



WEB RÁDIO ÁGUA: CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E O SEU PAPEL SOCIAL

Rodrigo Jung¹
Claudemir Hauptmann²

RESUMO: Esse trabalho visa identificar os critérios de noticiabilidade utilizados pela Web Rádio Água (WRA) – projeto de comunicação do Centro Internacional de Hidroinformática (CIH) em parceria com o programa Hidrológico Internacional da Unesco, Itaipu Binacional e da Fundação Parque Tecnológico Itaipu (PTI) – e ainda se o material produzido pela referida WRA é utilizado pelas emissoras localizadas nos municípios pertencentes à Bacia do Paraná Três, no oeste do Paraná. Num primeiro momento foi realizada uma pesquisa com sessenta e uma emissoras de rádio da referida região para identificar se as mesmas conhecem a plataforma. Nesse sentido, visa ainda compreender como o material é utilizado e se interfere no contexto social, na vida das pessoas dessas comunidades. Para isso foram utilizadas como base as teorias do Jornalismo que discutem sobre os critérios de noticiabilidade e o agendamento temático. As reportagens publicadas na página principal do site no período de 28 a 30 de abril foram analisadas a fim de compreender se os critérios utilizados pela WRA na construção da notícia estão de acordo com os conceitos de noticiabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Critérios de noticiabilidade; Agendamento temático; Web Rádio Água.

1 INTRODUÇÃO

Parte do oeste do estado do Paraná foi banhada pelo Lago de Itaipu, fato que ocorreu devido à construção da Hidrelétrica Itaipu Binacional, entre os anos de 1975 e 1982³, o que trouxe alguns prejuízos econômicos e ambientais na época. Uma forma de recompensar os

¹ E-mail: jung_adm@hotmail.com

² Professor orientador. E-mail: cchauptmann@gmail.com

³ Informações retiradas do site da Hidrelétrica. Disponível em: <<http://www.itaipu.gov.br/nossa-historia>>. Acesso em 03 mar. 2014.

municípios afetados foi o repasse de *royalties*⁴, bem como a criação de projetos e programas visando a conscientização ambiental e ações que protejam o meio ambiente, como o Cultivando Água Boa (CAB)⁵, por exemplo.

A temática meio ambiente é muito recorrente na atualidade. Questões relacionadas à conservação da fauna e flora, rios e os impactos antrópicos causados a estes recursos naturais, mesmo que abordados nos mais diversos veículos de comunicação, ainda são pouco compreendidos.

Com o objetivo de difundir informações sobre o que está acontecendo em toda região pertencente à Bacia Hidrográfica do Paraná Três (BP3)⁶, foi criada a Web Rádio Água (www.webradioagua.org), a fim de discutir e apresentar resultados de algumas ações realizadas nos vinte e nove (29) municípios⁷ da BP3, material que pode ser utilizado pelos mais diversos veículos de comunicação, de modo especial as rádios, que são objeto principal dessa pesquisa.

Porém, a plataforma utilizada pela emissora é diferenciada das tradicionais, pois não há uma programação definida, mas apenas materiais disponibilizados para *download*, pois se trata de um veículo de conteúdo. Esse tipo de plataforma não é considerado Web Rádio justamente por apenas disponibilizar conteúdos e não haver um formato radiofônico convencional, mesmo que na web. Além do áudio, há fotos, textos e em alguns casos até vídeo. Segundo Barbeiro (2003, p. 45), os veículos de comunicação tradicionais tiveram que acompanhar as mudanças trazidas pela Internet. “O desenvolvimento das comunicações e seus reflexos sociais estão imersos nas profundas transformações que vive a sociedade do século XXI”.

Com o rádio não foi diferente, ele teve que se adaptar a essa nova realidade, mas manteve algumas de suas características básicas. Destaca-se como um veículo de comunicação muito dinâmico, que está ao alcance da maior parte da população das mais diversas camadas

⁴ Os governos brasileiro e paraguaio recebem uma compensação financeira, denominada *royalties*, pela utilização do potencial hidráulico do Rio Paraná, para a produção de energia elétrica na Itaipu. Disponível em: <www.itaipu.gov.br/responsabilidade/royalties>. Acesso em 03 mar. 2014.

⁵ O Cultivando Água Boa é um programa totalmente alinhado ao planejamento estratégico da Itaipu Binacional, que, após ser redefinido no ano de 2003, incorporou à sua missão a responsabilidade socioambiental e o desenvolvimento sustentável. A nova missão foi assim definida: “Gerar energia elétrica de qualidade, com responsabilidade social e ambiental, impulsionando o desenvolvimento econômico, turístico e tecnológico, sustentável, no Brasil e no Paraguai”. Assim, o tema se tornou questão institucionalizada e permanente na atividade empresarial da usina. Disponível em: <<http://www.cultivandoaguaboa.com.br/o-programa/conceito>>. Acesso em 05 mai. 2014.

⁶ A Bacia Hidrográfica do Rio Paraná 3 é uma extensa região localizada no oeste do Paraná e sul do Mato Grosso do Sul. Disponível em: <<http://www.cultivandoaguaboa.com.br/o-programa/cenario-local-a-bacia-do-parana-3>>. Acesso em 03 mar. 2014.

