

**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO**

OS BASTIDORES DA NOTÍCIA POLÍTICA NO RÁDIO BRASILEIRO

VITOR DALMOLIN LUPATO

**SÃO PAULO
1º/2022**

VITOR DALMOLIN LUPATO

OS BASTIDORES DA NOTÍCIA POLÍTICA NO RÁDIO BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a **Universidade Presbiteriana Mackenzie**, como requisito parcial à obtenção de título de Bacharel em Jornalismo sob orientação do Prof. Ms. Fernando Oliveira de Moraes

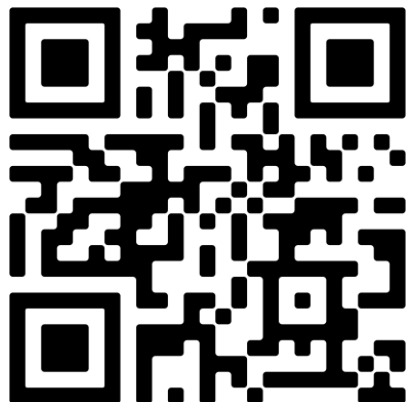
SÃO PAULO

1º/2022

RESSALVA

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

QR CODE



LINK

https://soundcloud.com/vitor-lupato/os-bastidores-da-noticia-politica-no-radio-brasileiro-tcc-vitor-lupato?utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

DATA: 25/05/2022

RESUMO

Como um dos mais tradicionais veículos de comunicação da história, o rádio segue tendo um papel fundamental na difusão de informação. A política, por sua vez, direta e indiretamente influencia no cotidiano de todos os brasileiros que a cada dois anos vai às urnas escolher novos mandatários. Desde a criação do rádio no Brasil, há 100 anos, até os dias de hoje, programas voltados a política estão fortemente presentes na programação radiofônica dos principais veículos do Brasil. A reportagem, como uma das principais ferramentas do jornalismo, transporta de forma ágil a notícia política das autoridades para a população. Por isso, os dois temas embasam este trabalho com foco na divulgação das notícias políticas no rádio brasileiro. A importância das fontes jornalísticas, o contato direto com os ouvintes, a linguagem simples e direta e as ferramentas do rádio são abordadas para demonstrar a importância da relação entre a política, o rádio e o jornalismo.

Palavras-chave: Rádio. Política. Bastidores. Jornalismo.

ABSTRACT

As one of the most traditional vehicles of communication in history, radio continues to play a fundamental role in the dissemination of information. Politics, in turn, directly and indirectly influences the daily lives of all Brazilians who go to the polls every two years to choose new representatives. Since the creation of radio in Brazil, 100 years ago, until today, programs focused on politics are strongly present in the main radios from Brazil. The report, as one of the main tools of journalism, quickly transports political news from the authorities to the population. Therefore, the two themes base this work with a focus on the dissemination of political news on Brazilian radio. The importance of journalistic sources, direct contact with listeners, simple and direct language and radio tools are addressed to demonstrate the importance of the relationship between politics, radio and journalism.

Keywords: Radio. Politics. Backstage. Journalism.

SUMÁRIO

Introdução.....	8
1. Referencial teórico.....	12
1.1 Política.....	12
1.2 Política e jornalismo.....	12
1.3 Rádio.....	14
1.4 Reportagem no rádio.....	15
1.5 Linguagem de rádio.....	16
1.6 Cobertura política no rádio.....	17
2. Desenvolvimento da Peça.....	17
2.1 Reportagem.....	17
2.2 Formato.....	18
2.3 Linguagem.....	19
2.4 Produção e possíveis fontes.....	19
2.5 Pós-produção e finalização.....	20
2.6 Cronograma.....	21
2.7 Público-alvo.....	22
2.8 Publicação e divulgação.....	22
3. Considerações Finais.....	23
4. Referencial bibliográfico.....	25

Introdução

Este relatório de pesquisa embasa uma grande reportagem radiofônica que mostra como funcionam os bastidores da notícia política no rádio brasileiro. Com participações de comentaristas, apresentadores e repórteres, a preparação para que a informação chegue ao ouvinte será detalhada. De forma dinâmica, a intenção é mostrar a importância do processo de produção da notícia no meio político para a população que consome a informação.

Um dos mais tradicionais veículos de comunicação do mundo, o rádio acompanha os amantes da notícia desde 1922, quando a primeira transmissão radiofônica oficial aconteceu no Brasil (Virgílio, 2012). Na ocasião, o veículo de comunicação que completa 100 anos em 2022, foi responsável pelo recado e celebração do centenário da independência do país. A política, por sua vez, está presente em todos os países do mundo desde sua criação. Rei, rainha, ditador, presidente, chanceler ou primeiro-ministro, todas as nações são estabelecidas por meio de uma pirâmide política. No Brasil, política e rádio fazem parte de grande parcela da população há muito tempo, formando opiniões e influenciando a vida das pessoas diretamente.

