Difusora de Macapá, uma rádio de Amplitude Modulada (AM), há 71 anos indo ao ar e atualmente vinculada ao executivo amapaense.

Isso aconteceu durante um jogo de futebol entre o Amapá Clube e o Artífice em Belém [...] empolgado com os resultados o governador Janary Nunes determinou a aquisição de um transmissor de fabricação Indeletron [...] com essa providência, o interior passou a receber informações sobre os atos do governo. A primeira notícia vinda do exterior dizia que os sinais da RDM estavam sendo recebido da Alemanha (NEVES, 2015, p. 42).

A segunda emissora instalada no Amapá foi a Rádio Educadora São José, criada em 1968 e mantida pela Prelazia de Macapá, vinculada à igreja católica. A programação era de caráter religioso, mas com espaço para o noticiário e programas de música. Em 1978 a Rádio Educadora foi vendida

¹ Rádio Difusora. Disponível em: www.difusora.ap.gov.br / Acesso em: 19 de jan. de 2017.

3 JORNALISMO POPULAR

Os primeiros passos de uma imprensa que seria classificada “popular”, ocorreu no século XIX na Europa a partir do novo contexto estabelecido pela Revolução Industrial. Os jornais antes voltados aos burgueses agora tinham adquirido também, outro público alvo, os operários levados para os centros urbanos em busca de empregos em função do novo momento econômico.

Madruga (2009, p.18) infere que com as mudanças, os jornais precisaram buscar outros estilos de matérias com assuntos para o novo público, não somente voltados ao interesse dos aristocratas: “os grandes empresários da época tiveram que ampliar seu quadro de administradores, capatazes e técnicos, que, por conta do cargo que exerciam, tinham que ser alfabetizados”.

Ainda na Europa do século XIX, segundo Angrimani (1995), na França existiam jornais populares de apenas uma página com reportagens sobre histórias de crimes, desastres, catástrofes. Nos Estados Unidos surgiam periódicos que abriam mão da política para tratar de assuntos classificados como de interesse popular.

Angrimani (1995) destaca que foi nessa época que surgiu o termo ‘imprensa amarela’, dirigido ao jornalismo que passou a abordar temas com o intuito de chamar a atenção do público.

Observa-se que com o crescimento demográfico dos centros urbanos, houve a necessidade de alfabetização das classes populares, o que contribuiu para o consumo em massa de cultura intelectual. Essa nova forma de comunicar trouxe a ideia de não mais ver a comunicação de forma verticalizada, mas sim de forma horizontal. Da massa para a massa. E neste momento surgem os movimentos sociais que lutam a favor da igualdade.

Para Amaral (2006), no Brasil, os folhetins foram considerados a origem do Jornalismo Popular, pois através deste recurso, grupos de camadas populares passaram a consumir e conseqüentemente comprar mais jornais, o que aumentou a tiragem dos veículos.

O Jornalismo Popular surgiu nos movimentos populares e que este não é um tipo de mídia, mas um processo de comunicação reflexo de ações de grupo, movimentos populares “Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos

movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação”. (PERUZZO, 2009, p. 48)

As primeiras publicações acadêmicas sobre o tema surgiram nas décadas de 1970-1980 de autores como Regina Festa, Gilberto Gimenez, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán. Estes autores defendiam o surgimento de uma comunicação horizontal intrínseca nos movimentos operários e sindicais.

Ao analisarmos o início de uma comunicação voltada para as classes populares, é possível perceber que o jornalismo necessitou aproximar-se das massas, das classes menos favorecidas que não se sentiam representadas no jornalismo tradicional.

Essa aproximação gerou novas abordagens, temas que outrora não ganhavam relevância passaram a ocupar espaço garantido na imprensa.

3.1 Conceitos

De acordo com Peruzzo (2009), a Comunicação Popular também ganhou outros nomes: alternativa, participativa, comunitária e que depende do local, tipo de prática e orientação do estudioso, mas destaca:

Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social (PERUZZO, 2009, p. 47).

A autora destaca o uso do termo “comunitário”, que na prática faz referência à características típicas da Comunicação Popular, por isso, se confunde, mas trata-se de outro processo “às vezes se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas”. (PERUZZO, 2009, p.47)

A Comunicação Popular caracteriza-se como voz das classes populares, que lutam por melhores condições de vida, a exemplo do acesso à saúde e a assistência social. É uma comunicação que marca a expressão de classes, C, D, e E. Peruzzo (2009, p.49-50) afirma: “É um instrumento político das classes subalternas para

externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa”.

Amaral (2006) faz a distinção entre notícia para o jornalismo de referência e para o Jornalismo Popular. Para ela, os acontecimentos têm mais chances de virar notícia na imprensa popular se cumprirem alguns requisitos como, a capacidade de entreter o público-alvo, aproximação geográfica ou ainda cultural, haver uma narração dramática e ainda, a identificação de personagens do povo, o que a autora chama de “personalização”. Já no jornalismo de referência esses critérios são outros, os envolvidos no acontecimento devem ser importantes, o fato deve ter impacto sobre um grupo vasto de pessoas, deve ter relação com políticas públicas e a divulgação tem que ser exclusiva.

Para Festa *apud* Peruzzo, a Comunicação Popular tem sua gênese nos movimentos sindical e operário, sendo efetivamente movimentos sociais. Por isso esse jornalismo destina-se à luta de classes e à expressão das classes menos favorecidas.

Observa-se, com base nos autores, que a Comunicação Popular é uma expressão das classes populares que levantam a bandeira do povo, lutando por direitos básicos visando melhorar as condições de vida.

Independente das características do meio usado para fazer a Comunicação Popular, ela tem como fundamento o povo, o popular, a representação das classes subalternas.

3.2 Características

O Jornalismo Popular se caracteriza por aspectos específicos que o diferencia dos demais, sendo uma imprensa voltada aos anseios das classes populares, nesse jornalismo identificam-se elementos que têm por objetivo, saciar seu público alvo. O termo “popular” carrega consigo vários significados. O dicionário Aurélio elenca sete significados à palavra: 1- Homem do povo; 2- relativo ou pertencente ao povo; 3- que é usado ou comum entre o povo; 4- que é do agrado do povo; 5- vulgar, notório; 6- democrático e 7- povo.

A palavra ‘popular’ tem sua origem no latim *populus* que significa ‘povo’ e adquiriu várias acepções que estão relacionadas ou qualificam algo pertencente ao

povo. Ela foi e ainda é amplamente usada por movimentos políticos da América Latina, como presidentes populistas, a exemplo do presidente brasileiro Getúlio Vargas (1930-1945 e 1951- 1954), e também por movimentos sociais e sindicais de esquerda.

Ao buscarmos autores das ciências sociais, observamos que o termo 'popular' faz referência a outro: cultura. Ao trabalhar os dois conceitos- povo e cultura, Chauí os analisa como pertencentes à mesma matriz, haja vista que em sua etimologia 'povo' significa conjuntos de características culturais em comum, como por exemplo: hábitos, língua e costumes. Para a autora, o termo 'cultura' assumiu uma concepção mais abrangente na segunda metade do século XX.

O termo cultura passa a ter uma abrangência que não possuía antes, sendo agora entendida como produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte (CHAUI, 2008, p. 57).

Essa concepção abraçada pela sociologia e antropologia permite ao termo cultura ser compreendido como espaço onde os sujeitos criam símbolos e signos, inferem seus valores, apoiam suas leis e se definem enquanto sujeitos e comunidade.

Para Martín- Barbero não é possível compreender o sentido de popular na cultura sem entender primeiramente o sentido de povo na política. O autor defende que durante a Reforma protestante- Século XVI, organizou-se na figura do povo a busca por um sistema de legitimação do poder político.

À noção política do povo como instância legitimante do Governo civil, como gerador da nova soberania, corresponde no âmbito da cultura uma idéia radicalmente negativa do popular, que sintetiza para os ilustrados tudo o que estes quiseram ver superado, tudo o que vem varrer a razão: superstição, ignorância e desordem (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 24).