⁷ As cidades pertencentes a BP3 são: Foz do Iguaçu, Cascavel, Toledo, Marechal Cândido Rondon, Guaíra, Santa Terezinha de Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Missal, Medianeira, Itaipulândia, Matelândia, Ramilândia, Entre Rios do Oeste, Quatro Pontes, Nova Santa Rosa, São José das Palmeiras, Ouro Verde do Oeste, Céu Azul, Santa Helena, Vera Cruz do Oeste, Diamante do Oeste, Santa Tereza do Oeste, Pato Bragado, São Pedro do Iguaçu, Altônia, Maripá, Mercedes, Terra Roxa e Mundo Novo (MS).

sociais. “Uma das finalidades mais importantes do rádio é mobilizar a comunidade em torno de temas de interesse comum” (PARADA, 2000, p. 119). Nessa perspectiva, é preciso compreender como acontece essa mobilização e, antes disso, se ela é efetiva.

Assim, foram analisados os critérios que a Web Rádio Água (WRA) utiliza na produção do material veiculado e como o referido material é utilizado pelas rádios que compreendem os municípios da Bacia do Paraná Três (BP3). Essa análise foi realizada a partir de pesquisa diretamente com os diretores e jornalistas responsáveis pelas rádios da região e da própria Web Rádio Água.

Para embasar a discussão teórica deste artigo são abordadas algumas Teorias do Jornalismo, a partir dos conceitos dos critérios de noticiabilidade e do agendamento temático. Todas as rádios que estão localizadas em municípios que pertencem a BP3 – exceto Mundo Novo (MS), foram pesquisadas para identificar se essas emissoras conhecem o material disponibilizado pela plataforma Web Rádio Água, se utilizam e como utilizam o referido material.

Um das propostas da Web Rádio Água é a formação de comunicadores comunitários que produzem matérias do local onde vivem, aproximando, dessa forma, o veículo da comunidade.

De acordo com a direção da Web Rádio Água, a emissora trabalha com Educomunicação Ambiental, construindo uma via de mão dupla comunicativa com a sociedade, para que os atores também passem a produzir e publicar seus conteúdos, com o objetivo de construção da cidadania e promoção da sustentabilidade (GONZALES, 2014)⁸.

O slogan “Integrando Conhecimento” demonstra o direcionamento para a busca da informação através dessa integração entre comunicadores e comunidade. A partir da análise foi possível diagnosticar se acontece essa integração, bem como se está gerando um conhecimento mútuo, ou seja, de quem comunica e de quem recebe a informação.

2 A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO

O dia a dia agitado das pessoas em meios urbanos geralmente impede que as mesmas leiam jornais, revistas ou ainda assistam televisão, sendo que muitas destas pessoas, que vivem em locais distantes, nem possuem acesso à informação.

⁸ Entrevista ao autor, por e-mail, durante a pesquisa, em março de 2014.

Todos necessitam estar informados, portanto, torna-se necessário buscar conhecimento através de um meio que esteja ao alcance de maneira mais fácil e prática. O rádio permite isso. Sem contar que para muitos o rádio acaba se tornando uma ótima companhia, principalmente para as pessoas que moram sozinhas, as que realizam os afazeres domésticos, no trabalho, o rádio acaba se tornando um importante aliado para se livrarem do tédio.

“A importância do rádio como meio informativo se deve ainda a outra característica: sua capacidade de se comunicar com um público que não necessita de uma formação específica para decodificar a mensagem” (PRADO, 1989, p. 28). O rádio é o veículo que atinge todos os lugares. As pessoas podem ouvir rádio no carro, no seu MP3 ou aparelhos afins, no som de casa, num rádio de pilha que pode ser levado para qualquer lugar, entre outros.

As ondas do rádio atingem as diversas camadas sociais, ou seja, tanto as pessoas com alto poder aquisitivo como as menos favorecidas. O rádio é ouvido por quem vive no meio rural, pelos que vivem no meio urbano, por analfabetos ou pessoas com nível cultural superior enfim, todas as pessoas têm acesso.

Portanto, o texto para o rádio também deve ser diferenciado, simples, algo que seja entendido por todos de igual maneira, mas não pobre em detalhes. Deve-se ter o cuidado com termos que determinadas pessoas possam não compreender.

O que diferencia o texto do rádio em relação aos veículos da imprensa escrita é a instantaneidade. O ouvinte só tem uma chance para entender 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, mas sem apelos à linguagem vulgar e, acima de tudo, respeitar as regras do idioma (BARBEIRO, 2003, p. 72).

Ao contrário do que muitos pensam, é necessário sim escrever textos para o rádio. Esses textos possuem um formato diferenciado, afinal deve ser contado por uma pessoa e não apenas um texto para ser lido. Além do texto, há outra característica que diferencia o rádio dos demais veículos: a utilização do som sem a imagem. Parada (2000, p. 32) afirma que o som é um modo de levar quem está ouvindo até o lugar do acontecimento. “A matéria deve reproduzir o ambiente, para que não se reduza à mera leitura de um texto com o trecho de uma entrevista”.

Prado (1989, p. 18) explica sobre a organização do rádio:

O rádio utiliza o esquema comunicativo clássico: emissor-meio-receptor. Este esquema é unidirecional, vertical e hierárquico, características estas que impedem a comunicação. Um meio organizado sob este esquema não é um meio de comunicação, mas um canal de distribuição de mensagens-mercadoria.