A Agência Brasil afirmou, em 2013, que o rádio está presente em 88% das residências brasileiras, perdendo apenas para a televisão em nível de penetração (Sabrina Craide, 2013). Porém, segundo o último ranking divulgado pelo Kantar Ibope Media, nenhuma das top cinco rádios mais tocadas no Brasil atualmente são voltadas ao jornalismo (Sindirádio, 2020). Apesar de não influenciar a popularidade do rádio, o número mostra que a informação não está atingindo o público como deveria. A falta de informação à população é um retrato da sociedade que, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, cada vez mais deixam de decidir o futuro da nação nas urnas. Em 2018, por exemplo, o número de votos brancos e nulos aumentou 60%, e mais de 30 milhões de pessoas aptas ao voto, decidiram não escolher o novo presidente (Brasil, 21).

Durante o século de história no Brasil, o rádio já noticiou inúmeros marcos na política, como a Revolução Constitucionalista de 1932, a implantação do Estado Novo,

em 1937, quando o próprio Getúlio Vargas pegou o microfone e fez o anúncio. Além das grandes coberturas, mesmo que censuradas durante a ditadura militar, e os mandatos de todos os presidentes que sucederam o período. O rádio também já foi usado como meio direto de comunicação da autoridade maior do país com a população. Durante grande parte de seu mandato, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva participou, inicialmente a cada 15 dias e depois semanalmente, do programa Café com o Presidente, transmitido pela Empresa Brasil de Comunicação. O tempo era destinado para espalhar as ideias do presidente para a população e teve grande aceitação.

A pergunta problema que embasa este relatório é: em uma grande reportagem radiofônica, como mostrar os bastidores da notícia política no rádio brasileiro?

Um reportagem especial, com cerca de 20 minutos, vai mostrar ao ouvinte como é dar vida a uma notícia política, passando pelos processos e evidenciando a importância da informação no Brasil, além da relação próxima que o rádio e a política tem.

O objetivo é estudar a história da notícia e da política para construir a relação entre os dois, usando eventos, como grandes coberturas de rádio, para melhor entendimento da informação. Para isso, entrevistas foram feitas com as partes envolvidas: repórteres, comentaristas e apresentadores. Assim, é possível demonstrar o papel que o rádio exerce, principalmente no cenário político, na sociedade. Por trás, também é explicado em que momento histórico o rádio está, mostrando a evolução do veículo.

A política brasileira vive momento conturbado desde o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016, mas a tensão começou antes disso. Em um país diversificado, com minorias fortes e que protestam, as manifestações foram usadas como forma de pressionar o governo do Partido dos Trabalhadores, que ocupou a presidência por 14 anos. Em seu livro *Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política*, Ilse Scherer-Warren exemplifica pelas manifestações pré-impeachment que atos como esse não são atuais, mas são sempre organizados estrategicamente:

(...) Assim, temos tido manifestações específicas, organizadas por movimentos juvenis, de mulheres, de negros, de indígenas, do mundo do trabalho, dentre outros, os quais dialogam entre si e, em momentos estratégicos, se unem em manifestações conjuntas (...) (SCHERER-WARREN, 2014, p.422)

A motivação para realização deste relatório passa por isso: a importância da informação. A notícia pode ser flexível, nem sempre precisa ser completamente objetiva, mas a forma com é passada ao ouvinte cria responsabilidade e credibilidade. A objetividade jornalística pode ser explicada:

Pelo fato de o jornalismo se engajar num âmbito público e fazer ganchos cognitivos, argumentações de característica mais ou menos exteriores a quem as escreveu, possíveis de firmarem um acordo intersubjetivo. Jornalismo não é solipsismo. Isto é, não pode se fechar por completo no interior de um mundo mental, em impressões e sentimentos. (DEMENECK, 2009, p. 11)

Com isso dito, o envolvimento com a notícia e a política foi paixão à primeira vista. Inicialmente, entrei na faculdade com o objetivo de trabalhar no esporte, mas a minha primeira oportunidade de trabalho foi com hard news político em uma rádio. Desde então, o sentido de todas as notícias que eu ouvia com meu avô no rádio de pilha, que ficava 24 horas por dia ligado no móvel ao lado da mesa de jantar, começou a aparecer. Perguntas do passado político que consigo recordar, relacionadas ao impeachment, aos ex-presidentes, ao funcionamento de uma casa legislativa, começaram a aparecer e, assim, me debrucei no assunto que agora transformei em trabalho.

O jornalismo político no Brasil é muito expressivo e me incentivou a realização do trabalho. Um dos profissionais que mais me marcou foi José Paulo de Andrade, que faleceu em 2020, em meio à pandemia da Covid-19. A facilidade para flunar entre os assuntos e entrevistar pessoas com os mais opostos ideais políticos me inspiram. Depois que o conheci e tive a honra de trabalhar com o “canhão do rádio”, como era chamado, a paixão acendeu de vez. A admiração por esses profissionais será exposta neste trabalho. Infelizmente, sem a presença de José Paulo de Andrade.

Em um país onde quase 30% das residências não têm acesso à internet, segundo a pesquisa TIC domicílios do CGI.br (GUSTAVO BRIGGATO, 2020), e 48% sem coleta de esgoto, segundo dados do Instituto Trata Brasil (GESNER OLIVEIRA, 2020), é preciso valorizar as oportunidades, como a informação e os poderes políticos dados à população na democracia que *ainda* vivemos.