O autor defende ainda que o Romantismo (século XVIII) construiu um novo imaginário de que além da cultura oficial e hegemônica existia outra e o que era produzido pelo povo passou a ganhar *status* de cultura e isso só foi possível a partir de três elementos essenciais: 1) a exaltação revolucionária, 2) o surgimento do nacionalismo e 3) a reação contra a ilustração política e estética.

Em um estudo sobre a relação entre arte e cultura popular, Canclini incorpora noções de hegemonia e intelectual orgânico proposto por Gramsci e dar novo sentido ao papel do artista:

Gramsci afirmava que todos os homens, qualquer que seja sua ocupação, devem enfrentar diariamente problemas que lhe exigem uma concepção do mundo e uma revisão da conduta que a expressa. [...] Se transferirmos isso para a redefinição do conceito de artista, podemos dizer que este não é o que faz obras de arte separadas dos demais objetos, mas o que desenvolve a criatividade sensível e imaginária no interior da produção e dos grupos sociais que a realizam (CANCLINI, 1980, p. 201).

Tais definições nos permitem inferir que embora a gama de significados seja grande, o termo 'popular' faz relação à representação do povo e no jornalismo não é diferente.

Nas redações de jornais o termo também adquiriu abrangência tamanha que lhe permite abrigar jornais sensacionalistas da grande imprensa a publicações alternativas produzidas por comunidades carentes. É importante frisar que, no Brasil, Jornalismo Popular é encarado por boa parte dos profissionais da imprensa como uma linha editorial na qual a qualidade lugar, na diagramação, às soluções de dramaticidade visual, caso das fotos que ocupam várias colunas e dos títulos construídos com tipologia avantajada (MENEZES, 2007, p. 30).

Também observadas por outros autores, como Seligman (2009), que também destaca a diagramação avantajada e o uso de fotos grandes, algumas características da imprensa popular. Além disso, salienta outros elementos, como: uso de pautas locais, jornalismo de serviço, uso de cores e também, o retrato de personagens da comunidade.

Observa-se que os preceitos da prática jornalística popular estão voltados para o jornal impresso, entretanto podemos trazer algumas delas para o radiojornalismo. Neste sentido, podemos citar Amaral (2006), que traz elementos do valor - notícias da imprensa popular: capacidade de entretenimento, proximidade geográfica com o público, simplificação do fato e possibilidade de ser narrado dramaticamente.

Com base nestas características, observamos, portanto, um jornalismo capaz de retratar o universo do seu público-alvo, ao tratar de temas voltados às classes populares; a participação do povo nessa representação é uma maneira de dar voz aos pertencentes destas, bem como a apresentação dos elementos de maneira que chamem sua atenção, com o uso dos recursos disponíveis.

4 ENTREVISTA

Iniciamos este capítulo evocando alguns autores com o propósito de apresentar conceitos e pontos de vista sobre o que é a entrevista, especialmente sob a ótica do Jornalismo. A *práxis* da profissão traz muitas discussões quanto à sua representatividade e função para o Jornalismo.

A entrevista é um dos principais recursos do trabalho jornalístico. Na maioria das vezes, é a partir dela que o profissional obtém informações no processo de apuração. Para Lage (2014, p.73) “a entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em Jornalismo. É uma expansão da consulta, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos”. Apesar da definição, o autor considera a palavra entrevista ambígua, podendo significar:

- a) qualquer procedimento de apuração junto a uma fonte capaz de diálogo;
- b) uma conversa de duração variável com personagem notável ou portador de conhecimentos ou informações de interesses para o público; c) a matéria publicada com as informações colhidas em (b) (LAGE, 2014, p.73).

A ambiguidade gerada é resultado das muitas aplicações da palavra. Sob a ótica de Medina (2011, p.18), a entrevista vai além da obtenção de informações, mas é, sobretudo, uma forma de interação social, tratando-se de ciências humanas, será sempre uma ferramenta de relacionamento entre indivíduos.

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpretação informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. Em todos estes ou outros usos das Ciências Humanas, constitui sempre um meio cujo fim é o inter-relacionamento humano.

Entretanto, a autora salienta que essa interação é atingida somente quando a entrevista possibilita um diálogo entre entrevistado e entrevistador, de modo que ambos saiam dessa experiência alterados.

Caputo (2010) afirma que não há apenas um significado na representação da entrevista. Segundo ela, é importante que, enquanto jornalistas, nos questionemos sobre o significado da prática cotidiana nas redações. Apesar da ausência de

entendimento comum quanto ao significado de entrevista, a autora defende que esta é o melhor recurso tanto para o jornalismo quanto para a pesquisa.

A entrevista é uma aproximação que o jornalista, o pesquisador (ou outro profissional) faz, em uma dada realidade, a partir de um determinado assunto e também a partir de seu próprio olhar, utilizando como instrumento perguntas dirigidas a um ou mais indivíduos (CAPUTO, 2010, p.21).

Segundo a autora, quando o profissional de jornalismo consegue realizar essa aproximação com a realidade apresentada, a entrevista, sendo um método jornalístico, torna-se uma experiência tanto de olhar o mundo quanto de ouvir o outro.

4.1 A Entrevista Como Gênero Informativo

Para Melo e Assis defendem que existem cinco gêneros jornalísticos. Os autores os classificam da seguinte maneira: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. Cada um desses gêneros divide-se em diversas formas. A entrevista é um formato que faz parte do grupo do gênero informativo acompanhada da nota, reportagem e notícia.

Só tem sentido se forem inseridos no ambiente que lhes é peculiar, ou seja, os suportes tecnológicos e as engrenagens produtivas que permitem o fluxo das mensagens concebidas, produzidas e difundidas pela corporação jornalística, o que inclui, evidentemente os mecanismos de interação com o público-alvo – leitores, radiouvintes, telespectadores, internautas, etc. (MELO E ASSIS, 2013, p.21).

Cada formato tem características próprias, mesmo que comparado a outro do mesmo gênero. Melo destaca que a distinção entre as formas está na sucessão dos acontecimentos e na captura por parte da instituição jornalística.

A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão. A notícia é um relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade (MELO, 2003, p.66).

O gênero informativo difere principalmente do opinativo, enquanto o primeiro busca a exposição do fato de maneira distanciada, observando o relato dado e o acontecimento, o segundo apresenta um posicionamento, uma análise mais aprofundada sobre o tema sob um ponto de vista específico.

Podemos dizer então que o jornalismo informativo é imparcial? Sabemos que as discussões sobre a imparcialidade no jornalismo são amplas. O que podemos afirmar é que se trata de um jornalismo que tem como alvo, a objetividade. Assis (2010) analisa que na atividade jornalística, o relato do real é um distanciamento do que está sendo abordado pelo jornalista:

Pela objetividade, os fatos deveriam ser narrados pelo jornalismo tal como aparecem na realidade. No entanto, qualquer jornalista sabe que ao redigir uma matéria estará materializando um processo contínuo e ininterrupto de escolhas e eliminações que resultam na construção de uma mensagem sobre infinitas possibilidades descartadas, decorrente do tratamento dado à informação jornalística (ASSIS, 2010, p.18).

Alguns autores defendem a objetividade como uma estratégia do jornalista para se eximir de opiniões, que pode ser justificada pelo conflito nas versões de um fato. Pedroso (2003) destaca que:

Objetividade para o jornalismo não é só a capacidade de permanecer impessoal diante de ações e decisões imediatas, mas é também os métodos de trabalho, os procedimentos operativos, estratégicos, impessoais, ritualizados para minimizar as incertezas impostas pelos prazos de fechamento da edição, pelos acontecimentos imprevistos, pelos desmentidos e etc.²

Ainda sobre objetividade, Erbolato (1979) destaca que a objetividade deve ser uma característica da notícia jornalística. Para ele, a notícia deve ser levada para o público em síntese, porém de uma maneira em que o público possa ter uma noção correta do que está sendo tratado. Um jornalista deve agir com isenção. Para o autor: “honestidade e imparcialidade são atributos exigidos ao repórter. Porém o poder de síntese não impedirá a clareza” (ERBOLATO, 1979, p.56).