Outras características também diferenciam o rádio dos demais veículos de comunicação. Prado (1989, p. 27) ainda explica que “se a atualidade e a rapidez da difusão são os aspectos mais relevantes da informação, é evidente que a simultaneidade e a instantaneidade (características essenciais da tecnologia radiofônica) prestam um grande serviço à informação”.

A duração das entrevistas é um fator importante a ser observado, pois a longa duração das mesmas não prende a atenção do ouvinte.

Evitaremos que a entrevista morra de pé. Para isso, convém observar que as entrevistas desenvolvem uma curva de interesse que aumenta progressivamente a partir do seu início. A curva chega ao ponto máximo de interesse para cair vertiginosamente em seguida. Se nos adelantarmos a essa queda, cortaremos a entrevista justo no ponto de interesse máximo (PRADO, 1989, p. 67).

Além dessa situação do interesse na fala do entrevistado, ainda é necessário um cuidado em relação ao tempo da entrevista. Parada (2000, p. 71) sugere que “a sonora não deve ultrapassar 20 segundos, salvo no caso de situações ou declarações muito contundentes, quando se trata de temas de grande interesse”.

Dentre todas essas situações o rádio se torna um importante meio de comunicação devido à facilidade de acesso e de alcance. Além do caráter informativo, pode ser um importante meio de prestar serviços à comunidade, estar mais próximo da população com uma linguagem mais próxima e maior possibilidade de interatividade.

2.1 RÁDIO WEB (CONVERGÊNCIA)

A internet trouxe inúmeras vantagens em termos de velocidade de informação e de facilidade de acesso. Comenta-se que a internet pode acabar com outros meios de comunicação, mas ao mesmo tempo ela pode facilitar o trabalho desses outros meios. No caso do rádio, várias emissoras além da programação pelo modo tradicional, possuem programação *online* possibilitando que pessoas ouçam rádio em qualquer lugar do mundo pela internet.

A internet não acabará com o rádio. A internet não concorre com o rádio; é a salvação deste. O avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio senão a internet, o que proporcionará um salto de qualidade tanto em programação como em conteúdo e, com isso, pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena (BARBEIRO, 2003, p. 45).

A maioria das rádios na internet é vinculada a uma rádio tradicional e transmitem a mesma programação, mas outras são somente as chamadas *Rádios Web* com uma programação somente *online*. Há algumas que apenas disponibilizam produções jornalísticas em áudio para *download*, podendo ainda disponibilizar textos, fotos e vídeos. “O computador é, ao mesmo tempo, uma máquina de dados, de vídeo, de áudio, de correio, de arquivos, etc. Em outras palavras é um equipamento que contém todas as outras mídias, portanto, um fator de aglutinação ou de convergência” (BARBEIRO, 2003, p. 45).

A internet vem ganhando cada vez mais espaço e as pessoas têm mais facilidade de acesso. As emissoras de rádio têm percebido a importância de disponibilizar os dois meios para aumentar cada vez mais a audiência, de modo econômico, podendo aumentar inclusive o faturamento, devido ao maior alcance, pois na internet não é exigido uma autorização especial, uma concessão para a prática.

Qualquer pessoa que entenda da instalação de uma Web Rádio e possui os equipamentos necessários pode iniciar uma rádio somente na internet, o que do modo convencional se caracterizaria como crime. Portanto, a internet é uma importante aliada das rádios e um modo econômico e prático de aumentar a audiência.

3 TEORIAS DO JORNALISMO

São diversas as teorias do jornalismo, mas a pesquisa tem enfoque em discussões específicas: os critérios de noticiabilidade e o agendamento temático.

3.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Um dos primeiros desafios dos jornalistas é identificar o que pode ser considerado notícia. É um assunto abrangente e que gera muitas discussões. O que é notícia para uma pessoa pode não ter tanta relevância para outra, tornando o tema subjetivo.

Diversos estudos sobre o jornalismo demonstram que os jornalistas têm uma enorme dificuldade em explicar o que é notícia, de explicitar quais são os seus critérios de noticiabilidade, para além de respostas vagas tipo “o que é importante” e/ou “o que interessa ao público” (TRAQUINA, 2005, p. 62).

Nos conceitos jornalísticos há alguns critérios para identificar o que pode ser considerado notícia e o que não. Isso varia conforme o veículo e ainda conforme a programação em se tratando de rádio.

Parada (2000, p. 26) afirma que: “tudo o que muda na vida das pessoas precisa ser debatido e discutido. Se o tema é polêmico, melhor”. E acrescenta ainda que a notícia deve apresentar soluções simples para problemas aparentemente insolúveis.

Há várias definições sobre os critérios de noticiabilidade. Para Traquina (2005, p. 63),

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’.

O veículo de comunicação vai definir o que merece ser noticiado e aquilo que não merece tanto destaque, conforme sua linha editorial. “A direção da organização jornalística podem influenciar o peso dos valores-notícia com sua política editorial, às vezes por razões pessoais, dando prioridade a certo assunto ou tema” (TRAQUINA, 2005, p. 94).

O olhar do jornalista em relação a determinados acontecimentos é o que vai dar o direcionamento ao que se veicula, em detrimento do que se pretende alcançar ou o público que se quer atingir. Para exemplificar, Wolf apud Traquina (2005, p. 78) explica que: “Os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento”.