O embasamento teórico do trabalho foi feito por meio de pesquisas e análise em livros, grandes coberturas políticas do rádio na história recente, e artigos escritos sobre o tema. As obras literárias, são relacionadas a história do rádio e sua estrutura, que são utilizadas para melhor entender a forma de noticiar do veículo. Estão inclusas: *Rádio: teoria e prática*, e *Rádio: o Veículo, a História e a Técnica*, ambas de Luiz Artur Ferraretto. Assim como *Tormenta*, de Thaís Oyama, que conta um pouco sobre o governo Bolsonaro e o *Impeachment de Dilma Rousseff: entre o Senado e o Supremo*, de Roberto Mangabeira Unger.

Na prática, o foco está em experiências e histórias. Por isso, a intenção é ouvir todos os lados, participantes e opiniões. Os relatos são peça fundamental do trabalho, que tem como objetivo mostrar a importância da notícia e da política no Brasil por meio do rádio. Em busca de diversidade, diversos profissionais participam do produto. Os nomes passam pelos apresentadores e comentaristas Thays Freitas e Pedro Campos, os repórteres João Pedro Melo e Bruna Barboza e a jornalista Isabel Mega, que com vasta experiência no rádio hoje atua na televisão e traz o contraponto dos veículos para o trabalho.

1. Referencial Teórico

1.1 Política

A política, mesmo que indiretamente, influencia na rotina de todos os brasileiros. Seja nos impostos pagos, nas condições das ruas em que trafegam ou até mesmo no salário que vão receber, cada passo da sociedade está nas mãos da classe política. A famosa frase de Aristóteles “o homem é um animal político” pode ser explicada também dessa forma, já que apenas uma pessoa sozinha não consegue definir a sociedade. Por isso, a política se torna tão importante, mesmo que alguns considerem apenas uma questão de voto.

A democracia, formato político vigente no país, é a mais pura definição de participação do povo. Mesmo que indiretamente, os escolhidos pela população tomam decisões, representando todos aqueles que depositaram confiança. Assim, a importância do voto torna-se fundamental, e a informação e socialização disso, mais ainda.

A orientação em direção a questões políticas começa antes de os indivíduos terem idade para votar e, em grande medida, são um reflexo de seu ambiente social (...) As atitudes políticas se formam e se integram no sistema político por meio de um ‘sistema de personalidade’, no sentido parsoniano (...) Este processo de formação de atitudes é chamado de socialização política. (FIGUEIREDO, 2008 p. 23)

Assim, a política se mostra presente em todos desde o nascimento, influenciando não só socialmente, mas também pessoalmente. A criação de personalidade passa pelo viés político familiar, o que reflete nos princípios e valores individuais de cada um.

1.2 Política e jornalismo

A informação no formato de notícia acompanha a humanidade há muito tempo, e o responsável por esse feito é o jornalismo. A sociedade muda, e a imprensa se reinventa também. Com essa evolução, os veículos mudaram e a popularidade de cada um deles também. A relação que começou como um ato de nobreza, onde só os mais ricos consumiam o noticiário diário, ganhou espaço. Séculos se passaram, mas o jornalismo

continuou acompanhando os brasileiros diariamente. A televisão, por exemplo, é um dos objetos mais usados.

O advento da imprensa diária, no século XVIII, fez da leitura dos jornais um novo ritual, sobretudo para as camadas urbanas mais cultas. No século XX, o rádio e, em seguida, a televisão alteraram toda nossa gestão do tempo, seja pelo surgimento da simultaneidade da informação, seja pela adequação da rotina à emissão dos programas. Na virada para o século XXI, nas sociedades urbanas, o consumo de mídia era uma das duas maiores categorias de dispêndio de tempo, atrás apenas do trabalho. (MIGUEL, 2004, p. 2)

A mídia evoluiu, isso a maioria das pessoas sabem e comentam, mas a evolução ou até a mutação da política é difícil de ser explicada. Os resultados das urnas escancaram essa situação. Há menos de 15 anos, em 2006, Luiz Inácio Lula da Silva foi reeleito presidente com mais de 60% dos votos. O candidato representante da esquerda se mostrou popular no primeiro mandato e comandou o país por mais 4 anos. 12 anos depois do resultado, 55% do povo brasileiro escolheu Jair Bolsonaro, candidato da direita e árduo opositor de Lula, como chefe do Executivo.

A participação dos brasileiros na política é muito estudada pela falta de perfil. O desinteresse da população acaba confundindo os diferentes atos políticos, que diferem de apenas apertar os botões nas urnas. Um período crucial da política brasileira explica o cenário de apatia apresentado atualmente.

Há uma queda no interesse do brasileiro pela política entre 1990 e 2005 (...) no que se refere à relação entre o nível de interesse por política e a atuação em ações políticas como um indicador de envolvimento político, os brasileiros caminham para um quadro de apatia política: queda no interesse do indivíduo por política como também em algumas ações políticas. (CASTRO, 2012, p. 32)

Mais recentemente, a polarização política também expõem essa separação ideológica ligada apenas ao voto. Em seu documentário “Democracia em Vertigem”, a diretora Petra Costa define o distanciamento ideológico exposto por meio de candidatos como uma “mudança no tecido social” que divide o país e cria um abismo de poder.