² Disponível em: <http://www.saladeprensa.org/art411.htm> .Acesso em: 03 ago. 2017.

Observamos a clareza como um dos elementos principais, mas a entrevista como gênero informativo, pode apresentar todas as características do gênero, ou não.

Dentro desse formato há outras divisões. Lages (2014) afirma que do ponto de vista dos objetivos há quatro tipos de entrevista: ritual, temática, testemunhal e em profundidade. Para ele, a ritual tem o foco no registro da voz ou da figura do entrevistado e não no que ele tem a dizer; a temática é voltada para determinado tema em que o entrevistado apresente conhecimento e autoridade para falar sobre; a testemunhal é usada para colher o relato do entrevistado que participou ou presenciou determinada situação; em profundidade, a figura do entrevistado se sobressai ao tema ou ao acontecimento específico.

Quanto às circunstâncias, Lage classifica a entrevista: ocasional, quando não é programada; confronto, na qual o repórter tem o papel de interrogador; coletiva, onde o entrevistado responde às perguntas de vários repórteres de diferentes veículos de comunicação sobre determinado assunto e dialogal, quando mutuamente repórter e entrevistado constroem uma conversa a partir de temas propostos.

Ademais, a averiguação e a informação sempre fizeram parte da atividade jornalística. Haja vista que na maioria das vezes o profissional não testemunha o acontecimento noticioso, cabe a ele extrair as informações de fontes ou testemunhas do fato, por exemplo, indagar pessoas que presenciaram ou até mesmo participaram de um acidente de trânsito, com o propósito de redesenhar o cenário e as circunstâncias para o público no momento de dar a notícia.

A fim de extrair as informações que deem suporte para a recriação desse cenário, o jornalista faz o uso de perguntas. Essa obtenção de informação é conhecida no jornalismo como entrevista. Noblat afirma que não há perguntas inconvenientes. Para ele, se a pergunta for para esclarecer assuntos de interesse público, o repórter deve questionar a quem achar que deve ser o alvo de suas perguntas.

Os jornalistas fazem a intermediação da sociedade com os que a representam. Este é um dos seus papéis. O outro é o de fiscalizar atos e comportamentos dos que exercem o poder – o poder público ou o privado que influencia a vida das pessoas (NOBLAT 2002, p.72).

E a entrevista é a matéria-prima para a busca de informação no jornalismo, sendo ela clara para o público ou não. Ela pode ser trabalhada e apresentada em

forma de reportagens, boletins, dados, notas ou ainda, no formato entendido como entrevista, no esquema de perguntas e respostas.

4.2 O Papel Da Entrevista Em Um Programa Jornalístico

Já apresentamos no início desse capítulo a entrevista como recurso fundamental para o trabalho jornalístico. É a partir dela que o profissional obtém informações que subsidiam a produção de matérias, reportagem, etc. Esse recurso pode ser utilizado de diversas formas, depende do objetivo e circunstância de acordo com o apresentado anteriormente. Nesse capítulo, abordaremos a entrevista não como mera técnica, mas como maneira de atender à função social do Jornalismo.

É comum nos jornais, independente do meio, haver espaços destinados às entrevistas, onde o entrevistado competente ou com conhecimento sobre determinado tema tratado é convidado para falar sobre algo tomado como interesse público.

A entrevista enquanto espaço de interação social apresentada por Medina (2011), permite ao público a tomada de consciência e até posicionamento acerca do tema a ser abordado. Além de informar, ela é capaz de ampliar o entendimento sobre o assunto tratado.

No intuito de explicar o papel da entrevista no Jornalismo, Medina (2011) apresenta duas classificações sintéticas: a primeira é a espetacularização e a segunda é a compreensão. Para entendermos a distinção entre elas recorreremos a classificação de Morin (1973, p.120), onde o autor afirma que há quatro tipos de entrevista coletiva voltadas aos veículos de massa: 1) a entrevista-rito, 2) a entrevista anedótica, 3) e entrevista diálogo e as 4) neoconfissões.

A entrevista-rito tem por intuito, obter uma palavra ou frase que é resultado de perguntas simples, como as perguntas feitas a jogadores no fim de jogos. Nesse tipo não há interação entre entrevistado e entrevistador, o ritual está nas próprias respostas dos entrevistados.

A entrevista anedótica é caracterizada pela busca de informações superficiais, que envolvam a vida pessoal e assuntos que não são de interesse público. Esse tipo de entrevista é comum em programas voltados à vida de personalidades famosas.

Já na entrevista diálogo, o Morin (1979, p. 120) defende que há mais do que a conversação entre pessoas, um diálogo que busca esclarecer fatos e que entrevistador e entrevistados colaboram para a busca da verdade.

A última classificação, as neoconfissões, são entrevistas que exigem mais do entrevistado do que entrevistador. O segundo assume papel de condutor e o primeiro sai da superficialidade das respostas e apresenta respostas mais profundas.

Medina (2011) diz que para haver um aprofundamento da entrevista, é necessário que aconteça o fenômeno da identificação entre entrevistado, entrevistador e também com o receptor dessa mensagem. Quando ocorre a identificação, a entrevista se aproxima do diálogo interativo.

De maneira inversa, quando uma entrevista é baseada em um questionário pré-estabelecido, há ausência do diálogo e a entrevista tem como resultado, respostas que se limitam à superficialidade do fato. Essa ausência de diálogo é percebida pelo receptor.

Considerando suas aplicações, a entrevista no jornalismo deve ter a função a construção de um diálogo aberto, que permita o aprofundamento sobre determinados temas, que seja construído na inter-relação entre entrevistado e entrevistador, de modo que ambos saiam alterados na experiência e que o receptor que acompanha a mensagem possa ampliar seu campo de compreensão sobre o que foi tratado.

4.3 A Entrevista No Rádio

A produção da entrevista no rádio dá-se de várias formas, não há um rito seguido à risca nos jornais. Ela pode ser pensada desde o seu início e elabora por meio de pautas, organização textual ou até mesmo acontecer de improviso sem um mínimo de preparo. Entretanto, há na literatura, informações gerais que norteiam o trabalho dos radiojornalistas, especialmente se o objetivo é obter um produto informativo.

E entrevista para o rádio é uma boa ferramenta para a obtenção de materiais que dão suporte à produção radiofônica, a exemplo de matérias, notas, vivo e entrevistas de bancada. Essas duas últimas permitem a aproximação entre

entrevistado e ouvinte, de modo que o receptor tenha a sensação de estar ouvindo uma conversa no mesmo ambiente onde ocorre o diálogo. Para Barbeiro e Lima (2003) a entrevista no rádio consegue transmitir ao ouvinte a emoção, tanto do entrevistado quanto do entrevistador.

Boas entrevistas são as que revelam novos conhecimentos, esclarecem fatos e marcam opiniões. Com o tempo, o jornalista vai aprimorando a arte de perguntar e de tirar do entrevistado mais do que ele gostaria de dizer sobre determinado assunto. Quando isso acontece a notícia avança e abre espaço para novas entrevistas e reportagens (BARBEIRO e LIMA, 2003, p.59).

Observamos que além de gênero, a entrevista, quando bem conduzida, tem como resultado a ampliação do diálogo sobre o que foi tratado.

Prado (1989) defende que o rádio é um meio informativo e seu papel vai além de transmitir os acontecimentos atuais com rapidez, deve ampliar o conhecimento da população sobre esses acontecimentos. Para o autor, a entrevista deve exercer esse papel por meio de explicação e análise. Outra característica do rádio de meio informativo é a sua capacidade de se comunicar com o público que não precisa de uma formação específica para entender a mensagem. “Esse fato tem importância no caso de um público que não sabe ler, mas, sobretudo, adquire maior importância para todos aqueles que não querem ou não têm tempo para ler” (Prado, 1989, p.28).

