

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

THAYS EMILLI DE PAULA

**CORONAVÍRUS E A INFORMAÇÃO NA TERRA DA LONGEVIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DO SITE DA TUA RÁDIO VERANENSE**

CAXIAS DO SUL
2020

THAYS EMILLI DE PAULA

**CORONAVÍRUS E A INFORMAÇÃO NA TERRA DA LONGEVIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DO SITE DA TUA RÁDIO VERANENSE**

Monografia do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul, apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Alessandra Paula Rech.

**CAXIAS DO SUL
2020**

THAYS EMILLI DE PAULA

**CORONAVÍRUS E A INFORMAÇÃO NA TERRA DA LONGEVIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DO SITE DA TUA RÁDIO VERANENSE**

Monografia do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul, apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Alessandra Paula Rech.

Aprovado (a) em: 09/12/2020.

Banca examinadora

Profa. Dra. Alessandra Paula Rech.
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Dr. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Profa. Ma. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul - UCS

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha orientadora Alessandra Paula Rech pela paciência, disponibilidade e carinho que teve comigo neste ano. Te escolhi para me orientar nessa jornada pois sempre notei que além de ótima professora, és uma pessoa evoluída, educada e delicada, que aponta os erros sem ser rude, aconselha de forma doce, elogia e motiva sempre que possível. Você soube respeitar e compreender meus limites, traçar os objetivos junto comigo nessa caminhada e me deu um leque de opções para que eu seguisse pelo caminho no qual me sinto confortável. Sua presença e acompanhamento foram essenciais para que desse certo. Por isso e muito mais, eu te agradeço do fundo do meu coração.

Agradeço à minha mãe, que mesmo sem entender muito bem o que eu precisava fazer e perguntando toda hora se eu já tinha terminado a monografia, mesmo quando ainda estava na fase do projeto, você soube como ninguém a melhor forma de me acolher, aconselhar e acalmar. Quando eu achava que era impossível e chorava no teu colo, você me pedia para imaginar o futuro de conquistas e realizações que me aguardavam e isso me dava ânimo e forças para prosseguir. Tu és o amor da minha vida e é por ti, e para ti que continuo todos os dias, mesmo sendo difícil. Jamais chegaria nessa etapa da minha vida sem tua ajuda, apoio, amor, carinho e puxões de orelha necessários. Sou eternamente grata pelos teus esforços, que não foram poucos, e por tudo que você abriu mão na vida para que eu tivesse o melhor. Vivo para te orgulhar e tentar dar para ti um terço do que já me deste nessa vida. Te amo.

Ao meu namorado Geovani, que me acompanhou desde o início dessa jornada e sempre foi o primeiro a me ajudar quando alguma dificuldade surgia. Em todos esses anos de graduação, comemorei vitórias e chorei pequenas derrotas internas, e você sempre esteve comigo, pronto para encarar qualquer situação e me amparar da forma necessária. Você me ajudou a desenvolver responsabilidades, amadurecer e aproveitar esse tempo da melhor forma possível, encarando de frente os desafios e desfrutando as merecidas conquistas. Jamais esquecerei da força, carinho e do colo que me destes. O mundo é nosso, e nossa vida está só começando. Te amo eternamente.

Ao meu padrasto Fábio e à minha dinda Eva: nada disso teria sido possível sem a ajuda de vocês. Vocês desempenharam com sucesso o papel de pai e mãe na minha vida acadêmica, mesmo sem receber nada em troca. Desde o início me

auxiliaram na escolha do curso, na matrícula e em todas as dúvidas que uma adolescente saindo do ensino médio e indo para a faculdade poderia ter. Obrigada por me esperarem praticamente todas as noites, se revezando quando necessário, no frio e chuva, mesmo tendo que acordar cedo para ir trabalhar no dia seguinte. Vocês nunca se negaram a me ajudar e nunca hesitaram quando pedi. Jamais esquecerei do papel fundamental que vocês exerceram nestes anos, mesmo não sendo suas obrigações. Tenho muito orgulho de poder dizer que vocês fazem parte da minha vida. Obrigada por tanto. Amo vocês.

Às minhas amigas e demais pessoas que participaram de alguma forma dessa jornada: vocês foram fundamentais e me impulsionaram a fazer o melhor que podia nessa fase da minha vida. Devo essa conquista a vocês.

A todos mencionados acima: jamais esquecerei do auxílio necessário e paciência que tiveram comigo durante este período de aprendizado e evolução. Serei grata eternamente a cada um de vocês. Obrigada por serem vocês e por fazerem parte da minha vida.

O rádio é a escola dos que não têm escola. É o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças, o consolador dos enfermos e o guia dos sãos – desde que o realizem com espírito altruísta e elevado.

Edgar Roquette-Pinto

RESUMO

A presente monografia tem como tema Coronavírus e a informação na Terra da Longevidade: um estudo de caso do site da Tua Rádio Veranense. Seu objetivo geral é analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na cidade de Veranópolis, conhecida como a Terra da Longevidade, tendo por foco o site da Tua Rádio Veranense, e buscando entender de que forma a plataforma entregou informações acerca da pandemia que assolou o mundo no ano de 2020. Para que o objetivo geral fosse alcançado, foram listados alguns objetivos específicos, como: refletir sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária; verificar a contribuição do site da Tua Rádio, enquanto veículo de informação, para a prevenção do Coronavírus, entre seu principal grupo de risco; contribuir para o estudo das mídias integradas, no caso rádio e site, como suporte para a sobrevivência do Jornalismo em tempos de aceleradas transformações sociais. Da mesma forma, foram levantadas quatro hipóteses que estão ligadas aos objetivos: o site, que reúne os conteúdos divulgados pela rádio, demonstra cumprir bem seus objetivos de informar com qualidade, dentro de seus três preceitos institucionais: credibilidade, imparcialidade, idoneidade; a divulgação de notícias sobre o coronavírus é frequente e se concentra em aspectos informativos e preventivos, sem sensacionalismo; o site oferece conteúdos adicionais à programação da rádio; quanto ao público-alvo, o site não atinge parte expressiva do público idoso, que se vale de outras mídias, como a rádio tradicional na maior parte do tempo. Como metodologia, realizamos uma pesquisa bibliográfica, seguida de análise de conteúdo voltado ao coronavírus, nos âmbitos quantitativo e qualitativo. Como consideração final, concluímos que a Tua Rádio Veranense cumpre parcialmente o propósito de informar a comunidade com qualidade.

Palavras-chave: Coronavírus. Idosos. Comunicação. Prevenção. Hiperlocal.

ABSTRACT

This monograph has as its theme Coronavirus and information in the Land of Longevity: a case study of Tua Rádio Veranense. Its general objective is to analyze the quality of information in times of coronavirus in the city of Veranópolis, known as the Land of Longevity, focusing on the Tua Rádio Veranense website, and seeking to understand how the platform delivered information about the pandemic that devastated the world in 2020. In order for the general objective to be achieved, some specific objectives were listed, such as: reflecting on the importance of quality journalism in its community activities; verify the contribution of the Tua Rádio website, as an information vehicle, for the prevention of coronavirus, among its main risk group; contribute to the study of integrated media, in the case of radio and website, as a support for the survival of Journalism in times of accelerated social transformations. In the same way, four hypotheses were raised that are linked to the objectives: the website, which gathers the contents disseminated by the radio, demonstrates well fulfilling its objectives of providing quality information, within its three institutional precepts: credibility, impartiality, suitability; the dissemination of news about the coronavirus is frequent and focuses on informative and preventive aspects, without sensationalism; the website offers additional content to the radio program; as for the target audience, the site does not reach a significant part of the elderly public, which uses other media, such as traditional radio most of the time. The present work is a research with methodology focused on bibliographic research, followed by content analysis focused on the coronavirus.

Keywords: Coronavirus. Seniors. Prevention. Hyperlocal.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interesse pelo termo “coronavírus” de Outubro de 2019 a Setembro de 2020	50
Figura 2 - Lista de matérias relacionadas ao coronavírus e seus pareceres	56
Figura 3 - Gênero dos ouvintes da Tua Rádio Veranense	66
Figura 4 - Classe social dos ouvintes da Tua Rádio Veranense	66
Figura 5 - Idade dos ouvintes da Tua Rádio Veranense	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação de matérias sobre o coronavírus destacadas do site da Tua Rádio Veranense	70
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

RSS	Really Simple Syndication
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PIB	Produto Interno Bruto
FON.	Fontes
COE.	Coerência
SER.	Serviço
P.I.	Público Idoso
IMP.	Imparcialidade

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 METODOLOGIA	18
2.1 O CORPUS	18
2.2 PESQUISA QUANTITATIVA E QUALITATIVA	19
2.3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	20
2.4 ESTUDO DE CASO	20
2.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO	21
3 RÁDIO	22
3.1 HISTÓRIA DO RÁDIO	22
3.2 A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO NO MEIO RURAL	28
3.3 AS RÁDIOS NA ERA DA INTERNET	30
4 INFORMAÇÃO E SAÚDE PÚBLICA	35
4.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM SAÚDE.....	35
4.2 JORNALISMO HIPERLOCAL	37
4.3 CREDIBILIDADE	42
4.4 FAKE NEWS	46
4.4.1 Pandemia da desinformação	50
5 ESTUDO DE CASO	62
5.1 A TERRA DA LONGEVIDADE	62
5.2 A TUA RÁDIO VERANENSE	64
5.3 PANDEMIA DE CORONAVÍRUS	67
5.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO	69
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	81

APÊNDICE A - PROJETO DE MONOGRAFIA I	86
--	----

1 INTRODUÇÃO

Desde 1920, quando a gripe espanhola foi combatida, o mundo não vivia uma pandemia. Ao final do ano de 2019, em Wuhan, na China, uma nova descoberta na medicina causou incertezas e impactou a população em nível mundial, potencializada pelos fluxos intensos entre as sociedades globalizadas. O coronavírus é uma linhagem de vírus que causa problemas respiratórios e pode originar a doença chamada Covid-19. Sua primeira aparição foi em dezembro, e levantou uma série de questionamentos, desde como surgiu a como tratá-la.

No Brasil, o primeiro caso confirmado da doença aconteceu no final do mês de fevereiro, no estado de São Paulo. Instruções através do Ministério da Saúde começaram a ser dadas à população, com intuito de evitar a proliferação do vírus e manter o distanciamento social. Tratando-se de uma situação imprevista, algumas adaptações nos protocolos de segurança tiveram que ser feitas, além de alterações nos horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais e orientações sobre como prosseguir em situações até então cotidianas.

A Covid-19 é transmitida diretamente através de contato físico, tosse, espirro e saliva de alguma pessoa contaminada, e pode levar até quatorze dias para se manifestar no organismo. De forma indireta, pode ser contraída por toque em objetos ou superfícies contaminadas, como maçanetas, celulares, mesas e utensílios pessoais. Os sintomas que essa doença podem causar geralmente são febre, tosse e dificuldade para respirar, mas podem se agravar de acordo com o organismo e histórico de saúde do infectado.

O vírus é ainda mais preocupante e letal quando se trata de idosos, diabéticos, hipertensos ou pessoas que já tratam de outras doenças respiratórias e cardiovasculares. Esses, formam os grupos de risco e podem ter sensibilidade maior se entrarem em contato com a Covid-19, conseqüentemente sendo mais afetados pela doença e aumentando a chance de letalidade quando contagiados.

Os idosos compõem grupo de risco por possuírem pulmões e sistema imunológico fragilizados devido à idade, e por frequentarem hospitais regularmente, espaço propício para difusão da doença. O corpo da pessoa idosa não responde a enfermidades da mesma maneira como o corpo de pessoas mais jovens. Desta forma, o organismo do longo vivo pode reagir de forma insatisfatória ao vírus, perdendo a batalha de combatê-lo.

Assim sendo, é de extrema importância que todos os idosos, independentemente de seu histórico de saúde, habituem-se à quarentena e deleguem suas funções fora de casa para familiares de seu convívio, que devem redobrar os cuidados ao retornar da rua, para que não haja a transmissão da doença. Visitas de pessoas que não moram na mesma casa que o idoso devem ser restringidas, considerando o fato de que alguma delas pode ser assintomática e portar consigo o vírus, expondo e colocando a vida do idoso em perigo mesmo sem saber.

As pessoas assintomáticas são as que estão contaminadas pelo vírus, mas não apresentam sintomas e o transmitem involuntariamente. Sem saber do contágio, muitas vezes não entram em isolamento social, o que aumenta as chances de contaminar a outros, muito mais do que quem identifica os sintomas e permanece em casa.

Para evitar a contaminação pelo coronavírus, o Ministério da Saúde alerta para a intensificação de algumas medidas de higiene durante o dia a dia. Lavar frequentemente as mãos com água e sabão ou quando não houver essa opção, higienizar com álcool em gel, usar máscara, cobrir o nariz e a boca com o antebraço ao espirrar ou tossir, não tocar o rosto sem antes lavar as mãos, não trocar abraços e beijos e manter distância mínima de um metro de qualquer outra pessoa são alguns dos principais cuidados para manter a integridade da saúde.

Conforme dados divulgados pelo Ministério da Saúde em 22 de novembro de 2020, o número de casos confirmados de Covid-19 no Brasil é de 6.052.786 e 169.016 óbitos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). Já no estado do Rio Grande do Sul, o total de pessoas infectadas é de 248.482 e 5.797 mortes em decorrência do vírus. Em escala global, os números impressionam: até esta data, foram 55.624.562 casos registrados e 1.338.100 mortes derivadas do coronavírus. Em Veranópolis, cidade protagonista da presente pesquisa, foram contabilizados até o momento 5 óbitos dentre 645 casos, dos quais, 601 são considerados curados.

A taxa de letalidade da doença é 2,8% e as regiões que apresentam maior índice de contágio são sudeste e nordeste do país, com respectivamente 55,9% e 31,2% de casos contabilizados. Com o crescente aumento dos números de contágio e mortes, governadores tomaram a iniciativa de suspender aulas presenciais do ensino público e privado, fechar comércios e incentivar o isolamento social de pessoas que estão com suspeita de contágio da Covid-19.

Para minimizar o contágio e diminuir o número de mortes, medidas severas de restrição à circulação de pessoas foram tomadas por alguns países, como o Brasil, que optaram por aderir à quarentena como forma de autopreservação. O indicado é que a população saia de casa apenas para tarefas essenciais como ir ao mercado ou à farmácia, sempre fazendo o uso da máscara e higienizando mãos, chaves e celular ao retornar para casa. Já os grupos de risco devem evitar ao máximo qualquer tipo de atividade externa, que não seja considerada necessidade básica.

Diante desta fatídica situação em que o mundo se encontra, a presente monografia intitulada “Coronavírus e a informação na Terra da Longevidade: um estudo de caso da Tua Rádio Veranense” tem como objetivo geral analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade, tendo por foco as matérias publicadas no site da Tua Rádio Veranense.

Com o intuito de alcançar o objetivo geral, o primeiro objetivo específico é verificar a contribuição do site da Tua Rádio, enquanto veículo de informação, para a prevenção do Covid-19, entre seu principal grupo de risco, os idosos. Diante disso, propõe-se uma reflexão sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária. A mídia mundial toma um lugar de extrema importância nesse contexto, transmitindo novas informações e descobertas acerca do coronavírus, propagando os mais eficientes meios de prevenção, além de desmentir mitos, expor *fake news* e desinformações que rondavam o assunto.

Posteriormente, visa contribuir para o estudo das mídias integradas, no caso rádio e site, como suporte para a sobrevivência do Jornalismo em tempos de aceleradas transformações sociais. Ressalta-se a importância de produzir e adaptar conteúdo para diferentes plataformas, com o intuito de alcançar diferentes públicos, em formato conveniente.

Indo ao encontro dos objetivos traçados, foram definidas quatro hipóteses que poderão condizer com o estudo de caso a ser desenvolvido: o site, que reúne os conteúdos divulgados pela rádio, demonstra cumprir bem seus objetivos de informar com qualidade, dentro de seus três preceitos institucionais: credibilidade, imparcialidade, idoneidade; a divulgação de notícias sobre o coronavírus é frequente e se concentra em aspectos informativos e preventivos, sem sensacionalismo; o site oferece conteúdos adicionais à programação da rádio; quanto ao público-alvo, o site não atinge parte expressiva do público idoso, que se vale de outras mídias, como a rádio tradicional na maior parte do tempo.

A presente monografia divide-se em 6 capítulos, com o intuito de esclarecer todos os termos e aspectos interligados ao desenvolvimento e resultado final da mesma. As palavras-chave selecionadas para traduzi-la são: Coronavírus; Idosos; Comunicação; Prevenção; Hiperlocal.

A introdução, capítulo um, antecipa o que será encontrado no decorrer do trabalho. A metodologia, capítulo dois, demonstra os formatos e técnicas metodológicas nos quais a pesquisa se baseou.

O capítulo três, Rádio, teve como objetivo apresentar a história de surgimento desse meio de comunicação tão popular na sociedade, assim como sua importância para as famílias que residem em área rural e necessitam deste meio para atualizarem-se sobre as informações cotidianas e do agronegócio.

Intitulado Informação e Saúde Pública, o capítulo quatro traz à tona as diversas áreas em que o Jornalismo pode atuar em prol da sociedade e da saúde pública. Dentre elas o Jornalismo hiperlocal, que produz conteúdo com interesses voltados para moradores de um bairro ou localidade específica, e o Jornalismo especializado em saúde, que tem como propósito divulgar formas de prevenção contra doenças e descobertas científicas da área. Além disso, o capítulo abordará os principais critérios da credibilidade noticiosa, as *fake news* e desinformações envolvendo a pandemia e como combatê-las.

No capítulo cinco, Estudo de caso, concentra-se a história da cidade de Veranópolis, considerada a Terra da Longevidade, assim como informações sobre a Tua Rádio Veranense, protagonista desta análise e pesquisa. Em seguida, serão abordados alguns aspectos envolvendo a postura do governo brasileiro no enfrentamento à pandemia de coronavírus, assim como o aumento no número de casos e óbitos. Por fim, o capítulo seis será composto pelas considerações finais, que serão elaboradas de acordo com a evolução da presente monografia.

2 METODOLOGIA

Na busca da certificação de que informações verdadeiras e de qualidade estejam sendo transmitidas à população veranense, a presente pesquisa fará uma análise sobre as informações dispostas sobre a pandemia de coronavírus no site da Tua Rádio Veranense.

Segundo Cleber Cristiano Prodanov e Ernani Cesar de Freitas em *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*:

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 14)

Como metodologia deste trabalho, portanto, optou-se pela pesquisa quantitativa e qualitativa, visto que o foco da exploração é a qualidade de conteúdo das matérias veiculadas no site, observando-as a partir de sua recorrência para um balanço global. Como primeira fase, foi realizada a revisão bibliográfica de autores relacionados à análise proposta, seguida pelo estudo de caso, por meio, especialmente, da análise de conteúdo das notícias produzidas pelo site da rádio.

A seguir, serão abordadas e explicadas as técnicas utilizadas para que essa análise seja possível.

2.1 O CORPUS

Levando em consideração a cidade de Veranópolis ter três rádios, nosso foco sobre a Tua Rádio Veranense surgiu a partir de uma observação preliminar entre o site da mesma e da rádio Studio, ambas situadas na cidade de Veranópolis.

O foco da análise foram as matérias que traziam informações relacionadas à Covid-19, além da frequência com que essas informações eram transmitidas. Com base no levantamento e comparações feitas no período de uma semana, notamos que a Tua Rádio Veranense publicou, em média, 50 matérias relacionadas ao assunto, informando sobre formas de prevenção e divulgando dados da microrregião,

enquanto a rádio Studio reuniu a metade do número de publicações feitas no mesmo período.

A Tua Rádio Veranense é bastante conhecida pela população da Terra da Longevidade que, há décadas, tem como costume ouvir rádio e informar-se durante suas atividades diárias, tanto de lazer, quanto de ofício. Desta forma, torna-se importante estudar e analisar a qualidade das matérias e notícias publicadas em seu site, considerando que as informações são as mesmas noticiadas pela rádio em sua grade de programação e consumidas pelos ouvintes quase que diariamente.

Tendo em mente o momento de pandemia de Covid-19 que se instalou em 2020, optou-se por ser feita a análise a respeito da qualidade das matérias veiculadas pelo site da Tua Rádio Veranense que tivessem conteúdo relacionado à doença, durante a última semana dos meses de Abril, Junho e Agosto. Esse período bimestral nos pareceu interessante por imaginarmos que daria uma amostra da evolução do contágio ao longo do tempo, uma vez que a o desempenho comunicacional da cidade em termos de prevenção é um dos focos de interesse.

2.2 PESQUISA QUANTITATIVA E QUALITATIVA

A respeito da abordagem da análise, embora o foco seja qualitativo, percebemos que o número de aparições de cada tipo de matéria, mediante critérios que explanaremos adiante, também seria significativo para a conclusão da análise.

Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Nesse caso, as questões são estudadas no ambiente em que elas se apresentam sem qualquer manipulação intencional do pesquisador. A utilização desse tipo de abordagem difere da abordagem quantitativa pelo fato de não utilizar dados estatísticos como o centro do processo de análise de um problema, não tendo, portanto, a prioridade de numerar ou medir unidades. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70)

Já a abordagem quantitativa “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

Portanto, a partir de análise quantitativa e qualitativa, do conteúdo de matérias publicadas pelo site em datas específicas e pré-estabelecidas neste projeto, poderão

ser respondidas as hipóteses levantadas acerca da qualidade das informações em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade.

2.3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica irá se amparar na construção da teoria apresentada e adotada no presente projeto, dando coerência e credibilidade à análise de matérias. Trata-se de conhecer e explorar o que já foi publicado e dito sobre o assunto em outras ocasiões, e pode apresentar-se em diversos formatos, desde revistas até teses.

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54)

Ou seja, a ideia consiste em consultar uma bibliografia variada e de autores que são referência no assunto abordado para que o resultado almejado seja alcançado de forma satisfatória.

2.4 ESTUDO DE CASO

O estudo de caso inclui planejamento, coleta e análise de dados e conclusão sobre o assunto, levando em consideração todo o processo envolvido. Essa forma de pesquisa exige uma análise primordial e objetiva sobre o assunto tratado.

É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada [...] São necessários alguns requisitos básicos para sua realização, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 60)

Levando em consideração o objetivo deste projeto, que é analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade, tendo por foco o site da Tua Rádio Veranense, o estudo de caso não poderia deixar de fazer parte da elaboração e estruturação do mesmo.

2.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Laurence Bardin (1977, p. 95) estabelece a organização e divisão da análise de conteúdo em três fases. A pré-análise é a fase de planejamento, organização de materiais, criação de um plano de análise e conexão de ideias.

A segunda etapa é a exploração do material, ou seja, o início da análise do material previamente selecionado. “Se as diferentes operações da pré-análise foram convenientemente concluídas, a fase de análise propriamente dita não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas” (BARDIN, 1977, p. 101).

A fase final é a de tratamento e interpretação dos resultados obtidos na análise, de forma a obter-se a resposta para as hipóteses previamente elaboradas neste projeto.

O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objectivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas (BARDIN, 1977, p. 101).

No período de uma semana de meses distintos, o material foi coletado para exploração e análise de conteúdo. Seguindo e obedecendo essas etapas, foi possível interpretar os resultados alcançados e obter as respostas necessárias.

3 RÁDIO

3.1 HISTÓRIA DO RÁDIO

Com a finalidade de transmitir informações rapidamente e de forma ampla, o rádio surgiu no Brasil no ano de 1922, levando informações através de ondas hertzianas a grandes massas de ouvintes ao mesmo tempo, sem precisar sair de casa. Para Gomes e Santos (2017) o conceito de falar para inúmeras pessoas ao mesmo tempo, sem que elas estivessem aglomeradas em um só lugar era inovador para a época e surpreendia os ouvintes.

Em 1916, o russo David Sarnoff passou a utilizar o nome “rádio” que surgiu através da semelhança da forma de comunicação do aparelho com a radiotelefonia, que também faz uso da transmissão de voz sem fios.

Considerado o pai do rádio brasileiro, o professor e cientista Edgard Roquette-Pinto inovou na forma de comunicar. Em 1923, juntamente com um grupo de pessoas que faziam parte da Academia de Brasileira de Ciências, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora radiofônica do país. De acordo com Ferraretto (2011), enquanto Roquette-Pinto lia os jornais pela manhã, circulava as notícias que iria ler e comentar mais tarde em seu programa. Para Gomes e Santos (2017, p. 18), “Roquette-Pinto era um idealizador que via no rádio uma possibilidade de mudança e de progresso para a sociedade brasileira”. Anos depois, sua maneira de informar seria aprimorada e daria início ao radiojornalismo atual.

Caracterizado pelo imediatismo e transformando-se em uma inovadora forma de comunicação, o aparelho passou a fazer parte da maioria dos lares e do dia-a-dia da elite do país. Conforme afirma Lia Calabre, “o rádio foi lançado no Brasil por um grupo de intelectuais que via no veículo a possibilidade de elevar o nível cultural no país” (2004, p.21). De acordo com Gomes e Santos (2017), o rádio proporcionava aos ouvintes a oportunidade de acompanhar as notícias da sociedade e do país instantaneamente, o que, na época, o jornal impresso não possibilitava, pois exigia que seu público soubesse ler e tivesse um elevado nível intelectual.

Ainda conforme Gomes e Santos (2017), inicialmente o rádio não conseguiu cumprir tal papel no país. Por ser um aparelho até então fabricado nos Estados Unidos, as transmissões radiofônicas não conseguiram alcançar as classes mais pobres da sociedade. Inicialmente o aparelho possuía um alto valor de custo que

apenas as famílias ricas poderiam bancar, visto que as famílias pobres mal tinham dinheiro para o próprio sustento e o rádio era considerado uma regalia.

Deparando-se com diversas tarifas para manterem-se no ar e sem nenhum patrocínio até então, as rádios eram sustentadas pelos ouvintes da alta sociedade, que em troca, apreciavam programações de seu interesse, como conferências literárias e músicas clássicas.

Com o passar dos anos, alguns fatores históricos iriam interferir no alcance do rádio sob a sociedade. No ano de 1929, a quebra da bolsa de valores de Nova York desencadeou uma crise mundial que, incentivado pelo então presidente da república, Getúlio Vargas, estimulou o Brasil para a industrialização e consequentemente para a produção dos aparelhos de rádio. A partir de então, as famílias pobres puderam ter acesso à programação radiofônica, já que o valor do aparelho diminuiria consideravelmente.

Segundo Ruy Castro (2019), em 1923 Edgar Roquette-Pinto definiu o rádio como:

É o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, — desde que o realizem com espírito altruísta e elevado (PINTO, 1923 apud CASTRO, 2019, s.p.).