Se o veículo de comunicação possui um público-alvo definido, bem como uma linha editorial clara, se torna mais simples o critério para se definir o que deve ser veiculado. Quanto mais abrangente for a linha editorial, se torna mais difícil de definir o que é notícia. É uma etapa importante em que a empresa jornalística pode obter sucesso como também pode fracassar.

3.2 AGENDAMENTO TEMÁTICO

Os veículos de comunicação conseguem pautar determinados assuntos num contexto social. As pessoas conversam e discutem sobre temáticas abordadas nos mais variados meios de comunicação, sendo que, alguns temas ganham mais destaque e outros passam despercebidos.

Acontecimentos extraordinários ou pode-se dizer até fatídicos, costumam ganhar mais destaque na mídia.

É necessário compreender os motivos pelos quais determinada informação é amplamente discutida ou não, seja pelos meios de comunicação ou pelas pessoas que recebem a notícia. Um tema amplamente discutido e debatido nem sempre é o tema mais relevante, mas sim o que ganha mais destaque nos veículos de comunicação.

Notícias veiculadas nos grandes meios de comunicação normalmente são os direcionadores das discussões. Depois de um jogo de futebol, as pessoas que se interessam pelo assunto estão comentando os lances polêmicos, os gols e até algum fato curioso que possa ter acontecido durante a partida. Num acidente, a maioria das pessoas busca compreender as motivações do sinistro e ainda, ampliar a discussão para o que vem ocasionando tantos acidentes de trânsito, por exemplo.

Pode ocorrer algum direcionamento por parte dos veículos de comunicação e seus meios, bem como do próprio jornalista. Já diziam McCombs e Shaw (1993 apud TRAQUINA, 2005, p. 16): “Investigações recentes explorando as consequências da marcação de agenda e do enquadramento dos media sugerem que os media não só nos dizem no que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar”.

A partir dessa referência, percebe-se a importância de se selecionar bem o que se noticia, bem como noticiar com veracidade os fatos. A responsabilidade do jornalista e de todo o meio de comunicação é muito grande, pois interferem diretamente na vida das pessoas, podendo gerar consequências.

Algumas temáticas ganham mais destaque em meios específicos como o tema sustentabilidade, por exemplo, que começa a ganhar mais espaço nos meios de comunicação massivos. Porém, são nos espaços próprios de Organizações Não Governamentais (ONG's) ou mesmo entidades que atuam com o tema que o assunto é mais abordado.

Traquina reforça a importância do jornalista, desde a escolha do que se noticia até os efeitos que a informação causa nos receptores e no cotidiano das pessoas.

A teoria do agendamento sublinha uma forte mudança no paradigma dominante da teoria dos efeitos dos media e significa uma redescoberta do poder do jornalismo não só para selecionar os acontecimentos ou temas que são noticiáveis, mas também para enquadrar estes acontecimentos e/ou temas. (2005, p. 16)

O poder da mídia é muito grande e pode mudar completamente a rotina das pessoas de determinada localidade. Como num exemplo onde locutores de uma rádio estadunidense relatam

uma invasão extraterrestre nos Estados Unidos. “Em minutos, a América está em pânico. Pessoas histéricas correm aos hospitais. Com os nervos à flor da pele, os ouvintes ligam para delegacias de polícia” (FERRARETTO, 2001, p. 16).

Esse episódio foi a versão de Orson Welles para *Guerra dos mundos*, transmitida no *The Mercury Theater on the air*. Ferraretto (2001, p. 17) tratou esse episódio como o exemplo mais emblemático da força do Rádio. Assim como o Rádio, os demais veículos de comunicação também possuem um forte potencial noticioso e de influência sobre a vida das pessoas. Por isso, é muito importante ter claro que toda notícia vai gerar um impacto, que pode ser diferenciado em cada realidade.

4 WEB RÁDIO ÁGUA

A Web Rádio Água iniciou suas atividades no ano de 2009 e possui uma plataforma diferenciada dos meios de comunicação convencionais. O conteúdo jornalístico é disponibilizado no site em vários formatos: áudio, texto, foto e em alguns casos até vídeo. Todos ficam disponíveis para *download* no site *www.webradioagua.org*.

Trata-se de um projeto de Comunicação do Centro Internacional de Hidroinformática (CIH), uma parceria do Programa Hidrológico Internacional da UNESCO, Itaipu Binacional e da Fundação Parque Tecnológico Itaipu. A Web Rádio Água opera como uma Web Rádio de Conteúdo, produzindo materiais técnicos em áudio nos segmentos “Água”, “Energia” e “Sustentabilidade”. Utiliza ainda três conceitos: Comunicação Educativa, Jornalismo de desenvolvimento e mediação pedagógica.

Atualmente, a “emissora” opera com três (3) jornalistas e um (1) estagiário de jornalismo. A equipe divide-se na construção de estratégias para ampliação da disseminação dos conteúdos (via web e via rádio), na produção de conteúdos técnicos, na formação e no estímulo comunitário para coprodução de conteúdos e na divulgação dos conteúdos técnicos e comunitários de forma integrada.

É um ambiente de discussão e intercâmbio de experiências que pretende fomentar a troca de informações e conhecimento sobre a temática água como recurso natural nos diferentes cenários da vida. As publicações podem ser em diferentes linguagens midiáticas, com ênfase em arquivos de áudio. “O portal WRA disponibiliza conteúdos científicos, técnicos e informativos

em busca da construção de cidadania e promoção de sustentabilidade na região, América Latina e Caribe” (MANUAL DA WEB RÁDIO ÁGUA, p. 5).