Algumas considerações devem ser feitas quanto à realização da entrevista no rádio. Por exemplo, a preparação do entrevistador que envolve organizar a entrevista com início, meio e fim; colocar-se no lugar do ouvinte na hora de fazer as perguntas; estar pronto para uma eventual mudança no rumo da entrevista; não se contentar com respostas evasivas “Em casos singulares é preciso dizer firmemente que ele não respondeu ao que foi perguntado” (BARBEIRO e LIMA, 2003, p.60).

As entrevistas ao vivo exigem cuidado redobrado do jornalista. Diferente das entrevistas gravadas ou editadas, possíveis falhas de ambos os lados não podem ser revistas, mas quando percebidas devem ser consertadas de imediato. Se a entrevista ao vivo for por telefone, o entrevistador deve ficar atento para algumas situações. Para o autor:

O jornalista deve evitar todos os tiques das conversações telefônicas, tais como ir assentindo ou confirmando com um ou outro comentário o que diz o personagem. Estes recursos são confirmações que querem mostrar ao nosso interlocutor que seguimos escutando, mas não são válidos para as

entrevistas informativas, sua utilização (...) é um autêntico “ruído” (PRADO, 1989, p.70).

O que difere de fato a entrevista informativa no rádio dos demais meios de comunicação de massa, são as técnicas utilizadas para atender às especificidades do meio. Mas quanto à função social, é a mesma. A entrevista deve obedecer ao interesse da coletividade, buscando a verdade dos fatos e a ampliação do conhecimento do público.

5 PROGRAMA LUIZ MELO ENTREVISTA

O programa *Luiz Melo Entrevista* foi criado em 1990 pelo jornalista Luiz Melo, quando o mesmo saiu da Rede Amazônica no Amapá, afiliada Rede Globo, e montou uma empresa de comunicação com os filhos, a Diário do Amapá.

Naquela época o programa inovou ao levar para o estúdio entrevistados como o governador, prefeito, secretários e integrantes do legislativo amapaense e abordar temas atuais da cidade.

Em formato opinativo, o rádio jornal foi se consolidando no jornalismo amapaense e está no ar até a atualidade na rádio Diário FM, pertencente ao grupo Diário, das 7 às 9 horas da manhã. Com o passar do tempo, o programa moldou-se até chegar à composição atual. O idealizador do *Luiz Melo entrevista* divide e bancada do estúdio com outros jornalistas que contribuem com os debates levantados, além de contar com uma equipe de repórteres que fazem participações ao vivo ao longo da programação de vários pontos da cidade.

O rádio jornal aposta na interatividade entre âncoras de estúdio, repórteres nas ruas e a participação dos ouvintes. A participação da população acontece por meio de mensagens de texto, ligações telefônicas, mensagens e áudios enviados através de aplicativos de mensagens instantâneas. Muitas vezes, a participação gera debates e entrevistas para tratar sobre o tema pautado.

Com expressões que ficaram conhecidas na cidade, como “conte-me tudo, não me esconda nada” e “Luiz Melo Entrevista: dê seu ponto de vista”, o programa matutino é uns dos que garantem maior audiência na capital amapaense.

5.1 Levantamento E Descrição

1º Indicador: Entrevistas

Durante a descrição de cinco edições (16 a 20 de outubro de 2017) do programa “Luiz Melo Entrevista”, observou-se a realização de 32 entrevistas, destas, 17 (53,12%) foram realizadas em ambientes externos por repórteres, 15 (46,87 %) desenvolveram-se dentro do estúdio pelos âncoras do programa. Dentro do grupo das entrevistas de estúdio, 10 (66,66%) foram feitas através de aparelho telefônico e cinco

(33,33%) realizaram-se presencialmente com o entrevistado dentro do estúdio. (Ver quadro de tabelas: Tabela 1: Identificação e classificação das entrevistas).

Primeira edição

Externas: A primeira edição analisada (16 de outubro de 2017) contou com três entrevistas externas, onde os repórteres realizaram as entrevistas nos locais dos acontecimentos. A primeira entrevista aconteceu no bairro do Renascer, periferia da Zona Norte da capital; a segunda foi na Cidade do Samba, espaço criado pelo Governo do Estado próximo ao sambódromo de Macapá - serve de galpão para as escolas de samba acomodar e confeccionar os materiais do desfile de carnaval - na terceira e última entrevista externa dessa edição o repórter entrevistador não deixou claro o local de onde a entrevista estava acontecendo.

Estúdio: Foram três entrevistas conduzidas no estúdio nesta edição, as duas primeiras foram por telefone, a primeira, durante ligação recebida e colocada no ar e a segunda, entrevista gravada e reproduzida no momento do rádio jornal. A terceira foi presencial, onde o entrevistado dirigiu-se ao estúdio.

Segunda Edição

Externas: Na segunda edição (17 de outubro de 2017) foram identificadas três entrevistas externas. Na primeira, a repórter entrevistou um secretário municipal do bairro do Laginho, entretanto não deixou claro o lugar de onde falava. A segunda, realizada na secretaria de Manutenção Urbanística de Macapá. A terceira externa da edição, aconteceu da unidade central da rede Superfácil.

Estúdio: Nesta edição foram duas entrevistas de estúdio, a primeira foi gravada pelo telefone no dia anterior e colocada no ar durante o programa. Já a segunda foi realizada ao vivo com o entrevistado no estúdio.

Terceira Edição

Externa: A terceira edição, que foi ao ar no dia 18 de outubro de 2017, também apresentou três entrevistas externas. A primeira não deixa claro o local de onde foi realizada, mas com base na conversa, deduzimos que tenha sido do Centro Integrado de Operação em Segurança Pública, o Ciosp. A segunda, aconteceu no bairro das

Pedrinhas, periferia de Macapá, da Zona Sul da cidade. A terceira não faz referência ao local de onde está sendo feita.

Estúdio: Nesta edição foram ao ar cinco entrevistas de estúdio, uma presencial ao vivo e as outras quatro, via telefone por meio de ligações recebidas ou realizadas durante a programação.

Quarta Edição

Externa: A edição do dia 19 de outubro de 2017 trouxe quatro entrevistas externas. As duas primeiras foram gravadas na noite anterior no local onde ocorreu um crime e reproduzidas na manhã seguinte no rádio jornal. A terceira foi realizada do Comando Geral da Polícia Militar que fica no bairro do Beírol, Zona Sul de Macapá, e a última foi na Feira do Produtor do Buritizal.

Estúdio: Esta edição apresentou quatro entrevistas de estúdio, das quais três foram via telefone e uma com o entrevistado no estúdio.

Quinta Edição

Externa: A quinta e última edição de análise (*20 de outubro de 2017*) não levou ao ar nenhuma entrevista externa.

Estúdio: Do estúdio foram conduzidas cinco entrevistas, uma com o entrevistado nas dependências do jornal e outras quatro via telefone por meio de ligações.

2º Indicador: Temas

Nas cinco edições analisadas (*de 16 de outubro de 2017 a 20 de outubro de 2017*) foram identificadas 32 entrevistas, não destacadas no item anterior. 14 (43,75%) dos assuntos foram classificados, sendo da editoria de cidade; quatro (12,5%) abordaram sobre serviços; três (9,37%) falaram temas sobre segurança pública; três (9,37%) trataram sobre esporte; três entrevistas (9,37%) sobre política. Apenas 2 (6,25%) entrevistados falaram sobre saúde, 1 (3,12%) assunto policial e 1 (3,12%) abordagem sobre Justiça e 1 (3,12%) sobre meio ambiente. (*Ver tabela 2- Identificação de temas abordados nas entrevistas e classificação por editoria*).