Por ser uma rápida forma de comunicação e informação e ter se tornado um item comum na casa da família brasileira, segundo Gomes e Santos (2017), o rádio passou a despertar o interesse da classe política, que aliou-se à nova forma de comunicação para serem ouvidos. Para Caparelli, os governantes utilizam da comunicação para manipular a opinião pública:

A comunicação é transformada em instrumento dos governantes para atingir objetivos predeterminados e, submetida a pressões de todos os tipos, tem sua função dirigida pelo poder [...] porque é através dela que veiculam a propaganda política, buscando obter um consenso e legitimidade, não só através da força, mas também pela manipulação da opinião pública (CAPARELLI, 1986, p. 78-79).

Percebendo a força de transmissão que o rádio estava desenvolvendo perante a sociedade, Gomes e Santos (2017) afirmam que as autoridades delegaram as notícias mais importantes da época aos jornais impressos, já que eles só chegavam à parte da população que possuía o hábito de ler, enquanto o rádio comunicava à todas as classes sociais. Porém, com o passar dos anos, a população percebeu que

também poderia utilizar deste meio de comunicação que chegava à muitas pessoas, para exigir melhorias nas cidades e reivindicar seus direitos.

Devido aos avanços do meio de comunicação e na forma de transmissão, as rádios passaram a ser patrocinadas por empresas privadas e não mais por ouvintes. Desta forma, foi possível diversificar a programação, já que não havia mais a necessidade de agradar apenas a elite da sociedade.

Desta forma, os ouvintes tornaram-se parte da programação, pois não apenas ouviam o que as ondas sonoras transmitiam, mas participavam ativamente dela. Para Brecht, a colaboração do público faria do rádio o maior meio de comunicação:

O rádio deve ser transformado de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. A radiodifusão poderia ser o mais gigantesco meio de comunicação imaginável na vida pública [...] Assim seria, caso não fosse, apenas capaz de emitir, mas igualmente de receber. Em outras palavras: se conseguisse que o ouvinte não só escutasse, mas também falasse, que não ficasse isolado, mas em relação (BRECHT, 1973 apud CAPARELLI, 1986, p. 74).

Com o objetivo concluído de alcançar todas as classes sociais do país, para Kaseker e Ribaski (2015), entre 1930 e 1950 o rádio viveu a Era de Ouro. De acordo com Ferraretto (2011), iniciando neste mesmo período e durando até a metade de 1960, o rádio viveu a fase de difusão onde começou a transmitir conteúdos generalistas. Também conhecida como rádio-espetáculo, a programação era composta por humor, novelas, programas de auditório, noticiários e cobertura esportiva.

Já em meio à crise política e econômica que assolou o mundo no ano de 1940, o jornalismo ganhou espaço na programação radiofônica, e tinha como objetivo trazer informações de forma rápida e instantânea sobre a sociedade e economia, assim como informar sobre as tragédias e movimentos políticos e militares que faziam parte da Segunda Guerra Mundial.

Com o lema “Testemunha ocular da história”, em 1941 nasce o Repórter Esso, programa jornalístico que deu o pontapé inicial no radiojornalismo no Brasil e tinha como compromisso firmado compartilhar informações em tempo real. Deixando de lado o formato criado por Edgard Roquette-Pinto, de ler as matérias publicadas primeiramente no jornal impresso e em seguida comentar sobre elas no programa, o Repórter Esso inovou ao apurar informações próprias e exclusivas, fazendo com que o ouvinte soubesse dos fatos no momento em que ocorriam.

Conforme Ferraretto (2011), baseando-se na proposta apresentada pelo Repórter Esso, de inovar na procura de notícias exclusivas que ainda não foram veiculadas no jornal impresso, em 1948 a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, criou um departamento específico para unificar e controlar a produção de seus noticiários. Por trás da direção e organização desta ideia, estava um aclamado locutor do Esso:

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 (MOREIRA, 2000, p. 33-34 apud FERRARETTO, 2011, p. 23).

Apesar da ideia e formato inovador de montar uma redação em um programa de rádio para a melhor produção, organização e edição das matérias, esta foi uma época escassa em termos de reportagens, pois devido à precária tecnologia, tornava-se praticamente impossível o registro de entrevistas e a transmissão diretamente do local do ocorrido.

Porém, as dificuldades encontradas na época não impediram o desenvolvimento e aprimoramento na forma de pensar e fazer radiojornalismo. Considerando o jornalismo prioridade em sua programação, a Emissora Continental, do Rio de Janeiro, formou, pela primeira vez na história da rádio brasileira, uma equipe de repórteres. A Emissora Continental, antiga Clube Fluminense, foi vendida e reinaugura com o novo nome em 1948, tendo Gagliano Neto como novo diretor. Conforme Ferraretto (2011), ao novo diretor foi atribuída a criação do formato música-esporte-notícia, privilegiando em seus quadros a informação e cobertura esportiva, popularizando a reportagem no meio radiofônico.

Ainda segundo Ferraretto (2011), a Rádio Jornal do Brasil AM, em 1980, se aproximou do modelo *all-news*, conhecido e popularizado nos Estados Unidos por transmitir apenas notícias ou reportagens 24 horas por dia. Este novo formato durou seis anos na emissora:

[...] em termos de profissionais, deveriam ser contratados os melhores do país, porque é preciso uma capacidade de trabalho e de improviso muito grande e de pessoas com habilidade de microfone se revezando no trabalho diário. Um investimento profissional muito grande para manter a rádio no ar nas horas que não fossem de pique no noticiário, porque o *all-news* deve se manter no ar independente de informações (MOREIRA, 1987, p. 115 apud FERRARETTO, 2011, p. 27).

Segundo Gomes e Santos (2017), atingindo uma grande massa, as rádios perceberam que diversificar sua programação era fundamental para manter a audiência e conquistar mais espaço no dia a dia das pessoas, pois os ouvintes interessavam-se por vários assuntos abordados e não apenas um segmento.

O rádio é a mídia que as pessoas podem levar para qualquer lugar e aproveitar em todos os momentos do dia. Por isso, ela precisa informar ao cidadão sobre os fatos do cotidiano, relevantes para melhorar o dia a dia do ouvinte. Esses ouvintes, por sua vez, desejam que a programação seja diversificada e que atinja os seus interesses (GOMES; SANTOS, 2017, p. 37).

E dando aos ouvintes as informações que realmente lhes interessam, o cenário transforma-se. O rádio passa de um aparelho que toda a família possui na sala, para um acompanhante da rotina de cada pessoa, que pode ser transportado para o trabalho ou roda de amigos. Conforme Gomes e Santos (2017), diante disso, a missão do locutor radiofônico passa a ser muito maior: fazer com que a mensagem chegue ao destinatário de forma clara, sem ruídos ou má interpretações, considerando que os ouvintes estão desempenhando outras funções e também ouvindo a programação.

Naturalmente, alguns ouvintes interessavam-se por apenas uma variedade de notícia, como política, trânsito ou clima. Algumas emissoras então, passaram a transmitir exclusivamente o conteúdo que interessava a ouvintes seletivos:

Esse interesse particular do cidadão provocou uma revolução na cadeia de programação de muitas rádios. Muitas emissoras começaram a se especializar na produção de programas voltados para determinados públicos [...] (GOMES; SANTOS, 2017, p. 37).

Agora contando com as atualizações no meio, repórteres apurando fatos nas ruas e produção de notícias tornaram-se rotina no dia a dia dos radiojornais do país. Mas, obstáculo ainda fazia-se presente na vida dos repórteres: os aparelhos demasiadamente pesados, porém necessários, para que as entrevistas fossem transmitidas, necessitavam ser carregados por dois funcionários.

Com o passar dos anos e com o constante desenvolvimento na forma de comunicar, novas tecnologias surgiram, exigindo seu próprio espaço na sociedade e na casa das famílias. Uma das grandes invenções foi a televisão, que surgiu no Brasil em 1950 e abalou o mundo radiofônico, trazendo grandes perdas de profissionais que faziam parte da produção dos programas das emissoras, além de perderem

patrocínios e publicidades, que encantaram-se com a nova tecnologia que impressionava ao acoplar som e imagens.

Devido ao surgimento da televisão em 1950 e a ameaça que ela significava ao rádio, houve boatos de que a antiga forma de comunicar através de ondas hertzianas seria extinta.

A história está cheia de lamentáveis enganos sobre o rádio. Aqui mesmo no Brasil, a morte do veículo foi anunciada várias vezes. Em nenhuma foi apresentado o atestado de óbito. [...] O fato obrigou as emissoras de rádio a rever conceitos e a programação. Houve, na época, natural migração de verbas publicitárias e de profissionais para a TV. Grandes elencos de radioteatro e radionovela [...] ficaram fascinados pela imagem, assim como o público (JUNG, 2007, p. 50).

Segundo Gomes e Santos (2017), apesar das suposições, o rádio sobreviveu às inovações tecnológicas, reinventando-se e focando no jornalismo e no esporte, mantendo os ouvintes que interessavam-se por tais segmentos. Apostando nas informações instantâneas e acompanhando os fatos relevantes da sociedade, o radiojornalismo ganhou destaque e espaço nas programações, com o intuito de preparar-se para concorrer com a televisão ou qualquer outra inovação tecnológica que o ameaçasse. Além disso, um padrão foi adotado para informar e situar os ouvintes sobre o momento:

Um dos efeitos da televisão sobre o rádio foi o de transformá-lo de um meio de entretenimento numa espécie de sistema nervoso da informação. Notícias, hora certa, informações sobre o tráfego e, acima de tudo, informações sobre o tempo agora servem para enfatizar o poder nativo do rádio de envolver as pessoas umas com as outras (MCLUHAN, 2007, p. 334).

Com o surgimento da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) em 1965, foi possível conectar várias regiões do Brasil, para que, através de satélites, acontecessem transmissões do radiojornal ao vivo, diretamente do local dos fatos.

No ano de 1970, as emissoras decidiram investir em novas tecnologias para facilitar a captura e transmissão de informações através do lugar em que os fatos ocorriam. Gravadores portáteis e unidades móveis providas de radiocomunicação para facilitar as transmissões externas, agora faziam parte da rotina do repórter, que já não precisava mais carregar equipamentos pesados para executar sua função.

3.2 A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO NO MEIO RURAL

O meio rural, muito presente não apenas nos municípios gaúchos mas no país todo, possui amplo vínculo e relação com a comunicação, representada nesse caso, através de informações transmitidas via rádio. Weber e Devéns (2010) assinalam que a comunicação rural é aquela que abrange conteúdos rurais e suas adjacências. De acordo com Magnoni e Miranda (2016), por ser uma área social e produtiva necessária para o desenvolvimento e êxito financeiro do Brasil, é indispensável que haja uma comunicação especial e de qualidade, difundindo seus interesses, destinada ao setor agrícola.

Comunicação rural é o conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existentes entre os componentes do setor rural, e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural (BORDENAVE, 1988, p. 7).

Os primeiros hábitos de comunicação rural no Brasil são datados no final do século XIX, contando com a Revista Imperial do Instituto Fluminense de Agricultura, em 1869, assinada por Dom Pedro II. Entre as décadas de 1940 e 1950 essa prática tornou-se popular por meio do Serviço de Informações Agrícola, SIA, que integrava o Ministério da Agricultura, e introduziu um sistema de distribuição de informações, difundido-as à imprensa. Chamado de difusionismo, esse modelo tinha o objetivo de divulgar inovações tecnológicas aos agricultores.

O objetivo fundamental da informação agrícola e da informação rural era a difusão de inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade da agricultura. Tanto uma como a outra apelavam não só para a informação e a instrução, mas também para a persuasão, visto que a meta era conseguir mudanças de comportamento nas pessoas. (BORDENAVE, 1988, p.28)

Segundo o censo registrado pelo IBGE no ano de 2010, 29 milhões de pessoas residem em área rural no país. Elas representam 15% da população nacional, ao passo que, os habitantes da área urbana totalizam mais de 160 milhões, representando 84,35%. “O setor agropecuário brasileiro, como um dos maiores geradores de renda no País, ainda não ocupa na mídia comercial e pública, o

correspondente espaço econômico que tem na composição do PIB nacional” (MAGNONI; MIRANDA, 2016, p. 223)

É costume no interior das cidades, trabalhar no plantio e colheita de frutos e no cuidado diário com os animais ouvindo a rádio local. Dessa forma, o agricultor e sua família podem dar continuidade ao exercício de suas funções cotidianas, e ao mesmo tempo, inteirar-se das informações transmitidas por esse meio de comunicação tão popular e presente no dia a dia da população. O rádio mostrou-se eficaz na aproximação à população agrícola e “tornou-se uma necessidade para o meio rural, tanto quanto já era para o urbano, visando atender à demanda por conhecimento e informações atualizadas e constantes” (MAGNONI; MIRANDA, 2016, p. 219).

O rádio é um veículo marcado pela proximidade com os ouvintes, pela prestação de serviços, pelo baixo custo e mobilidade de recepção e pela presença de suas ondas em regiões remotas. Por esses aspectos, ele tem sido o principal veículo de informação de regiões distantes dos centros urbanos, seja em pequenas cidades ou nas extensas áreas rurais do país (WEBER; DEVÉNS, 2010, p. 42).

Todavia, existe a necessidade dos meios de comunicação notarem e se adaptarem à carência de informações que os agricultores possuem, como por exemplo, conteúdos voltados à sua área de atuação e sua realidade social, que varia do cidadão que habita em espaço urbano.

O rádio é um dos mais antigos meios de comunicação e um dos mais importantes, por várias razões, dentre elas – maior acessibilidade, por chegar às populações mais longínquas; democrático; portátil, pode ser levado para cozinha, quarto, carro, sala de trabalho, na bicicleta e também para roça. Essas qualidades, aliadas a boas programações que falem da realidade das regiões, dos valores, dos desejos e das necessidades das comunidades, enfim, de suas representações sociais, são capazes de estabelecer uma verdadeira comunicação com os diversos públicos (ARAÚJO; MIURA, 2005, p.4)

Segundo dados do ano de 2008 divulgados pela Fundação de Economia e Estatística (FEE), a região noroeste do estado do Rio Grande do Sul é composta por uma economia majoritariamente agrícola, principalmente a microrregião do Médio Alto Uruguai, que possui 47,57% de população rural.

Um estudo de audiência realizado em 2009 nos 23 municípios da região, mostra que televisão e rádio aparecem como meios mais presentes (45,5% e 40,4%) e mais confiáveis (41,24% e 30,21%) entre a população local,

enquanto o jornal impresso tem presença de apenas 5,5% e confiança de 19,86% (WEBER; DEVÉNS, 2010, p. 43).

É essencial que as informações disponíveis levem em consideração os saberes locais e que os agricultores não sejam vistos como meros receptores, mas também como parte atuante, atores essenciais que devem integrar a sociedade da informação (MAGNONI; MIRANDA, 2016, p. 228). Segundo Weber e Devéns (2010), os agricultores precisam se atualizar e tomar decisões frequentemente sobre os tópicos construídos e discutidos acerca da produção agrícola, e a comunicação voltada a esse tema é o que os informa e orienta.

Num país onde historicamente predominou o analfabetismo, o rádio assume um papel social fundamental e transformador, que mantém a sua missão de promover a educação e a cultura nacional. Diante de todas essas qualidades, acredita-se que o rádio é o veículo mais adequado para se falar ao produtor rural, diante da sua capacidade de penetração e da sua facilidade de uso e de entendimento (ARAÚJO; MIURA, 2005, p. 7).

Segundo Weber e Devéns (2010), atualmente a comunicação voltada para o meio rural tem como foco as inovações tecnológicas, administração de propriedade rural, sustentabilidade, qualidade de vida no campo e preservação ambiental. Para a execução dessas tarefas, o rádio tornou-se uma das melhores alternativas da comunicação em termos de eficácia na distribuição de conhecimento, por ser de baixo custo, ser artigo de uso diário na maioria das residências e ter amplo alcance, passou a ser comum no meio rural.

3.3 AS RÁDIOS NA ERA DA INTERNET

Desde o seu surgimento no Brasil, no ano de 1922, o rádio passou por inúmeras transformações e reinventou sua forma de informar para preservar seu espaço no cotidiano do ouvinte, percebendo que outras formas modernas e atrativas de comunicar estavam surgindo.

No seu surgimento, o rádio era considerado uma das maiores tecnologias já inventadas pelo homem na área da comunicação. A ideia de falar ao mesmo tempo para uma multidão, sem que essas pessoas estivessem no mesmo ambiente, impressionava [...] (GOMES; SANTOS, 2017, p. 46).

Apesar das várias suposições de que o rádio seria extinto devido à invenção da televisão, o meio de comunicação mostrou-se disposto a batalhar e mudar sua forma de fazer informação para sobreviver ao momento de inovações tecnológicas.

Com o passar dos anos, essas inovações passaram a ser frequentes, fazendo com que o rádio buscasse incessantemente por evolução e novidades. Consequentemente, com as modificações e aprimorações constantes nos meios de comunicação, o tradicional rádio temia pelo seu futuro. “É impossível falar sobre o avanço do radiojornalismo no Brasil sem falar sobre o desenvolvimento do rádio diante das várias barreiras que surgiram” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 46).

Uma das tecnologias que surgiram para inovar a forma de comunicar e buscar informações de forma imediata, é a internet, que como proposta, oferece rapidez e praticidade. “A internet surgiu com uma proposta de revolucionar o campo da pesquisa e da informação” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 53).

Considerada, a princípio, concorrente do rádio por serem comparados em seu formato de obter informações imediatas, a internet mostrou que nasceu com um propósito diferente: auxiliar os meios de comunicação na obtenção rápida de informações. “As novas tecnologias ajudam nas mais diversas formas de produção de notícias, que estão à disposição da sociedade para acessarem a qualquer hora do dia” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 32).

Com o passar dos anos o rádio entendeu que essa nova tecnologia poderia ser usada a seu favor. A forma de produzir conteúdo aprimorou-se e tornou-se constante, conseguir informações sobre fatos importantes na hora em que estão acontecendo foi um fator fundamental e facilitador para o rádio manter-se atualizado.

[...] o radiojornalismo se desenvolveu e descobriu na evolução dos meios de comunicação, técnicas de aprimoramento e de obtenção de informações de forma mais rápida, prática e acima de tudo com a credibilidade devida ao jornalismo (GOMES; SANTOS, 2017, p. 58).

Uma tecnologia se somaria a outra e consequentemente, nenhuma se anularia. “Na segunda metade dos anos 1990, emissoras voltadas ao jornalismo passaram a disponibilizar seu sinal na rede mundial de computadores” (FERRARETTO, 2011, p. 33). Dessa forma, as emissoras poderiam possibilitar que pessoas do mundo todo ouvissem sua programação.

O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse momento, é o veículo que mais se beneficiou com a internet. Aumentou o alcance e proporciona facilidades, à medida que o som 'baixa' com maior rapidez se comparado à imagem, além de não exigir a atenção do internauta que, enquanto ouve o programa, pode continuar navegando (JUNG, 2007, p. 66).

Transformando-se em um espaço de junção entre todas as mídias e distribuição de conteúdo oferecido pelas mesmas, a internet manifestou determinação em auxiliar e aperfeiçoar a produção de informações de forma instantânea e prática. “Com o passar dos anos, a internet mostrou que não veio para destruir os demais meios de comunicação, mas sim para englobá-los em um único espaço” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 55).

Com o rádio acompanhando o desenvolvimento e evoluções tecnológicas, o radiojornalismo tornou-se o foco de inúmeras emissoras que compreenderam que o formato atraía a atenção da sociedade, mas anteriormente tinham dificuldades em produzir reportagens devido à precariedade tecnológica da época. Apurar a notícia ficou mais fácil na era da informação tecnológica. “O acesso rápido às notícias, disponibilizada pela internet, sobre o que acontece no mundo, favorece o trabalho dos jornalistas” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 67).

O celular, popularizado no Brasil em 1990, também fez parte das tecnologias essenciais para que o radiojornalismo brasileiro evoluísse e ganhasse espaço no cotidiano dos cidadãos que ansiavam por notícias quentes e completas.

Produzir reportagens passou a ser prático. Não eram mais necessários dois funcionários para carregar os equipamentos até às ruas, todas as informações necessárias para iniciar a produção de uma matéria radiofônica eram facilmente encontrada em apenas um *click*.

Atualmente, o uso de celular e internet por repórteres e âncoras tornou-se habitual para que haja sincronia imediata de informações e interatividade com o ouvinte que questiona, sugere, informa e comenta sobre os fatos noticiados na programação.

O radiojornalismo passa por mudanças provocadas pela substituição dos meios técnicos analógicos para os de tecnologia digital. Um dos mais importantes foi o uso do celular pelos jornalistas para a transmissão de notícias a partir do local do acontecimento. [...] Essa tecnologia [...] tornou o jornalismo de rádio diário 'mais quente' em relação aos demais. A cultura do 'ao vivo', presente na era analógica, foi reforçada. Trouxe o caráter de antecipação da informação em relação ao jornal e a TV. Por outro lado,

fortaleceu o formato de radiojornalismo calcado nos gêneros notícia, reportagem e entrevista (BIANCO, 2004, p. 5).

Com o auxílio do celular e da internet, o repórter tornou-se autônomo. A qualquer instante ele está preparado para entrar ao vivo, gravar sonoras com entrevistados, de onde quer que esteja, em tempo real. “Essas facilidades tecnológicas tornaram a internet uma das maiores parceiras do radiojornalismo” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 62).

A partir dessas facilidades decorrentes das novas tecnologias, o rádio tornou-se multiplataforma. Ou seja, passou a informar em diversos suportes e formatos. A criação de sites e portais para as emissoras mostrou-se um amparo fundamental para a evolução e destaque do radiojornalismo em tempos de crescente popularização da internet.

Enquanto os demais meios de comunicação detém-se a uma única plataforma para informar, o rádio juntou-se à *web* e agregou som e voz a textos, imagens, vídeos e atualização constante de notícias, na medida em que ocorrem.

Trata-se da fase de convergência (de meados da década de 1990 até a atualidade), na qual as emissoras de rádio, além de buscarem a disponibilização de seu sinal em outros suportes que não o meramente hertziano [...] começam a oferecer conteúdos adicionais: de arquivos de áudio a material que extrapola o sonoro, como fotografias, textos e vídeos; tudo, é claro, utilizando como base a rede mundial de computadores (FERRARETTO, 2011, p. 20).

O rádio expandiu-se e aliou-se a todas as ferramentas digitais que surgiram no decorrer dos anos. Acompanhou as evoluções, sobreviveu às ameaças e soube posicionar-se diante de diferentes cenários e públicos.

Outra ferramenta que visa ao conforto do ouvinte é a opção de armazenamento de áudios dos programas no próprio site, para que o assunto de interesse possa ser ouvido quando e onde quiser. “As novas mídias surgem, não para destruir as já existentes, mas para que essas possam se aperfeiçoar e encontrar um novo caminho para o desenvolvimento” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 57).

Com tantas maneiras distintas de estar a par da programação das rádios, seja de forma falada ou escrita, o ouvinte demonstrou mudanças em seu comportamento. Anteriormente, seus contatos com as emissoras eram unicamente para cobrar mudanças na comunidade, hoje, são para dar sugestões, questionamentos e informar sobre fatos de relevância aos cidadãos. Esse contato pode dar-se de várias maneiras:

por aplicativos de mensagens, áudios de voz, *e-mail*, redes sociais e sites das emissoras.

O grande resultado da evolução do radiojornalismo foi a interação com o ouvinte. A interatividade faz com que o ouvinte sinta-se parte da equipe e contribua constantemente para a atualização de notícias de seu interesse.

O radiojornalismo na internet apresenta ao ouvinte uma interatividade, que não é vista nos rádios convencionais. Ao ouvir um jornal pela internet o cidadão pode ler alguma outra informação que a emissora postou no site a respeito da notícia, muitas emissoras exibem vídeos capturados sobre o fato para dar ao ouvinte, que acaba se confundindo com leitor e espectador, uma noção mais abrangente sobre a notícia (GOMES; SANTOS, 2017, p. 63).

Nasce aí um novo profissional de radiojornalismo, multifuncional e multimídia, que produz conteúdo para diferentes plataformas e adapta a informação transmitida pelo rádio para textos e fotos. “O rádio recorre a quase todos os recursos tecnológicos: a internet, as mídias sociais Facebook, Twitter, chats, aplicativos de smartphones e WhatsApp. Trata-se de um novo ambiente, com um público mais participativo, exigente e interativo” (KASEKER; RIBASKI, 2015, p.3).

4 INFORMAÇÃO E SAÚDE PÚBLICA

4.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM SAÚDE

É evidente o importante papel que o jornalismo exerce na sociedade, trazendo à tona discussões relevantes sobre as mais variadas pautas, que fazem diferenças e mudanças significativas acontecerem. Dar voz a minorias muitas vezes ignoradas ou despercebidas, lutar pelas suas reivindicações e necessidades básicas, além de fornecer seu direito a informações fundamentais em todas as áreas, é uma das prioridades do meio. Em relação à saúde não poderia ser diferente.

Dentro da Comunicação, o jornalismo ocupa um lugar de enorme relevância. É através dele que a sociedade vê e interpreta o mundo. Não que os mídia e o jornalismo sejam um espelho da realidade. São antes uma espécie de lente com características muito particulares, que proporciona uma visão limitada, fragmentada e reconstruída da realidade, mas que, ainda assim, constitui o principal ponto de ligação entre os indivíduos e as estruturas sociais (MAGALHÃES; LOPES; PEREIRA, 2017, p. 252)

De acordo com Caco Xavier (2006), saúde não é apenas a inexistência de doenças, mas é a condição integral de bem-estar físico e mental. Para o autor, é “reconhecido que a comunicação – saberes, práticas e processos – é um dos mais importantes instrumentos de realização do ideal da autonomia cidadã em relação à saúde” (XAVIER, 2006, p. 43).

Gomes (2012) assinala que a comunicação em saúde passou a ser explorada como território de investigação entre 1970 e 1990. Em virtude de sua gama infundável de percepções, torna-se difícil determinar apenas um conceito central para descrever integralmente sua esfera de análise. “Contudo, todas seguem o mesmo pensamento: o objetivo de compreender a influência da comunicação humana mediada na prestação e promoção de cuidados de saúde às populações” (GOMES, 2012, p. 341-342).

De certo modo, o profissional de comunicação tem a missão de educar e guiar o público, através de informações sobre a saúde, prevenindo a contração e propagação de doenças específicas, reduzindo sua existência e predomínio na população. Além disso, informa sobre os procedimentos a serem tomados caso os sintomas sejam constatados.

Essas medidas influenciam diretamente nos hábitos e conhecimentos da população, que passa por uma adaptação voluntária, sem ser forçada a fazer o que

não quer, mas sendo instruída a prosseguir da maneira correta diante de determinadas situações. José Teixeira (2004) aponta que:

Comunicação em saúde diz respeito ao estudo e utilização de estratégias de comunicação para informar e para influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoverem a sua saúde. (TEIXEIRA, 2004, p. 615).