A falta de informação séria, passada pela mídia, pode estar relacionada a isso. O crescimento da internet diminui a formalidade da notícia, ampliando a margem para propagação das “fake news”.

É possível perceber que não só as fake news constituem mísseis ideais para atingir a imagem de candidatos, como o campo de batalha foi ampliado da TV para a internet, onde as redes sociais são trincheiras tão ou mais eficientes. (FERREIRA, 2018, p. 135)

A importância da mídia fica, então, ainda mais evidente. A apuração e verificação da informação se faz mais forte, já que qualquer um pode criar informações sem embasamento. A tradição do jornalismo é a bengala de apoio para os que procuram.

1.3 Rádio

Antigo conhecido do povo brasileiro, o rádio é tão tradicional quanto a política. Com 100 anos, um dos mais tradicionais veículos de comunicação acompanha o brasileiro em todos os momentos da história. O motorista que escuta no rádio, a faxineira que o liga enquanto arruma a casa, o torcedor fanático que leva o rádio de pilha para o estádio: as memórias do rádio estão marcadas.

O que começou amador foi se profissionalizando e o rádio ganhou independência e importância com o passar dos anos. Jornalistas passaram a assumir o “jornalismo de rádio” nas transmissões.

A chegada dos anunciantes foi fundamental para a consolidação da rádio, não tenha dúvida. E, também, para o enfraquecimento deste, desde o surgimento da televisão (...) Atualmente, o rádio fica com uma pequena parcela do dinheiro que é investido em publicidade no Brasil. (JUNG, 2004 p.22)

Apesar dos obstáculos enfrentados pelo rádio, a sua extinção nunca foi considerada, apesar de muito falada. A modernização do veículo, que continua acontecendo, molda-se aos padrões necessários e, assim, segue vivo.

A importância da relação entre mídia e modernização, somente detectável numa perspectiva que altere os limites tradicionais pela qual ela é

apreendida, ou seja, que resgate mais especificamente os meios radiofônicos, como espaço vigoroso para produção de padrões culturais e complexa interação social. (ROCHA, 2001, p. 13)

Estabelecido como um dos principais meios de comunicação do país, o rádio navega entre os mais diversos assuntos com o simples objetivo de informar. A influência sob os ouvintes é consequência disso e, portanto, a seriedade e imparcialidade deve prevalecer em qualquer esfera.

1.4 Reportagem no rádio

A reportagem cumpre papel importante no jornalismo. No início, o profissional que desempenhava o papel enfatizava o que era "testemunha ocular" (Jung, 2004) do fato, o que hoje se tornou comum. Uma das figuras marcantes da reportagem de rádio foi o Repórter Esso, pioneiro do noticiário quente e factual. O quadro fez fama entre os ouvintes e, por muitos anos, liderou a audiência.

O Repórter Esso manteve-se como o líder de audiência dos jornais radiofônicos até a década de 1960, quando foi retirado do ar. Sem dúvida, o programa foi um dos principais responsáveis pela criação do hábito cotidiano de se ouvir noticiários, por transformar em necessidade a prática de manter-se informado. (CALEBRE, 2002 p. 45-46)

Porém, o valor do repórter continuou com o passar do tempo. O costume de ouvir o noticiário se prendeu nas famílias por todo o país. Com a modernização, a narração dos fatos com agilidade e simplicidade é uma das armas do rádio no processo de modernização.

"O repórter na rua, acompanhando os fatos, reproduzindo ao ouvinte o que acontece naquele exato momento, foi a estratégia usada pelas emissoras de rádio para recuperar o prestígio e competir com a televisão, que ocupou o lugar do rádio na sala das casas". (Jungs, 2004 p. 30).

A tecnologia também ajudou o papel do repórter que deixou os enormes aparelhos de transmissão para trás e agora consegue desempenhar a mesma função com um pequeno celular. Assim como uma reportagem gravada, menos factual, que em outros

tempos perderia qualidade e autenticidade, mas atualmente consegue desempenhar papel importante (Ferrareto, 2014).

Diferentemente de como era feito nos primórdios do rádio, a reportagem foge da leitura de uma informação e apresenta também pontos de vista sobre o fato, com análise de especialistas e personagens. Com isso, o repórter hoje é parte fundamental em uma equipe, mas a participação mais ativa dos ouvintes faz parte da modernização do veículo. Pelos meios digitais, a rádio atualmente tem imagem, site, e participação mais ativa por chats e whatsapp. Assim, uma nova forma de interagir e pautar é criada.

Uma sensação de liberdade editorial é conferida (...) pela facilidade de acesso às formas de produzir proporcionadas pelo mundo digital. Isso parece ser suficiente para o ouvinte/internauta sentir autonomia (...) estimulada pela convocação de participação ampla feita pelas rádios. (FERRAZ, 2019, p. 92)

Com isso, os ouvintes se transformam em pauteiros da reportagem, participando também com envio de imagens, denúncias, áudios e vídeos. Então, a modernização do rádio faz com que a prestação de serviço feita pelo repórter tenha participação direta do público atingido.