A Web Rádio Água não tem programação musical, nem transmissão de conteúdos via *streaming*⁹. Todos os conteúdos produzidos e coproduzidos pela comunidade podem ser ouvidos dentro da Plataforma (que não requer nenhum tipo de registro para ser acessada) e também ficam disponíveis para *download*. Os conteúdos ficam disponíveis para serem aproveitados, compartilhados e utilizados sem fins comerciais.

O modelo tradicional dá lugar ao modelo de comunicação educativa, que procura promover o acesso do cidadão ao processo de produção e difusão de conteúdos. A ideia é fazer com que, a partir daí, haja intercâmbio de conhecimento, desenvolvimento social e construção da cidadania. Para que tal prática dê resultado, o processo educacional deve trabalhar com a oferta de conhecimento, a proposição de práticas para tais conteúdos e os resultados gerados a partir dela (MANUAL DA WEB RÁDIO ÁGUA, p. 5).

Para fomentar a socialização da informação e do aprendizado conjunto e colaborativo, a equipe do projeto Web Rádio Água atua na consolidação de uma rede de “Comunicadores Comunitários”, de diversas áreas e vivências, desde instituições de ensino, realizando a formação de multiplicadores entre professores e alunos, às organizações sociais¹⁰.

Já foram realizados dois cursos de formação de comunicadores comunitários e atualmente a WRA conta com aproximadamente 90 pessoas que contribuem na produção desses materiais comunitários. A cada ano são formados mais de 40 comunicadores, divididos em três (3) áreas de atuação na Bacia do Paraná Três (BP3). Essas formações são realizadas pela Nativa Socioambiental, empresa especializada nas práticas ambientais em parceria com o Parque Tecnológico Itaipu (PTI) e a própria Web Rádio Água. A Nativa presta diversos serviços para a Itaipu Binacional.

Os Comunicadores Comunitários definem as pautas, fazem as entrevistas, produzem a reportagem em áudio com o texto em anexo e ainda com fotos. Esse material é enviado para a equipe de jornalistas da Web Rádio Água que faz uma filtragem e adapta à linguagem jornalística, retornando esse material aos comunicadores comunitários que, posteriormente, irão publicar numa plataforma *online*.

⁹ *Streaming* é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/streaming/>>. Acesso em 05 mai. 2014.

¹⁰ Informação disponível em: <<http://www.webradioagua.org/index.php/institucional/quem-somos>> Acesso em 03 mar. 2014.

Cada um dos 29 municípios da BP3 recebeu alguns equipamentos para que os comunicadores comunitários possam produzir os conteúdos. O kit de equipamentos contém uma mesa de som, um gravador, cabos para conexão, uma máquina fotográfica digital amadora, um microfone e caixa de som.

Gonzales ainda informa que por estar situada em um meio de pesquisa, inovação e desenvolvimento, que é o Parque Tecnológico Itaipu (PTI), onde diversos pesquisadores, estudantes, projetos e instituições estão, e também por ser um veículo de comunicação com chancela da UNESCO, os jornalistas da Web Rádio Água trabalham constantemente na busca de temas relevantes (e em franca discussão) nos temas “Água”, “Energia” e “Sustentabilidade”. Com isso, os jornalistas buscam projetos, pesquisas, boas práticas e também o debate de assuntos que se mostram relevantes e de vital importância a serem compartilhados com a comunidade. Ainda há alguns critérios na definição do que é notícia na WRA e na escolha das fontes:

Pauta	<u>Viabilidade:</u> <i>Temas relacionados à temática água, energia e sustentabilidade;</i>
	<u>Impacto Comunitário:</u> <i>De que forma aquele conteúdo pode trazer impacto no sentido de proporcionar boas práticas ou práticas de aprendizagem para os públicos;</i>
	<u>Relevância Temática:</u> <i>De que forma o conteúdo traz informações pertinentes e importantes sobre o tema relacionado;</i>
	<u>Capacidade de gerar veiculação:</u> <i>Conteúdos que têm potencial de ganhar notoriedade na mídia;</i>
	<u>Aplicabilidade:</u> <i>Conteúdos que podem ser aplicáveis em outras realidades;</i>
	<u>Profundidade:</u> <i>Conteúdos explorados ao máximo e que geram resultados por meio de pesquisa ou conhecimento agregado (geralmente conteúdos técnicos).</i>

TABELA 1 – Critérios para elaboração da Pauta pela WRA

Fonte: Web Rádio Água

Conteúdo	<u>Assunto:</u> <i>Conteúdos relativos à temática Água, Energia e Sustentabilidade;</i>
	<u>Interdisciplinaridade:</u> <i>Conteúdo cujos assuntos se relacionam com outros segmentos, como energia, meio ambiente, tecnologia, etc;</i>
	<u>Impacto Comunitário:</u> <i>Como o conteúdo pode trazer, oferecer boas práticas ou práticas de aprendizagem para os públicos;</i>
	<u>Potencialidade:</u> <i>Conteúdos que podem ser de interesse de outras mídias, contribuindo para o avanço da temática para a comunidade;</i>
	<u>Coprodutividade:</u> <i>Conteúdos que ofereçam a possibilidade de serem trabalhados em conjunto com os públicos;</i>
	<u>Interesse comunicativo:</u> <i>Assuntos de interesse dos parceiros que possuem relevância comunitária;</i>
	<u>Cases:</u> <i>Exemplos de boas práticas ou práticas de insucesso que podem servir como espelho para outras realidades;</i>
	<u>Coerência Comunicacional:</u> <i>Conteúdos cujas informações não estejam muito distantes da realidade política e socioeconômica dos públicos envolvidos.</i>