O autor ressalta que existem inúmeras áreas em que a comunicação é essencial para promover a saúde, e que podem ter finalidades distintas, tais como evitar riscos à saúde, auxiliar no combate às ameaças, impedir a propagação de doenças, recomendações para a realização de exames preventivos e informar sobre os sintomas de doenças. “A comunicação em saúde tem, portanto, um lugar de fala muito preciso e alguns importantes instrumentos, pelos quais é capaz de induzir muita reflexão, mas alcançar pouca repercussão e abrangência” (XAVIER, 2006, p. 44).

Gomes (2012) afirma que a educação para a saúde é formada por movimentos e ações que contribuem para a aprendizagem relacionada à mesma e a doenças, causando transformação no conhecimento e compreensão coletivos. Ainda, tais condutas podem esclarecer dúvidas, promover mudanças de atitudes, e até mesmo estilo de vida.

Kuscinsky (2002) reconhece que a cobertura jornalística não considera válida a percepção dos movimentos sociais na área da saúde, por entender que não há competência científica em seus discursos. Segundo o autor, tal ato pode ser considerado como elitismo.

Raramente vemos grandes reportagens sobre o surto de hepatite no Amazonas, ou a malária, a esquistossomose ou a lepra. Mesmo doenças como a tuberculose não são muito populares na mídia; predominam as reportagens sobre o corpo, sobre a beleza, sobre doenças que afetam as pessoas com mais posses, ou mais ricas (KUSCINSKY, 2002, p. 98).

Igualmente, Gomes (2012) faz críticas à maneira como são conduzidas e divulgadas as notícias referentes à saúde. A autora aponta que em algumas situações, os profissionais de comunicação percebem o significado de saúde como ausência de doenças, apoiando e promovendo o consumo de determinadas medicações e produtos para a cura ou tratamento de certas doenças, objetivando apenas o lucro.

Nos dias de hoje, as notícias de saúde são tidas como um produto cujo objetivo é ser vendido, sendo a saúde vista como uma mercadoria. Neste sentido, os meios de comunicação tendem a afastar-se dos verdadeiros

problemas que inquietam a população, sendo a participação dos media na promoção da saúde quase nula. (GOMES, 2012, p. 344).

Azevedo (2012) defende que atualmente não é possível ter acesso a importantes fontes de informação em saúde, leis e estudos dessa área, se o profissional de comunicação responsável por noticiar conteúdos relacionados ao tema não souber distinguir o que realmente é de interesse público, daquilo que apenas agrada e corresponde aos interesses das indústrias de saúde, como farmácias e clínicas privadas. Já Xavier (2006) ressalta a dificuldade que ronda a mídia em transmitir ao público externo, que não participa ou possui vínculo com a área da saúde, informações sobre o tema, falhando no alcance aos cidadãos que realmente necessitam dessas informações básicas.

Os esforços no âmbito da comunicação em saúde permanecem, com poucas exceções, restritos aos seus próprios ambientes de produção: instituições governamentais, universidades, profissionais da saúde, tendo dificuldade de alcançar até mesmo os próprios serviços de saúde (XAVIER, 2006, p. 44).

O autor destaca que, apesar das dificuldades enfrentadas por parte da imprensa em alcançar o público-alvo quando se trata de saúde e abordar pautas que sejam de seu efetivo interesse, nunca houve tantas e tão variadas tecnologias e suportes que auxiliassem na comunicação como atualmente.

Gomes (2012) acredita que é através de informações de qualidade e ética profissional que as condutas e práticas podem ser transformadas e renovadas, para que a incidência de contração e transmissão de doenças seja minimizada e a saúde e bem-estar preservados. O objetivo principal da educação em saúde através da mídia é que os cidadãos tenham autonomia e conhecimento sobre a área, para que possam tomar suas próprias decisões acerca do assunto de forma coerente e racional. A autora ressalta que a cooperação dos jornalistas é essencial para a promoção da saúde, levando em consideração que o acesso a informações corretas e importantes auxilia na valorização dos cidadãos como seres humanos que, através disso, podem prevenir enfermidades e prolongar a higidez.

4.2 JORNALISMO HIPERLOCAL

Sobressaindo-se e ganhando impulso, além de novos seguidores e adeptos, “o jornalismo hiperlocal tem de destacado conceitualmente” (SANTOS; CARVALHO, LOURENÇO, 2016, p.1). Conforme Fernandes e Lima, “o jornalismo de cobertura local voltou no início do século 21 a ser preocupação da grande imprensa” (2017, p.

52). Para os autores, o segmento é tido como uma tentativa de resgatar o jornalismo impresso, dando um novo fôlego ao modelo. De acordo com Antonio Francisco Magnoni e Giovani Vieira Miranda (2018):

A comunicação hiperlocal se concentra na cobertura de eventos de uma área geográfica específica: um bairro, uma cidade ou mesmo um Estado, embora os cidadãos que possam vir a discutir ou relatar o evento online possam estar fora dessa mesma área geográfica (MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 169).

O jornalismo hiperlocal tem como objetivo levantar informações, cobrir notícias e acontecimentos de determinadas áreas de uma cidade, ou até mesmo da cidade em sua totalidade, e principalmente informar com qualidade e prioritariamente os moradores dessas regiões. “Portanto, o jornalismo hiperlocal se refere a um movimento de perspectivas de atuação dos veículos de comunicação” (SANTOS; CARVALHO; LOURENÇO, 2016, p.3).

De acordo com Santos, Carvalho e Lourenço (2016), para que isso seja possível, o jornalismo hiperlocal necessita adaptar-se às condições dos momentos e exigências sociais distintas. Habitualmente, “o hiperlocal começou a ser usado para referir-se à cobertura de notícias em nível de comunidade, geralmente esquecidas pela mídia tradicional” (MAGNONI; MIRANDA, 2018, p.169). Para André Lemos, o jornalismo hiperlocal pode ser definido:

[...] como uma conjunção de funções massivas e pós-massivas, onde o usuário pode ter informações mais precisas sobre o seu local de interesse a partir de um cruzamento de notícias dos jornais, dos blogs, do “Twitter”, da polícia, da prefeitura, etc (LEMOS, 2009, p. 12)

Presente em suportes distintos, mas principalmente na *web*, o jornalismo hiperlocal possui uma abordagem diferenciada, priorizando a proximidade e conexão com os moradores e consumidores de informações locais. “A tecnologia aproxima pessoas das comunidades, e, ao aproximá-las, permite também que o jornalista conheça essas comunidades para além dos discursos sociais mais amplos” (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 52). Magnoni e Miranda assinalam que essa união entre comunidade e mídias para propósitos em comum é “o que faz com que a informação gerada no nível hiperlocal seja de maior qualidade, mais plural e mais participativa” (MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 170).

As mídias denominadas hiperlocais têm sido descritas como uma mistura de cívicas, comunitárias, ligadas às questões públicas e ao jornalismo alternativo, em uma combinação com as características interativas e de transmissão instantânea da Web 2.0 (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 50).

Magnoni e Miranda (2018) salientam que há uma semelhança entre as técnicas e o estilo do jornalismo hiperlocal e do jornalismo cidadão, que podem complementar-se ou muitas vezes serem confundidos. Um dos principais conceitos do jornalismo cidadão é contar com a participação ativa dos cidadãos e contribuição para a identificação de impasses na comunidade, que são de interesse comum e devem ser veiculadas para que sua solução seja reivindicada publicamente, fator que também é parte fundamental no processo de construção do jornalismo hiperlocal.

A partir desse entendimento, pode-se observar a aproximação das práticas do jornalismo hiperlocal com as do jornalismo cidadão, em especial no que se refere ao envolvimento das comunidades e suas organizações com relação aos problemas sociais, econômicos e ambientais urbanos que enfrentam e, sistematicamente, não são noticiados ou são mal noticiados pelo jornalismo tradicional (MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 170).

Fernandes e Lima (2017) salientam que é infinita e permanente a procura por pautas locais de caráter cívico, considerando que os moradores das comunidades estimulam e contribuem para a continuidade e crescente sucesso da categoria local através de “associações de bairros, redes urbanas organizadas física e digitalmente, mobilizações específicas, lutas permanentes ou temporárias de grupos e pessoas injustiçadas, excluídas, assediadas, discriminadas etc” (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 51).

Conforme assinalam Magnoni e Miranda (2018), o amparo e estrutura das tecnologias e do jornalismo digital permite que os conteúdos locais ganhem diversos formatos. Por conseguinte, conquistam mais espaço na rede, tomando grandes proporções e circulando dentro de outras comunidades, sem que “este local deixe de estar integrado ao processo geral de globalização” (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 46).

Porém, não é apenas na internet que o jornalismo hiperlocal se faz presente. Em muitos casos ele muda de formato, tornando-se palpável e ganhando vida na mão do leitor através do jornal impresso. Desta forma, as notícias hiperlocais não dependem apenas da internet para tornarem-se globais, pois circulam em diferentes modelos e entregam características distintas acerca de uma mesma notícia.

[...] as notícias hiperlocais, de produção compartilhada entre cidadãos e jornalistas, são normalmente publicadas em sites, mas podem aparecer também em versões impressas dos grandes e médios jornais ou em plataformas independentes (FERNANDES; LIMA; 2017, p. 53).

De acordo com José Carlos Fernandes e Myrian Regina Del Vecchio de Lima (2017), ao dar prioridade à cobertura de notícias e eventos locais, é fundamental que haja vínculo e proximidade com a comunidade e moradores, para que, de fato, tornem-se veículos hiperlocais. “Mas, para adentrar em uma comunidade é preciso ser aceito por seus membros, sendo assim, nada melhor do que contar com sua participação e apoio na produção de notícias sobre ela” (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 54).

Contando com a participação e colaboração dos receptores através do envio de acontecimentos e notícias da região, o formato tornou-se mais completo e ganhou a confiança dos moradores das comunidades. Conforme apontam Magnoni e Miranda (2018), é inegável que as informações voltadas ao hiperlocal são de grande importância para a sociedade, e assim sendo, para o mundo, pois tornam-se notícias globais.

A dimensão hiperlocal no jornalismo (já que ele é sempre local) refere-se, em primeiro lugar, a informações que são oferecidas em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, etc.), e em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação. Essa é uma das tendências atuais do jornalismo: vinculação de notícias cruzando diversas fontes, oficiais, profissionais e cidadãos à geolocalização (LEMOS, 2009, p.12).

Portanto, onde há uma certa “falha” de comunicação nessas comunidades por parte do jornalismo nacional, o hiperlocal suprirá. Seja ao informar moradores de determinadas regiões e culturas ou ao divulgar produtos que possam interessar a esses ouvintes, o veículo ainda poderá tornar as pautas hiperlocais em globais com o auxílio dos receptores, que contribuem para a produção e propagação de notícias.

Pode parecer exagero, mas é certo que se impasses como o do lixo ou a violência forem oxigenados no âmbito municipal, essas articulações encontrarão ecos nacionais. Logo, os debates locais são, por extensão, debates globais (FERNANDES; LIMA; 2017, p. 49).

Segundo Fernandes e Lima (2017), as pautas de interesse local também podem tornar-se de interesse global, mas isso não quer dizer que a discussão de

relevância hiperlocal deixe de existir. Pelo contrário, quanto mais conhecidos os assuntos e reivindicações locais forem, mais demandas de produção para esse gênero de conteúdo surgirão.

A circulação nas altas esferas, contudo, não implica ausência nos debates locais. A preocupação com a comunidade é uma marca dos grandes, o que reforça o princípio da localidade como quesito para a notícia (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 53).

A partir de pequenas iniciativas da imprensa juntamente à comunidade, apresentando sua diversidade cultural e demandas sociais através de diferentes aspectos, tais produtos jornalísticos podem interessar à população de outras comunidades ou cidades que se identificam ou passam por situações similares e buscam respostas não oferecidas pela mídia tradicional. “Quer dizer que em toda condição global existe uma raiz local, uma cultura específica inserida no processo” (FERNANDES; LIMA; 2017, p. 49).

Ainda, há a aproximação de moradores por interesses similares em determinadas pautas e assuntos, promovidos pela comunicação hiperlocal, “que dão potencial para a promoção de um espaço de debate entre múltiplas vozes da sociedade, sobre os mais diferentes assuntos” (MAGNONI; MIRANDA, 2018, p. 166).

Indiretamente, os leitores, ouvintes e consumidores de informação em qualquer plataforma, buscam identificar-se com o conteúdo que estão consumindo, ou seja, com o conteúdo que realmente lhes interessa. Para André Lemos:

A visão que temos de nós mesmos, e dos lugares por onde criamos vínculos, é influenciada pelo que lemos nos jornais, assistimos na TV, ouvimos no rádio, e agora pelo que acessamos, produzimos e distribuímos na internet (LEMOS, 2009, p. 12).

Por isso a importância do jornalismo hiperlocal: para que não haja exclusão de povos, raças, credos e culturas de parte da mídia e que seus interesses não sejam deixados de lado. “Isso significa que a perspectiva do hiperlocal tem potencial de renovação na atividade jornalística” (SANTOS; CARVALHO; LOURENÇO, 2016, p. 3).

Os meios de comunicação voltados ao jornalismo hiperlocal manifestaram-se como veículos que dão visibilidade às comunidades, muitas vezes possibilitando a pluralização de debates que não levam em consideração a opinião dos protagonistas. Demonstrando profunda ligação com os moradores e suas rotinas, é possível

identificar suas necessidades, que de certa forma podem ser supridas pela visibilidade midiática, através de seu interesse pelo bem-estar coletivo. “O público passa a ser um norteador das ações profissionais jornalísticas em veículos que exercem o jornalismo hiperlocal” (SANTOS; CARVALHO; LOURENÇO; 2016, p.10).

Os autores Juliano Maurício de Carvalho e Ângela Maria Grossi de Carvalho apontam uma outra funcionalidade que o jornalismo hiperlocal pode proporcionar aos que o acompanham: propagandas e divulgações de produtos destinados à cultura da região, adaptando-se às demandas do mercado local.

De modo geral, o hiperlocal atua em duas frentes: uma editorial e outra comercial. Na primeira, com o surgimento da necessidade do leitor de encontrar aquilo que realmente interessa com facilidade, em uma navegação cada vez mais direcionada (favoritos, RSS, Twitter...), os veículos que destacam o trânsito, a segurança ou o time de uma cidade, bairro ou rua, têm maior sucesso. No quesito comercial, o oferecimento de produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor, é um grande atrativo para o anunciante. (CARVALHO; CARVALHO, 2014, p. 73)

Portanto, para que o jornalismo hiperlocal possa seguir concentrando seu conteúdo em tópicos relevantes e indispensáveis para a sociedade e bem-estar dos moradores que esperam encontrar uma forma de serem notados pelo poder público, é preciso que exista uma troca entre a mídia e os empresários locais “por publicidade paga, também local, como principal fonte de receita” (FERNANDES; LIMA, 2017, p. 52).

4.3 CREDIBILIDADE

Para que a desinformação a respeito de toda pauta seja combatida, é necessário, acima de tudo, produzir um jornalismo competente, responsável e transparente, em que o público seja informado corretamente e possa confiar plenamente. “O que nos leva a confiar no jornalismo tem a ver não apenas com a sua singularidade como conhecimento, mas com o fato de ele ser um ato comunicativo com a função de informar alguém” (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 52).

Josenildo Luiz Guerra (2010) afirma que “há uma lacuna muito grande de estudos sobre qualidade jornalística” e que o debate sobre as formas de avaliar a qualidade do jornalismo ainda é inicial, além de o assunto ser abordado apenas de forma indireta nos exemplares em que se encontram (GUERRA, 2010, p. 19).

Embora existam iniciativas voltadas para a qualidade, como a adoção de manuais de redação, inovações tecnológicas, organização empresarial e sistemas de responsabilização de mídia, ainda não foi efetivamente incorporada uma cultura de avaliação de qualidade como já existe em outras áreas, tanto do setor industrial como de comércio e serviços. (GUERRA, 2010, p. 5)

O autor pondera que a qualidade é um meio de vinculação entre o produtor e o consumidor de informações, o que garante bons retornos para as corporações que prezam por ela. A mesma dispõe como princípio, o atendimento às exigências do cliente e da sociedade de forma primorosa, além de transmitir segurança ao público, de que o produto consumido possui o conteúdo e as características esperadas pelo leitor.

Segundo apontam Lisboa e Benetti (2017), a credibilidade é sustentada por noções de caráter moral, socialmente aceitas e compartilhadas sobre o que representa um bom informante.

São eles: a) a competência, também chamada de autoridade, que se refere ao conhecimento técnico e verdadeiro sobre o assunto abordado, e b) a integridade da fonte, que envolve tópicos relativos ao seu caráter, como a disposição em compartilhar informações, o compromisso com a verdade, a sinceridade em expor motivações e interesses e, sobretudo, a reputação. (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 55).

Já na concepção de Gisele Dotto Reginato (2016), o jornalismo possui doze finalidades que o tornam fonte passível de credibilidade.

[...] o jornalismo deve servir para: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade. (REGINATO, 2018, p. 01).

Guilherme Canela (2007 apud GUERRA, 2010) assinala que os meios de comunicação deveriam atuar fundamentalmente em três esferas:

a) contribuindo para o agendamento dos temas prioritários para o desenvolvimento humano; b) atuando como instituição central no sistema de freios-e-contrapesos dos regimes democráticos, colaborando para que os governos (mas também o setor privado e a sociedade civil) sejam mais responsivos (*accountable*) na formulação, execução, monitoramento e avaliação as políticas públicas; c) informando, de maneira contextualizada, os cidadãos e cidadãs de tal forma que estes possam participar de modo

ainda mais ativo da vida política, fiscalizando e cobrando a promoção de todos os direitos humanos (CANELA, 2007 apud GUERRA, 2010, p. 19).

Guilherme Canela (2007 apud GUERRA, 2010) também pontua a necessidade de os consumidores assíduos de informação observarem continuamente a atuação dos meios de comunicação, no que diz respeito aos critérios de credibilidade e qualidade, e no cumprimento responsável de seu papel perante a sociedade. Segundo o autor, existem duas razões para que essas simples ações dos leitores sejam de extrema importância:

a) colabora para que a mídia, enquanto instituição central para as democracias atuais, também seja mais responsiva; b) permite um diálogo mais qualificado e uma estratégia de cooperação mais eficaz, efetiva e eficiente com os atores da chamada mídia noticiosa com vistas a alcançarmos uma sociedade com índices de desenvolvimento humano mais elevados e com direitos de crianças e adolescentes priorizados”. (CANELA, 2007 apud GUERRA, 2010, p. 19)

“A busca pela verdade e o compromisso com o interesse público constituem a base da credibilidade do jornalismo, assim como norteiam o primeiro movimento de leitura da credibilidade percebida pelo leitor ou interlocutor” (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 58). Lisboa e Benetti ressaltam que a credibilidade é fundamental e indispensável no cenário jornalístico, conferindo valor e fidedignidade ao veículo que a compreende e adota. Afirmam ainda que a confiança que os leitores têm nos jornalistas e seus respectivos veículos depende do consenso entre o dever do profissional da comunicação e o que se percebe como realmente praticado por eles.

O Manual da Credibilidade Jornalística, lançado no ano de 2016 e atualizado em 2020, tem como proposta congregar conceitos essenciais sobre a profissão, seus vínculos com a democracia, liberdade de expressão, estratégias para o combate da desordem de informação, bem como as características deste fenômeno, e acima de tudo, impulsionar o jornalismo de qualidade.

Segundo o Projeto Credibilidade apresentado no manual e criado por uma associação entre 75 entidades midiáticas nos Estados Unidos e Europa, para que essas estratégias produzam resultado, devem englobar a educação midiática, checagem de fatos e indicadores de credibilidade. Para este último item, utilizam-se do Sistema de Indicadores de Credibilidade, que consiste em uma sequência de declarações a respeito dos princípios éticos e de conduta que devem ser adotados por organizações noticiosas. Tal sistema visa ampliar a transparência na criação de

notícias no meio digital e sinalizar a qualidade das matérias publicadas e compartilhadas em redes sociais e ferramentas de busca na internet.

O projeto lista alguns critérios considerados fundamentais para a análise de credibilidade que, articulados, formam um padrão ético a ser seguido. Entre as diretrizes propostas pelo manual, destaca-se a de que o transmissor de informações garante a precisão dos acontecimentos publicados, e a representação de forma justa e imparcial dos mesmos.

Em casos de descuidos, os veículos de imprensa devem ser transparentes em relação a erros cometidos, como informações equivocadas que foram publicadas. Uma correção formalizada deve ser publicada, enunciando sobre a publicação original ser incorreta e sobre o reparo, além de conter a informação correta. “Ou seja, o jornalismo constitui-se como uma fonte credível dando provas de que está comprometido com a verdade dos fatos, de que é íntegro nas suas razões e conduta” (2017, p. 56).

Dados padronizados nas publicações são de extrema importância e transmitem confiança ao leitor, demonstrando compromisso e transparência por parte do veículo. Elementos como o nome do autor da publicação, foto, redes sociais, data e local da publicação, e lista contendo outras matérias escritas pela mesma pessoa, conferem ao vetor credibilidade quanto à veracidade dos fatos fornecidos e identificam com facilidade o site que o consumidor de conteúdos costuma acessar. “Outros valores – alguns polêmicos – podem ser agregados ao *ethos* jornalístico, como independência, imparcialidade, objetividade, precisão, equilíbrio e coerência”. (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 58).

O manual faz menção, ainda, ao *feedback* acionável, que objetiva estimular a colaboração dos leitores no processo de produção da notícia, através de envio de informações, comentários, sugestões e reivindicações de particularidades presenciadas em sua rotina e sociedade, além de seu ponto de vista sobre determinada pauta.

Lisboa e Benetti (2017) evidenciam que as exigências feitas pelos leitores aos meios de comunicação na qualidade de fontes de conhecimento, e a forma pela qual sua credibilidade é julgada e avaliada, são as mesmas pelas quais todos os outros gêneros de fontes de informação transpassam. As autoras pontuam que:

Aspectos como competência e integridade podem ser decompostos em indicadores que tornam possível avaliar o nível de credibilidade de uma fonte e seu discurso. Pode-se exigir que um bom informante não tenha interesses persuasivos ou escusos, seja objetivo, coerente e responsável. Nesse caso, seu discurso também deve carregar esses índices, que irão permitir o julgamento da credibilidade percebida pelo interlocutor (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 55).

Portanto, Lisboa e Benetti (2017) defendem que um discurso não faz menção apenas ao assunto abordado, mas também diz respeito à pessoa que o profere. As palavras, escritas ou proferidas, servem como prova das intenções de seu autor, que pode acrescentar ou aumentar as falas das fontes consultadas, passando-se por elas, e gerar impressões baseadas neste relato. “A integridade e a autoridade de quem fala se tornam, assim, indicadores primários da credibilidade” (LISBOA; BENETTI, 2017, p. 52).

4.4 FAKE NEWS

Contando com a facilidade de propagação de falsas informações através dos meios de comunicação e o crescente consumo das mesmas através da internet e redes sociais, as *fake news* têm ganhado cada dia mais força, visibilidade, adeptos e ferramentas que imitam e falsificam os detalhes de informações verídicas.

Segundo Gomes e Mazzeti (2015), as notícias falsas pertencem a um acontecimento chamado em inglês de *fake news*. Esses fenômenos aproveitam-se de informações e acontecimentos compartilhados publicamente e adicionam falsos dados e elementos a tais conteúdos, mas preservando data, local e pessoas que participaram do real evento. Tais manipulações “envolvem sempre um elemento que seja público: algum episódio de grande repercussão, uma figura pública, um hábito que seja compartilhado por diversas pessoas da classe média” (GOMES; MAZZETI, 2015, p. 3).

Conforme aponta Otavio Frias Filho (2018), o termo *fake news* deveria ser percebido e assimilado como toda informação comprovadamente falsa e/ou adulterada, publicada por má-fé por parte do autor, com a intenção de prejudicar terceiros. Já Allcott e Gentzkow (2017, apud DELMAZO; VALENTE, 2018) definem esse fenômeno como notícias que podem ser verificadas como intencionalmente falsas e podem enganar os leitores através de seus conteúdos.

Na percepção de Delmazo e Valente (2018), *fake news* refere-se a todo o conteúdo falso que ganha alcance e repercussão. Maira Moraes Vitorino e David Renault (2019) ressaltam que ainda não existe uma delimitação definida para o termo *fake news*, podendo existir diferentes conceitos acerca do tema. Porém, defendem que o termo não pode ser designado a notícias, pois só pode ser considerado notícia o que possuir conteúdo verdadeiro, caso contrário enquadra-se em *fake news*.

Ainda, acreditam que “a notícia falsa seria escrita, publicada e disseminada com o propósito de influenciar a opinião pública. Também se refere a uma falsidade total para um motivo econômico, isto é, puramente para a geração de receita publicitária”. (VITORINO; RENAULT, 2019, p. 39).

Frias Filho (2018) ainda ressalta que se iniciaram no século passado os boatos e suspeitas de que notícias falsas estavam sendo reproduzidas mundialmente.

[...] é que sempre houve, evidentemente, fake news. Quando os americanos puseram homens a caminhar sobre a Lua, em 1969, surgiu uma célebre e persistente onda de boatos segundo os quais aquelas imagens haviam sido forjadas em algum estúdio secreto e toda a expedição não passava de um embuste. (FILHO, 2018, p. 41).

Assim sendo, o autor pontua a necessidade e prudência de isolar e deter a prática e proliferação de *fake news*, identificando suas características e distinguindo-as de outros discursos, como expressão de ponto de vista ou opiniões extremas sobre a pauta discutida.

Carvalho e Mateus afirmam que “na contemporaneidade, a quantidade de informações disponíveis nos meios de comunicação aumentou de forma alastrante nos últimos dez anos, devido à explosão informacional” (2018, s/p.). Tais conteúdos propagam-se rapidamente através das redes sociais, onde os usuários muitas vezes sem saber a forma correta de identificar *fake news*, confiam e são moldados por grupos e indivíduos que intitulam-se oficiais e porta-vozes, e acabam tornando-se influentes nesses meios. Frias Filho (2018) afirma que o que as notícias falsas têm em comum “a propriedade de se alastrar de modo principalmente oral entre camadas da população de menor instrução e informação, além de obedecer a roteiros em geral conspiratórios e delirantes” (2018, p. 41).

Salles (2018) traz à tona dados importantes, obtidos através de pesquisa realizada pelo Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), que tem como intuito esclarecer a forma de produção das *fake news*, informar sobre seus métodos de manipulação e identificar quando uma notícia é falsa. De acordo com o autor, a

pesquisa constatou que tais notícias podem facilmente ser encontradas em diferentes plataformas como blogs pessoais, sites que se passam por mídias oficiais e páginas pessoais em redes sociais como *Facebook*, muitas vezes criadas por *fakes*, ou seja, usuários que escondem sua verdadeira identidade ou aparentam ser outra pessoa.

O estudo, realizado de 2006 a 2017, apontou um dos motivos da abundante e rápida propagação de notícias falsas na rede social *Twitter*.

[...] o caráter 'emocionante' desse tipo de conteúdo, que não tem qualquer compromisso com a verdade, faz com que suas chances de compartilhamento sejam de 70% maiores do que as notícias verdadeiras – independentemente de seu teor (SALLES, 2018, s/p.).