1.5 Linguagem de rádio

A linguagem do produto radiofônico é simples, direta e clara. A compreensão do ouvinte, que terá apenas a voz do locutor para entender o que está sendo informado, é fundamental. Diversos componentes além da voz são usados em uma reportagem para cativar o ouvinte deixando o conteúdo mais verídico.

Em outras palavras, toda a magia da linguagem radiofônica está ligada à variedade de componentes trazidos à mensagem pela voz de diferentes interlocutores. Quem fala não é só o profissional de rádio, jornalista ou locutor. As estruturas sonoras verbais são também as entrevistas, os depoimentos e comentários de pessoas, fontes de informação, que vão dar veracidade e "movimento sonoro" à mensagem. (VELHO, 2004, p.165)

A ordem direta deve ser usada na maioria das vezes para facilitar o entendimento, já que a alteração na ordem pode dificultar quem não está totalmente focado no rádio. A

dinâmica do rádio também não permite um tom monótono, sendo necessário enfatizar palavras importantes no texto.

1.6 Cobertura política no rádio

A cobertura política no rádio é dinâmica e exige informações precisas do repórter. A oportunidade de um furo pode ser a mesma de um erro crasso. Por isso, é importante que o repórter político esteja atento às entrelinhas da notícia, já que nem sempre o cenário é claro.

o jornalista tem que ser perspicaz para perceber os interesses por trás dos discursos e a personalidade dos principais políticos. É preciso também identificar os momentos de mudança no Congresso e desconfiar de tudo que é óbvio demais. (NASCIMENTO, 2014, p. 10)

Fica claro a necessidade de não só informar, mas também estar informado. Grandes coberturas políticas podem ser também desgastantes, levando o repórter à exaustão. A votação que aprovou a reforma da previdência, em 2019, durou quase uma semana e as sessões se estenderam até a madrugada. Por isso, a atenção ao noticiar é fundamental.

2. Desenvolvimento da Peça

2.1 - Reportagem

A reportagem é uma das principais ferramentas do jornalismo, e o objetivo desse produto é unir essa característica com a política por meio do rádio. Assim como descreveu Lia Calabre em seu livro *A Era do Rádio (2002)*, a reportagem é historicamente popular nas ondas radiofônicas, o que é explorado no produto. O cenário político brasileiro é introduzido por ser um dos principais assuntos recorrentes no país e que demanda experiência e especialidade dos profissionais que atuam na área.

A ideia é mostrar todo o processo de produção de uma notícia política, passando pela apuração, criação e exibição. Como destaca Washington Nascimento em sua tese (2014), a reportagem política demanda muita atenção e cuidado, já que são os chamados “peixes grandes” que estão envolvidos. Alguns grandes fatos políticos que aconteceram recentemente são utilizados como exemplo para comentários dos participantes.

Para isso, uma reportagem especial de rádio tradicional, com cerca de 20 minutos, será criada. Com um conceito de explicitar ao ouvinte a confiabilidade de uma notícia divulgada, cada parte da reportagem terá um enfoque para que tudo forme um começo, um meio e um fim.

2.2 Formato

A grande reportagem durante toda sua extensão apresenta diversos enfoques da produção jornalística da notícia política que você escuta no rádio. Primeiro, o cenário político atual é apresentado com a participação de especialistas. O desinteresse da população em política, como explicou Henrique Castro (2012), também será abordado.

Em seguida, repórteres que cobrem política diariamente participam para mostrar como é o mundo político nas ruas. Aquele profissional que espera uma reunião em Brasília terminar por horas, por exemplo, terá voz para descrever os principais fatos. A importância da rua evidenciada por Milton Jung no livro *Jornalismo de Rádio (2004)*, ganha vida.

O lado mais técnico do jornalismo, de comentaristas e apresentadores, é abordado na sequência. Os profissionais, que costumam ser experientes, têm contato próximo com a política e com aqueles que atuam no setor. Os bastidores, como a forma em que um comentário é formulado, as histórias e conselhos importantes são introduzidos. A importância de contatos, as chamadas fontes, como explicitado por Washington Nascimento (2014), é explicada.

A forma como uma notícia é escolhida, por meio de sua importância, na preparação de um programa também é destrinchada. Apresentadores, que costumam liderar essa técnica, explicam a importância da informação à população. A notícia política

é ainda mais importante na vida pessoal das pessoas, já que o “sistema de personalidade” que Marcus Figueiredo (2008) explica passa pela politização do indivíduo.

A grande reportagem tem cerca de 20 minutos. Narrado pelo autor do projeto, o produto é sonorizado por um profissional da área do começo ao fim. Trechos de entrevistas em áudio feita com os especialistas são introduzidos junto à locução. Em ordem lógica, a reportagem passa pelos principais pontos que ligam o rádio, a notícia e a política.