Assuntos da editoria de Cidade:

- 1- Incêndio à residência;
- 2- Revitalização da Cidade do Samba;
- 3- Carnaval 2018;
- 4- Cadastro de vendedores ambulantes para trabalharem no entorno dos cemitérios no Dia de Finados;
- 5- Assembleia que discute o aumento da tarifa de energia;
- 6- Reintegração de posse;
- 7- Condições dos abrigos de ônibus da cidade;
- 8- Risco de queda de árvore no cemitério;
- 9- Repasse do GEA para a assembleia de Deus;
- 10- Produtos feiras na cidade;
- 11- Empréstimos Consignados Prefeitura;
- 12- Audiência pública para discutir a situação dos ambulantes de Macapá;
- 13- Pagamento do Caixa Escolar.
- 14- Acidente de trânsito.

Editoria de Serviço:

- 1- Recadastramento de lotes dos cemitérios;
- 2- Emissão de Carteira de Trabalho na rede Superfácil;
- 3- Evento voltado ao público feminino;
- 4- Inauguração do novo prédio do Sindicato dos Auditores e Fiscais de tributos.

Editoria de Segurança:

- 1- Morte do Sargento da PM;
- 2- Investigação sobre a morte do sargento da PM;
- 3- Velório do Sargento da PM.

Editoria de Esporte:

- 1- Prisão do presidente do Comitê Olímpico Brasileiro;
- 2- Corrida do empreendedor;
- 3- Campeonato futebol de trinca

Editoria de Política:

- 1- Privatizações do Sistema de geração de energia;
- 2- Emendas parlamentares;
- 3- Dívida pública estadual.

Editoria de Saúde:

- 1- Dia do Médico;
- 2- Aquisição de equipamentos para hospitais.

Editoria de Polícia:

- 1- Roubo à residência.

Editoria de Justiça:

- 1- Ministério Público acusa superintendente do IBAMA por peculato.

Editoria de Meio Ambiente:

- 1- Ações de extensão rural no estado.

3º Indicador: Entrevistados

Dos 32 entrevistados analisados, a maioria – sendo 21, pertencia ao grupo de fontes oficiais, o que representa 65,62% dos entrevistados; três (9,37%) eram fontes populares; também três (9,37%) faziam parte das fontes classificadas institucionais; dois (6,25 %) eram fontes testemunhais; dois (6,25%) estavam no grupo classificado empresarial e somente um (3,12%) era uma fonte especializada.

Das fontes oficiais identificamos:

- 1- Prefeita da Cidade do Samba;
- 2- Presidente da Liga das Escolas de Samba do Amapá;
- 3- Senador;

- 4- Chefe de gabinete do Rurap;
- 5- Secretário de Desporto e Lazer do Estado;
- 6- Prefeito de Macapá;
- 7- Secretário de Manutenção e Urbanística de Macapá (duas vezes);
- 8- Diretora da rede Superfácil;
- 9- Presidente da Companhia de Trânsito e Transporte de Macapá;
- 10-Secretário de Planejamento do Estado;
- 11-Comandante da PM (duas vezes);
- 12-Delegado;
- 13-Superintendente do IBAMA/AP;
- 14-Secretária de educação do Estado;
- 15-Vereador;
- 16-Coordenador de apoio diagnóstico da Secretaria de Saúde do Estado;
- 17-Sargento da PM;
- 18-Coordenador do evento: futebol de trinca.

Das fontes populares:

- 1- Ambulantes;
- 2- Moradores;
- 3- Feirantes.

Das fontes institucionais:

- 1- Presidente da Rede das Associações e ONG's do Amapá;
- 2- Pastor da Assembleia de Deus;
- 3- Secretário do Sindicato dos auditores e fiscais de tributos.

Das fontes testemunhais:

- 1- Morador que teve a casa incendiada;
- 2- Garota de Programa suspeita de assalto.

Das fontes empresariais:

- 1- Coordenadora de evento: palestra para o público feminino;
- 2- Coordenador de evento: corrida do empreendedor.

Das fontes especializadas:

1- Médico.

4º Indicador: Participação Popular

No levantamento, observou-se que no universo das 32 entrevistas realizadas no período destacado para análise (*16 de outubro a 20 de outubro de 2017*), em nove houve participação popular, o que representou 28,12% das entrevistas, logo, em 71, 87% não houve essa contribuição. (*Ver tabela 4, no anexo*).

Observa-se ainda que das nove entrevistas em que houve envolvimento popular, em cinco (55,55%) alguém do povo foi entrevistado e em quatro (44,44%) a participação foi percebida como geradora da entrevista, onde a população enviava perguntas sobre temas de seu interesse e o programa esclarecia por intermédio dos entrevistados.

6 ANÁLISE E RESULTADOS

O Levantamento e a descrição dos elementos e aspectos observados durante a etapa anterior nos apresentou um panorama geral da construção e apresentação das entrevistas no nosso objeto de estudos.

A partir deste momento, com base nos dados quantitativos, faremos uma avaliação das informações obtidas alicerçando-nos em teóricos e estudiosos da Comunicação Social e outras áreas das Ciências Sociais.

Entrevistas

Ao analisarmos a maneira como a entrevista foi realizada, observamos que ela ocorreu das seguintes maneiras: a) estúdio por telefone, b) estúdio- presencial e c) externa.

Prado defende que a entrevista no rádio, independente do seu tipo e modelo, deve ser um diálogo, uma interação entre entrevistado e entrevistador e salienta:

A entrevista é um dos gêneros jornalísticos aquele que mais tem adaptabilidade ao rádio e às características específicas do veículo. É uma das fórmulas mais ágeis para dar a conhecer uma informação ou para aprofundar o conhecimento dos fatos e suas consequências, assim como para aproximar-se da personalidade dos protagonistas das 'histórias' (PRADO, 1989 p.57).

As três maneiras de realização de entrevistas identificadas no nosso objeto de estudo, são exemplos da adaptabilidade do rádio. As facilidades oferecidas pelo meio, tal qual sua praticidade por não necessitar de um extenso aparato técnico em ambiente externo, possibilitam a realização de entrevistas de várias maneiras.

Na impossibilidade do entrevistado dirigir-se ao estúdio ou receber um repórter, o contato pode ser feito pelo telefone, o que representou 66,66% das entrevistas de estúdio. Para Lage:

Desde que se inventou o telefone, admitiu-se a possibilidade de realizar entrevistas à distância – e logo se constatou que o resultado não era o mesmo. O telefone é um meio muito útil para a apuração de informações, mas suprime algumas condições facilitadoras da entrevista, tais como o ambiente controlado e a presença do outro (LAGE, 2014, p.78).

Se por um lado, de acordo com Lage (2014), a entrevista presencial no estúdio traz vantagens ao diálogo que a entrevista por telefone não oferece, por outro, essa possibilidade permite o reforço do rádio como meio de comunicação popular. Para o rádio as barreiras geográficas podem ser superadas com o recurso da entrevista por telefone, por exemplo, onde mesmo o entrevistado não estando na cidade, pode dar informações para o jornal.

Amaral (2006) afirma que o Jornalismo Popular faz referência à uma imprensa que tem bases temáticas no contexto social onde está inserido o público-leitor. Se a origem dessa imprensa está nas lutas de movimentos sociais, na tentativa de representação das classes empobrecidas que buscam ter voz, este tem seu campo de atuação onde estes grupos estão, seja nas periferias marginalizadas ou em lutas dos movimentos sociais pertencentes. Para a autora, o Jornalismo Popular se estabelece na relação imprensa - público-alvo, seja “pelo tipo de serviço que presta e pela sua conexão com o local e o imediato” (AMARAL, 2006, p.18).

Nesse sentido, observamos que as entrevistas externas representaram o maior percentual no rádio jornal (53,12%), ou seja, foram feitas no local de ocorrência do fato noticiado. Essa aproximação permite não só ao jornalista uma maior compreensão do fato, mas possibilita à comunidade sentir-se representada e com voz no jornal.

Entretanto, observa-se que o ambiente nem sempre é aproveitado pelo entrevistador-repórter, na maioria das vezes, não realizou a descrição do local e por vezes, sequer informou aonde estava sendo realizada a entrevista. A limitação do rádio por não conter o recurso da imagem, causa dependência ao ouvinte. Faz-se necessário que o emissor da mensagem forneça elementos para a criação de imagens mentais, defendido por McLeish (2001).