Para que essa popularização de conteúdos enganosos seja evitada, e quem sabe um dia erradicada, o autor aconselha a sempre checar a fonte e o autor da publicação, pois se confirmada a inautenticidade do material, é comum que os criadores desse conteúdo “tenham por trás de si um interesse, seja ele político, econômico ou ideológico” (SALLES, 2018, s/p.).

Uma recomendação primordial para a identificação de *fake news* é sempre desconfiar quando o título da matéria for muito polêmico e o corpo da mesma for vago e contiver apenas informações superficiais acerca do assunto abordado. Neste caso, esse modelo serve apenas para atrair *clicks* e visualizações na plataforma em que foi publicado, e não tem responsabilidade alguma com a verdade. Além disso, lendo toda a matéria e não apenas o título, torna-se mais fácil identificar quando alguma informação está fora de contexto, foi manipulada ou distorcida.

Quando algum assunto está sendo bastante debatido ou questionado nos meios de comunicação, é comum que notícias antigas relacionadas ao assunto reapareçam, podendo confundir os fatos e entendimento do público que não checa a data original da publicação e compartilha, imaginando tratar-se de um evento atual.

Em 2012, um link de uma reportagem sobre o cancelamento do Enem foi difundida às vésperas da prova, provocando pânico nos candidatos. Só que a notícia era de 2009, quando o Enem foi adiado para todos os inscritos após a descoberta do furto das provas (G1, 2018, s/p.).

Descuidos como esses podem gerar desordem e desorientação nos leitores que se guiam pelo conteúdo publicado por uma página ou site que acreditam ser de credibilidade. Muitas vezes, erroneamente, orientam-se pelos títulos alarmantes que

algumas publicações possuem, e compartilham sem checar a veracidade ou se a informação é atualizada.

Outra forma prática de verificar a autenticidade da notícia é buscá-la em outras plataformas de compartilhamento, como veículos profissionais da imprensa e sites oficiais, que sejam de sua confiança. Geralmente quando o material é falso, ele não será encontrado em diversas páginas da internet, e pode até ser desmentido e esclarecido nas demais páginas que possuem credibilidade e transparência com o leitor.

Segundo Frias Filho (2018), para que isso seja possível, é necessário introduzir o bom e responsável jornalismo na vida de milhares de brasileiros que ainda não tiveram a oportunidade de conhecê-lo.

[...] a maioria das pessoas ainda têm pouco acesso a esse tipo de jornalismo (mesmo que a era digital tenha multiplicado em várias vezes o público que desfruta desse acesso) e nem sempre se mostra capaz de distingui-lo de outras fontes suspeitas ou simplesmente mentirosas (FILHO, 2018, p. 44).

Ao contrário do que muitas pessoas acham, áudios e vídeos também podem ser manipulados através de programas específicos que imitam vozes e simulam movimentos que não existem no material original. Portanto, o cuidado deve estender-se também à essa categoria de material, ficando por conta do consumidor de informação a pesquisa para verificação da legitimidade de seu conteúdo.

Otávio Frias Filho (2018) defende que, além de todas as dicas e cuidados aconselhados aos leitores na verificação da originalidade de uma notícia, a educação é elemento indispensável para que o mesmo esteja capacitado a reconhecer uma notícia falsa pelos seus elementos.

Em última análise, o mais eficiente anteparo contra as *fake news* – a melhor barreira de proteção da veracidade – continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las. (FILHO, 2018, p. 44)

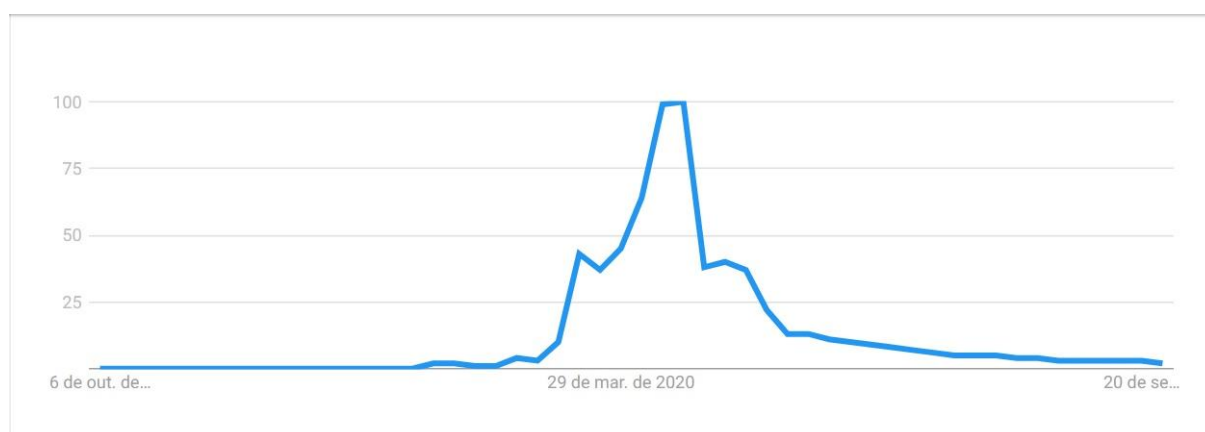
Quando constatada a adulteração do conteúdo original e propagação proposital de *fake news* com intuito de denegrir e prejudicar a imagem dos protagonistas do tópico abordado, deve-se efetuar a denúncia através da plataforma em que o material se encontra. O ato de denunciar evita que o criador de *fake news* seja impedido, pelo menos temporariamente, de espalhar outros materiais ilegítimos principalmente nas redes sociais, que são os alvos mais frequentes dessa forma de manipulação. Mas sobretudo, que o leitor tenha acesso apenas a informações

seguras e autênticas, através de autores, páginas e sites que prezam pela transparência, credibilidade e pela qualidade da informação transmitida.

4.4.1 Pandemia da desinformação

Com a rápida e repentina disseminação do coronavírus no Brasil, a pandemia de Covid-19 tornou-se o assunto mais abordado nas mídias no ano de 2020, que com razão e necessidade, distribuiu todas as informações iniciais sobre o cenário inusitado. Oliveira (2020) pontua sobre o fato de as notícias terem priorizado as práticas indispensáveis sobre os cuidados que devemos tomar, como a forma correta de lavar as mãos e o uso de máscara, assim como o número de casos suspeitos, confirmados, óbitos, curados e quantidade de testes. “Também na divulgação de dados, foram produzidos mapas, gráficos, tabelas, estudos e pesquisas sobre medidas de cuidados, vacinas, desenvolvimento de tecnologias e equipamentos para cuidados com pessoas hospitalizadas” (OLIVEIRA, 2020, s/p.).

FIGURA 1 - Interesse pelo termo “Coronavírus” de Outubro de 2019 a Setembro de 2020.



Fonte: Google Trends.

As pesquisas pela palavra “coronavírus” na plataforma Google aumentaram drasticamente no início do mês de março, seguida pelos questionamentos mais comuns do início da pandemia. Sintomas, número de casos e mortes, quadro mundial e notícias a respeito do novo vírus, são algumas das principais pesquisas feitas pelos internautas, e algumas delas, estão sendo respondidas de forma equivocada ou enganosa.

Os criadores de conteúdos falsos aproveitaram-se da situação incomum e das pesquisas e análises oficiais ainda em andamento, para a criação e disseminação de notícias. “Pode-se argumentar, e com razão, que a novidade não está nas *fake news* em si, mas na aparição de um instrumento capaz de reproduzi-las e disseminá-las com amplitude e velocidade inauditas” (FILHO, 2018, p. 42).

Às vezes em forma de áudio, às vezes em forma de texto, mensagens circulam pelo WhatsApp e outras redes com a aparente intenção de alertar e esclarecer seus receptores sobre a doença. Por ali, supostas curas naturais milagrosas e fraquezas do vírus são conteúdo frequente. (LARA, 2020, s/p.)

A autora Maria Gabriela Lara (2020) alerta que as pessoas compartilham notícias dessa natureza impulsionadas pelo medo do desconhecimento. Dessa forma, torna-se quase impossível identificar e controlar o fluxo das mensagens e *posts* que possuem conteúdo manipulado e podem danificar a saúde de quem não confere sua veracidade.

Diante dessa situação, é importante ressaltar a relevância do jornalismo profissional, que informa com responsabilidade e credibilidade o cidadão sobre o atual e preocupante cenário e momento em que o Brasil encontra-se em termos de saúde e economia, em consequência da pandemia de coronavírus que alastrou-se no país desde março de 2020 e não tem previsão de cessar. “A imprensa profissional, que adota critérios rigorosos para apurar e publicar notícias, continua sendo o farol a iluminar as fronteiras, sempre fluidas, entre o falso e o verdadeiro” (FILHO, 2018, p. 44).

Por isso, para além da informação, há necessidade de se fazer uma boa comunicação, para que ambas surtam efeitos significativos, de maneira que as pessoas, de forma coletiva, mudem de comportamento e de atitude, para o bem da maioria, a partir de ações que sejam ressignificadas, enquanto estratégias da promoção da saúde. (OLIVEIRA, 2020, s/p.)

Barros (2020) ressalta que algumas pessoas, mesmo tendo conhecimento superficial sobre o assunto, opinam como especialistas na área da saúde, inclusive contestando informações confiáveis e pesquisas científicas.

[...] além de ter causado uma grave crise sanitária, a Covid-19 também afetou os meios de comunicação com o aumento da presença de temas da saúde na mídia. Ao mesmo tempo, nunca houve tanta desinformação a esse respeito. Palavras raramente usadas pela população passaram a fazer parte de qualquer roda de conversa, em qualquer esquina (BARROS, 2020, s/p.).

Em pesquisa realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU) juntamente com o *International Center for Journalists* (ICFJ), o foco é categorizar a

desinformação da população a respeito da pandemia de coronavírus, além de apresentar os principais temas usados na criação de *fake news* sobre a doença que parou o mundo no ano de 2020.

Intitulada “Disinfodemic”¹, uma junção das palavras desinformação e pandemia, o estudo usa o termo para referir-se “amplamente ao conteúdo que é falso e tem impactos potencialmente negativos. Esses impactos podem ser fatais consequências durante uma pandemia”. (POSETTI; BONTCHEVA, 2020, p. 2, tradução da autora).

Hellen Leite (2020) assinala que, conforme o estudo, algumas das notícias falsas que rondam esse assunto de interesse comum estão associadas aos tratamentos, diagnósticos, sintomas, falsas estatísticas e ao quadro econômico em decorrência do distanciamento social imposto pelo governo.

Esse último tema inclui a divulgação de informações falsas sobre os impactos da pandemia na economia e saúde, sugestões de que o isolamento social não é economicamente justificado e a afirmação de que a Covid-19 está criando empregos. (LEITE, Hellen. 2020, s/p.)

O estudo, que é assinado por Julie Posetti e Kalina Bontcheva, procura, além de achatar a curva de contágio do vírus distribuindo conhecimento sobre a pandemia, diminuir o número de pessoas que repassam informações equivocadas e errôneas mesmo sem intenção de prejudicar os envolvidos, mas por desatenção ou desinformação, confiando na veracidade de notícias criadas na intenção de caluniar os implicados. “De ataques ideológicos a curas milagrosas, a produção de *fake news* não entrou em quarentena – e os esforços para combatê-la são tão necessários quanto aqueles contra o vírus” (LARA, 2020, s/p.).

Segundo as autoras, um dos exemplos de desinformação presentes na atual situação, são as promessas de falsos tratamentos que circulam livremente pelas redes sociais. Mesmo quando compartilhado com boas intenções, o conteúdo não deixa de ser ilegítimo, podendo prejudicar de inúmeras maneiras a quem crê em sua veracidade.

A produção de conteúdo prometendo tratamentos falsos por razões de lucro privado é um exemplo de desinformação. Mas pode ser descrito como desinformação quando o mesmo conteúdo é considerado verdadeiro e é em seguida, compartilhado com a intenção de ser útil. (POSETTI; BONTCHEVA, 2020, p. 2, tradução da autora).

¹ Desinfodêmico, em tradução própria.

A desinformação sobre a COVID-19, ou seja, não ter conhecimento sobre o cenário mundial ou acreditar em notícias falsas sobre o vírus, causa impacto em toda sociedade, pois descredibiliza a validade das incontáveis pesquisas científicas que têm sido feitas acerca da doença e cria confusão sobre as medidas a serem tomadas para evitar a disseminação do coronavírus.

Ao contaminar a compreensão do público sobre os diferentes aspectos da pandemia e seus efeitos, a desinformação atrelou-se a uma ampla gama de formatos. Muitos foram aprimorados no contexto da antivacinação, campanhas e desinformação política. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 5, tradução da autora).

As autoras do estudo “Disinfodemic” acentuam que os criadores e propagadores de notícias falsas apelam para as crenças do público, e o faz ignorar a razão, da mesma forma que recorrem aos sentimentos do leitor ao invés da dedução. Essas são estratégias que muitas vezes possuem um público-alvo, que geralmente deixam de lado qualquer evidência de razão quando identificam-se com algo mencionado, como por exemplo, a religião. Tais artifícios de sedução, podem ser utilizados em diversos formatos, como textos, imagens, vídeos e áudios. Esses últimos disseminam-se com ainda mais facilidade, pois a alfabetização não se faz necessária para que o conteúdo seja assimilado e repassado.

São dois efeitos diametralmente opostos, mas que se retroalimentam – quanto mais se produz desinformação, mais se tornam necessários os trabalhos para produzir informação confiável; motivando, talvez, um esforço ainda maior do outro lado para suprimir ou negar essas informações novas. (LARA, 2020, s/p.)

O estudo aponta quatro principais formatos de desinformação: narrativas emotivas, sites fabricados, imagens e vídeos fraudulentamente adulterados ou descontextualizados, infiltradores de desinformação e campanhas orquestradas.

O primeiro refere-se a narrativas textuais falsas, que misturam emoções com mentiras, informações incompletas e opiniões pessoais, possuindo alguns elementos verdadeiros para confundir o leitor e tornando difícil a identificação de sua inautenticidade. Enquanto os sites fabricados simulam ser páginas oficiais do governo ou de grandes empresas, possuem fontes falsas, dados adulterados e podem ter algumas publicações aparentemente críveis.

As imagens e vídeos adulterados ou tirados do contexto original, “são usados para criar confusão e desconfiança generalizada e/ou evocar fortes emoções através

de memes virais ou histórias falsas”. (POSETTI; BONTCHEVA, 2020, p.5, tradução da autora) Já os infiltradores de desinformação têm como propósito fraudar dados relacionados à saúde e com base nisso divulgar suas “opiniões” em fóruns e comunidades *online* e ganhos financeiros a partir de anúncios de falsas curas e tratamentos.

A desinformação decorrente pode ser compartilhada por indivíduos, grupos organizados, alguns meios de comunicação, e canais oficiais - intencionalmente ou não. (POSETTI; BONTCHEVA, 2020, p. 5, tradução da autora). Os métodos também variam, desde fontes falsas até armadilhas escondidas em *links* que possuem títulos atrativos e extravagantes, o que consequentemente afeta todo o conteúdo sobre a Covid-19, incluindo os legítimos e seguros, sobre a origem, proliferação, dados do governo, sintomas e tratamentos da mesma.

Por trás dos principais formatos compartilhados de desinformação e *fake news*, encontramos conteúdos igualmente distorcidos e alterados sobre a pandemia vivenciada atualmente. No estudo desenvolvido, Posetti e Bontcheva (2020) evidenciam os nove principais temas-chave associados à desinformação, através de manipulações e alterações de sua essência original. São eles:

O primeiro tema-chave refere-se a origens e propagação do coronavírus. Geralmente são teorias de conspiração que acusam outras causas improváveis para o surgimento do coronavírus, vírus que transmite a doença Covid-19. Os cientistas comprovaram sua existência através do primeiro caso encontrado em um mercado de animais, na cidade de Wuhan, na China.

Estatísticas falsas e enganosas trazem falsas informações, geralmente relacionadas ao índice de transmissão do vírus e número de óbitos. Impactos econômicos, diz respeito a boatos enganosos sobre a economia do país, sugerindo que o isolamento social não é viável economicamente. Em alguns casos, podem evoluir para uma afirmação de que a pandemia está gerando mais empregos do que o cenário habitual estaria.

O quarto tema-chave apontado é descrédito de jornalistas e meios de comunicação confiáveis. Refere-se a informações infundadas, geralmente relacionadas a políticas, de que alguns meios de comunicação estão vendendo desinformação propositalmente. Esse comportamento pode incluir abusos, ataques e repressões públicas aos profissionais de jornalismo, campanhas para boicotar meios de comunicação e gerar dúvidas quanto à confiabilidade das informações produzida.

Já as desinformações acerca de ciências médicas abordam sintomas, diagnóstico e tratamento. Abrange falsos conteúdos a respeito de imunidade, prevenção, tratamento e cura da Covid-19. Algumas matérias afirmam que gargarejar e beber água quente ou água salgada impede que os pulmões sejam afetados pelo vírus, o que não é verdade.

Impactos na sociedade e no meio ambiente, compreendem as desinformações sobre bloqueios em rodovias, mencionando até mesmo o ressurgimento de golfinhos nos canais de Veneza. Um dos principais motivos para a propagação de *fake news* e informações manipuladas é a politização. Esses conteúdos tratam-se de desinformações projetadas com o intuito de contestar a importância dos fatos apresentados sobre o coronavírus. Visando vantagem política, alguns desses conteúdos igualam Covid-19 a uma gripe comum, e adulteram o número de testes e equipamentos de proteção individual disponibilizados.

Os conteúdos dirigidos por ganho financeiro fraudulento são golpes que têm como objetivo ter acesso a dados privados dos usuários. Utiliza-se muito para chamar a atenção a desinformação focada nas celebridades. Elas usualmente incluem falsos diagnósticos de Covid-19 de alguns atores e famosos em geral.

Tais conteúdos requerem maior monitoramento e análise por parte dos canais em que forem publicados, possibilitando, assim, que medidas mais rápidas sejam tomadas quanto aos autores das publicações e que suas teses sejam desmentidas de forma ágil. “Isso significa descobrir o falso, imagens descontextualizadas ou afirmações falsas, e em seguida, provar que eles estavam errados e revelar a falsidade para o público”. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 8, tradução da autora).

O protagonismo do bom jornalismo é essencial para que a desinformação dê lugar à informação verificada e verídica, que auxilia na rápida propagação das recomendações a serem seguidas quanto à pandemia, o que resulta em uma diminuição considerável na curva de contágio de Covid-19, e para que o cenário de desconhecimento de medidas a serem tomadas possa ser considerado moderado.

Segundo Leite (2020), a desinformação que cerca o vírus inclui desde *memes*² compartilhados através de redes sociais até sites mais elaborados, ou múltiplas pessoas que reúnem-se com o intuito de prejudicar a integridade de terceiros e acabam por popularizar informações inautênticas.

² Meme significa tudo aquilo que imitado e se espalha rapidamente entre as pessoas.

Com o intuito de desmentir e esclarecer dados e materiais publicadas que fazem menção à pandemia, o Ministério da Saúde criou uma página destinada ao combate de *fake news* relacionadas à pandemia de Covid-19. Nesta página, criou-se uma lista contendo o título da publicação, e a partir da análise de seu conteúdo, determina-se a veracidade ou adulteração da notícia através de dois selos: é *fake news* ou é verdade.

Além disso, no mês de março, o Ministério da Saúde inovou em mais um canal para atendimento ao público. Com o intuito de manter a população orientada a respeito do vírus, tratamento e protocolos de segurança, foi disponibilizado um número de celular para que as dúvidas sobre a doença possam ser sanadas através do aplicativo *Whatsapp*. Um robô de atendimento automático responderá às dúvidas enviadas, fará orientações sobre as medidas a serem tomadas em casos suspeitos de coronavírus, esclarecerá sobre as formas de contaminação e prevenção, além de desmitificar os boatos sobre o vírus.

Figura 2 - Lista de matérias relacionadas à pandemia de Covid-19, juntamente com seus pareceres.

Título
Declaração ministro Pazuello sobre atestados de óbitos - É FAKE NEWS!
Vacina da gripe aumenta risco de adoecer por coronavírus - É FAKE NEWS!
Máscaras sem qualidade distribuídas pelo Ministério da Saúde - É FAKE NEWS!
Software das UPAS obrigam registro de coronavírus - É FAKE NEWS!
Máscaras de doação da China são contaminadas com coronavírus - É FAKE NEWS!
Número de óbitos por COVID é de 946 - É FAKE NEWS!
Café previne o coronavírus - É FAKE NEWS!
Fumar aumenta o risco da forma grave de coronavírus - É VERDADE!
Alimentos alcalinos evitam coronavírus - É FAKE NEWS!
Medicamento para COVID-19 - É FAKE NEWS!
Beber água de 15 em 15 minutos cura o coronavírus - É FAKE NEWS!
Rússia anuncia cura para coronavírus - É FAKE NEWS!
Chá de limão com bicarbonato quente cura coronavírus - É FAKE NEWS!
Áudio do ministro da Saúde sobre o pico de infecção do coronavírus - É FAKE NEWS!
Ministro da Saúde pede para compartilhar áudio com informações do coronavírus - É FAKE NEWS!
Aplicativo Coronavírus-SUS, do Governo do Brasil, é inseguro - É FAKE NEWS!

Fonte: Ministério da Saúde.

Esses são apenas alguns dos inúmeros casos de *fake news* que fazem menção ao coronavírus no país e acabam por confundir os consumidores de informações que com elas se deparam. A importância em revelar a inveracidade no conteúdo de matérias, quando assim constatada, é primordial para que haja um bom entendimento do assunto e homogeneidade nas informações repassadas a todas as classes sociais, para que não haja equívocos em relação às formas de contágio e prevenção da Covid-19.

Palavras usadas de maneira errada, transmitindo informações distorcidas, meias-verdades, teorias da conspiração, charlatanismo, pseudociência e *fake news* levam a população a um caminho de insegurança (BARROS, 2020, s/p.).

Na circunstância singular em que nos encontramos, é possível evidenciar ainda mais a importância da informação e do saber, pois é através de ferramentas como os meios de comunicação que temos acesso à situação mundial quando se trata de pandemia de coronavírus. Número municipal, federal e mundial de infectados pelo vírus, número de óbitos, formas de transmissão e de prevenção, atualmente fazem parte da maioria das notícias presentes no cotidiano dos cidadãos, que se guiam de forma fácil e prática através dos meios de comunicação e redes sociais.

Hoje, a internet é o principal mecanismo de distribuição para ambos, desinformação e informação. É a base da transmissão no fluxo de mensagens, por meio da qual a produção de desinformação e informações confiáveis conecta-se até o receptor e envolve-se com ele. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 3, tradução da autora)

O *Whatsapp*, aplicativo de troca de mensagens instantâneas, é um dos principais alvos de divulgação de conteúdos com cunhos enganosos ou distorcidos, pela rapidez com que a “informação” é distribuída e a facilidade com que se pode encaminhar o material para mais de uma pessoa ou grupos ao mesmo tempo, utilizando essa ferramenta.

Conforme pontua Sousa (2020), apesar das *fake news* estarem presentes em todas as plataformas de compartilhamento de informações e redes sociais, é no aplicativo de mensagens que a aderência das notícias é maior e torna-se praticamente irrastrável. Para Posetti e Botcheva (2020), as plataformas que permitem a

transmissão contínua de *fake news* têm interesses próprios na gestão de fluxo de tal conteúdo.

Seu papel na transmissão vai cada vez mais além da recepção/consumo de conteúdo em um primeiro ciclo de comunicação e, em vez disso, permite uma espiral difícil de controlar de reprodução e elaboração progressiva dessas mensagens. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 3, tradução da autora).

Dessa forma, os criadores dessa espécie de notícias se utilizam dessas vantagens para darem continuidade à sua criação e disseminação, gerando confusão no leitor que pode até mesmo começar a desconfiar de informações verdadeiras. “Ou seja, além de criminosa, a disseminação de *fake news* descredibiliza o esforço pela informação confiável e cria no aplicativo o ambiente perfeito para teorias conspiratórias” (SOUSA, 2020, s/p.).

De acordo com Posetti e Botcheva (2020), o acesso à notícias pela internet tem seus prós e contras. No enfrentamento à pandemia, as autoras pontuam algumas formas de auxílio que o rápido acesso à internet tem nos proporcionado. Entre elas, manter os laços sociais em tempos de isolamento, encontrar informações do governo sobre saúde pública e conexão imediata entre médicos especialistas.

Ao mesmo tempo, a conectividade em massa traz consigo os perigos da produção de conteúdo falso e enganoso e compartilhado viralmente (POSETTI, BOTCHEVA, 2020, p. 3, tradução da autora). Há um número crescente de casos de desinformação, em que muitos cidadãos estão sendo enganados e tornam-se incapazes de distinguir conteúdos legítimos e de compreender os fundamentos científicos do vírus.

A desinformação ligada ao COVID-19 é já prolífica, ameaçando não apenas indivíduos mas sociedades como um todo. Isso leva os cidadãos colocando-se em perigo por ignorar o científico adendo; amplifica a desconfiança nos formuladores de políticas e governos; e desvia os esforços dos jornalistas em direção à refutação reativa de falsidades, em vez de relatórios proativos de novas informações. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 5, tradução da autora).

As autoras salientam que as motivações para gerar e reproduzir desinformações podem ser diversas, mas as principais são para marcar vantagens políticas, dissuadir a confiança de algumas pessoas, transferir a culpa de algum acontecimento, reunir pessoas com pensamentos e opiniões semelhantes e responder equivocadamente a perguntas frequentes sobre a pandemia. “Por outro

lado, alguns motivadores podem ser ignorância, egos individuais, ou uma intenção equivocada de ser útil”. (POSETTI; BOTCHEVA, 2020, p. 5, tradução da autora).

Os conteúdos enganosos produzidos com qualquer intuito podem multiplicar o sentimento de ódio em um momento em que o mundo necessita de união e empatia. Essas produções afetam as vantagens do uso da internet em prol da liberdade de expressão, que em muitos casos pode ser considerada o antídoto para a propagação de conteúdos falsos, pois esclarece fatos e expõe calúnias produzidas propositalmente.

Lara (2020) afirma que apesar de nos depararmos com tanta desinformação circulando em diferentes meios de comunicação e redes sociais, o número de vítimas da Covid-19 eventualmente confronta-se com tais conteúdos, exibindo a realidade das circunstâncias e provando por si só a gravidade da doença, diminuindo as narrativas superficiais e sarcasmo acerca disso.

A desinformação é insistente e sempre tem espaço para aparecer. Sua produção é rápida e a disseminação, incentivada pelo medo do desconhecido, ainda mais. Do outro lado, temos os esforços da ciência para produzir conhecimento e dos comunicadores científicos, para difundi-los, ambos operando num ritmo muito diferente das *fake news*, mas tendo de apertar o passo para que estas não dominem a opinião pública. (LARA, 2020, s/p.)