2.3 Linguagem

A política é muitas vezes classificada como chata, entediante ou difícil de entender. Assim sendo, a linguagem é simplificada ao máximo para que todos possam compreender. Apesar de correto, o vocabulário utilizado será menos formal que o comum, com a possibilidade de uso de gírias e trocadilhos para que todos possam ouvir e entender o conteúdo. Os artifícios para criação do “movimento sonoro” mencionado no artigo de Ana Paula Machado Velho (2004), são utilizados na construção.

Como destacou Marcus Figueiredo, as pessoas começam a ser influenciadas politicamente antes da maioridade, o que torna necessário um fácil entendimento de todos os pontos até para os que ainda não têm direito a voto. O texto para locução não é muito extenso, já que a principal ferramenta de engajamento serão as participações ao longo do produto. As entrelinhas da política, como projetos de lei ou medidas provisórias específicas não são abordados já que o objetivo é transparecer o processo e não o hard news factual.

2.4 Produção e possíveis fontes

O trabalho jornalístico para desenvolvimento da peça começou com a apuração, que passou pela coleta de material utilizado até a verificação de informações que foram divulgadas durante a reportagem. Na sequência, a parte de produção foi necessária. As entrevistas foram marcadas ao longo de um período de seis meses. A pandemia acabou com os planos de uma viagem para a capital federal, Brasília, para entrevistas com alguns

profissionais. Por isso, algumas entrevistas foram feitas de forma presencial e outras remotas. Como o enfoque do projeto é o rádio, todos os participantes contam com experiência no meio.

Cinco entrevistas foram feitas durante a produção da reportagem. Inicialmente, oito bate-papos estavam marcados, mas o tempo limite para a produção do conteúdo seria estourado. Por isso, apenas cinco foram realizadas de uma forma em que o enfoque do trabalho não fosse alterado.

Pela facilidade de acesso e visando a melhor qualidade das entrevistas, participam do trabalhos profissionais do Grupo Bandeirantes de Comunicação, o segundo maior conglomerado de imprensa do país. São eles: os repórteres João Pedro Melo, da BandNews FM em Brasília e Bruna Barboza, da Rádio Bandeirantes; os apresentadores e comentaristas Thays Freitas, que além de integrar a bancada do Jornal Gente, da Rádio Bandeirantes, também ocupa o cargo de diretora-executiva do veículo e Pedro Campos, que é está no ar pela Rádio Bandeirantes nos programas Jornal Gente, Pulo do Gato e Linha Direta com a Justiça e também no BandNews TV. Isabel Mega, que foi repórter em Brasília por 8 anos e hoje é apresentadora do BandNews TV e da Rádio Bandeirantes. Há uma mescla entre profissionais que atuam em São Paulo, o maior polo de imprensa do país, e Brasília, capital federal que centraliza a maioria das ações políticas em âmbito nacional.

2.5 Pós-produção e finalização

A edição e gravação do produto foi feita com material profissional, o que inclui microfones, softwares de modificação e gravação de áudio, e sonorização. Esse último elemento é crucial para o decorrer das reportagens. Como uma grande reportagem, atípica e nada factual, é interessante a utilização de uma trilha de fundo, que é alterada ao decorrer do episódio, para manter o dinamismo deixando o ouvinte sempre ligado em um material mais longo que o normal. Isso se enquadra na comercialização do produto, que pode ser vendido à área comercial para possível veiculação em alguma emissora. A proposta é interessante para preenchimento de grade e programas, já que a curiosidade

da audiência é alta. Para sonorização, um profissional especializado em modulação e operação de áudio foi contratado para maior perfeição do trabalho.

Outro ponto importante é a revisão de texto, já que o rádio utiliza de linguagem extremamente direta e simples, o que também é objetivo do produto. Três revisões foram feitas antes da gravação final da peça para que nenhum erro passasse batido e a locução não fosse comprometida pelo texto. O roteiro foi produzido em forma de manchetes, assim como nas principais rádios do país.

2.6 Cronograma

O cronograma de realização foi bastante alterado por causa da pandemia. A proposta inicial era realizar a maioria das entrevistas presencialmente, mas por ser um produto de rádio algumas acabaram sendo feitas via internet. Uma viagem para Brasília estava programada para julho de 2021, mas não aconteceu. Postergada para o primeiro semestre de 2022, também não pode ser realizada por problemas pessoais. O período na capital federal seria importante para captação de áudios e conversas gravadas que seriam utilizados na peça, mas o objetivo principal foi concluído graças à tecnologia. Por outro lado, a suspensão da viagem retirou qualquer financiamento pessoal durante todo o processo. As entrevistas e a sonorização foram feitas gratuitamente. Inicialmente, as primeiras três entrevistas veiculadas no produto foram remotas, ainda por causa da pandemia. O principal problema encontrado no método de coleta dos áudios foi a qualidade, mas softwares de tratamento de som foram utilizados para melhoria. Com a flexibilização das medidas de segurança por causa da pandemia, as duas últimas entrevistas da grande reportagem foram feitas de forma presencial e com equipamento profissional.

As fontes, como são jornalistas, mostraram boa desenvoltura durante a conversa. As sonoras têm no máximo um minuto e meio. O objetivo foi deixar o produto movimentado e nada monótono, agradando ao ouvinte e levando uma experiência leve para um assunto por muitas vezes considerado pesado.