Temas

Identificar os temas abordados no rádio jornal e ocorrência dos assuntos tratados nos permite compreender a importância que o veículo dá aos temas. Ao realizar o levantamento das entrevistas realizadas nas cinco edições do programa *Luiz Melo Entrevista*, buscou-se identificar e classificar os assuntos por editorias, de modo

que essa abordagem permitisse chegarmos à identificação de aproximações do Jornalismo Popular.

Seligman (2009) destaca que as principais características do Jornalismo Popular são: a) pautas locais, b) jornalismo de serviço, c) uso de personagens da comunidade, d) fotos grandes e diagramação arejada e e) o uso de cores.

Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento, for próximo geográfica ou culturalmente do leitor, puder ser simplificado, puder ser narrado dramaticamente, tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização) ou se for útil (SELIGMAN, 2006, p. 4).

Com base nesses elementos, esclarecemos que pesquisa dispensa a análise de aspectos que não cabem ao rádio, como fotos e diagramação, mas sim, mídia impressa.

O maior percentual de temas tratados foram assuntos de acontecimentos classificados na editoria de cidade. Nessa editoria observamos a baixa ocorrência de assuntos comunitários, como o caso da reintegração de posse e a situação dos abrigos de ônibus em Macapá. A maioria dos assuntos foi direcionada ao público em geral, como recadastramento dos lotes do cemitério e o aumento da tarifa de energia, assim como as oito demais editorias relacionadas (serviço, segurança, esporte, política, saúde, polícia, Justiça e meio ambiente) que tratavam sobre assuntos de interesse geral.

Peruzzo destaca que a comunicação popular deve ser:

Expressão das lutas populares por melhores condições de vida, que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do 'povo'. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o "povo" como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo (PERUZZO, 2009, p. 49).

Com base nessa definição e a observação dos temas abordados, identificamos um distanciamento com a Imprensa Popular e uma aproximação ao jornalismo de referência descrito por Amaral (2006).

Contextualizar, gera o que a Folkcomunicação chama de identificação do povo. Ela se estabelece a partir da elaboração e processamento das mensagens dos meios de comunicação. O povo acaba por se representar nas brechas midiáticas desses

meios comunicativos. Essas brechas servem como meio informal de comunicação usado por grupos considerados marginalizados, que expressão ideias, desejos, e também é uma forma de contestação popular por melhor qualidade de vida.

Partindo dos pressupostos funcionalistas, para as transformações sociais é preciso que haja a interação no espaço social entre os sistemas comunicativos formais e informais.

Quando observamos a pequena participação popular e muitas vezes não efetiva, inferimos a predominância do sistema de comunicação formal, que serve às classes dominantes, e o distanciamento da interação entre os dois sistemas, inviabilizando as transformações almejadas pelo povo.

Entrevistados

Ao identificarmos os entrevistados, foi possível classificá-los e agrupá-los de acordo com o grupo de fontes pertencentes. Schmitz (2011) infere que “fonte” está relacionada a algo que se origina, se produz. O autor divide as fontes jornalísticas em oito grupos: oficial, empresarial, institucional, popular, notável, testemunhal, especializada e de referência. Evoca Gans para definir fontes de notícia:

Herbert Gans (1980) define fontes de notícias como as pessoas que os jornalistas observam ou entrevistam e quem fornece informações ou sugestões de pauta, enquanto membros ou representantes de um ou mais grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade (SCHMITZ, 2011, p. 9).

Para Schmitz (2011), as fontes oficiais são aquelas que representam alguns dos três poderes (executivo, legislativo e judiciário), em função do cargo. As fontes populares são as pessoas que não representam entidades, mas que falam por si mesmas, cidadãos. Fontes institucionais representam organizações sem fins lucrativos. Já as testemunhais, como o nome indica, representa o que viu e ouviu, sendo participe ou apenas observadora. A fonte empresarial representa uma corporação empresarial, podendo ser da indústria, do comércio, serviços ou ainda do agronegócio. Por fim as fontes especializadas são as que detêm notório saber científico.

Observado aqui, que na maioria das entrevistas os jornalistas recorrem às fontes oficiais (65, 62%) para tratar do assunto propostos. Para Amaral (2006) essa

escolha se assemelha à escolha da imprensa de referência. Para a autora a busca por fontes oficiais ocorre porque “supostamente têm o compromisso de informar de forma correta, guardam informações interessantes e têm legitimidade para falar à sociedade” (AMARAL, 2006, p.56).

A busca por fontes da comunidade ocorreu em cinco momentos ao longo de uma semana. No primeiro, um morador que teve a casa incendiada é entrevistado como testemunha do fato. No segundo, vendedores ambulantes reclamam da quantidade de vagas disponibilizadas pela prefeitura para atuação no entorno dos cemitérios. Na terceira ocorrência, moradores de um bairro da periferia (Pedrinhas) reclamam do medo da reintegração de posse. O quarto momento a entrevistada é suspeita de um crime e na última participação de fontes da comunidade, feirantes falam sobre os produtos que chegavam nas feiras da cidade.

A concentração em fontes oficiais nos permite observar a desvalorização do povo. Para Chaparro (2011) a confiança no jornalismo é renovada nos conflitos onde se manifestam interesses particulares em confrontos discursivos. O jornalismo deve ser espaço para intervenções.

Noticiar é a forma mais eficaz de intervenção dos que lutam para mudar ou conservar o mundo, principalmente nos domínios da ideologia, da economia, dos negócios, da política, da cultura e da religião. Nas democracias, os confrontos manifestam-se os espaços públicos são regulados por acordos político-sociais produzidos pela história, e em novos acordos resultam, assim ocorrendo a construção do presente e o aperfeiçoamento do sistema (CHAPARRO, 2011, p. 100).

Outra possível aproximação com Jornalismo Popular estaria na atenção de assuntos que despertam o interesse popular, como crimes e acidentes. Destacamos que a penúltima edição analisada foi no dia seguinte à morte de um sargento da Polícia Militar, crime ganhou grande repercussão local devido ser um assassinato de um agente da segurança pública. Esse caso chama mais atenção porque em 24 horas após o crime, sete mortes foram registradas na capital, o que gerou temor e insegurança na população.

Nas três entrevistas que trataram sobre o assunto, os dois entrevistados procurados foram fontes oficiais, o comandante da PM (duas vezes) e o delegado que investigava o caso. Em nenhum momento uma pessoa da comunidade foi procurada para falar da insegurança popular.

6.1 Participação Popular na região Norte

Ao analisarmos participação popular os apontamentos mostraram que esta ocorreu de duas maneiras: o povo sendo o protagonista, no papel de entrevistado, ou ainda enviando perguntas e denúncias que motivaram a produção do programa a ir atrás das repostas que geraram a entrevista.

No entanto, das 32 entrevistas levantadas o envolvimento do público ocorreu em apenas nove momentos. Observamos que em algumas entrevistas analisadas onde o povo foi protagonista, faltou o fechamento do assunto, mas não houve a resposta para aquelas entrevistas, ficando ela apenas como apresentação do fato. Amaral revela que o uso de personagens que representem o povo, que ela chama de personalização pode provocar a perda da contextualização:

A personalização de uma notícia pode provocar também uma extrema singularização, e nesse caso, a história perde em contextualização. Há um apagamento do caráter sócio-histórico dos fatos sociais, ou seja, eles são apresentados como permanentes e recorrentes e perdem a cadeia lógica que os relacionam. Muitas vezes, quando a notícia é personalizada, na matéria aparecem as respostas pontuais do Poder Público. Ou seja, os leitores encontram apenas o balcão de reclamações, raramente a discussão sobre as políticas públicas (AMARAL, 2006, p7).