Para tanto, a autora ressalta a importância do compartilhamento dos resultados e conclusões consequentes de estudos e pesquisas científicas. Essas informações, quando não limitadas a congressos e grupos de pesquisa e comunicadas ao grande público, podem evitar ou diminuir a propagação de *fake news*. “Dos grandes aprendizados que ficam dessa pandemia, um dos maiores será o da importância de não apenas fazer ciência, mas comunicá-la”. (LARA, 2020, s/p.)

A jornalista Hellen Leite (2020) destaca uma pesquisa feita pelo Instituto Reuters em parceria com a Universidade de Oxford, que especificou alguns tipos e fontes de desinformações sobre a pandemia de Covid-19. De acordo com o resultado, “quase 70% das informações divulgadas sobre a Covid-19 tinham como fonte principal influenciadores digitais, incluindo políticos, celebridades e figuras públicas e redes sociais. Desse total, 20% das informações eram *fake news*” (LEITE, 2020, s/p.).

Leite (2020) afirma que os dados da pesquisa, divulgados no dia 7 de abril de 2020, mostram que 59% das postagens da rede social *Twitter* foram identificadas como falsas, mas apesar disso, permanecem circulando. Já no *Youtube*, plataforma de compartilhamento de vídeos, 27% dos materiais que possuem conteúdos falsos

continuam ativos, enquanto na rede social Facebook, 24% dos conteúdos classificados como falsos continuam aparecendo na linha do tempo dos usuários. Apesar de todos esses dados serem analisados e apontados como enganosos, as notícias seguem sendo divulgadas, reproduzidas, compartilhadas e enviadas de um usuário a outro.

Infelizmente, nem todas as notícias falsas são de fácil identificação, mas podem possuir algumas similaridades como:

[...] o exagero (ao apresentar dados e números), a pessoalidade (áudios que citam nomes de outras pessoas) e o pedido de compartilhamento (ao final, é solicitado que a pessoa repasse aquele áudio, texto ou vídeo para os amigos e família). (SOUSA, 2020, s/p.)

Sousa (2020) ainda faz menção a um grupo de estudantes da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o Grupo de Estudos sobre Desinformação nas Redes Sociais (EDReS), que criou uma linha direta pelo *Whatsapp* para que todas as pessoas possam encaminhar *fake news* relacionadas ao coronavírus. O grupo conta com a participação de pesquisadores de diversas áreas, entre elas integrantes do Departamento de Política Científica e Tecnológica e do Departamento de Física Aplicada.

Mateus (2020) explica que esse projeto tem o objetivo de agrupar uma grande quantidade de notícias falsas para a criação de um banco de dados e identificação de padrões em suas criações e distribuições, para que seja mais fácil combatê-las. Também serão investigadas as motivações que levam os usuários a compartilharem o conteúdo e suas respectivas fontes.

Apesar de o estudo ter sido iniciado em março e ainda estar em fase de adaptações e melhorias, na tentativa de criar um sistema que receba e catalogue automaticamente as informações recebidas, já foi possível identificar algumas características em comum entre essas notícias.

São informações principalmente de caráter humorístico, que fazem piadas com a situação, e boatos a respeito de possíveis remédios, vacinas e procedimentos milagrosos. Outras notícias falsas que preocupam os pesquisadores são as teorias conspiratórias, agravadas pelo ambiente político do país. (MATEUS, 2020, s/p.)

A Fundação Oswaldo Cruz, também conhecida como Fiocruz, vinculada ao Ministério da Saúde, que tem como principal objetivo proporcionar saúde e propagar

conhecimento científico em relação a essa área, realizou um estudo com conteúdos reunidos de 17 de março a 10 de abril. A partir do agrupamento dessas informações, foi possível indicar que 65% das *fake news* relacionadas ao coronavírus envolviam curas caseiras e/ou milagrosas, não comprovadas cientificamente; 5,7% estão associadas a golpes bancários; 5% são sobre falsos projetos para arrecadação de recursos destinados à pesquisa e consideram a doença uma estratégia política.

Já a Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) mantém canais na internet, incluindo redes sociais como o Facebook, em que divulga o tema e materiais relacionados para todos os cidadãos que possuem interesse.

Mateus (2020) ressalta que grande parte dessas matérias tem a existência de uma vacina como pauta, mas que as mesmas ainda não estão sendo aplicadas, mas sim testadas para que possam passar para a próxima fase, pois levam tempo para ser desenvolvidas e para que a aplicação em massa seja feita. Ainda aponta que, a partir da identificação da origem das principais *fake news* disseminadas, o estudo poderá contribuir “para que o poder público e instituições que trabalham com políticas de saúde possam informar e orientar a população de uma forma mais eficiente”. (MATEUS, 2020, s/p.)

O jornal Estado de Minas (2020), ressalta que pode haver consequências legais para quem produz e compartilha *fake news*, pois tratam-se de conteúdos prejudiciais à sociedade, distribuindo confusão e desorientação a quem se depara com as falsas afirmações. “Por mais que não exista dispositivo específico na lei penal para punir os propagadores de boatos, existe um trecho da Lei de Contravenções Penais que vem sendo usado para coibir tal atitude”. (ESTADO DE MINAS, 2020, s/p.) O artigo 41 classifica como infração 'provocar alarma, anunciando desastre ou perigo inexistente, ou praticar qualquer ato capaz de produzir pânico ou tumulto'. Por essa conduta, podem ser atribuídos ao responsável da violação até seis meses de prisão ou execução de serviço comunitário.

5 ESTUDO DE CASO

5.1 A TERRA DA LONGEVIDADE

A cidade de Veranópolis, mais conhecida como a Terra da Longevidade, está localizada a 170 quilômetros da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Tal designação corresponde a dados estatísticos sobre a expectativa de vida na cidade, bem como ações públicas sistemáticas para promover ainda mais a saúde e a qualidade de vida da população idosa.

Com o 9º melhor Índice de Desenvolvimento Socioeconômico do Estado, no último censo realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município contava com 22.810 habitantes. Destes, 3.493 tinham 60 anos de idade ou mais. Porém, o que chama a atenção não é o número de idosos que habitam Veranópolis, mas a expectativa de vida deste grupo.

A partir de uma matéria escrita por Herculano Gomes Mathias e publicada em 1981 pela revista *National Geographic*, onde médicos e sociólogos estudiosos da área de gerontologia apontavam Veranópolis como um dos lugares considerados pertinentes ao prolongamento da vida humana, o poder público atentou-se aos sinais de que de fato isso acontecia.

Baseando-se nessa informação, técnicos da Organização Mundial da Saúde (OMS) intitularam-na como Cidade da Longevidade, colocando-a no *ranking* de primeira no país e terceira no mundo. Por meio de recontagem populacional e de mortalidade do Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde (SUS), estimou-se a média de 77,7 anos de longevidade da população veranense, enquanto no restante do país a expectativa de vida era de 68,1 anos³.

Acredita-se que algumas das causas para que os habitantes de Veranópolis tenham esperança de vida maior sejam baixo nível de estresse, prática de atividades físicas regularmente, integração comunitária, religiosidade, consumo de verduras e frutas do próprio plantio e baixa incidência de doenças cardiológicas. Além disso, pesquisas feitas por psiquiatras, psicólogos e biólogos revelam que a população apresenta um alto grau de satisfação com a vida, sendo alegre e ativa.

Para conservar o título de Terra da Longevidade, Veranópolis desenvolveu projetos voltados à terceira idade, priorizando a saúde e bem-estar de todos os seus

³ Dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade obtidos em entrevista na data de 8 de Abril de 2020.

habitantes. Para que isso fosse possível, uma pesquisa com 1.037 idosos veranenses foi realizada no ano de 2016. Questões referentes a espaço físico, habitação, transporte, respeito e inclusão social foram feitas, com o intuito de ouvir e entender suas opiniões sobre a cidade e quais aspectos deveriam ser melhorados.

Através dos resultados obtidos na pesquisa, os objetivos principais foram traçados, como disponibilizar ambientes para que toda sociedade pudesse se beneficiar, aperfeiçoar a área da saúde, tornar a cidade mais segura, apoio para que pessoas de todas as idades participem efetivamente das atividades sociais.

No ano de 2015, através do Conselho Municipal do Idoso de Veranópolis (CMI) e a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade, um grande projeto foi posto em prática, o “Veranópolis Município para todas as Idades”, buscando promover um envelhecimento ativo e saudável.

A proposta é que todas as entidades, secretarias e organizações do poder Executivo do município atuassem em ações para que a cidade seja desenvolvida especialmente para os idosos. Até o final de 2019, pelo menos oito ações foram postas em prática pela prefeitura da cidade em parceria com as secretarias.

Capacitação de equipes de saúde e do comércio local no atendimento ao idoso, estimulação de acesso a tecnologias de informação e comunicação, construção de um Centro de Convivência para a terceira idade, oficinas de cultivo de ervas medicinais, melhorias das calçadas e criação de espaço para idosos em situação de vulnerabilidade social são pequenos projetos que já foram postos em prática visando ao bem-estar e participação dos idosos na sociedade.

Com base neste panorama geral de atividades e melhorias, foram criadas propostas mais específicas para suprir as demandas de todas as áreas do poder público. A Secretaria de Saúde formou uma equipe exclusiva para atendimento domiciliar ao idoso, semanalmente ou quinzenalmente, de acordo com a análise de necessidades do paciente.

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade propôs a criação de um grupo de convivência com encontros mensais e participação de assistentes sociais e psicólogas, para incentivar o fortalecimento de vínculos e convivência social.

Com o início dos encontros, notou-se a necessidade e a vontade que os longevos tinham de desenvolver atividades físicas. Por isso, outros grupos como o de caminhada monitorada e pilates solo foram criados para suprir as demandas, além do

projeto Percutindo Emoções, onde os idosos têm a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de percussão, além de auxiliar na melhora da cognição, movimentos e coordenação.

Através do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), implantou-se o projeto Colhendo Saúde nas comunidades situadas no interior do município. Usando o salão comunitário de cada bairro, o grupo de idosos se reúne para jogar câmbio de uma forma adaptada, com orientações e acompanhamento de um professor de educação física.

As informações sobre esses cursos, encontros e projetos são levadas até os idosos através de anúncios em rádio e jornais locais, e também são comunicadas nas redes sociais da prefeitura. Os idosos que tiverem interesse devem comparecer à Assistência Social para que a sua inscrição seja feita. Em dezembro de 2019, ao todo 539 longevos participaram das atividades.

Contando com todos esses projetos, a cidade está se preparando para receber melhor os idosos, a participação deles, a convivência e também a própria infraestrutura.

Com base no andamento do projeto “Veranópolis Município para todas as Idades”, e a partir da análise e avaliação de todas as inovações e melhorias que não só beneficiam os idosos, mas todas as gerações que usufruirão disso mais adiante, o poder público decidiu encaminhar esses dados para a Organização Mundial de Saúde (OMS) que, em 2016, incluiu a cidade na rede Global de Cidades e Comunidades Amigas do Idoso, ganhando o Selo de Cidade Amiga do Idoso e tornando-se a primeira do Brasil a conquistar esse título.

5.2 A TUA RÁDIO VERANENSE

Contando com recursos da paróquia e da província dos Freis Capuchinhos de Caxias do Sul e trazendo como preceitos institucionais credibilidade, imparcialidade e idoneidade, a Tua Rádio Veranense foi inaugurada no centro da cidade de Veranópolis em 24 de março de 1957.

Inicialmente, sua potência era de 100 Watts e a programação era composta por quadros musicais e de evangelização. No ano de 1990, sua potência passou a ser de 5 *Kilowatts*, englobando toda a região nordeste do Rio Grande do Sul. Além da

cidade de Veranópolis, a audiência da emissora é composta por ouvintes de cidades da microrregião composta por Vila Flores, Fagundes Varela e Cotiporã.

Desde o ano de 1999 a rádio Veranense faz parte da RedeSul de Rádio, que possui sede em Caxias do Sul. Ao longo dos anos seu espaço e variedade de programações foram aumentando, abrangendo conteúdos relacionados a esporte, entretenimento e dicas para o dia a dia.

A relação da emissora com os idosos da região é ampla e considerada importante. A eles, foram criados vários quadros na programação diária, como o Programa da Pastoral da Pessoa Idosa, transmitido aos sábados pela manhã.

A principal fonte de receitas da Tua Rádio Veranense é a venda de publicidade através de propagandas transmitidas na programação. Diariamente, os picos de audiência da rádio dão-se das nove horas da manhã ao meio-dia, contando com três mil ouvintes por minuto.

Com percentual de 65%⁴ em pesquisas de audiência, a rádio conquista o primeiro lugar em favoritismo dos ouvintes. Em época de pandemia de coronavírus, quarentena e *lockdown* em algumas cidades, a audiência da emissora aumentou 20% segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope).

O perfil dos ouvintes da emissora é composto por:

Figura 3 - Gênero dos ouvintes da Tua Rádio Veranense

⁴ Dados da Tua Rádio Veranense obtidos em entrevista na data de 18 de Maio de 2020.

Gênero dos ouvintes da Tua Rádio Veranense

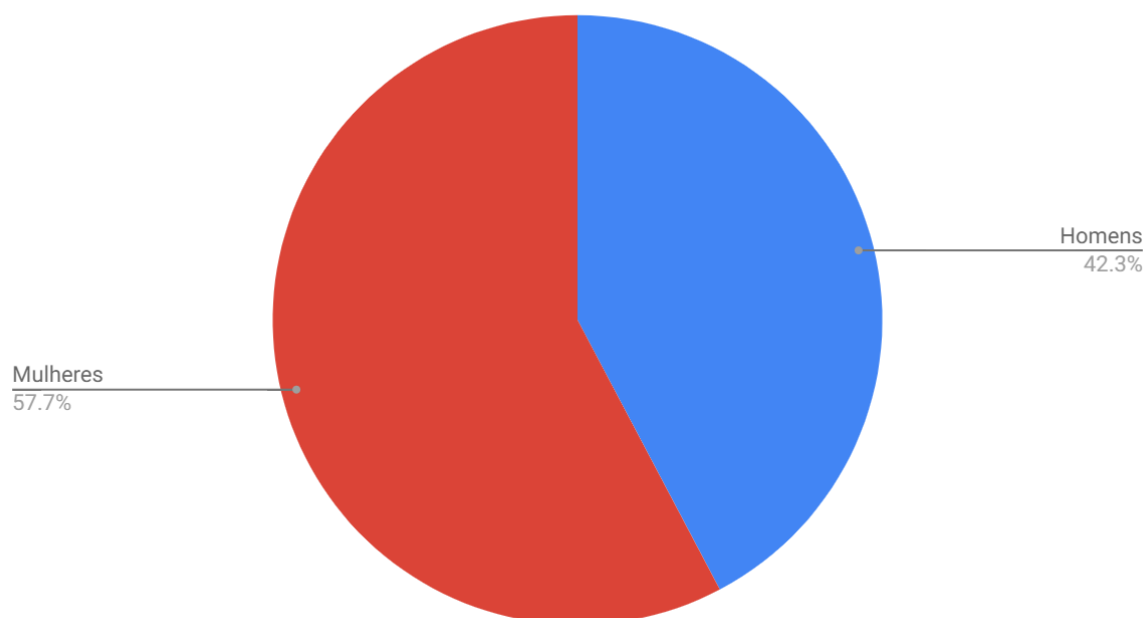


Figura 4 - Classe social dos ouvintes da Tua Rádio Veranense

Classe social dos ouvintes da Tua Rádio Veranense

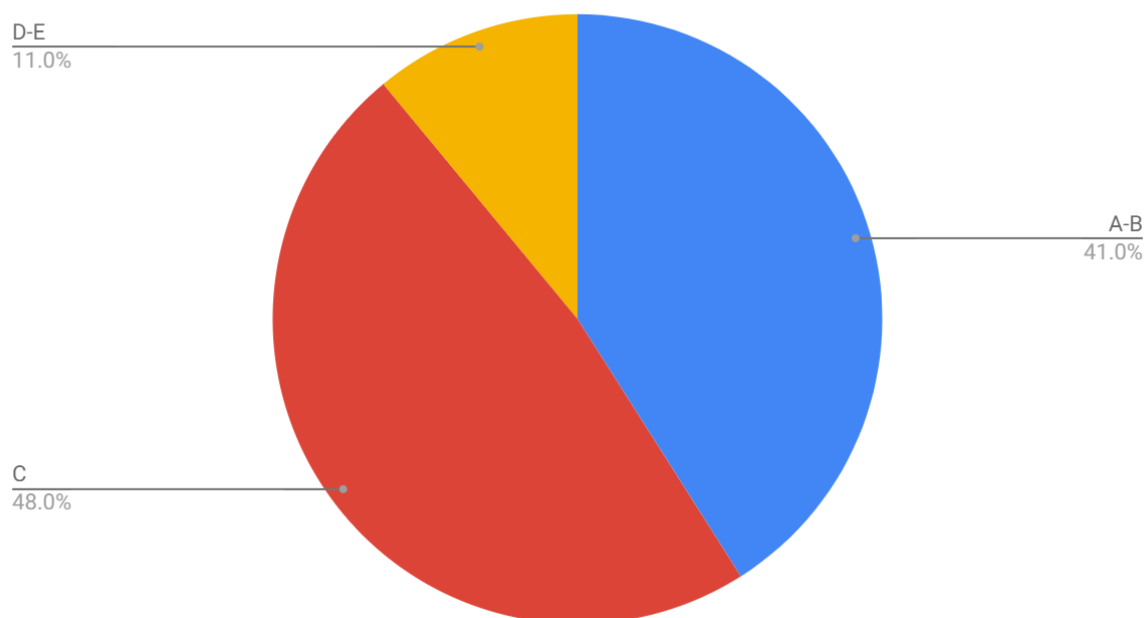
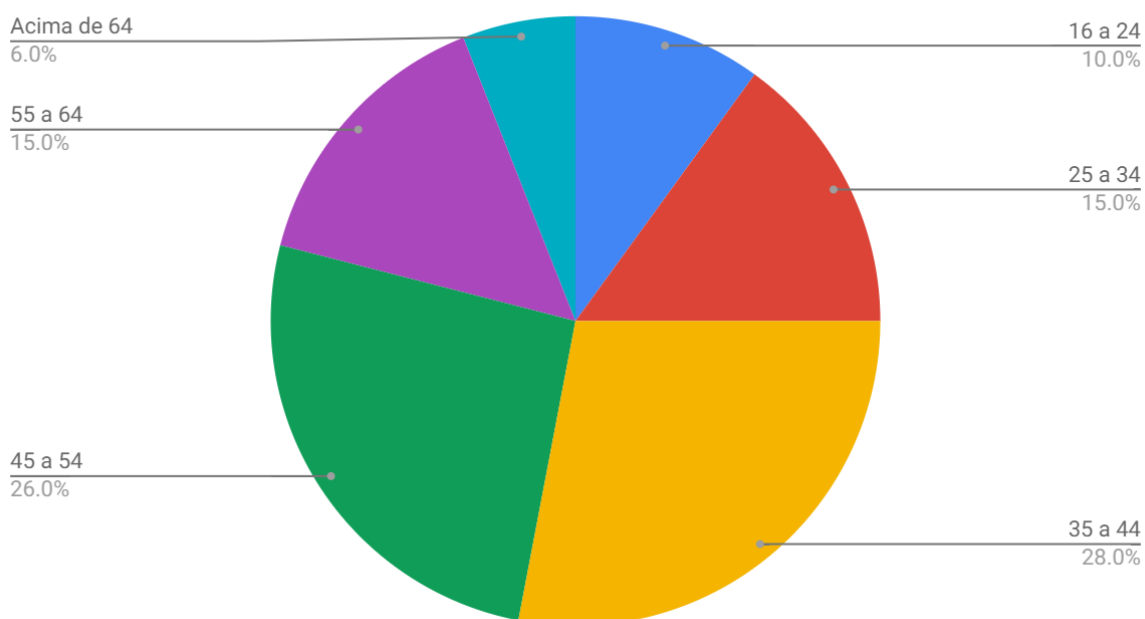


Figura 5 - Idade dos ouvintes da Tua Rádio Veranense

Idade dos ouvintes da Tua Rádio Veranense



Fonte: Tua Rádio Veranense. Setembro de 2019. Pesquisa feita nas praças das cidades de Veranópolis, Vila Flores, Cotiporã e Fagundes Varela, das 05:00 às 19:00 horas.

Em 2005, foi ao ar o site da Tua Rádio Veranense, que reproduz notícias transmitidas em primeira mão na programação diária da rádio. A interação com o público é feita através do “Fale Conosco”, e é por lá, que os ouvintes podem mandar perguntas e sugestões referentes a matérias publicadas.

Atualmente, a rádio possui onze colaboradores, destes, oito produzem conteúdo para o site que conta com a média de 15 mil acessos mensais.

Em seu site, a rádio denomina-se “[...] um veículo de comunicação que busca a Evangelização, a promoção e o desenvolvimento do ser humano, a prática da justiça, da paz, da ecologia e a organização do povo”.

5.3 PANDEMIA DE CORONAVÍRUS

A pandemia de coronavírus que desestabilizou e surpreendeu o mundo em copiosos âmbitos no ano de 2020, trouxe à tona problemas governamentais no Brasil que agravaram ainda mais a já inusitada situação. Desde saúde à economia, os brasileiros sofreram com superlotação em hospitais, falta de equipamentos de

proteção individual para profissionais da saúde, aumento no valor da cesta básica e insegurança quanto aos métodos de prevenção na luta contra o vírus.

Segundo Barros (2020), a pandemia de coronavírus apenas revelou a sobrecarga já existente no sistema de saúde brasileiro. “E mesmo trabalhando no limite, um sistema público de saúde organizado e hierarquizado como o Sistema Único de Saúde (SUS) mostrou-se fundamental e tem feito a diferença no enfrentamento à doença” (BARROS, 2020, s/p.).

As primeiras informações a serem recebidas sobre o vírus remontam ao início do mês de fevereiro, quando trinta e quatro brasileiros que moravam em *Wuhan*, na China, cidade epicentro do vírus, foram deportados. A partir desse evento, o país confirmou a primeira contaminação decorrente do coronavírus, enquanto a Europa já registrava inúmeros casos e óbitos consequentes da contaminação.

A imprensa brasileira noticiou o fato como sendo algo distante da nossa realidade, porém, o primeiro caso de contágio foi confirmado no final do mesmo mês, em São Paulo, quando um homem de 61 anos contraiu o vírus enquanto estava na Itália. Da mesma forma, o segundo brasileiro a ser diagnosticado com Covid-19 havia voltado de viagem com apenas dois dias de diferença do primeiro paciente.

Já em 9 de março, o presidente da república Jair Messias Bolsonaro concedeu entrevista afirmando que o poder destrutivo do vírus estava sendo superdimensionado. Dois dias após seu pronunciamento, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou como sendo uma pandemia a transmissão de coronavírus. No Brasil, existiam 52 casos confirmados da doença e 907 casos suspeitos naquela data, quando o Ministério da Saúde divulgou os reforços e medidas tomados para a amenização da situação. Entre eles: reforços no atendimento primário, com o intuito de evitar que existissem aglomerações nos hospitais; convocação de médicos para o programa Mais Médicos, para reforçar os atendimentos; programa Saúde na Hora, flexibilizando o horário de atendimento nas unidades de saúde e ampliação de leitos de Unidades de Terapia Intensiva.

Com o crescente e visível aumento de casos e suspeitas, em 13 de março o Ministério da Saúde implementa o isolamento social e quarentena para pessoas com sintomas de infecção e síndromes gripais, com o intuito de evitar maior propagação e contato de pessoas contaminadas com as não contaminadas. Nesse mesmo período, Rio de Janeiro e São Paulo haviam registrado o fenômeno chamado de transmissão comunitária, quando já não é possível identificar a origem da contaminação. O

presidente do Brasil aponta que o país está passando por uma pequena crise, mas que a grande mídia está exagerando quando aborda o assunto mundialmente.

No dia 17 do mesmo mês, foram constatados os dois primeiros óbitos decorrentes do coronavírus no país, nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. No mesmo dia, o segundo estado decreta situação de emergência, suspendendo atividades movidas pela presença de público. No dia seguinte, 18 de março, Bolsonaro afirma que depois de receber uma facada não vai ser uma “gripezinha” que irá derrubá-lo, referindo-se às consequências de contrair coronavírus.

A desinformação é insistente e sempre tem espaço para aparecer. Sua produção é rápida e a disseminação, incentivada pelo medo do desconhecido, ainda mais. Do outro lado, temos os esforços da ciência para produzir conhecimento e dos comunicadores científicos, para difundí-los, ambos operando num ritmo muito diferente das *fake news*, mas tendo de apertar o passo para que estas não dominem a opinião pública. O cenário político que vem favorecendo uma postura anticientífica não facilita o trabalho desses divulgadores, mas talvez haja alguma esperança em meio ao caos de Covid-19. Gradativamente, as narrativas de que o vírus não é nada demais, de que se pode curá-lo com chás quentes ou de um suposto isolamento “vertical” vão sendo confrontadas com a mais dura das realidades: os casos que só aumentam, eventualmente, chegam aos incrédulos (LARA, 2020, s/p.)

Enquanto o número de mortos subiu para 47 e o de casos registrados para 2.201 confirmados, o presidente brasileiro afirma que pelo seu histórico de atleta não precisaria se preocupar caso fosse contaminado pelo vírus, pois nada sentiria, e quando muito, seria acometido por uma “gripezinha ou resfriadinho”.

Diante desse cenário, onde obviamente há conflitos de interesse e informações entre o presidente da República e o Ministério da Saúde, evidencia-se a necessidade e importância das informações e propagação dos métodos de prevenção e cuidados transmitidos pela imprensa brasileira ao público, que fica diante de uma encruzilhada de *fake news* e desinformação, carecendo de orientações sensatas e imediatistas.

5.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Na presente análise, serão observadas de forma quantitativa e qualitativa as matérias destacadas do site da Tua Rádio Veranense no período de 28 de abril a 28

de agosto, publicadas na última semana de cada mês. O intuito da seguinte análise é verificar as publicações do site da Tua Rádio Veranense, de forma a apontar acertos e contribuir com a produção de conteúdo a respeito da pandemia de coronavírus voltada aos idosos residentes na cidade de Veranópolis, Rio Grande do Sul.

A seguinte análise utilizou-se da metodologia quantitativa na seleção inicial de matérias a serem analisadas e na observação de sua recorrência dentro de categorias predeterminadas. Como metodologia de análise de conteúdo, optou-se pela análise categorial, com categorias criadas pela pesquisadora, a partir da revisão bibliográfica. São elas: fontes, coerência, serviço, público idoso e imparcialidade.

A seguir, na tabela 1, a relação de matérias selecionadas para que a análise de conteúdo possa ser concretizada.

TABELA 1 - Relação de matérias sobre o coronavírus, destacadas do site da Tua Rádio Veranense.