2.7 Público-alvo

O público-alvo do produto é bastante abrangente levando em consideração que mais de 50 milhões de brasileiros têm o costume de escutar rádio. Para ser mais específico, o objetivo principal não é atingir especialistas e entendedores do assunto, mas sim as classes B, C e D, que por muitas vezes se interessam pela política mas não conseguem ter acesso a informação de qualidade. A linguagem simples e direta, sem muita abordagem técnica e específica, pode atrair essa faixa de público. Porém, a série de reportagens pode também ser ouvida por uma pessoa que está ciente do assunto, mas gostaria de se aprofundar. A intenção é oferecer um conteúdo fácil e completo sobre um assunto tão complexo.

2.8 Publicação e divulgação

O produto final está publicado em uma plataforma de áudios virtual, mas pode futuramente ser veiculado como um conteúdo de veículos tradicionais. Sendo uma grande reportagem, assemelhando-se aos populares podcasts, pode também se encaixar em conteúdos publicados em redes especializadas de broadcast, podcast e streaming, mas a intenção não é que seja voltado para o digital. Essa seria apenas uma forma de aumentar o nível de comercialização do conteúdo. A pré-produção do trabalho, iniciada no fim de 2020, terminou com a finalização do produto em meados de 2022. A publicação é datada em maio do mesmo ano.

3. Considerações finais

O projeto foi iniciado em 2020 a partir do convívio e dia a dia no trabalho. Na Rádio Bandeirantes, fui produtor de um programa focado em política por um ano e meio. Acompanhando o noticiário político de perto, me veio a ideia de ir além e transformar a minha rotina em um Trabalho de Conclusão de Curso. Em um cenário político conturbado e extremamente polarizado que vivemos desde o início do processo de impeachment da ex-presidente Dilma, acredito que a informação de qualidade e com credibilidade sobre o assunto ganha ainda mais relevância.

Ao iniciar a pesquisa para realização do trabalho, busquei conversar informalmente com colegas de trabalho que há anos trabalham com política. Nos bate papos, percebi que como a política ainda é muito elitizada e inalcançável para grande parte da população, evidenciar os principais pontos no processo de produção e execução da notícia seria o mais adequado para a criação do trabalho. No começo, busquei abraçar todos os passos de uma redação ao colocar no ar um programa político, mas percebi que assim a simplicidade em forma de fácil acesso que eu busquei ao longo de todo o trabalho não seria possível. Cancelei três entrevistas marcadas, cortei alguns trechos do projeto e decidi focar no que meus colegas experientes colocaram como as maiores “místicas” em torno do noticiário político.

Na Rádio Bandeirantes, onde ainda trabalho, coloquei em prática um projeto que surgiu após a ideia do meu Trabalho de Conclusão de Curso. No início do processo de produção, pensei muito sobre a forma complexa e pouco acessível que alguns veículos transformam a notícia. Conversando com um dos meus chefes, ele apoiou a ideia de um podcast semanal que simplifica a principal notícia da semana. Assim surgiu o “A Gente Explica”, que esteve entre os podcasts da Rádio Bandeirantes por cerca de seis meses. A ideia não era focar em política e transformar em uma grande reportagem, como no trabalho aqui apresentado, mas sim destrinchar o principal fato da semana para que fosse de fácil entendimento da população. O podcast, em parceria com Gabriele Guimarães, acabou apenas por dificuldades de horário e mudanças na nossa grade de programação.

No fim dos dois projetos, sinto que acima de tudo aprendi muito sobre a profissão que escolhi viver pelo resto da minha vida. O trabalho, mesmo com todas as dificuldades

que tive durante a produção, evidencia as glórias, as dificuldades, as ferramentas fundamentais e a rotina do jornalismo, que nem sempre é acessível. Por meio do produto final, o ouvinte consegue ter uma panorama geral, na voz de especialistas no assunto, sobre a política, a notícia e o rádio - este que fez, faz e ainda fará parte do cotidiano do povo brasileiro.

Acredito ter respondido a pergunta: “em uma grande reportagem radiofônica, como mostrar os bastidores da notícia política no rádio brasileiro?” Por mostrar ao longo do Trabalho as vertentes que formam os bastidores da política no meio jornalístico. A fonte, conservada por bons jornalistas para aproximar-se da informação, muitas vezes não chegam à população, que escuta a notícia no rádio por meio do comunicador. A caminhada para a criação de relação com as fontes, os desafios da profissão e o futuro do espaço político em rádios voltadas ao jornalismo se fazem presente no trabalho, por meio da experiência dos profissionais que entrevistei, para desmistificar o processo ao ouvinte. Isso, junto ao contexto histórico apresentado no trabalho, acredito que ressalta a quem acompanha os 20 minutos da grande reportagem a importância que as notícias políticas ainda tem e pra sempre terão em um dos mais tradicionais veículos de comunicação do Brasil.