O primeiro exemplo foi a entrevista levada ao ar na edição do dia 17 de outubro de 2017, (Secretaria de Manutenção Urbanística de Macapá) - na qual vendedores ambulantes reclamam da quantidade de vagas disponibilizadas pela prefeitura para que os trabalhadores atuassem no entorno dos cemitérios no Dia de Finados. Os ambulantes contam que nem todos conseguiram vagas e falam sobre os prejuízos que isso acarreta a eles. A bancada do jornal fez comentários sobre a quantidade de vagas ofertadas ser pequena, mas não houve resposta da prefeitura para o assunto.

Outro exemplo foi observado na entrevista de moradores do bairro das Pedrinhas (edição do dia 18 de outubro) que reclamam da falta de segurança e do medo de serem retirados do local por ser área de invasão. Do estúdio, os apresentadores teceram comentários sobre o que sabiam do assunto, falaram sobre a área negociada com o governo para a construção de conjunto habitacional, mas “condenada” pelo agente financiador. Entretanto, não houve busca de respostas para os moradores.

Menezes afirma que em se tratando de Jornalismo Popular, a contextualização é um dos aspectos principais nos conteúdos voltados às classes subalternas para que

não ofereça somente uma visão fragmentada da realidade. Esse aspecto é o que diferencia o jornal popular do jornal de referência e do sensacionalista. Para ela “Há outro motivo para a defesa da contextualização. É a percepção que os jornais populares trazem para o leitor, uma representação de mundo como algo dado, sistema consolidado e talvez, imutável”. (MENEZES, 2007, p.58)

Analisamos que nas entrevistas onde a participação popular se tornou a geradora da entrevista – a partir de denúncias e perguntas – houve aproximação com a Comunicação Popular, onde foi garantida a resposta com base nas fontes oficiais, já que à priori, os entrevistados foram convidados a responder aos questionamentos.

Para a teoria da Espiral do Silêncio, a opinião pública atua como forma de controle social e promove a integração da sociedade. O controle social garante a coesão do sistema e por isso exerce pressão nos indivíduos. Ele só é eficaz a partir do momento em que existe o medo do isolamento, resultado do receio do indivíduo de receber sanções sociais que o isolem e o marginalizem. Quando o meio de comunicação permite a quebra do medo do isolamento, a comunicação popular se torna efetiva e permite transformações sociais.

Quando se trata de minorias, o espaço de representação popular é pequeno. Promover a abertura para as manifestações é essencial no Jornalismo Popular.

6.2 Elementos e características do Jornalismo Popular macapaense

Ao buscarmos identificar os principais elementos e características do Jornalismo Popular macapaense, podemos afirmar que ele pouco se difere da imprensa popular do restante do país, com base na análise e estudos realizados em outras regiões que foram aqui comparadas. Entretanto, elencamos cinco características que mais marcam nossa Comunicação Popular.

A primeira delas, identificamos tendo como objeto de estudo um jornal voltado para entrevistas no rádio. O entrevistado encontra-se predominantemente, fora dos estúdios. As entrevistas, em sua maioria, são realizadas por repórteres nas ruas ou então pelos âncoras do jornal via telefone. As próprias especificidades do rádio contribuem para o reforço dessa característica.

A segunda característica é que esse jornalismo caminha entre o Jornalismo de Referência e o Jornalismo Popular, mesmo que se classifiquem como jornalismo para

o povo. Essa característica se reforça ao tratar preferencialmente de temáticas ligadas a uma coletividade maior. Pautas de interesse da sociedade como um todo.

A terceira característica é que esse jornalismo se apoia no diálogo do tripé: âncoras, repórteres e entrevistados. A participação popular entra como um quarto elemento eventual.

A quarta característica detectada foi o apego a fontes oficiais. Observamos que mesmo quando o assunto sugeria a contribuição popular, o jornal recorria predominantemente às fontes oficiais.

A quinta característica levantada, foi que o jornal é produzido enquanto está no ar. Não que haja uma pré-produção, agendamento com alguns entrevistados, mas, a maioria das entrevistas não são marcadas, surgem no desenvolvimento dos temas levantados no programa, outra possibilidade oferecida pelo rádio.

CONCLUSÕES

Buscar aproximações e fundamentos do Jornalismo Popular no rádio amapaense permitiu-nos compreender um pouco mais sobre a comunicação local e também ajudou na identificação de característica do rádio na Amazônia macapaense.

Observamos ainda que algumas das características populares identificadas no jornal, que serviu como recorte para nossa análise, foram reforçadas devido ao meio de comunicação onde foram desenvolvidas, nesse caso, o rádio.

O rádio, por si só apresenta elementos que permitem a participação da comunidade de forma mais efetiva nos jornais - característica popular, tanto no que diz respeito ao envolvimento popular por meio de mensagens de texto e áudio, e ligações, quanto à inserção de jornalista no meio do povo, haja vista que um profissional apenas com um aparelho celular pode fazer a ligação entre o jornal e a comunidade. Entretanto, observamos que no programa analisado, essas ferramentas não completamente exploradas ao observamos a baixa inserção do repórter nas comunidades e a ausência de descrição do lugar de onde estava.

Pelo caráter popular, observamos que os ouvintes se sentem à vontade para fazer ligações e enviar mensagens durante o programa, servindo como contribuição ou em busca de respostas para questões que atingem diretamente seu cotidiano. Apesar disso, observamos que para um programa que apresenta apelo popular e que reforça que sua base é o tripé: repórteres, apresentadores e participação do ouvinte, o envolvimento popular não é predominante.

Nesse sentido, verificamos ainda que o ponto de vista que prevaleceu não foi o do público, considerando a busca recorrente ao uso de fontes oficiais que davam a versão institucionalizada do fato. A representação de personagem das classes mais empobrecidas também foi identificada em poucas entrevistas, essa que é uma das características principais da imprensa popular.

Ao buscarmos características locais enquanto Imprensa Popular e tendo como base leituras de estudiosos da comunicação, observou-se que o jornalismo local se aproxima muito da Comunicação Popular de outras regiões do país, obviamente respeitando as expressões populares de cada lugar.

Entretanto, conseguimos identificar cinco elementos que marcam a Imprensa Popular macapaense: 1) A predominância de entrevistados fora do estúdio; 2) Uma

imprensa mista que se estabelece entre o Jornalismo Popular e o de Referência; 3) Apoio no tripé: apresentadores, repórteres e entrevistados; 4) Apego às fontes oficiais e 5) Construção preponderante do jornal enquanto já está no ar.

Diante ao exposto, inferimos que houve a aproximação com o Jornalismo Popular, ao levantarmos algumas características, entretanto o objeto de análise não cumpriu com todos os requisitos que se espera por “imprensa para o povo”. Para que se atinja uma comunicação de fato popular, seria necessário o envolvimento efetivo de pessoas que representem as comunidades.

Este trabalho poderá servir como base para o aprofundamento das possíveis discussões e estudos sobre a Comunicação Popular no estado do Amapá, haja vista que esse é um processo comunicativo complexo, envolvendo inúmeros atores e aspectos presentes na nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**. São Paulo: Summus, 1995.

ALVES, Rosental Calmin. **Radiojornalismo e linguagem coloquial**. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). *Teorias do rádio: Textos e contextos*, Vol.I. Florianópolis: Insular, 2005

ASSIS, Francisco. ALCEU - v. 11 - n.21 - p. 16 a 33 - Jul. /Dez. 2010. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=376&sid=33>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

AMARAL, Márcia Franz do. **Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular? - Jornalismo do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. (2006)

_____. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CANCLINI, Néstor Garcia. **A socialização da arte: teoria e prática na América Latina**. São Paulo: Cultrix, 1980.

CAPUTO, Stela Guedes. **Sobre entrevistas: teoria, prática e experiências**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

CHANTLER; Paul, HARRIS; Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus Editorial, 1998.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Linguagem dos conflitos**. Minerva Coimbra, 2001.
ERBOLATO, Mário. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*. Editora Ática: São Paulo, 1979.

CHAUI, Marilena. **Cultura e democracia**. En: *Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales*. Año 1, no. 1 (jun. 2008). Buenos Aires: CLACSO, 2008. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf>> Acesso em: 19.fev.2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de Caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo, Contexto, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARQUES DE MELO, José (Org.); Assis, Francisco de (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 1987.