TABELA 2 – Critérios para a definição de conteúdos produzidos pela WRA

Fonte: Web Rádio Água

Informações técnicas em relação à plataforma Web Rádio Água indicam que há uma média de 4.000 acessos/mês. A equipe técnica afirma que até o mês de março do ano de 2014, a WRA registrou 40.010 acessos, pouco menos de 100.000 visualizações de página e uma duração média de visitas de 4 minutos 35 segundos, o que evidencia que em cada acesso que WRA recebe, mais de um conteúdo é visualizado. Ainda nesse período de 2014 foram produzidos, pela equipe do projeto e coproduzidos junto com a comunidade, 376 conteúdos.

Além disso, a Web Rádio Água também possui integração com as Redes Sociais *Facebook, Twitter, LinkedIn, Orkut* e *YouTube*. A WRA utiliza para sua operação os *Softwares Livres: Open Office, GIMP* e *Audacity*. As divulgações são realizadas nos mais diversos meios e também há planos para difundir ainda mais os conteúdos produzidos pela WRA. As publicações acontecem diariamente.

A Web Rádio Água possui um Termo de Cooperação com a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (Aerp). Semanalmente são enviados três (3) conteúdos nas temáticas “Água”, “Energia” e “Sustentabilidade” para que a Aerp faça a divulgação para as 374 rádios afiliadas. Além disso, a Web Rádio Água firmou um compromisso com a Associação das Rádios Comunitárias do Extremo Oeste do Paraná para que, ainda no primeiro semestre de 2014, inicie a

veiculação em todas as rádios associadas de um Programete de 30 minutos intitulado *Água e Energia*.

A WRA atua na temática Água, Energia e Sustentabilidade, temas pelos quais busca explorar as ramificações existentes, necessárias a serem apresentadas e debatidas junto à comunidade: Saneamento Básico, Irrigação, Energias Renováveis (Biogás, Solar, Eólica), Gestão de Bacias Hidrográficas, Tecnologias nessas áreas, Geração Distribuída, entre outros.

5 ANÁLISE

Foram pesquisadas todas as rádios em operação, sejam comerciais, comunitárias ou educativas, nos 28 municípios pertencentes à Bacia do Paraná Três (BP3) situadas no Paraná (Mundo Novo – MS não entrou na pesquisa). Totalizaram sessenta e uma (61) rádios pesquisadas, sendo que quarenta e uma (41) são comerciais¹¹ (Sendo dessas, 19 AM¹² e 22 FM¹³). São ainda 19 Rádios Comunitárias¹⁴ e apenas uma Educativa¹⁵.

Das sessenta e uma (61) rádios pesquisadas, dezoito (18) conhecem a plataforma e dessas apenas sete (7) utilizam o material. Foram treze (13) que apenas ouviram falar, mas nunca acessaram nenhum conteúdo. E ainda trinta (30) responsáveis pelas rádios afirmaram não conhecer a Web Rádio Água.

Das emissoras que já ouviram falar alguma vez na Web Rádio Água, foi através de amigos que atuaram no projeto, comentários de populares, através de informativos da Itaipu e do Programa Cultivando Água Boa, ou que algum ex-funcionário da emissora tenha realizado o

¹¹ As emissoras que se constituem em empresas voltadas à obtenção de lucro representam a parcela mais significativa do rádio brasileiro, carreando para si a maior quantidade de ouvintes. Aos programas, associam-se os espaços publicitários (FERRARETTO, 2001, p. 45).

¹² Amplitude Modulada (AM): Transmissão de sinais pela modulação da amplitude das ondas, em frequências que variam de 525 a 1720 kHz. Caracteriza-se por uma qualidade de som inferior à das emissões em FM, porque os receptores AM sofrem interferência de fenômenos naturais, como raios, ou artificiais, como as provocadas por motores. As transmissões podem ser em ondas médias e curtas (FERRARETTO, 2001, p. 66 e 67).

¹³ Frequência Modulada (FM): Transmissão de sinais pela modulação da frequência das ondas. Permite a emissão e a recepção de som de qualidade muito superior às em AM, por não sofrer interferências. As FMs operam em frequências que variam de 87,5 a 108 MHz. Seu alcance, no entanto, é limitado a um raio máximo de 150 km (FERRARETTO, 2001, p. 67).

¹⁴ Em 20 de fevereiro de 1998, com a lei 9.612, as rádios comunitárias passaram a ter existência legal. Operando em Frequência Modulada, com transmissores de baixa potência (até 25 watts) e antenas não superiores a 30 metros de altura, estas emissoras devem atender a comunidade onde estão instaladas (FERRARETTO, 2001, p. 50).

¹⁵ Sem fins lucrativos, as rádios educativas são mantidas pela União, governos estaduais ou municipais, fundações constituídas com esta finalidade e universidades (FERRARETTO, 2001, p. 49).

curso de comunicador comunitário proposto pela própria WRA, através do Comitê Gestor ou mesmo por pesquisas.