(continua)

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
Estado anuncia que terá mudanças na forma de combate ao coronavírus		X	X		X
Passo Fundo preocupa em termos de casos de Covid-19		X			X
Argentina impõe severa proibição de viagens até setembro		X			X
Unidade de Saúde de Cotiporã recebe testes rápidos para Covid-19		X	X	X	X
Governo Federal quer retomar campeonatos de futebol “em breve”	X	X			X
Secretaria da Saúde de Vila Flores entrega máscaras		X	X		X
Caso suspeito de Covid-19 de Vila Flores deu negativo		X	X		X
Anvisa aprova testes rápidos para Covid-19 em farmácias			X		X
Aulas na rede estadual não serão retomadas na segunda-feira		X	X		X
Casos de Covid-19 sobem para 49 em Caxias do Sul		X	X		X
Aulas seguem suspensas no Estado por prazo indeterminado		X	X		X
Medidas de prevenção e enfrentamento ao contágio do coronavírus são avaliadas no Município de Fagundes Varela		X			X
Confirmado primeiro caso positivo para o Covid-19 em Vista Alegre do Prata		X	X		X
Profissionais da Educação de Cotiporã participam de capacitação online	X	X			X

Vírus vai atingir 70% da população, diz Bolsonaro		X	X		X
Estudo estima 12 casos não notificados para cada contaminado de Covid-19 no RS		X	X		X
Veranópolis lança plataforma online de aprendizagem		X			X
Orientação Auxílio Emergencial		X	X		X
Duas crianças estão entre os novos contagiados pelo coronavírus em Soledade		X	X		X

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
UCS começa a realizar diagnóstico de Covid-19		X	X		X
Vista Alegre do Prata registra o primeiro caso de Covid-19	X	X	X		X
Caxias tem mais três casos positivos da Covid-19 e total sobe para 52		X	X		X
Governador Leite debate distanciamento controlado com prefeitos gaúchos		X			X
Portaria da Saúde regulamenta prevenção e controle da Covid-19 nas indústrias gaúchas		X			X
Segunda etapa de pesquisa estima que RS tenha mais de 15 mil infectados por Covid-19	X	X	X		X
Cerca de 29 mil máscaras foram distribuídas à população veranense		X	X	X	X
Bandeiras e protocolos: entenda o modelo de distanciamento controlado		X	X		X
Uso de máscaras será obrigatório em Caxias do Sul a partir de segunda-feira		X	X		X
Terceira cidade com mais casos de coronavírus, Lajeado restringe funcionamento do comércio		X	X		X
Grêmio e Internacional retornam aos treinos na próxima semana		X			X
Ministério da Saúde anuncia mudanças no calendário da vacinação contra a gripe		X	X		X
UBS de Cotiporã altera atendimentos a partir desta segunda		X	X		X
Papa: vacina contra o coronavírus deve ser compartilhada no mundo		X			X
Somente em abril, mais de 150 pessoas foram demitidas em Veranópolis		X			X
Doações de máscaras às famílias veranenses		X	X		X
Em Cotiporã, uso de máscaras será obrigatório em todo município a partir de sexta-feira		X	X		X
São Marcos confirma primeiro caso de Covid-19		X	X		X
Bento Gonçalves registra a terceira morte em decorrência do Covid-19		X	X		X

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
Caminhoneiro morador de Caxias do Sul morre vítima de Covid-19 na Bahia		X	X		X
Marau confirma 11 novos casos de Covid-19 e segundo óbito pela doença		X	X		X
Estado garante pagamento de diárias de novos leitos de UTIs		X			X
Garibaldi registra o terceiro óbito por coronavírus		X	X		X
Passo Fundo registra 17ª morte por Covid-19		X	X		X
Escolas de Vila Flores realizam ação solidária		X			X
Futebol no RS não retorna antes de junho		X			X
Ações de enfrentamento às dificuldades		X			X
COVID-19: Denúncias devem ser realizadas através da Ouvidoria		X	X		X
Mais nove casos são confirmados de COVID-19 em Marau		X	X		X
Coronavírus: número de casos positivos em Caxias do Sul chega a 67; 43 estão recuperados		X	X		X
Caxias do Sul registra 12º óbito por coronavírus		X	X		X
Termas e Longevidade busca aperfeiçoamento e a adequação dos protocolos		X			X
Kit de Alimentação é entregue às famílias Fagundenses		X			X
Qualificando a Administração Pública em tempos de pandemia		X			X
Corsan amplia por mais 30 dias prazos dos benefícios relativos à Covid-19		X	X		X
Com mais 74 positivos, Caxias do Sul atinge 755 infectados por Covid-19		X	X		X
STJ nega suspensão de reajuste de medicamentos neste ano		X			X
Alistamento Militar é prorrogado até 30 de setembro		X			X

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
Carlos Barbosa teve mais uma morte por Covid-19		X	X		X
Fagundes Varela não apresenta casos confirmados de coronavírus		X	X		X
Novo decreto municipal restringe venda de bebidas alcoólicas e fecha supermercados aos domingos		X	X		X
Caxias do Sul passa dos 800 infectados por Covid-19		X	X		X
Comércio precisa se reinventar durante a pandemia	X	X			X
Festa da Uva é adiada para 2022		X			X
Secretaria da Saúde confirma 13 surtos de coronavírus em empresas de Caxias		X	X		X
Sétima transfusão de plasma convalescente para tratamento da Covid-19 é realizada no Hospital Virvi Ramos		X			X
Caxias do Sul registra 101 casos positivos em 24 horas e chega a 906 infectados por Covid-19		X	X		X
Aulas presenciais da rede pública estadual devem voltar somente em agosto		X	X		X
União dos municípios da Serra origina observatório para monitorar situação de Covid-19 na região		X			X
Caxias do Sul registra 14º óbito por coronavírus		X	X		X
Vila Flores disponibiliza número para denúncias referentes ao coronavírus		X	X		X
Caxias registra 15º óbito por coronavírus		X	X		X
Unidade Sentinela de Veranópolis em novo local e horário de atendimento		X	X		X
Estudo aponta presença de coronavírus em esgotos de Porto Alegre e Novo Hamburgo	X	X	X		X
Pesquisa sobre Covid-19 no RS inicia nova série de testes rápidos		X	X		X
Nova fase da pesquisa sobre prevalência da Covid-19 no RS inicia neste sábado (27)		X	X		X
Região de Caxias do Sul retorna para a bandeira vermelha no mapa preliminar do Distanciamento Controlado		X	X		X

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
Com mais 60 positivos, Caxias do Sul contabiliza 966 infectados por Covid-19		X	X		X
Brasil vai produzir vacina contra Covid-19		X	X		X
Governo recebe 67 recursos na oitava rodada do Distanciamento Controlado		X			X
Caixa inicia hoje o pagamento do Saque Emergencial do FGTS		X	X		X
Saiba em quais lugares o contágio pelo coronavírus pode ser maior		X	X		X
Governo do Estado pede prazo maior para avaliar retorno do Gauchão		X			X
Estado confirma 12º óbito por Covid-19 em Marau		X	X		X
Com 59 novos casos, Caxias do Sul registra total de 1.072 contaminações por Covid-19		X	X		X
Dados do novo Observatório Regional da Saúde mantiveram a Serra Gaúcha na bandeira laranja		X	X		X
Volta do Gauchão não é prioridade, afirma Leite	X	X			X
Caxias do Sul registra o 17º óbito por coronavírus		X	X		X
Vila Flores realiza Blitz do Coronavírus		X	X		X
Ações visam a prevenção ao coronavírus em Vila Flores		X	X		X
Prefeitura de Veranópolis publica novo decreto contra o COVID-19		X	X		X
Ônibus da UCS realiza testes da COVID-19		X	X		X
Caxias do Sul contabiliza mais uma morte por Covid-19 nesta terça-feira		X	X		X
Casos confirmados de coronavírus sobem para 1.124 em Caxias do Sul		X	X		X
Com registro de mais três óbitos, Caxias do Sul chega a 87 vítimas de Covid-19		X	X		X
Escolas municipais de Veranópolis agendam nova entrega de trabalhos domiciliares		X	X		X

NOME MATÉRIA	FON.	COE.	SER.	P.I.	IMP.
Por causa da pandemia, TSE ampliará horário da votação em uma hora		X	X	X	X
Serra Gaúcha é novamente pré-classificada na bandeira laranja do Distanciamento Controlado		X	X		X

A partir da análise do conjunto das matérias publicadas pelo site da Tua Rádio Veranense e listadas na tabela 1, acentua-se a constatação de que todas as publicações são coerentes e imparciais em seus conteúdos e colocações. Mesmo quando não elaborado pela equipe da rádio, apenas reproduzidas de outro veículo de comunicação, o material demonstrou seriedade e comprometimento com a informação isenta de opiniões. Segundo Reginato (2016, p. 01), duas das finalidades do jornalismo é informar de maneira qualificada e ser mediador dos fatos para informar o leitor adequadamente.

Mediante observação atenta ao desenvolvimento das matérias, deve-se ressaltar que não foi constatada nenhuma reprodução ou produção de *fake news*, ou propagação de desinformações envolvendo a pandemia de coronavírus. De acordo com Frias Filho (2018), *fake news* é toda e qualquer informação comprovadamente adulterada ou falsificada, veiculada por má-fé por parte do autor.

Totalizando noventa e oito matérias no período contemplado, o que se torna evidente diante da análise da tabela e do conjunto formado por todas as publicações, é a falta de conteúdo produzido e direcionado para o público idoso, ponderando que Veranópolis é considerada a Terra da Longevidade e os moradores são compostos majoritariamente por longevos. Em um município que investe tanto em políticas públicas para idosos a longo prazo, e os têm como prioridade em seus planejamentos e ações, não seria primordial que a imprensa produzisse um material específico à terceira idade, valorizando-a da mesma maneira que o poder público faz?

Das matérias que foram observadas na última semana dos meses de abril, junho e agosto, apenas três demonstraram ser destinadas ao público idoso, intituladas “Unidade de Saúde de Cotiporã recebe testes rápidos para Covid-19”, “Cerca de 29 mil máscaras foram distribuídas à população veranense” e “Por causa da pandemia, TSE ampliará horário da votação em uma hora”. Nos três exemplos anteriores evidencia-se uma narrativa generalizada, sem foco no público idoso, apenas menções pelo fato de pertencerem ao grupo de risco e possuírem prioridades em alguns serviços públicos no que diz respeito à preservação da saúde.

A recorrente falta de fontes foi observada em cinquenta e cinco matérias, totalizando 53.9% das publicações reunidas, o que leva a crer que existe pouca produção autoral por parte da Tua Rádio Veranense. Igualmente, nota-se a costumeira reprodução de *press release* enviados pela assessoria de imprensa das prefeituras da microrregião, sem acréscimo de fontes ou de informações que possam

ser relevantes aos moradores de Veranópolis, demonstrando pouco cuidado na reprodução automática de materiais recebidos. Esse acaba por tornar-se um problema crônico da imprensa em geral, que em diversas situações ignora o criticismo e manifesta uma face acomodada, por diversos motivos particulares de cada veículo de comunicação. Assim sendo, não pode-se afirmar que o site da Tua Rádio Veranense propaga e defende o elitismo, mas que ajusta-se de acordo com os interesses do poder público de cada município da microrregião, sendo eles: Veranópolis, Cotiporã, Fagundes Varela e Vila Flores.

Outra condição a ser salientada é a inexistência de divulgação das medidas de prevenção, recurso necessário para a diminuição de números de casos e óbitos pelo coronavírus. Diante dessa circunstância ímpar, a mídia mostrou-se indispensável no combate à pandemia, informando desde o número de casos e óbitos registrados globalmente, aos métodos mais eficazes de impedir a disseminação de um vírus altamente transmissível, capaz de isolar cidades e cidadãos do convívio na sociedade.

Na semana selecionada para análise das matérias do mês de agosto, do dia 24 ao 31, foi possível identificar uma notável diminuição nos números de publicações referentes ao coronavírus. Das quatro matérias publicadas no período, duas eram de serviço, informando número de casos registrados no dia, e duas sobre atividades municipais que tiveram suas datas e horários modificados devido à pandemia.

Comparando-se ao número de notícias veiculadas nos meses anteriores, as ocasiões em que a pandemia foi citada são quase nulas, o que aumenta a preocupação com os cuidados e porcentagens de contágio, considerando que ainda não existe uma cura definitiva para a transmissão, apenas medidas preventivas que devem ser anunciadas e reforçadas sempre que possível.

Portanto, de uma forma integral, pode-se destacar alguns aspectos em que o site da Tua Rádio Veranense pode trabalhar em melhorias no formato de suas publicações, visando ao melhor engajamento com o público alcançado e os moradores da microrregião. Dentre eles: planejar e investir em conteúdo voltado para o público idoso e rural, que compõe grande parte do número de residentes da cidade de Veranópolis, e demanda informações e conhecimento de forma eficiente, a respeito de seus interesses profissionais e pessoais; adotar métodos criteriosos na reprodução de *releases* recebidos por assessorias de imprensa, distanciando-se do senso comum e tomando partido em temáticas que necessitem de um posicionamento que oriente o ouvinte e/ou leitor, em situações que exijam raciocínio lógico e bom senso por parte

da imprensa local; agregar fontes às publicações, adicionando falas e opiniões de especialistas de acordo com o tópico abordado, além de acompanhar e analisar cases reais, para que os leitores possam se identificar com as características abordadas na narrativa; investimento na equipe, para que possam ir às ruas em busca de pautas de interesse comum, do público rural e idoso, priorizando a responsabilidade no momento de informar e abordando temas de relevância social; divulgar os métodos de prevenção para diminuir a transmissão local de Covid-19, tais como higienização das mãos, uso constante e correto da máscara e distanciamento social. Enquanto não existir cura definitiva para a difusão do vírus, é essencial que existam lembretes constantes da periculosidade e taxa de mortalidade que o mesmo possui, levando em consideração que o papel da imprensa é ser portadora e mediadora de conhecimento entre os agentes de saúde e o público em geral.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia de coronavírus que comoveu o mundo no ano de 2020 e que, infelizmente, ainda não tem previsão de chegar ao fim, afetou não só a saúde da população, mas a economia, turismo e educação, fatores essenciais para o bom e adequado andamento e desenvolvimento sociedade. Através das normas de distanciamento social e isolamento para as pessoas que apresentassem sintomas gripais, tivemos que reaprender a viver através de um formato protetor, abster-nos de abraços, beijos e qualquer contato físico que colocasse nossa vida, ou a do próximo, em risco.

Além disso, foi possível identificar nos meios de comunicação uma onda de *fake news* e desinformação acerca do tema, o que desorientou as principais vítimas de toda a situação: o povo, que além de estar enfraquecido por uma situação atípica e inimaginada anteriormente, precisou atentar-se às informações enganosas e fraudulentas, tanto quanto às mentiras elaboradas e propagadas sobre.

Com o intuito de observar e entender a circulação de informação em tempos de pandemia na cidade de Veranópolis, considerada a Terra da Longevidade e composta por 17% de idosos dentre 26.000 habitantes, o agrupamento de matérias publicadas na última semana dos meses de abril, junho e agosto possibilitou o entendimento de que os longevos não fazem parte do público-alvo das matérias veiculadas no site da Tua Rádio Veranense e não são prioridade em seus conteúdos *online*.

Conforme é possível identificar na figura 5, a maioria dos ouvintes da Tua Rádio Veranense, representando 28% de audiência, é composta por pessoas de 35 a 44 anos de idade. Em segundo lugar, o público que tem de 45 a 54 anos constitui 26% dos ouvintes. O público idoso integra apenas 6% da audiência da rádio, número considerado baixo para uma cidade em que a média de idade da população é de 77,7 anos. Portanto, apesar de Veranópolis possuir grande porcentagem de longevos em sua população, esse público não consome o conteúdo veiculado no site de uma das maiores rádios da cidade, a Tua Rádio Veranense.

Através da análise do conjunto de conteúdos relacionados ao coronavírus publicados pelo site, percebe-se a ausência de divulgação dos métodos de prevenção e da instrução na identificação dos sintomas desenvolvidos pela contaminação, tais como tosse, febre, dor no corpo e perda temporária do olfato.

Respondendo à questão norteadora formulada no projeto desta monografia, como apresentado na introdução, a Tua Rádio Veranense poderia ter desenvolvido um papel mais atuante como agente de saúde durante a atual pandemia de coronavírus, instruindo e orientando principalmente os leitores de seu site a seguirem as normas de distanciamento social, dessa forma diminuindo o número de contágios e transmissões na região. Entretanto, demonstrou cumprir uma função satisfatória informando sobre o número de casos, óbitos e recuperados registrados diariamente, reproduzindo tais dados da assessoria de imprensa da Prefeitura de Veranópolis.

Creio que de forma primordial, os objetivos traçados no projeto desta monografia, localizado no apêndice A, bem como nos tópicos iniciais deste estudo foram alcançados. Assim sendo, torna-se significativo lembrá-los para que possamos contrapô-los de acordo com as teorias anteriormente apresentadas:

- Refletimos sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária;
- Verificamos a contribuição do site da Tua Rádio, enquanto veículo de informação, para a prevenção do Covid-19, entre seu principal grupo de risco;
- Contribuímos para o estudo das mídias integradas, no caso rádio e site, como suporte para a sobrevivência do Jornalismo em tempos de aceleradas transformações sociais.

Como complemento, as hipóteses traçadas para que a produção desta monografia fosse possível foram elencadas de modo que pudessem ser confirmadas, de forma parcial ou total, e contestadas se a pesquisa e análise feitas julgassem necessário. A seguir, podemos observar a resposta para cada um dos pressupostos.

A primeira hipótese enuncia que o site, que reúne os conteúdos divulgados pela rádio, demonstra cumprir bem seus objetivos de informar com qualidade, dentro de seus três preceitos institucionais: credibilidade, imparcialidade, idoneidade. Logo, essa suposição confirma-se, pois todo o conteúdo analisado, seja ele criado ou reproduzido pela Tua Rádio Veranense, mostrou-se responsável e imparcial, de modo a respeitar e zelar seu público.

A segunda hipótese presumia que a divulgação de notícias sobre o coronavírus é frequente e se concentra em aspectos informativos e preventivos, sem sensacionalismo. Essa hipótese se confirma de forma parcial, pois nas semanas analisadas, o site da Tua Rádio Veranense não demonstrou comprometimento com a

notificação dos métodos de prevenção ao coronavírus. Houve apenas algumas informações acerca dos números de casos registrados na cidade de Veranópolis. Porém, sempre que ocorreram menções à pandemia e suas consequências, foi de forma objetiva, sem a presença de sensacionalismo em seu conteúdo.

Já a terceira hipótese considera que o site oferece conteúdos adicionais à programação da rádio, o que pode ser parcialmente confirmado, levando em consideração que o site da Tua Rádio Veranense dispõe de arquivos midiáticos, como fotos, vídeos e áudios dos acontecimentos relatados, de acordo com a pauta abordada.

A quarta e última hipótese pressupõe que, quanto ao público-alvo, o site não atinge parte expressiva do público idoso, que se vale de outras mídias, como a rádio tradicional na maior parte do tempo. Essa hipótese é confirmada de forma total pela análise de conteúdo, que constata que o conteúdo produzido pelo site da Tua Rádio Veranense não é destinada ao público idoso, mas é focado nos adultos, que compõem 54% dos ouvintes da mesma, enquanto os idosos constituem apenas 6% da audiência da rádio, não acompanha seu conteúdo *online*.

Retornando à questão norteadora responsável por esta pesquisa e seu desenvolvimento: Qual importância da informação veiculada pelo site da Tua Rádio Veranense na prevenção do coronavírus entre a comunidade idosa de Veranópolis? Apesar da carência na abordagem preventiva do vírus levando em consideração os longevos integrarem um dos principais grupos de risco e representarem grande parte da população veranense, o site da Tua Rádio Veranense executou razoavelmente seu papel de agente de saúde durante a pandemia de coronavírus, podendo ter promovido e liderado ações comunitárias, mesmo de forma *online*, com o intuito de divulgar os métodos preventivos, de acordo com a sua influência na Terra da Longevidade.

Evidentemente, há aspectos que podem ser trabalhados e aprimorados no site, como a reprodução automática de notas e *releases* produzidos por assessorias de imprensa, sem acrescentar informações próprias e oferecer o devido cuidado que a publicação merece. Além disso, nota-se a inexistência de produção de conteúdos voltados para o meio rural, que é altamente presente na microrregião de atuação da rádio e seu site. Finalmente, mas não menos importante, a falta de fontes nos materiais publicados é numerosa e não poderia passar despercebida, considerando que é um elemento básico para que as matérias disponham de credibilidade e integridade.

A pesquisadora encerra a presente monografia com a certeza de ter aprendido e através disso ensinado um pouco sobre as diversas facetas do Jornalismo e de sua inegável importância, principalmente em momentos de crises mundiais como o que estamos vivendo. Por mais que novas tecnologias sejam criadas, o homem e o mundo evoluam, o jornalista e seu papel na sociedade nunca serão substituídos, pois como profere Cláudio Abramo (1997, p. 109), “o jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter”.

Para estudos futuros, mostra-se pertinente esse tema tão novo que atravessou a área da Comunicação em 2020, em interfaces complementares para que se possa, realmente, aprimorar a produção de conteúdos de saúde e o papel de prestador de serviços tão caros à profissão.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. 3 ed. Companhia das Letras, 1997.

ARAÚJO, Marluce Freire Lima. MIURA, Juliana. **Prosa rural - Informação científica pelas ondas do rádio**. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/36634/1/Prosa-rural.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.

AZEVEDO, Ana Paula Margarido de. **Jornalismo de saúde: novos rumos, novas literacias**. Comunicação e Sociedade. Vol. Número Especial, p. 185-197. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/article/view/1009/989>. Acesso em: 15 out. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitativ%20e%20qualitativ%20-%20IFES/Livros%20de%20Metodologia/10%20-%20Bardin,%20Laurence%20-%20An%C3%A1lise%20de%20Conte%C3%BAdo.pdf>. Acesso em: 3 de junh. 2020.

BARROS, Tarcísio Eloy Pessoa de. **Comunicação nos tempos da pandemia**. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/comunicacao-nos-tempos-da-pandemia/>. Acesso em: 24 set. 2020.

BIANCO, Nelia R. Del. **Radiojornalismo em mutação na era digital**. In: Encontro dos núcleos de pesquisa da Intercom, 4., 2004. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>. Acesso em: 3 junh. 2020.

BORDENAVE, Juan E. Díaz Bordenave. **O que é comunicação rural**. 3 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1986.

CARVALHO, Juliano Maurício de; CARVALHO, Ângela Maria Grossi de. **Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade**. In: BRONOSKY, Marcelo Engel; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). **Jornalismo e convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

CARVALHO, Mariana Freitas Caniello de; MATEUS, Cristielle Andrade. **Fake News e desinformação no meio digital: análise da produção científica sobre o tema na área de ciências da informação**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/3760/2197>. Acesso em: 16 set. 2020.

CASTRO, Ruy. **Metrópole à beira-mar: O Rio moderno dos anos 20**. 1 ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2019.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Media & Jornalismo, [S.1.], v. 18, n. 32, p. 155-169, mai. 2018. Disponível em: <<http://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/5682>>. Acesso em 17 set. 2020.

ESTADO DE MINAS. **Pandemia de desinformação: fake news sobre COVID-19 colocam vidas em risco**. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/06/19/interna_internacional,1_158186/pandemia-de-desinformacao-fake-news-sobre-covid-19-poe-vidas-em-risco.shtml>. Acesso em: 30 set. 2020.

FERNANDES, José Carlos; LIMA, Myrian Regina Del Vecchio de. **Conexões entre o jornalismo hiperlocal e o jornalismo investigativo: algumas reflexões e observações**. Curitiba, v. 18, n. 36, p. 45-61, jan./abr. 2017.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos**. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2011, p. 17-41. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/282120113_Radiojornalismo_no_Brasil_d_o_noticiario_a_convergencia_alguns_fragmentos_historicos> Acesso em: 3 junh. 2020.

FILHO, Otavio Frias. **O que é falso sobre fake news**. Revista USP. São Paulo, n. 116, p. 33-44, jan./fev./mar. 2018. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146576>> Acesso em: 16 set. 2020.

G1. **Fato ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml>>. Acesso em: 22 set. 2020.

GOMES, Adriano Lopes; SANTOS, Emanuel Leonardo dos. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal: EDUFRN, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/22872/3/O%20radiojornalismo%20em%20tempos%20de%20internet.pdf>> Acesso em: 3 junh. 2020.

GOMES, Emiliania Sofia. **Jornalismo de Saúde: prevenir ou remediar?** Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 9, n. 2, julh./dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p340>>. Acesso em: 14. julh. 2020.

GOMES, Laura Rosa; MAZETTI, Henrique Moreira. **A narrativa construída sobre a morte de Eduardo Campos através das notícias do “Sensacionalista” e de jornais não fictícios**. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/34627880-Laura-rosa-gomes-2-henrique-moreira-mazetti-3-universidade-federal-de-vicosa-mg.html>>. Acesso em 16 set. 2020.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial.** Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189917>>. Acesso em: 02 out. 2020.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

KASEKER, Monica Panis; RIBASKI, Hellen Crisley. **Radiojornalismo e convergência: um estudo sobre potencialidades e possibilidades.** Revista de Estudos da Comunicação. Curitiba, v. 16, n. 41, p. 264-279, set./dez. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/324622903_Radiojornalismo_e_convergencia_um_estudo_sobre_potencialidades_e_possibilidades> Acesso em: 3 de junh. 2020.

KUSCKINSKY, Bernardo. **Jornalismo e saúde na era neoliberal.** Saúde e Sociedade. Vol. 11, n. 1, jan./julh. 2002. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902002000100010>. Acesso em: 13 out. 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LARA, Maria Gabriela. **Informação em tempos de pandemia.** Disponível em: <https://pensaraeducacao.com.br/observatorio/2020/04/03/de-vem-a-desinformacao-em-tempos-de-pandemia/>>. Acesso em: 30 set. 2020.

LEITE, Hellen. **Pandemia de fake news: Estudo lista principais boatos sobre Covid-19.** Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/05/05/interna_mundo,851477/pandemia-de-fake-news-estudo-lista-principais-boatos-sobre-covid-19.shtml>. Acesso em: 23 set. 2020.

LEMONS, André. **Nova esfera conversacional.** In: KÜNSCH, Dimas; COSTA, Caio Túlio; MARQUES, Ângela, et al. Esfera Pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro. Editora. E-papers, 2009. Disponível em: <http://docshare01.docshare.tips/files/8091/80910309.pdf>> Acesso em 5 de julh. 2020.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. **Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem.** Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 14, n. 1, p. 51-62, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p51/35053>>. Acesso em: 02 out. 2020.

MAGALHÃES, Olga Estrela; LOPES, Felisbela; PEREIRA, Altamiro Costa. **Qual o papel do jornalismo na literacia da saúde? - Estado da Arte.** In PEREIRA, Sara; PINTO, Manuel. *Literacia, Média e Cidadania - Livro de Atas do 4º Congresso*, p. 251-265. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319619561_Qual_o_papel_do_Jornalismo_na_Literacia_da_Saude_-_Estado_da_Arte>. Acesso em: 13 out. 2020.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública.** Revista Comunicação e Informação. Goiânia, v. 21, n. 3, p. 166-184, out./dez. 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/52742/26661>> Acesso em: 20 de junh. 2020.