Pessoalmente, acredito também ter crescido. Tive a oportunidade de entrevistar e entender a fundo a visão de profissionais que me inspiram. Após a conclusão do processo, minha visão sobre todos os aspectos do trabalho estão mais claras e precisas. Assim, me sinto mais seguro para finalizar essa fase e iniciar uma próxima, de anos de trabalho com o que eu escolhi. No âmbito pessoal, tive uma primeira experiência produzindo uma grande reportagem. Acostumado a trabalhar com a velocidade do factual, me fez crescer e colocar dois anos de esforço em um só produto, e fico feliz com o resultado final.

4. Referencial Bibliográfico

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. . Estatísticas. [21--?]. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas>. Acesso em: 18 set. 2020.

BRIGATTO, Gustavo (São Paulo). Valor Econômico (org.). Acesso à internet cresce no Brasil, mas 28% dos domicílios não estão conectados. 2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/05/26/acesso-a-internet-cresce-no-brasil-mas-28percent-dos-domicilios-nao-estao-conectados.ghtml>. Acesso em: 22 set. 2020.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**: descobrindo o Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. 56 p.

CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de; REIS, Fernanda Teixeira. Participação política no Brasil no século XXI: mudanças e continuidades. Teoria & Pesquisa: revista de ciência política, São Carlos, v. 21, n. 2, p. 20-33, jul./dez. 2012.

CRAIDE, Sabrina (Brasília). Agência Brasil. Rádio está presente em 88% das residências e número de emissoras dobra em 10 anos. 2013. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-02-13/radio-esta-presente-em-88-das-residencias-e-numero-de-emissoras-dobra-em-10-anos>. Acesso em: 20 set. 2020.

~~DUMÉNIL, Pierre e Lévy, Jacques. O Império do Silício. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014. 288 p.~~

DEMOCRACIA em Vertigem. Direção de Petra Costa. Brasília: Netflix, 2019. Son., color.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014. 244

FERRAZ, Nivaldo. **Reportagem de rádio**: realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem. 2016. 396 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Escola de Comunicação e Artes, Universidade São Paulo, São Paulo, 2016. Cap. 10.

FERREIRA, Ricardo Ribeiro. Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira. **Observatório**. Coimbra, p. 131-162. dez. 2018.

FIGUEIREDO, Marcus. **A Decisão do Voto**: democracia e racionalidade. 2. ed. Belo Horizonte: Editora Ufmg, 2008. 229 p.23

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Editora Contexto, 2004. 152 p.22

MIGUEL, Luis Felipe. DOSSIÊ “MÍDIA E POLÍTICA”. **Revista de Sociologia e Política**: Universidade de Brasília, Brasília, v. 21, n. 2, p. 1-6, 07 jun. 2004. Semanal.

NASCIMENTO, Washington Luiz Motta. Cobertura política no Congresso Nacional: a cultura e as rotinas de cinco correspondentes de rádios regionais. 2014. 93 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

OLIVEIRA, Gesner. Instituto Trata Brasil. RANKING DO SANEAMENTO. São Paulo: Go Associados, 2020. 133 p. Disponível em: http://www.tratabrasil.org.br/images/estudos/itb/ranking_2020/Relat%C3%B3rio_-_Ranking_Trata_Brasil_2020_1.pdf. Acesso em: 21 set. 2020.

ROCHA, A. S. DE S. A Integração pelo consume: radio e modernização nos anos 50. Locus: Revista de História, v. 7, n. 2, p. 11.

SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política. Cad. CRH, Salvador, v. 27, n. 71, p. 417-429, Ago. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-49792014000200012>. Acesso em: 22 set. 2020.

SINDIRÁDIO (Brasil). Panorama: Rádio de São Paulo cresce em audiência. FMs de diferentes formatos apresentaram evoluções: são paulo - band fm segue líder geral e nativa fm apresenta forte avanço em audiência. 105 fm e cbn saltam em rankings gerais. São Paulo - Band FM segue líder geral e Nativa FM apresenta forte avanço em audiência. 105 FM e CBN saltam em rankings gerais. 2020. Disponível em: [https://www.sindiradio.org.br/noticias/item/panorama-radio-de-sao-paulo-cresce-em-audiencia-fms-de-diferentes-formatos-apresentaram-evolucoes.html#:~:text=Gazeta%20FM%2088.1%20\(popular%2Fhits,segunda%20%C3%A0%20sexta%2Dfeira\)](https://www.sindiradio.org.br/noticias/item/panorama-radio-de-sao-paulo-cresce-em-audiencia-fms-de-diferentes-formatos-apresentaram-evolucoes.html#:~:text=Gazeta%20FM%2088.1%20(popular%2Fhits,segunda%20%C3%A0%20sexta%2Dfeira)). Acesso em: 19 set. 2020.

VELHO, Ana Paula Machado. A linguagem do rádio multimídia. **Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia**, São Paulo, v. 05, n. 3, p. 158-171, mar. 2004. Mensal.

VIRGILIO, Paulo (Brasil). Agência Brasil (org.). Primeira transmissão de rádio no Brasil completa 90 anos. 2012. Edição: Carolina Pimentel. Disponível em: <https://memoria.ebc.com.br/2012/09/primeira-transmissao-de-radio-no-brasil-completa-90-anos>. Acesso em: 22 set. 2020.