Das emissoras que afirmaram conhecer a WRA foi através de contatos por email com a própria Itaipu Binacional e do Programa Cultivando Água Boa, ou mesmo da expedição São Francisco¹⁶, trabalho realizado pela Itaipu. Algumas pessoas que afirmaram conhecer a plataforma auxiliaram no início do projeto WRA. Dois dos entrevistados comentaram durante a pesquisa que têm dificuldade em baixar o áudio, o que não permite a utilização do material.

Das 18 emissoras que conhecem a WRA, quatro (4) delas atuam em rede e outras cinco (5) possuem equipe própria, justificando os motivos de não utilizarem nenhum tipo de material de agências ou de outras emissoras. A única rádio Educativa da pesquisa também não utiliza, pois produz materiais locais. As rádios comunitárias são as que mais utilizam os materiais produzidos pela Web Rádio, e percebe-se que as cidades onde essas rádios estão localizadas são mais próximas de Foz do Iguaçu, onde está a sede da WRA.

As rádios que utilizam ou já utilizaram algum material produzido pela Web Rádio Água estão localizadas em Santa Terezinha de Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Missal, Santa Helena e Pato Bragado. A rádio comunitária de Missal utilizava há algum tempo, mas hoje não utiliza mais nenhum material da WRA. Além das cidades mais próximas, uma rádio AM de Altônia que é mais distante de Foz do Iguaçu, também utiliza materiais produzidos pela WRA. A maioria afirmou utilizar materiais com informações locais ou mesmo novidades. Uma rádio AM de Foz do Iguaçu utiliza algumas vezes os textos disponibilizados, além do áudio.

Percebe-se, portanto, que a Web Rádio Água ainda é pouco conhecida pelas rádios situadas nos municípios que compreendem a BP3. Cerca de metade das 30 rádios pesquisadas que afirmaram não conhecer a WRA destacaram a falta de divulgação por parte da emissora. No entanto, mostraram-se interessadas pela temática e sugeriram ampliar o modo de divulgação desse meio.

Porém, os entrevistados das emissoras pesquisadas, ao serem questionados, não especificaram de forma clara o modo que utilizam os materiais, da mesma forma que não esclareceram a frequência utilizada. As emissoras pesquisadas afirmaram não possuir um *feedback* das informações veiculadas, demonstrando dessa forma que ainda há um distanciamento dessas rádios com a Web Rádio Água, não ficando claro como acontece a utilização dos materiais.

¹⁶ Trata-se de um trabalho de recuperação de encostas e nascentes do Rio São Francisco Verdadeiro na região oeste do Paraná.

A Web Rádio Água tem essa nomenclatura, mas não pode ser considerada de fato uma Web Rádio, pois não possui um formato padrão de um veículo radiofônico, com programação musical ou de notícias, apenas disponibiliza conteúdo jornalístico em formato para web e para rádio.

Para a análise do conteúdo publicado no site da Web Rádio Água foram decupadas sete (7) reportagens e três (3) *podcasts* da Unesp (Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”), publicações da página inicial durante os dias 28, 29 e 30 de abril de 2014. O que se pode perceber durante a pesquisa é não foi publicada nenhuma matéria produzida por comunicadores comunitários. Mesmo na busca dos arquivos de notícias na página inicial da WRA, não é possível encontrar esses materiais, mas apenas os produzidos pela própria Web Rádio, com as publicações na maioria dos casos institucionais.

A média de tempo dessas reportagens em áudio é de três (3) minutos, sendo que os textos nos materiais decupados são de difícil compreensão para quem é leigo no assunto. Há uma abordagem formal no modo de apresentar o tema, além de a temática ser distante da realidade local. As sonoridades dos entrevistados são longas. Algumas têm quarenta (40) segundos e outras têm mais de um (1) minuto.

Comparando os critérios utilizados pela WRA para a definição de pauta e produção dos materiais, percebe-se que a equipe ainda não segue todos os critérios estabelecidos. Nas reportagens analisadas os temas realmente eram referentes a água, energia e sustentabilidade, mas não possuem impacto comunitário, pois fazem referência a grandes centros, e ainda são destinados para pessoas ligadas ao setor, devido ao uso de termos técnicos.

Muitos desses conteúdos têm potencial para serem utilizados pela mídia em geral, já que o formato e o modo da construção e condução da reportagem, em que o narrador inicia sua fala intercalando com a dos entrevistados, seria aceito em qualquer meio. Porém, a linguagem utilizada na narração deve ser mais simples. Mas, devido à utilização dos termos técnicos, possivelmente não haveria interesse de veiculação na mídia tradicional.

Como os conteúdos produzidos por comunicadores comunitários não estão disponíveis na página principal, as rádios que estão inseridas na BP3 têm dificuldade no acesso, portanto, acabam não se interessando pelo assunto abordado.

Algumas das reportagens analisadas até apresentam práticas que podem ser utilizadas pelas pessoas, mas ainda falta uma proximidade com o ouvinte e alguns exemplos utilizados na região que complementem o exemplo central.

Em uma das reportagens que tratou do seminário sobre energia, o texto é complexo. A temática poderia ser melhor aproveitada, pois foram tratados exemplos de boas práticas para energia de qualidade, que poderiam ser usados pelas pessoas. Mesmo que ainda numa abordagem distante da realidade local, as situações se aproximam mais do contexto de importância da discussão, na tentativa de disseminar o diálogo referente às preocupações ambientais, mas ainda está longe da realidade local e do interesse das comunidades.