MANUAL DA CREDIBILIDADE. **Manual da Credibilidade Jornalística.** Disponível em: <<https://www.manualdacredibilidade.com.br/>>. Acesso em: 04 out. 2020.

MATEUS, Felipe. **Grupo da Unicamp investiga fake news sobre coronavírus.** Disponível em: <<https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/03/19/grupo-da-unicamp-investiga-fake-news-sobre-coronavirus>>. Acesso em: 24 set. 2020.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2007.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Novo Coronavírus Fake News.** Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/component/tags/tag/novo-coronavirus-fake-news>>. Acesso em: 16 set. 2020.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. **Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation.** Disponível em: <https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf>. Acesso em: 23 set. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 2 de julh. 2020.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores.** Revista Famecos, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-18, set./out./nov./dez. de 2018. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/29349>>. Acesso em: 03 out 2020.

SALLES, Tiago Santos. **O combate às fake news – Em nome da verdade.** Disponível em: <<https://www.editorajc.com.br/o-combate-as-fake-news-em-nome-da-verdade/>>. Acesso em: 21 set. 2020.

SANTOS, Julia Gonçalves Simões dos; CARVALHO, Juliano Maurício de; LOURENÇO; André Luís. **Jornalismo Hiperlocal na Era Digital: perspectivas práticas, conceituais e metodológicas.** Bauru: Universidade Estadual Paulista, 2016. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0508-1.pdf>> Acesso em 20 de junh. 2020.

SOUSA, Marcia. **É Fake News? Como verificar informações falsas do Whatsapp.** Disponível em: <<https://ciclovivo.com.br/covid19/fake-news-verificar-falsas-whatsapp/>>. Acesso em: 24 set. 2020.

TEIXEIRA, José A. Carvalho. **Comunicação em saúde: Relação Técnicos de Saúde - Utentes**. 2004, vol. 22, n. 3, p. 615-620. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/aps/v22n3/v22n3a21.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2020.

XAVIER, Caco. **Mídia e saúde, saúde na mídia.** Caderno mídia e saúde pública. Belo Horizonte: Escola de Saúde Pública/FUNED; 2006. Disponível em: <<http://docs.bvsalud.org/biblioref/coleciona-sus/2006/28172/28172-398.pdf>>. Acesso em: 14 julh. 2020.

WEBER, Andréa Franciele; DEVÉNS, Priscila. **O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul.** Rádio Leituras, n. 1, p. 41-61, julh./dez. 2010. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/36634/1/Prosa-rural.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2020.

APÊNDICE A – PROJETO DE MONOGRAFIA I

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

THAYS EMILLI DE PAULA

**CORONAVÍRUS E A INFORMAÇÃO NA TERRA DA LONGEVIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DA TUA RÁDIO VERANENSE**

**CAXIAS DO SUL
2020**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

THAYS EMILLI DE PAULA

**CORONAVÍRUS E A INFORMAÇÃO NA TERRA DA LONGEVIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DA TUA RÁDIO VERANENSE**

Projeto de Monografia apresentado como
requisito para aprovação na disciplina de
Monografia I
Orientadora: Alessandra Paula Rech

**CAXIAS DO SUL
2020**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
1.1 O MUNICÍPIO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O IDOSO	4
1.2 CORONAVÍRUS E OS IDOSOS	7
2 TEMA	9
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	9
3 JUSTIFICATIVA	9
4 QUESTÃO NORTEADORA	11
5. HIPÓTESES	11
6. OBJETIVOS	12
6.1 OBJETIVO GERAL	12
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
7. METODOLOGIA	12
7.1 O CORPUS	13
7.2 PESQUISA QUALITATIVA	14
7.3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	14
7.4 ESTUDO DE CASO.....	15
7.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	15
8. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	16
9. ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	17
10. CRONOGRAMA	18
REFERÊNCIAS	18
APÊNDICE A	20

1 INTRODUÇÃO:

O presente projeto de pesquisa tem como tema a circulação de informação em Veranópolis, conhecida como Terra da Longevidade, em tempos de pandemia do coronavírus. Dessa forma, desenvolve um estudo de caso sobre o site da Tua Rádio Veranense, a fim de melhor compreender o papel do jornalismo neste peculiar cenário em que o principal grupo de risco para a Covid-19, os idosos, já está no foco de políticas públicas do município há décadas.

Neste momento, é de extrema relevância e necessidade refletir sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária, pois é através dele que a população inteira-se de todas as formas de prevenção e de essenciais informações que tem um grande alcance, abrangendo o público-alvo e grupos de risco.

Cerca de 17% da população veranense tem acima de 60 anos de idade, portanto, fazem parte de um dos grupos de risco. Principalmente para essas pessoas, o consumo de informações sobre o alcance da doença e as áreas e formas de maior risco e vulnerabilidade para contágio é primordial para a preservação da saúde.

[...] para além da informação, há necessidade de se fazer uma boa comunicação, para que ambas surtam efeitos significativos, de maneira que as pessoas, de forma coletiva, mudem de comportamento e de atitude, para o bem da maioria, a partir de ações que sejam ressignificadas, enquanto estratégias da promoção da saúde. (ANDIFES, 2019, s/p).

Diante disso, o objetivo principal deste trabalho é analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade, tendo por foco o site da Tua Rádio Veranense.

Como objetivos específicos, refletir sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária, verificar a contribuição do site da Tua Rádio Veranense, enquanto veículo de informação, para a prevenção do Covid-19, entre seu principal grupo de risco e contribuir para o estudo das mídias integradas, no caso rádio e site, como suporte para a sobrevivência do Jornalismo em tempos de aceleradas transformações sociais.

Com o decorrer do desenvolvimento do projeto, serão confirmadas ou refutadas as hipóteses de que o site, que reúne os conteúdos divulgados pela rádio, demonstra cumprir bem seus objetivos de informar com qualidade, dentro de seus três preceitos institucionais: credibilidade, imparcialidade, idoneidade, se a divulgação de notícias sobre o coronavírus é frequente e se concentra em aspectos informativos

e preventivos, sem sensacionalismo. Bem como as hipóteses de que o site oferece conteúdos adicionais à programação da rádio e quanto ao público-alvo, o site não atinge parte expressiva do público idoso, que se vale de outras mídias, como a rádio tradicional na maior parte do tempo.

Como metodologia, adotamos a Análise de Conteúdo, cujos procedimentos serão melhor detalhados no capítulo 7 do presente projeto.

1.1 O município e as políticas públicas para o idoso

A cidade de Veranópolis, mais conhecida como a Terra da Longevidade, está localizada a 170 quilômetros da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Tal designação corresponde a dados estatísticos sobre a expectativa da vida na cidade, bem como ações públicas sistemáticas para promover ainda mais a saúde e a qualidade de vida da população idosa.

Com o 9º melhor índice de Desenvolvimento Socioeconômico do estado, no último censo realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município contava com 22.810 habitantes. Destes, 3.493 tinham 60 anos de idade ou mais. Porém, o que chama a atenção não é o número de idosos que habitam Veranópolis, mas a expectativa de vida deste grupo.

A partir de uma matéria escrita por Herculano Gomes Mathias e publicada em 1981 pela revista *National Geographic*, onde médicos e sociólogos estudiosos da área de gerontologia apontavam Veranópolis como um dos lugares considerados pertinentes ao prolongamento da vida humana, o poder público atentou-se aos sinais de que de fato isso acontecia.

Baseando-se nessa informação, técnicos da Organização Mundial da Saúde (OMS) intitularam-na como Cidade da Longevidade, colocando-a no *ranking* de primeira no país e terceira no mundo. Por meio de recotagem populacional e de mortalidade do Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde (SUS), estimou-se a média de 77,7 anos de longevidade da população veranense, enquanto no restante do país a expectativa de vida era de 68,1 anos⁵.

Acredita-se que algumas das causas para que os habitantes de Veranópolis tenham esperança de vida maior sejam baixo nível de estresse, prática de atividades

⁵ Dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade obtidos em entrevista na data de 8 de Abril de 2020.

físicas regularmente, integração comunitária, religiosidade, consumo de verduras e frutas do próprio plantio e baixa incidência de doenças cardiológicas. Além disso, pesquisas feitas por psiquiatras, psicólogos e biólogos revelam que a população apresenta um alto grau de satisfação com a vida, sendo alegre e ativa.

Para conservar o título de Terra da Longevidade, Veranópolis desenvolveu projetos voltados à terceira idade, priorizando a saúde e bem-estar de todos os seus habitantes. Para que isso fosse possível, uma pesquisa com 1.037 idosos veranenses foi realizada no ano de 2016. Questões referentes a espaço físico, habitação, transporte, respeito e inclusão social foram feitas, com o intuito de ouvir e entender suas opiniões sobre a cidade e quais aspectos deveriam ser melhorados.

Através dos resultados obtidos na pesquisa, os objetivos principais foram traçados, como disponibilizar ambientes para que toda sociedade pudesse se beneficiar, aperfeiçoar a área da saúde, tornar a cidade mais segura, apoio para que pessoas de todas as idades participem efetivamente das atividades sociais.

No ano de 2015, através do Conselho Municipal do Idoso de Veranópolis (CMI) e a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade, um grande projeto foi posto em prática, o “Veranópolis Município para todas as Idades”, buscando promover um envelhecimento ativo e saudável.

A proposta é que todas as entidades, secretarias e organizações do poder Executivo do município atuassem em ações para que a cidade seja desenvolvida especialmente para os idosos. Até o final de 2019 pelo menos oito ações foram postas em prática pela prefeitura da cidade em parceria com as secretarias.

Capacitação de equipes de saúde e do comércio local no atendimento ao idoso, estimulação de acesso à tecnologias de informação e comunicação, construção de um Centro de Convivência para a terceira idade, oficinas de cultivo de ervas medicinais, melhorias das calçadas e criação de espaço para idosos em situação de vulnerabilidade social são pequenos projetos que já foram postos em prática visando o bem-estar e participação dos idosos na sociedade.

Com base neste panorama geral de atividades e melhorias, foram criadas propostas mais específicas para suprir as demandas de todas as áreas do poder público. A Secretaria de Saúde formou uma equipe exclusiva para atendimento domiciliar ao idoso, semanalmente ou quinzenalmente, de acordo com a análise de necessidades do paciente.

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, Habitação e Longevidade propôs a criação de um grupo de convivência com encontros mensais e participação de assistentes sociais e psicólogas, para incentivar o fortalecimento de vínculos e convivência social.

Com o início dos encontros, notou-se a necessidade e a vontade que os idosos tinham de desenvolver atividades físicas. Por isso, outros grupos como o de caminhada monitorada e pilates solo foram criados para suprir as demandas, além do projeto Percutindo Emoções, onde os idosos têm a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de percussão, além de auxiliar na melhora da cognição, movimentos e coordenação.

Através do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), implantou-se o projeto Colhendo Saúde nas comunidades situadas no interior do município. Usando o salão comunitário de cada bairro, o grupo de idosos se reúne para jogar câmbio de uma forma adaptada, com orientações e acompanhamento de um professor de educação física.

As informações sobre esses cursos, encontros e projetos são levadas até os idosos através de anúncios em rádio e jornais locais, e também são comunicados nas redes sociais da prefeitura. Os idosos que tiverem interesse devem comparecer à Assistência Social para que a sua inscrição seja feita. Em dezembro de 2019, ao todo 539 idosos participaram das atividades.

Contando com todos esses projetos, a cidade está se preparando para receber melhor os idosos, a participação deles, a convivência e também a própria infraestrutura.

Com base no andamento do projeto “Veranópolis Município para todas as Idades”, e a partir da análise e avaliação de todas as inovações e melhorias que não só beneficiam os idosos, mas todas as gerações que usufruirão disso mais adiante, o poder público decidiu encaminhar esses dados para a Organização Mundial de Saúde (OMS) que, em 2016, incluiu a cidade na rede Global de Cidades e Comunidades Amigas do Idoso, ganhando o Selo de Cidade Amiga do Idoso e tornando-se a primeira do Brasil a conquistar esse título.

1.2 Coronavírus e os idosos

Recentemente uma nova descoberta na medicina tem causado incertezas e impactado a população em nível mundial. O coronavírus é uma linhagem de vírus que

causam problemas respiratórios e podem acarretar em uma doença chamada Covid-19. Sua primeira aparição foi em dezembro de 2019 na China, e levantou uma série de questões, desde como surgiu até como tratá-la.

No Brasil, o primeiro caso confirmado da doença aconteceu no final do mês de fevereiro, no estado de São Paulo. Instruções e explicações começaram a ser dadas à população, com intuito de evitar a proliferação do vírus e manter o distanciamento social.

A Covid-19 é transmitida diretamente através de contato físico, tosse, espirro e saliva de alguma pessoa contaminada, e pode levar até quatorze dias para se manifestar no organismo. De forma indireta, pode ser contraída por toque em objetos ou superfícies contaminadas, como maçanetas, celulares, mesas e chaves. Os sintomas que essa doença pode causar nas pessoas contaminadas geralmente são febre, tosse e dificuldade para respirar, mas podem agravar de acordo com o histórico de saúde do infectado.

O vírus é ainda mais preocupante e letal quando se trata de idosos, diabéticos, hipertensos ou para pessoas que já tratam de outras doenças respiratórias ou renais crônicas e cardiovasculares. Esses, formam os grupos de risco e podem ter uma exposição maior à Covid-19, consequentemente sendo mais afetados pela doença e aumentando a chance de letalidade quando contagiados.

Os idosos compõem um grupo de risco por possuírem pulmões e sistema imunológico fragilizados devido à idade, e por frequentarem hospitais regularmente, espaço propício para difusão da doença. O corpo da pessoa idosa não responde à enfermidades da mesma maneira como o corpo de pessoas mais jovens. Desta forma, o organismo do longo vivo pode reagir de forma insatisfatória ao vírus, perdendo a batalha de combatê-lo.

Assim sendo, é de extrema importância que todos os idosos, independente de seu histórico de saúde, habituem-se à quarentena e deleguem suas funções fora de casa para familiares de seu convívio, que devem redobrar os cuidados ao retornar da rua para que não haja a transmissão da doença. Visitas de pessoas que não moram na mesma casa que o longo vivo devem ser proibidas, considerando o fato de que alguma delas pode ser assintomática e portar consigo o vírus, expondo o idoso ao vírus mesmo sem saber.

As pessoas assintomáticas são as que estão contaminadas pelo vírus, mas não apresentam sintomas e o transmitem involuntariamente. Sem saber do contágio,

muitas vezes essas pessoas não entram em isolamento social, o que aumenta as chances de contaminar a outros muito mais do que quem sofre com os sintomas e permanece em casa.

Para evitar a contaminação pelo coronavírus, o Ministério da Saúde alerta para a intensificação de algumas medidas de higiene durante o dia a dia. Lavar frequentemente as mãos com água e sabão ou quando não houver essa opção, higienizar com álcool em gel, cobrir o nariz e a boca com o antebraço ao espirrar ou tossir, não tocar o rosto sem antes lavar as mãos, não trocar abraços e beijos e manter distância mínima de um metro de qualquer outra pessoa são alguns dos principais cuidados para manter a integridade da saúde.

Conforme dados divulgados pelo Ministério da Saúde em 29 de junho de 2020, o número de casos confirmados de Covid-19 no Brasil são 1.368.195 e 58.314 óbitos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). A taxa de letalidade da doença é 6,1% e as regiões que apresentam maior índice de contágio são o sudeste e nordeste do país, com respectivamente 55,9% e 20,6% de casos contabilizados. Mundialmente, mais de 1 milhão de casos já foram confirmados.

Com o crescente aumento dos números de contágio e mortes, governadores tomaram a iniciativa de suspender aulas presenciais do ensino público e privado, fechar comércios e incentivar o isolamento social de pessoas que estão com suspeita de contágio da Covid-19.

Para minimizar o contágio e diminuir o número de mortes, medidas severas de restrição à circulação de pessoas foram tomadas pelos países, que optaram por aderir à quarentena como forma de autopreservação. O indicado é que a população saia de casa apenas para tarefas essenciais como ir ao mercado ou à farmácia, sempre fazendo o uso da máscara e higienizando mãos, chaves e celular ao retornar para casa, com exceção dos grupos de risco, que devem evitar ao máximo qualquer tipo de atividade externa.

2 TEMA

Circulação de informação em Veranópolis, conhecida como Terra da Longevidade, em tempos de pandemia do coronavírus.

2.1 Delimitação do tema

Um estudo de caso sobre o site da Tua Rádio Veranense.

3 JUSTIFICATIVA

O que sempre foi motivo de orgulho para a cidade considerada a Terra da Longevidade, hoje tornou-se motivo de preocupação. Em uma das cidades com maior expectativa de vida do Brasil, a pandemia de Coronavírus assusta moradores e autoridades que tentam controlar a situação. Em Veranópolis, a média de vida no ano de 2010 era de 77,7 anos de idade para os moradores do município, que hoje fazem parte do grupo de risco em virtude da Covid-19, doença transmitida através de contato físico ou toque em objetos e superfícies que estejam contaminados.

Em virtude desse complexo cenário, o poder público viu-se no dever de tomar atitudes em prol da saúde e da vida da terceira idade, que constitui grande parte da população veranense. Interditar praças públicas e academias de idosos ao ar livre, confecção e distribuição gratuita de 10.000 máscaras, aplicação da vacina da gripe em formato *drive-thru* e visitas frequentes de funcionários da saúde à residência de idosos são algumas das atitudes tomadas visando a segurança e bem-estar desta faixa etária. Quanto menos exposição e contato físico com pessoas que não façam parte do seu círculo familiar, mais sucesso é obtido no combate ao coronavírus referente a esse grupo de risco.

A partir de 22 abril, a Secretaria de Saúde da cidade irá lançar o Programa Melhor em Casa, que através de contato telefônico feito por profissionais da saúde terá o objetivo de averiguar como está a saúde dos idosos, saber se algum deles apresentou sintomas respiratórios e confirmar a realização da vacina da gripe. Além disso, os longevos serão alertados para a importância de permanecer em casa e o os cuidados que deverão ter se não o fizerem, como o uso de máscara e higienização constante das mãos.

Cidade do interior, considerada pequena comparada a tantas outras que a cercam, Veranópolis é berço de famílias provenientes da imigração italiana, que têm como tradição prezar por antigos costumes e passá-los adiante como tesouros hereditários por várias gerações. Dentre esses costumes, está incorporado o hábito de ouvir rádio enquanto executam o trabalho diário na lavoura ou dentro de casa, consumindo importantes informações do raiar do dia ao pôr do sol.

Conforme pesquisa realizada entre os dias 18 e 20 de março pelo Datafolha:

Os meios de comunicações da imprensa profissional são considerados pelos leitores brasileiros como os mais confiáveis na cobertura da crise do novo coronavírus. TVs e jornais lideram com 61% e 56%, respectivamente, o índice de confiança sobre o tema. Em seguida vêm os programas jornalísticos de rádio (50%) e sites de notícias (38%). (O GLOBO, 2020)

De acordo com pesquisa da Kantar IBOPE Media:

O brasileiro considera o rádio um meio ágil, compreensível e uma fonte confiável de notícias. E os números atestam a força que o veículo de comunicação tem no dia a dia da população: 86% dos entrevistados das 13 regiões metropolitanas onde há aferição regular no Brasil disseram ser ouvintes frequentes do rádio. Três em cada cinco entrevistados afirmaram ser ouvintes diários. (ABERT, 2018)

Nesse contexto, a presença do Jornalismo é essencial para que a informação chegue a todos e contribua com a prevenção da disseminação de Covid-19. Em uma cidade constituída por 17% de idosos dentre 26.000 habitantes, o consumo de informação e recomendações gerais está diretamente ligado às informações repassadas de forma correta e consciente pelos meios de comunicação.

Portanto, considerando o importante papel do Jornalismo no mundo, principalmente neste momento de pandemia, visto que é nos meios de comunicação que a população busca se informar de forma integral e correta sobre os cuidados que deve tomar e decretos que deve seguir, seja em âmbito municipal ou mundial, se torna relevante entender melhor como se dá essa comunicação em Veranópolis.

4 QUESTÃO NORTEADORA

Qual importância da informação veiculada pelo site da Tua Rádio Veranense na prevenção do coronavírus entre a comunidade idosa de Veranópolis?

5 HIPÓTESES

1. O site, que reúne os conteúdos divulgados pela rádio, demonstra cumprir bem seus objetivos de informar com qualidade, dentro de seus três preceitos institucionais: credibilidade, imparcialidade, idoneidade;
2. A divulgação de notícias sobre o coronavírus é frequente e se concentra em aspectos informativos e preventivos, sem sensacionalismo;
3. O site oferece conteúdos adicionais à programação da rádio;

4. Quanto ao público-alvo, o site não atinge parte expressiva do público idoso, que se vale de outras mídias, como a rádio tradicional na maior parte do tempo.

6 OBJETIVOS

6.1 Objetivo geral

Analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade, tendo por foco o site da Tua Rádio Veranense.

6.2 Objetivos específicos

Refletir sobre a importância do Jornalismo de qualidade em sua atuação comunitária

Verificar a contribuição do site da Tua Rádio, enquanto veículo de informação, para a prevenção do Covid-19, entre seu principal grupo de risco

Contribuir para o estudo das mídias integradas, no caso rádio e site, como suporte para a sobrevivência do Jornalismo em tempos de aceleradas transformações sociais.

7 METODOLOGIA

Na busca da certificação de que informações verdadeiras e de qualidade estejam sendo transmitidas à população veranense, o presente projeto fará uma análise sobre as informações dispostas sobre a pandemia de Coronavírus no site da Tua Rádio Veranense.

Segundo Cleber Cristiano Prodanov e Ernani Cesar de Freitas em *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*:

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 14)

Como metodologia deste trabalho, portanto, optou-se pela pesquisa qualitativa, visto que o foco da exploração é a qualidade de conteúdo das matérias veiculadas no site e não a quantidade. Como primeira fase, será abordada a revisão bibliográfica de conteúdos relacionados à análise proposta, seguida pelo estudo de caso, por meio, especialmente, da análise de conteúdo das notícias produzidas pelo site da rádio.

A seguir, serão abordadas e explicadas as técnicas utilizadas para que essa análise seja possível.

7.1 O corpus

Levando em consideração a cidade de Veranópolis ter três rádios, nosso foco para a Tua Rádio Veranense surgiu a partir de uma observação preliminar entre o site da mesma e da rádio Studio, ambas situadas na cidade de Veranópolis.

O foco da análise foram as matérias que trouxessem informações relacionadas à Covid-19, além da frequência com que essas informações são transmitidas. Com base no levantamento e comparações feitas no período de uma semana, notamos que a Tua Rádio Veranense publicou, em média, 50 matérias relacionadas ao assunto, informando sobre formas de prevenção e divulgando dados da microrregião, enquanto a rádio Studio reuniu a metade do número de publicações feitas no mesmo período.

A Tua Rádio Veranense é bastante conhecida pela população da Terra da Longevidade que, há décadas, tem como costume ouvir rádio e informar-se durante suas atividades diárias, tanto de lazer, quanto de ofício. Desta forma, torna-se importante estudar e analisar a qualidade das matérias e notícias publicadas em seu site, considerando que as informações são as mesmas noticiadas pela rádio em sua grade de programação e consumidas pelos ouvintes quase diariamente.

Tendo em mente o momento de pandemia de Covid-19 que instalou-se no mundo em 2020, optou-se por ser feita a análise qualitativa das matérias veiculadas pelo site da Tua Rádio Veranense que tenham conteúdo relacionado à doença, durante a última semana dos meses de Abril, Junho e Agosto. Esse período bimestral nos pareceu interessante por imaginarmos que daria uma mostra da evolução do contágio ao longo do tempo, uma vez que a o desempenho da cidade em tornos de prevenção é um dos focos de interesse.

7.2 Pesquisa qualitativa

A respeito da abordagem da análise, será realizada com embasamento do método qualitativo, visto que números não são o foco e não serão significativos para a conclusão da análise, mas sim o conteúdo e a qualidade das matérias publicadas no site da Tua Rádio Veranense.

Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Nesse caso, as questões são estudadas no ambiente em que elas se apresentam sem qualquer manipulação intencional do pesquisador. A utilização desse tipo de abordagem difere da abordagem quantitativa pelo fato de não utilizar dados estatísticos como o centro do processo de análise de um problema, não tendo, portanto, a prioridade de numerar ou medir unidades. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70)

Portanto, a partir de análise qualitativa de matérias publicadas pelo site em datas específicas e pré-estabelecidas neste projeto, poderão ser respondidas as hipóteses levantadas acerca da qualidade das informações em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade.

7.3 Revisão bibliográfica

A revisão bibliográfica irá se amparar na construção da teoria apresentada e adotada no presente projeto, dando coerência e credibilidade à análise de matérias. Trata-se de conhecer e explorar o que já foi publicado e dito sobre o assunto em outras ocasiões, e pode apresentar-se em diversos formatos, desde revistas até teses.

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54)

Ou seja, a ideia consiste em consultar uma bibliografia variada e de autores que são referência no assunto abordado para que o resultado almejado seja alcançado de forma satisfatória.

7.4 Estudo de caso

O estudo de caso inclui planejamento, coleta e análise de dados e conclusão sobre o assunto, levando em consideração todo o processo envolvido. Essa forma de pesquisa exige uma análise primordial e objetiva sobre o assunto tratado.

É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada [...] São necessários alguns requisitos básicos para sua realização, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 60)

Levando em consideração o objetivo deste projeto, que é analisar a qualidade da informação em tempos de coronavírus na Terra da Longevidade, tendo por foco o site da Tua Rádio Veranense, o estudo de caso não poderia deixar de fazer parte da elaboração e estruturação do mesmo.

7.5 Análise de conteúdo

Laurence Bardin (1977, p. 95) estabelece a organização e divisão da análise de conteúdo em três fases. A pré-análise é a fase de planejamento, organização de materiais, criação de um plano de análise e conexão de ideias.

A segunda etapa é a exploração do material, ou seja, o início da análise do material previamente selecionado. “Se as diferentes operações da pré-análise foram convenientemente concluídas, a fase de análise propriamente dita não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas” (BARDIN, 1977, p. 101).

A fase final é a de tratamento e interpretação dos resultados obtidos na análise, de forma a obter-se a resposta para as hipóteses previamente elaboradas neste projeto.

O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas (BARDIN, 1977, p. 101).

No período de uma semana de meses distintos, o material será coletado para exploração e análise de conteúdo. Seguindo e obedecendo a ordem destas etapas, será possível interpretar os resultados alcançados e provenientes da análise de caso e obter as respostas necessárias.

8 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica é parte fundamental da estruturação da monografia, considerando que é a partir de títulos e autores renomados no assunto abordado que inicia-se a pesquisa aprofundada que irá amparar toda a teoria apresentada.