MEDINA, Cremilda Araújo. **Entrevista, o Diálogo Possível – Série Princípios**. São Paulo: Editora Ática, 2011.

MEDITSH, Eduardo. **A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.html>> Acesso em: 27 set. 2017.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MADRUGA, Alexandre Carlos. **O crescimento do jornalismo popular e a retração do sensacionalismo no rio de janeiro: um estudo de caso dos jornais extra e meia hora**. 2009.78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Centro Universitário Augusto Mota, Rio de Janeiro, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular. História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MORIN, Edgar. **A entrevista nas ciências sociais, no rádio e televisão**. In: MOLES, Abraham. **Linguagem da Cultura de Massas: televisão e canção**. Petrópolis: Vozes, 1973. p.125-135.

NEVES, Ruy Guarany. **A missão de comunicar**, São Paulo: Scortecci, 2015.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. Texto publicado em Revista USP, nº 56, 80 Anos de Rádio, p 66-85, Dezembro/fevereiro 2002-2003. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/56/SUMARIO-56.htm>> Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. **A informação no Rádio**. Summus Editorial: São Paulo, 1985.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de Jornalismo**. Editora Panda, São Paulo, 2000.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume Editora, 2001.

_____. **Elementos para compreender o jornalismo informativo.** Sala de Prensa: Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanas, Cidade do México, ano 4, v. 2, 2003. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art411.htm>> Acesso em: 03 ago. 2017.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. **A participação na comunicação popular.** Tese de doutorado. São Paulo: ECA/USP, 1991

_____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor.** ECO-Pós, v.12,n.2,maio-agosto 2009, p.46-61.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**, 3. Ed. São Paulo:Summus Editorial, 1989.

SELIGMAN, Laura. **Quality popular newspapers: Ethics and sensationalism in a new standard of interior Journalism in Santa Catarina – Brazil.** Revista Brazilian Journalism Research, Vol. 5, nº 1., 2009. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/185>>. Acesso em 02 jan. 2018.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo** - Florianópolis : Combook, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** Volume 1.Florianópolis: Insular, 2005.

ANEXOS

Tabela 1- Identificação e classificação das entrevistas

Nº de entrevistas	Edição 01 16/10/2017	Edição 02 17/10/2017	Edição 03 18/10/2017	Edição 04 19/10/2017	Edição 05 20/10/2017
01	Externa	Estúdio – Telefone	Estúdio - Telefone	Externa	Externa
02	Externa	Externa	Externa	Externa	Externa
03	Estúdio – Telefone	Externa	Externa	Externa	Externa
04	Estúdio– Presencial	Estúdio – Presencial	Estúdio - Telefone	Externa	Estúdio – Presencial
05	Externa	Externa	Estúdio– Telefone	Estúdio – Telefone	Externa
06	-	-	Externa	Estúdio – Telefone	-
07	-	-	Estúdio – Telefone	Estúdio - Telefone	-
08	-	-	Estúdio.- Presencial	Estúdio - Presencial	-

Tabela 2- Identificação de temas abordados nas entrevistas e classificação por editoria

Edição 01 16/10/2017	Edição 02 17/10/2017	Edição 03 18/10/2017	Edição 04 19/10/2017	Edição 05 20/10/2017
Incêndio à residência – Cidade	Emendas parlamentares- Política	Dia do Médico - Saúde	Morte sargento da PM - Segurança	Aquisição de equipamentos para Hospitais - Saúde
Revitalização da Cidade do Samba – Cidade	Recadastramento de lotes dos cemitérios - Serviço	Roubo - Polícia	Investigações sobre a morte do sargento da PM - Segurança	Acidente de Trânsito - Cidade
Carnaval 2018- Cidade	Cadastro de ambulantes para atuarem no Dia de Finados – Cidade	Reintegração de posse- Cidade	Velório do sargento da PM - Segurança	Inauguração do prédio do sindicato dos auditores e fiscais de tributos - Serviço
Privatizações do Sistema de geração de energia – Política	Assembleia para discutir o aumento da tarifa de energia – Cidade	Situação dos abrigos de ônibus - Cidade	Dia de feiras na cidade - Cidade	Corrida do empreendedor - Esporte
Ações de extensão rural- Meio Ambiente	Emissão de carteira de trabalho na rede Superfácil – Serviço	Risco de queda de árvore no cemitério - Cidade	Acusação do superintendente do	Campeonato futebol de trinca - Esporte

			IBAMA por peculato - Justiça	
Prisão do presidente do Comitê Olímpico Brasileiro - Esporte	-	Evento voltado ao público feminino – Serviço	Empréstimos Consignados Prefeitura - Cidade	-
-	-	Dívida pública – Política	Pagamento Caixa Escolar - Cidade	-
-	-	Repasse do GEA para a assembleia de Deus – Cidade	Audiência pública: ambulantes de Macapá – Cidade	-

Tabela 3- Identificação e classificação de entrevistados

Edição 01 16/10/2017	Edição 02 17/10/2017	Edição 03 18/10/2017	Edição 04 19/10/2017	Edição 05 20/10/2017
Morador – Testemunhal	Prefeito de Macapá – Oficial	Médico - Especializada	Comandante da PM – Oficial	Coordenador de apoio diagnóstico da Secretaria de Saúde do Estado -
Prefeita da Cidade do Samba – Oficial	Secretário de Manutenção e Urbanística de Macapá – Oficial	Garota de programa – Testemunhal	Delegado – Oficial	Sargento da PM - Oficial
Presidente da Liesap – Oficial	Ambulante – Popular	Morador – Popular	Comandante da PM – Oficial	Secretário do Sindicato dos auditores e fiscais de tributos – Institucional
Senador - Oficial	Presidente da Rede das Associações e Ong's do Amapá - Institucional	Presidente da CTMac – Oficial	Feirantes – Popular	Coordenador do evento- Empresarial
Chefe de gabinete do Rurap – Oficial	Diretora da rede Superfácil – Oficial	Secretário de Manutenção	Superintendente do IBAMA/AP – Oficial	Coordenador do evento – Oficial

		Urbanística de Macapá – Oficial		
Secretário de Desporto e Lazer do Estado - Oficial	-	Coordenadora de evento – Empresarial	Secretário de Administração de Macapá – Oficial	-
-	-	Secretário de Planejamento do Estado – Oficial	Secretária de educação do Estado – Oficial	-
-	-	Pastor da Assembleia de Deus - Institucional	Vereador – Oficial	-

Tabela 4 – Participação popular nas entrevistas

Edição 01 16/10/2017	Edição 02 17/10/2017	Edição 03 18/10/2017	Edição 04 19/10/2017	Edição 05 20/10/2017
Entrevistado: Morador que teve a casa a casa incendiada deu entrevista contando como o incêndio aconteceu.	Não houve	Não houve	Não houve	Não houve
Não houve	Não houve	Entrevistada: Garota de programa conta porque mandou assaltar casa de cliente.	Não houve	Não houve
Não houve	Entrevistado: Dois ambulantes reclamam da quantidade de senhas distribuídas para quem vai trabalhar nos cemitérios no Dia de Finados.	Entrevistado: Moradores reclamam da falta de segurança no bairro das Pedrinhas.	Não houve	Não houve

Gerou a entrevista: Ouvinte enviou pergunta ao senador sobre a mobilização da bancada federal para evitar a privatização do sistema de energia elétrica.	Não houve	Não houve	Entrevistado: feirantes falam sobre os produtos que chegaram na feira.	Não houve
Não houve	Não houve	Gerou a entrevista: ouvintes reclamam dos cupins nas árvores do cemitério São José.	Não houve	Não houve
Não houve	-	Não houve	Gerou a entrevista: ouvinte pergunta sobre o retorno do sistema de empréstimos consignados da PMM.	-

-	-	Não houve	Gerou a entrevista: ouvinte enviou pergunta sobre pagamento do Caixa Escolar.	-
-	-	Não houve	Não houve	-