Na página inicial são publicados conteúdos jornalísticos que podem ser considerados como institucionais da Itaipu, ou do Centro Internacional de Hidroinformática (CIH), ou mesmo de eventos relacionados ao meio ambiente.

Um material do Seminário Biodiversidade trata de um tema local, mas ainda possui termos de difícil compreensão para quem é leigo. As entrevistas foram realizadas com representantes de instituições e a abordagem é apenas informativa, o que não propicia a proximidade com a comunidade, pois não há entrevistas com “pessoas comuns”, moradores da região, que poderiam contribuir com as suas práticas. Poderia haver uma abordagem mais próxima da comunidade com explicações de como a população observa o trabalho que está sendo desempenhado. Nessa reportagem sobre o Seminário Biodiversidade, as sonoras ilustram ao ouvinte o ambiente onde estava acontecendo o evento, porém percebe-se que o principal objetivo é destacar as ações da instituição, nesse caso a Itaipu Binacional.

Em uma das reportagens sobre a irrigação na agricultura e pecuária, a sonora não possui boa qualidade e há dificuldade de entender a fala do entrevistado. O título não permite o entendimento de leigos, pois fala em “Manejo Hídrico”, quando poderia ser simplificado por “irrigação”. As informações veiculadas são de caráter informativo, mas não possibilitam uma ação direta na comunidade. São situações distantes da realidade da região, além de ser um tema pouco abordado na mídia tradicional, mas poderia ser aprofundada a discussão junto às comunidades.

Uma das novidades que a Web Rádio Água iniciou na semana que as sonoras foram analisadas (28 a 30 de abril de 2014), foi a inclusão de *Podcasts* produzidos pela Unesp. Os *Podcasts* têm um formato que permite que as emissoras utilizem materiais com os temas que se aproximam da proposta da WRA. Mas ainda são utilizados termos técnicos que dificultam a compreensão para determinado público menos instruído. As sonoras dos entrevistados também são longas e ultrapassam os vinte (20) segundos propostos, porém se justifica com a explicação dos termos técnicos. Os *podcasts* possuem vinheta de abertura e de encerramento. Os temas são

voltados para a região sudeste do País, pois são produzidos pela Unesp, que é no estado de São Paulo.

Poderia ser criado pela Web Rádio Água algum conteúdo com assuntos locais, no mesmo formato desse material produzido em São Paulo, com dicas e sugestões para a população da região de abrangência da Bacia do Paraná Três, desde que pertinentes a realidade local.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta do artigo foi identificar se as rádios localizadas nos municípios pertencentes à Bacia do Paraná Três (BP3) conhecem a Web Rádio Água, bem como compreender o modo de produção dos materiais jornalísticos da referida rádio e como esse material interfere num contexto social. A pesquisa com as 61 emissoras de rádio da região possibilitou a constatação de que elas não conhecem a plataforma por falta de divulgação da própria Web Rádio Água, que possui uma proposta de difundir informações sobre o meio ambiente envolvendo a comunidade, mas que na prática isso não acontece.

Além disso, na página inicial não estão disponibilizados os conteúdos comunitários, mas sim materiais institucionais, tornando incoerente o slogan utilizado “Integrando Conhecimento”, pois esses materiais em evidência são produzidos pelos próprios jornalistas da WRA com um formato muito semelhante ao de assessoria de imprensa. Portanto, um dos critérios de noticiabilidade mais importantes, que é o da proximidade, não está sendo usado pela WRA na seleção e produção de conteúdos. As publicações na página inicial não prendem a atenção do ouvinte da região, pois não condizem com a realidade que convivem.

O material produzido por comunicadores comunitários, formados pela própria Web Rádio Água através da empresa Nativa Socioambiental, deveria ser evidenciado e ter espaço predominante, mas o que prevalece são conteúdos que podem ser considerados institucionais, pois destacam os eventos da Itaipu Binacional e CIH.

Para que as rádios se interessem pelo assunto, as reportagens devem ser locais, pois temas muito abrangentes não geram o interesse das rádios da região e não chegam ao conhecimento de países do Caribe e os demais da América Latina, como propõem a WRA. Esse esforço da busca por informações com a temática água e meio ambiente se torna em vão se não

houver público que consuma o produto. São temas que necessitam ser abordados e mesmo que tenha aumentado a abordagem, ainda falta informação às pessoas.

A proposta precisa ser melhor incrementada. Já existem meios de divulgação nas redes sociais, mas precisam ser ampliados para que cada vez mais as emissoras conheçam e tenham acesso ao material produzido pelos comunicadores comunitários. Não se trata somente da visão jornalística ou de determinado veículo com seus interesses econômicos financeiros, ou mesmo interesses particulares, mas que sejam evidenciados os interesses comuns que beneficiem, de preferência, os menos favorecidos e o meio ambiente. Ninguém melhor que os educadores ambientais, que possuem a teoria aliada à prática, para desenvolver ações que possam trazer inúmeros benefícios ao meio ambiente e às pessoas que vivem nos mais diversos espaços.

REFERÊNCIAS

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

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: O veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

MANUAL WEB RÁDIO ÁGUA. Foz do Iguaçu. Publicação própria, 2013.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio: Os grupos de poder e determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

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

PRADO, Emilio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1989.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transacional. Vol. II. Florianópolis: Insular, 2005.