



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

ÍTALLO RODRIGUES ANTKIEWICZ
LUIZ EDUARDO GARCEZ CARVALHO

RADIODOCUMENTÁRIO
RÁDIO E TV EM GOIÁS: A PANDEMIA ESTÁ NO AR

GOIÂNIA-GOIÁS

2021

ÍTALLO RODRIGUES ANTKIEWICZ
LUIZ EDUARDO GARCEZ CARVALHO

RADIODOCUMENTÁRIO
RÁDIO E TV EM GOIÁS: A PANDEMIA ESTÁ NO AR

Relatório técnico de pesquisa apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GOIÁS) como requisito para conclusão do curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

**PROFESSOR ORIENTADOR: LUIZ ALBERTO
SERENINI PRADO**

GOIÂNIA-GOIÁS
2021

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em ____/____/____ para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Banca Examinadora:

Prof. Me. Luiz Alberto Serenini Prado

Orientador

Profª Sabrina Moreira de Moraes Oliveira

Examinadora Convidada

Mariani Alexandre Ribeiro

Examinadora Convidada

SUMÁRIO:

1 – INTRODUÇÃO	7
2- A MÍDIA SONORA E O RÁDIO NO BRASIL.....	8
3 – COMO AS MÍDIAS LIDARAM COM AS PANDEMIAS	11
4- O JORNALISMO NO RÁDIO E SUA INSTANTANEIDADE.....	14
5- O RÁDIO E SUA ADAPTAÇÃO AOS MEIOS DIGITAIS.....	16
6- A COBERTURA DA PANDEMIA NO RÁDIO E NA TV EM GOIÁS.....	19
7- FAKE NEWS E O IMENSO PODER DA DESINFORMAÇÃO.....	21
8- SOBRE O RÁDIODOCUMENTÁRIO.....	23
8.1- Os múltiplos tipos de rádiocumentário.....	27
9- O RÁDIODOCUMENTÁRIO “A PANDEMIA ESTÁ NO AR”	28
9.1- Pré-roteiro do rádiocumentário.....	29
9.2- Roteiro final.....	30
MEMORIAL.....	39
METODOLOGIA.....	40
CONCLUSÃO.....	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43

RESUMO

“Rádio e TV em Goiás: A pandemia está no ar” é um projeto rádiocumental ao qual possui como intuito transmitir ao ouvinte as mudanças e obstáculos que a pandemia de COVID-19 possibilitou aos jornalistas na tentativa de passar informação ao público.

O trabalho irá trazer depoimentos de profissionais das duas áreas e enfatizar os transtornos que o vírus causou no mercado jornalístico e os esforços da imprensa pra continuar trazendo a notícia ao ouvinte e o telespectador, abordando questões como home office, fake News e desinformação, e principalmente o ponto de vista do jornalista que está na linha de frente da notícia, na tentativa de contribuir para a valorização de uma imprensa comprometida com a verdade.

Palavras-chave: Jornalismo, TV, rádio, pandemia, novo coronavírus.

ABSTRACT

“Radio and TV in Goiás: The pandemic is in the air” is a radio documental project which aims to transmit to the listener the changes and obstacles that the COVID-19 pandemic made possible for journalists in an attempt to convey information to the public.

The work will bring testimonials from professionals from both areas and emphasize the inconvenience that the virus caused in the journalistic market and the efforts of the press to continue bringing the news to the listener and the viewer, addressing issues such as home office, fake News and misinformation, and especially the point of view of the journalist who is at the forefront of the news, in an attempt to contribute to the appreciation of a press committed to the truth.

Key Words: Journalism, TV, radio, pandemic, new coronavirus.

1- INTRODUÇÃO

Durante toda a sua existência, o jornalismo sempre exerceu o papel de informar e dar voz a comunidade através de informações contundentes e livres de fake News, o qual fez com que o mesmo acabasse sendo de extrema importância num momento em que a imprensa é tão bombardeada. Durante uma pandemia global, os jornalistas enfrentaram muitos obstáculos e um comprometimento maior com a informação por se tratar de um assunto de saúde, porém, isso não foi motivo para não deixar de ajudar o povo a tomar as melhores decisões quanto ao bem-estar de todos.

Desde o início da epidemia global de Covid-19, o trabalho jornalístico sempre esteve entre os serviços essenciais durante a crise sanitária, e assim como os médicos e enfermeiros, os jornalistas também estiveram na linha de frente para combater o vírus, só que como forma de informar o público o qual ficou isolado em suas casas. Esses profissionais desempenharam papéis importantes no período pandêmico e deram destaque a toda mídia televisiva e radiofônica.

Partindo para uma produção jornalística, a pesquisa realizada por seus integrantes pretende mostrar as transformações alcançadas pelos profissionais de jornalismo durante a pandemia e todos os inúmeros trabalhos que os capacitados tiveram para colocar material no ar, abordando a cobertura dos conglomerados de mídia em Goiás.

Problema de pesquisa - pergunta problema:

Qual foi o papel desempenhado pelo rádio e a TV na cobertura da pandemia de coronavírus?

Objetivo geral e específico:

Analisar a cobertura dada ao tema pelos veículos de comunicação em Goiás.

Justificativa:

Mostrar as mudanças ocorridas com as emissoras de rádio e televisão em Goiás, e os desafios que passaram para informar o espectador a respeito da pandemia de COVID-19.