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de visão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 85).

Portanto, para compor a revisão bibliográfica da monografia a ser elaborada, foram previamente selecionados algumas obras que serão analisadas e servirão como sustentação para o desenvolvimento da mesma. Abaixo, encontra-se a lista dos títulos selecionados a serem estudados.

FERNANDES, José Carlos; LIMA, Myrian Regina Del Vecchio de. **Conexões entre o jornalismo hiperlocal e o jornalismo investigativo: algumas reflexões e observações.**

FERRARETTO, Luiz Artur. **Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos.**

GOMES, Adriano Lopes; SANTOS, Emanuel Leonardo dos. **O radiojornalismo em tempos de internet.**

GOMES; Emiliania Sofia. **Jornalismo de Saúde: Prevenir ou Remediar?**

KASEKER, Monica Panis; RIBASKI, Hellen Crisley. **Radiojornalismo e convergência: um estudo sobre potencialidades e possibilidades.**

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública.**

SANTOS, Julia Gonçalves Simões dos; CARVALHO, Juliano Maurício de; LOURENÇO, André Luís. **Jornalismo Hiperlocal na Era Digital: perspectivas práticas, conceituais e metodológicas.**

ZATTI, Kamila Chalmy. **A identidade regional contada nas páginas do Correio Riograndense.**

9 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

1. INTRODUÇÃO

2. METODOLOGIA

3. RÁDIO

3.1 HISTÓRIA DO RÁDIO

3.2 A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO NO MEIO RURAL

3.3 PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE

3.4 AS RÁDIOS NA ERA DA INTERNET

4. INFORMAÇÃO E SAÚDE PÚBLICA

4.1 JORNALISMO HIPERLOCAL

4.2 FAKE NEWS

5. ESTUDO DE CASO

5.1 A TERRA DA LONGEVIDADE

5.2 A TUA RÁDIO VERANENSE

5.2.1 ANÁLISE

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

7. REFERÊNCIAS

8. ANEXOS

9. APÊNDICES

10 CRONOGRAMA

ATIVIDADE	JULH	AGOS	SET	OUT	NOV	DEZ
Seleção das notícias para análise e leituras prévias	X					
Continuidade da redação do Capítulo 3 e leituras relacionadas		X				
Redação dos Capítulos 4 e 5			X			
Escrita da introdução, análise e considerações finais				X		
Revisão final e entrega da Monografia					X	
Banca de avaliação						X

REFERÊNCIAS

ABERT. **86% da população ouve rádio com frequência.** Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/26420-86-da-populacao-ouve-radio-com-frequencia>>. Acesso em: 26 mai. 2020.

ANDIFES. A importância da informação e da comunicação na pandemia de coronavírus - estratégias e promoção da saúde. **UFU.** Disponível em: <<http://www.andifes.org.br/ufu-a-importancia-da-informacao-e-da-comunicacao-na-pandemia-de-coronavirus-estrategias-da-promocao-da-saude/>>. Acesso em: 20 maio de 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <<https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitat%20e%20qualitat%20-%20IFES/Livros%20de%20Metodologia/10%20-%20Bardin,%20Laurence%20-%20An%C3%A1lise%20de%20Conte%C3%BAdo.pdf>>. Acesso em: 3 de junh. 2020.

IBGE. **Panorama.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/veranopolis/panorama>>. Acesso em: 8 abr. 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Coronavírus.** Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/>>. Acesso em: 14 abr. 2020.

O GLOBO. **Jornais e Tvs são os mais confiáveis na hora de informar sobre coronavírus, aponta Datafolha.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/jornais-tvs-sao-os-mais-confiaveis-na-hora-de-informar-sobre-coronavirus-aponta-datafolha-24322778>>. Acesso em: 11/05/2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de; **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 2 de julh. 2020.

APÊNDICE A

3.1 História do Rádio

Com a finalidade de transmitir informações rapidamente e de forma ampla, o rádio surgiu no Brasil no ano de 1922, levando informações através de ondas hertzianas a grandes massas de ouvintes ao mesmo tempo, sem precisar sair de casa. Para Gomes e Santos (2017) o conceito de falar para inúmeras pessoas ao mesmo tempo, sem que elas estivessem aglomeradas em um só lugar era inovador para a época e surpreendia os ouvintes.

Em 1916, o russo David Sarnoff passou a utilizar o nome “rádio” que surgiu através da semelhança da forma de comunicação do aparelho com a radiotelefonia, que também faz uso da transmissão de voz sem fios.

Considerado o pai do rádio brasileiro, o professor e cientista Edgard Roquette-Pinto inovou na forma de comunicar. Em 1923, juntamente com um grupo de pessoas que faziam parte da Academia de Brasileira de Ciências, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora radiofônica do país. De acordo com Ferraretto (2011), enquanto Roquette-Pinto lia os jornais pela manhã, circulava as notícias que iria ler e comentar mais tarde em seu programa. Para Gomes e Santos (2017, p. 18), “Roquette-Pinto era um idealizador que via no rádio uma possibilidade de mudança e de progresso para a sociedade brasileira”. Anos depois, sua maneira de informar seria aprimorada e daria início ao radiojornalismo atual.

Caracterizado pelo imediatismo e transformando-se em uma inovadora forma de comunicação, o aparelho passou a fazer parte da maioria dos lares e do dia-a-dia da elite do país. Conforme afirma Lia Calabre, “o rádio foi lançado no Brasil por um grupo de intelectuais que via no veículo a possibilidade de elevar o nível cultural no país” (2004, p.21). De acordo com Gomes e Santos (2017), o rádio proporcionava aos ouvintes a oportunidade de acompanhar as notícias da sociedade e do país instantaneamente, o que, na época, o jornal impresso não possibilitava, pois exigia que seu público soubesse ler e tivesse um elevado nível intelectual.

Ainda conforme Gomes e Santos (2017), inicialmente o rádio não conseguiu cumprir tal papel no país. Por ser um aparelho até então fabricado nos Estados Unidos, as transmissões radiofônicas não conseguiram alcançar as classes mais pobres da sociedade. Inicialmente o aparelho possuía um alto valor de custo que

apenas as famílias ricas poderiam bancar, visto que as famílias pobres mal tinham dinheiro para o próprio sustento e o rádio era considerado uma regalia.

Deparando-se com diversas tarifas para manterem-se no ar e sem nenhum patrocínio até então, as rádios eram sustentadas pelos ouvintes da alta sociedade, que em troca, apreciavam programações de seu interesse, como conferências literárias e músicas clássicas.

Com o passar dos anos, alguns fatores históricos iriam interferir no alcance do rádio sob a sociedade. No ano de 1929, a quebra da bolsa de valores de Nova York desencadeou uma crise mundial que, incentivado pelo então presidente da república, Getúlio Vargas, estimulou o Brasil para a industrialização e conseqüentemente para a produção dos aparelhos de rádio. A partir de então, as famílias pobres puderam ter acesso à programação radiofônica, já que o valor do aparelho diminuiria consideravelmente.

Segundo Ruy Castro (2019), em 1923 Edgar Roquette-Pinto definiu o rádio como:

É o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos — desde que o realizem com espírito altruísta e elevado (PINTO, 1923 apud CASTRO, 2019, 53).

Por ser uma rápida forma de comunicação e informação e ter se tornado um item comum na casa da família brasileira, segundo Gomes e Santos (2017), o rádio passou a despertar o interesse da classe política, que aliou-se à nova forma de comunicação para serem ouvidos. Para Caparelli, os governantes utilizam da comunicação para manipular a opinião pública:

A comunicação é transformada em instrumento dos governantes para atingir objetivos predeterminados e, submetida a pressões de todos os tipos, tem sua função dirigida pelo poder [...] porque é através dela que veiculam a propaganda política, buscando obter um consenso e legitimidade, não só através da força, mas também pela manipulação da opinião pública (CAPARELLI, 1986, p. 78-79).

Percebendo a força de transmissão que o rádio estava desenvolvendo perante a sociedade, Gomes e Santos (2017) afirmam que as autoridades delegaram as notícias mais importantes da época aos jornais impressos, já que eles só chegavam à parte da população que possuía o hábito de ler, enquanto o rádio comunicava à todas as classes sociais. Porém, com o passar dos anos, a população percebeu que

também poderia utilizar deste meio de comunicação que chegava à muitas pessoas, para exigir melhorias nas cidades e reivindicar seus direitos.

Devido aos avanços do meio de comunicação e na forma de transmissão, as rádios passaram a ser patrocinadas por empresas privadas e não mais por ouvintes. Desta forma, foi possível diversificar a programação, já que não havia mais a necessidade de agradar apenas a elite da sociedade.

Desta forma, os ouvintes tornaram-se parte da programação, pois não apenas ouviam o que as ondas sonoras transmitiam, mas participavam ativamente dela. Para Brecht, a colaboração do público faria do rádio o maior meio de comunicação:

O rádio deve ser transformado de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. A radiodifusão poderia ser o mais gigantesco meio de comunicação imaginável na vida pública [...] Assim seria, caso não fosse, apenas capaz de emitir, mas igualmente de receber. Em outras palavras: se conseguisse que o ouvinte não só escutasse, mas também falasse, que não ficasse isolado, mas em relação (BRECHT, 1973 apud CAPARELLI, 1986, p. 74).

Com o objetivo de alcançar todas as classes sociais do país concluído, para Kaseker e Ribaski (2015), entre 1930 e 1950 o rádio viveu a Era de Ouro. De acordo com Ferraretto (2011), iniciando neste mesmo período e durando até a metade de 1960, o rádio viveu a fase de difusão onde começou a transmitir conteúdos generalistas. Também conhecida como rádio-espetáculo, a programação era composta por humor, novelas, programas de auditório, noticiários e cobertura esportiva.

Já em meio à crise política e econômica que assolou o mundo no ano de 1940, o jornalismo ganhou espaço na programação radiofônica, e tinha como objetivo trazer informações de forma rápida e instantânea sobre a sociedade e economia, assim como informar sobre as tragédias e movimentos políticos e militares que faziam parte da Segunda Guerra Mundial.

Com o lema “Testemunha ocular da história” em 1941 nasce o Repórter Esso, programa jornalístico que deu o pontapé inicial no radiojornalismo no Brasil e tinha como compromisso firmado compartilhar informações em tempo real. Deixando de lado o formato criado por Edgard Roquette-Pinto, de ler as matérias publicadas primeiramente no jornal impresso e em seguida comentar sobre elas no programa, o Repórter Esso inovou ao apurar informações próprias e exclusivas, fazendo com que o ouvinte soubesse dos fatos no momento em que ocorriam.

Conforme Ferraretto (2011), baseando-se na proposta apresentada pelo Repórter Esso, de inovar na procura de notícias exclusivas que ainda não foram veiculadas no jornal impresso, em 1948 a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, criou um departamento específico para unificar e controlar a produção de seus noticiários. Por trás da direção e organização desta ideia, estava um aclamado locutor do Esso:

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 (MOREIRA, 2000, p. 33-34 apud FERRARETTO, 2011, p. 23).

Apesar da ideia e formato inovador de montar uma redação em um programa de rádio para a melhor produção, organização e edição das matérias, esta foi uma época escassa em termos de reportagens, pois devido à precária tecnologia, tornava-se praticamente impossível o registro de entrevistas e a transmissão diretamente do local do ocorrido.

Porém, as dificuldades encontradas na época não impediram o desenvolvimento e aprimoramento na forma de pensar e fazer radiojornalismo. Considerando o jornalismo prioridade em sua programação, a Emissora Continental, do Rio de Janeiro, formou, pela primeira vez na história da rádio brasileira, uma equipe de repórteres. A Emissora Continental, antiga Clube Fluminense, foi vendida e reinaugura com o novo nome em 1948, tendo Gagliano Neto como novo diretor. Conforme Ferraretto (2011), ao novo diretor foi atribuída a criação do formato música-esporte-notícia, privilegiando em seus quadros a informação e cobertura esportiva, popularizando a reportagem no meio radiofônico.

Ainda segundo Ferraretto (2011), a Rádio Jornal do Brasil AM, em 1980, se aproximou do modelo *all-news*, conhecido e popularizado nos Estados Unidos por transmitir apenas notícias ou reportagens 24 horas por dia. Este novo formato durou seis anos na emissora:

[...] em termos de profissionais, deveriam ser contratados os melhores do país, porque é preciso uma capacidade de trabalho e de improviso muito grande e de pessoas com habilidade de microfone se revezando no trabalho diário. Um investimento profissional muito grande para manter a rádio no ar nas horas que não fossem de pique no noticiário, porque o *all-news* deve se manter no ar independente de informações (MOREIRA, 1987, p. 115 apud FERRARETTO, 2011, p. 27).

Segundo Gomes e Santos (2017), atingindo uma grande massa, as rádios perceberam que diversificar sua programação era fundamental para manter a

audiência e conquistar mais espaço no dia-a-dia das pessoas, pois os ouvintes interessavam-se por vários assuntos abordados e não apenas um segmento.

O rádio é a mídia que as pessoas podem levar para qualquer lugar e aproveitar em todos os momentos do dia. Por isso, ela precisa informar ao cidadão sobre os fatos do cotidiano, relevantes para melhorar o dia a dia do ouvinte. Esses ouvintes, por sua vez, desejam que a programação seja diversificada e que atinja os seus interesses (GOMES; SANTOS, 2017, p. 37).

E dando aos ouvintes as informações que realmente lhes interessam, o cenário transforma-se. O rádio passa de um aparelho que toda a família possui na sala, para um acompanhante da rotina de cada pessoa, que pode ser transportado para o trabalho ou roda de amigos. Conforme Gomes e Santos (2017), diante disso, a missão do locutor radiofônico passa a ser muito maior: fazer com que a mensagem chegue ao destinatário de forma clara, sem ruídos ou má interpretações, considerando que os ouvintes estão desempenhando outras funções e também ouvindo a programação.

Naturalmente, alguns ouvintes interessavam-se por apenas uma variedade de notícia, como política, trânsito ou clima. Algumas emissoras então, passaram a transmitir exclusivamente o conteúdo que interessava a ouvintes seletivos:

Esse interesse particular do cidadão provocou uma revolução na cadeia de programação de muitas rádios. Muitas emissoras começaram a se especializar na produção de programas voltados para determinados públicos [...] (GOMES; SANTOS, 2017, p. 37).

Agora contando com as atualizações no meio, repórteres apurando fatos nas ruas e produção de notícias tornaram-se rotina no dia-a-dia dos radiojornais do país. Mas, obstáculo ainda fazia-se presente na vida dos repórteres: os aparelhos demasiadamente pesados, porém necessários, para que as entrevistas fossem transmitidas, necessitavam ser carregados por dois funcionários.

Com o passar dos anos e com o constante desenvolvimento na forma de comunicar, novas tecnologias surgiram, exigindo seu próprio espaço na sociedade e na casa das famílias. Uma das grandes invenções foi a televisão, que surgiu no Brasil em 1950 e abalou o mundo radiofônico, trazendo grandes perdas de profissionais que faziam parte da produção dos programas das emissoras, além de perderem patrocínios e publicidades, que encantaram-se com a nova tecnologia que impressionava ao acoplar som e imagens.

Devido ao surgimento da televisão em 1950 e a ameaça que ela significava ao rádio, houveram boatos de que a antiga forma de comunicar através de ondas hertzianas seria extinta.

A história está cheia de lamentáveis enganos sobre o rádio. Aqui mesmo no Brasil, a morte do veículo foi anunciada várias vezes. Em nenhuma foi apresentado o atestado de óbito. [...] O fato obrigou as emissoras de rádio a rever conceitos e a programação. Houve, na época, natural migração de verbas publicitárias e de profissionais para a TV. Grandes elencos de radioteatro e radionovela [...] ficaram fascinados pela imagem, assim como o público (JUNG, 2007, p. 50).

Segundo Gomes e Santos (2017), apesar das suposições, o rádio sobreviveu às inovações tecnológicas, reinventando-se e focando no jornalismo e no esporte, mantendo os ouvintes que interessavam-se por tais segmentos. Apostando nas informações instantâneas e acompanhando os fatos relevantes da sociedade, o radiojornalismo ganhou destaque e espaço nas programações, com o intuito de preparar-se para concorrer com a televisão ou qualquer outra inovação tecnológica que o ameaçasse. Além disso, um padrão foi adotado para informar e situar os ouvintes sobre o momento:

Um dos efeitos da televisão sobre o rádio foi o de transformá-lo de um meio de entretenimento numa espécie de sistema nervoso da informação. Notícias, hora certa, informações sobre o tráfego e, acima de tudo, informações sobre o tempo agora servem para enfatizar o poder nativo do rádio de envolver as pessoas umas com as outras (MCLUHAN, 2007, p. 334).

Com o surgimento da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) em 1965, foi possível conectar várias regiões do Brasil, para que, através de satélites, acontecessem transmissões do radiojornal ao vivo, diretamente do local dos fatos.

No ano de 1970, as emissoras decidiram investir em novas tecnologias para facilitar a captura e transmissão de informações através do lugar em que os fatos ocorriam. Gravadores portáteis e unidades móveis providas de radiocomunicação para facilitar as transmissões externas, agora faziam parte da rotina do repórter que já não precisava mais carregar equipamentos pesados para executar sua função.

3.4 As rádios na era da internet

Desde o seu surgimento no Brasil, no ano de 1922, o rádio passou por inúmeras transformações e reinventou sua forma de informar para preservar seu espaço no cotidiano do ouvinte, percebendo que outras formas modernas e atrativas de comunicar estavam surgindo.

No seu surgimento, o rádio era considerado uma das maiores tecnologias já inventadas pelo homem na área da comunicação. A ideia de falar ao mesmo tempo para uma multidão, sem que essas pessoas estivessem no mesmo ambiente, impressionava [...] (GOMES; SANTOS, 2017, p. 46).

Apesar das várias suposições de que o rádio seria extinto devido à invenção da televisão, o meio de comunicação mostrou-se disposto a batalhar e mudar sua forma de fazer informação para sobreviver ao momento de inovações tecnológicas.

Com o passar dos anos, essas inovações passaram a ser frequentes, fazendo com que o rádio buscasse incessantemente por evolução e novidades. Consequentemente, com as modificações e aprimorações constantes nos meios de comunicação, o tradicional rádio temia pelo seu futuro. “É impossível falar sobre o avanço do radiojornalismo no Brasil sem falar sobre o desenvolvimento do rádio diante das várias barreiras que surgiram” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 46).

Uma das tecnologias que surgiu para inovar a forma de comunicar e buscar informações de forma imediata, é a internet, que como proposta, oferece rapidez e praticidade. “A internet surgiu com uma proposta de revolucionar o campo da pesquisa e da informação” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 53).

Considerada, a princípio, concorrente do rádio por serem comparados em seu formato de obter informações imediatas, a internet mostrou que nasceu com um propósito diferente: auxiliar os meios de comunicação na obtenção rápida de informações. “As novas tecnologias ajudam nas mais diversas formas de produção de notícias, que estão à disposição da sociedade para acessarem a qualquer hora do dia” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 32).

Com o passar dos anos o rádio entendeu que essa nova tecnologia poderia ser usada a seu favor. A forma de produzir conteúdo aprimorou-se e tornou-se constante, conseguir informações sobre fatos importantes na hora em que estão acontecendo foi um fator fundamental e facilitador para o rádio manter-se atualizado.

[...] o radiojornalismo se desenvolveu e descobriu na evolução dos meios de comunicação, técnicas de aprimoramento e de obtenção de informações de forma mais rápida, prática e acima de tudo com a credibilidade devida ao jornalismo (GOMES; SANTOS, 2017, p. 58).

Uma tecnologia somaria a outra e conseqüentemente, nenhuma se anularia. “Na segunda metade dos anos 1990, emissoras voltadas ao jornalismo passaram a disponibilizar seu sinal na rede mundial de computadores” (FERRARETTO, 2011, p. 33). Dessa forma, as emissoras poderiam possibilitar que pessoas do mundo todo ouvissem sua programação.

O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse momento, é o veículo que mais se beneficiou com a internet. Aumentou o alcance e proporciona facilidades, à medida que o som ‘baixa’ com maior rapidez se comparado à imagem, além de não exigir a atenção do internauta que, enquanto ouve o programa, pode continuar navegando (JUNG, 2007, p. 66).

Transformando-se em um espaço de junção entre todas as mídias e distribuição de conteúdo oferecido pelas mesmas, a internet manifestou determinação em auxiliar e aperfeiçoar a produção de informações de forma instantânea e prática. “Com o passar dos anos, a internet mostrou que não veio para destruir os demais meios de comunicação, mas sim para englobá-los em um único espaço” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 55).

Com o rádio acompanhando o desenvolvimento e evoluções tecnológicas, o radiojornalismo tornou-se o foco de inúmeras emissoras que compreenderam que o formato atraía a atenção da sociedade, mas anteriormente tinham dificuldades em produzir reportagens devido à precariedade tecnológica da época. Apurar a notícia ficou mais fácil na era da informação tecnológica. “O acesso rápido às notícias, disponibilizada pela internet, sobre o que acontece no mundo favorece o trabalho dos jornalistas” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 67).

O celular, popularizado no Brasil em 1990, também fez parte das tecnologias essenciais para que o radiojornalismo brasileiro evoluísse e ganhasse espaço no cotidiano dos cidadãos que ansiavam por notícias quentes e completas.

Produzir reportagens passou a ser prático. Não eram mais necessários dois funcionários para carregar os equipamentos até às ruas, todas as informações necessárias para iniciar a produção de uma matéria radiofônica eram facilmente encontradas em apenas um *click*.

Atualmente, o uso de celular e internet por repórteres e âncoras tornaram-se habituais para que haja sincronia imediata de informações e interatividade com o ouvinte que questiona, sugere, informa e comenta sobre os fatos noticiados na programação.

O radiojornalismo passa por mudanças provocadas pela substituição dos meios técnicos analógicos para os de tecnologia digital. Um dos mais importantes foi o uso do celular pelos jornalistas para a transmissão de notícias a partir do local do acontecimento. [...] Essa tecnologia [...] tornou o jornalismo de rádio diário 'mais quente' em relação aos demais. A cultura do 'ao vivo', presente na era analógica, foi reforçada. Trouxe o caráter de antecipação da informação em relação ao jornal e a TV. Por outro lado, fortaleceu o formato de radiojornalismo calcado nos gêneros notícia, reportagem e entrevista (BIANCO, 2004, p. 5).

Com o auxílio do celular e da internet, o repórter tornou-se autônomo. A qualquer instante ele está preparado para entrar ao vivo, gravar sonoras com entrevistados, de onde quer que esteja, em tempo real. “Essas facilidades tecnológicas tornaram a internet uma das maiores parceiras do radiojornalismo” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 62).

A partir dessas facilidades decorrentes das novas tecnologias, o rádio tornou-se multiplataforma. Ou seja, passou a informar em diversos suportes e formatos. A criação de sites e portais para as emissoras mostrou-se um amparo fundamental para a evolução e destaque do radiojornalismo em tempos de crescente popularização da internet.

Enquanto os demais meios de comunicação detêm-se à uma única plataforma para informar, o rádio juntou-se a *web* e agregou som e voz a textos, imagens, vídeos e atualização constante de notícias, na medida em que ocorrem.

Trata-se da fase de convergência (de meados da década de 1990 até a atualidade), na qual as emissoras de rádio, além de buscarem a disponibilização de seu sinal em outros suportes que não o meramente hertziano [...] começam a oferecer conteúdos adicionais: de arquivos de áudio a material que extrapola o sonoro, como fotografias, textos e vídeos; tudo, é claro, utilizando como base a rede mundial de computadores (FERRARETTO, 2011, p. 20).

O rádio expandiu-se e aliou-se à todas ferramentas digitais que surgiram no decorrer dos anos. Acompanhou as evoluções, sobreviveu às ameaças e soube posicionar-se diante de diferentes cenários e públicos.

Outra ferramenta que visa o conforto do ouvinte é a opção de armazenamento de áudios dos programas no próprio site, para que o assunto de interesse possa ser

ouvido quando e onde quiser. “As novas mídias surgem, não para destruir as já existentes, mas para que essas possam se aperfeiçoar e encontrar um novo caminho para o desenvolvimento” (GOMES; SANTOS, 2017, p. 57).

Com tantas maneiras distintas de estar à par da programação das rádios, seja de forma falada ou escrita, o ouvinte demonstrou mudanças em seu comportamento. Anteriormente, seus contatos com as emissoras eram unicamente para cobrar mudanças na comunidade, hoje, são para dar sugestões, questionamentos e informar sobre fatos de relevância aos cidadãos. Esse contato pode dar-se de várias maneiras: por aplicativos de mensagens, áudios de voz, *e-mail*, redes sociais e sites das emissoras.

O grande resultado da evolução do radiojornalismo foi a interação com o ouvinte. A interatividade faz com que o ouvinte sinta-se parte da equipe e contribua constantemente para a atualização de notícias de seu interesse.

O radiojornalismo na internet apresenta ao ouvinte uma interatividade, que não é vista nos rádios convencionais. Ao ouvir um jornal pela internet o cidadão pode ler alguma outra informação que a emissora postou no site a respeito da notícia, muitas emissoras exibem vídeos capturados sobre o fato para dar ao ouvinte, que acaba se confundindo com leitor e espectador, uma noção mais abrangente sobre a notícia (GOMES; SANTOS, 2017, p. 63).

Nasce aí um novo profissional de radiojornalismo, multifuncional e multimídia, que produz conteúdo para diferentes plataformas e adapta a informação transmitida pelo rádio para textos e fotos. “O rádio recorre a quase todos os recursos tecnológicos: a internet, as mídias sociais Facebook, *Twitter*, chats, aplicativos de smartphones e WhatsApp. Trata-se de um novo ambiente, com um público mais participativo, exigente e interativo” (KASEKER; RIBASKI, 2015, p.3).

REFERÊNCIAS

BIANCO, Nelia R. Del. **Radiojornalismo em mutação na era digital**. In: Encontro dos núcleos de pesquisa da Intercom, 4., 2004. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>>. Acesso em: 3 junh. 2020.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1986.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos**. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2011, p. 17-41. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/282120113_Radiojornalismo_no_Brasil_d_o_noticiario_a_convergencia_alguns_fragmentos_historicos> Acesso em: 3 de junh. 2020.

GOMES, Adriano Lopes; SANTOS, Emanuel Leonardo dos; **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal: EDUFRN, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/22872/3/O%20radiojornalismo%20em%20tempos%20de%20internet.pdf>> Acesso em: 3 de junh. 2020.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

KASEKER, Monica Panis; RIBASKI, Hellen Crisley; **Radiojornalismo e convergência: um estudo sobre potencialidades e possibilidades**. Revista de Estudos da Comunicação. Curitiba, v. 16, n. 41, p. 264-279, set./dez. 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/324622903_Radiojornalismo_e_converge_ncia_um_estudo_sobre_potencialidades_e_possibilidades> Acesso em: 3 de junh. 2020.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

CASTRO, Ruy. **Metrópole à beira-mar: O Rio moderno dos anos 20**. 1 ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2019.