2- A MÍDIA SONORA E O RÁDIO NO BRASIL

Era 7 de setembro de 1922 e o Brasil comemorava o seu centenário da independência. Uma boa ocasião para que houvesse um acontecimento marcante para a data. Assim aconteceu com a primeira transmissão oficial de rádio no país. Na ocasião, o presidente Epitácio Pessoa foi o responsável ao iniciar os trabalhos da radiotelegrafia no país e ao mesmo tempo, Roquette Pinto, médico pesquisador de radioeletricidade, acabou gostando das transmissões e convenceu a Academia Brasileira de Ciências a investir na futura emissora PRA-2, que pouco tempo depois viria a se tornar Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A estação começou a funcionar pra valer só em 20 de abril de 1923, quatro anos depois de o mundo ter passado pela gripe espanhola, considerada por muitos a pior pandemia que o mundo já sofreu.

Numa época em que o rádio estava engatinhando no Brasil e em várias partes do mundo, o jornal impresso era o principal veículo de comunicação privilegiado de discussão pública sobre a gripe espanhola ou gripe de 1918, que chegou a durar até 1920. Os jornais relatavam o novo comportamento da sociedade perante a pandemia, traziam dados sobre mortos e infectados, além de debates com médicos e políticos e dicas sobre como se prevenir contra a doença.

Apesar da importância da imprensa nesse período, mais de 65% da população era analfabeta e provavelmente, não tomava conhecimento do debate político que era realizado sobre a “gripe espanhola” que eram veiculados nos jornais (BRAGA & MAZZEU, 2019).

Poucos anos depois do advento da gripe espanhola, mais precisamente entre 1923 e 1924, a radiodifusão começava a tomar conta do Brasil e outras emissoras entraram em operação. Dentre elas estavam a Sociedade Rádio Pelotense em Pelotas - RS, a Rádio Clube do Pará em Belém, Rádio Clube de

São Paulo e a Rádio Clube de Ribeirão Preto - SP, considerada a primeira emissora situada em uma cidade do interior, marcando um momento de ampliação das atividades radiofônicas pelo território.

Logo nos primeiros anos, o jornalismo já tomava conta do meio, isso porque Roquette Pinto foi o responsável pela criação do primeiro jornalístico radiofônico, era o Jornal da Manhã, o pioneiro do jornal falado. Diariamente, o âncora trazia as notícias mais relevantes do jornal impresso aliado a comentários e opiniões. Entre 1925 e 1926 a Rádio Sociedade consolidou o formato e o tempo do noticiário foi ampliado para os horários da tarde e da noite, sempre se alimentando das manchetes dos impressos.

Já naquele tempo era bem comum ler notícias recortadas dos grandes jornais do Brasil, mas por causa deste fator, os jornalísticos eram bem limitados e as informações acabavam chegando as emissoras com atraso, pois naquele tempo os materiais eram 100% colhidos dos impressos e as estações ainda não contavam com repórteres, só locutores.

Porém, foi só nas décadas de 30 e 40 que as emissoras se aperfeiçoaram em equipamentos e profissionais e criaram programas com base em notícias de agências internacionais, e através da solidificação dos chamados radio jornais, Repórter Esso e Grande Jornal Falado Tupi fizeram grande sucesso ao público e foram fundamentais no papel de construção da mídia sonora no país.

Nesse mesmo período, iniciava-se a época de ouro do rádio no Brasil, as notícias eram produzidas por agências internacionais como a UPI – United Press International e elas mesmas determinavam suas formas, estruturas e tópicos. Esse projeto foi muito utilizado na época de ouro do rádio nos Estados Unidos e o tipo de jornalismo que estas agências plantavam na imprensa brasileira é assim descrito por Marcos Dantas (1996):

Essas agências internacionalizaram um tipo de jornalismo, então nascente nos Estados Unidos e na Europa, que dá importância ao imediato, ao extraordinário, ao sensacional, ao superficial, ao bizarro, ignorando a articulação dos fatos, os processos sociais, as diferenças culturais e históricas entre os povos; é o jornalismo definido como fait-divers (DANTAS, 1996, p. 42).

Ao adotar o formato noticioso americano, o rádio brasileiro ganha um fervor dando preponderância a temas internacionais, pois na época, estes chegavam em maior quantidade as emissoras através de telegramas enviados pelas agências e além disso, o gênero de notícia acabava-se tornando predominante nas estações por causa dos jornais falados, as estações possuíam programas com enfoque bastante informativo e obtinham como fontes na época os próprios telegramas, fora os jornais impressos.

Rádios All News só com notícias, e talk & News com informação, entrevistas e um toque de informalidade surgiram como opções de novos formatos para o público. Esses gêneros se mostraram diferentes ao modelo esporte-música-jornalismo e bem rápido começaram a fazer sucesso em emissoras de estilo FM, surgindo pela primeira vez em 1965 com a rádio Wins em Nova York e ampliado em 1980 com a chegada da NBC News e seus informativos de 20 minutos. No Brasil, esse projeto chegou em 1991 com a Central Brasileira de Notícias (CBN) e foi acrescido em 2005 com a criação da BandNews FM nos mesmos moldes da NBC, através de notícias a cada 20 minutos.

Com o passar do tempo, o rádio brasileiro viveu momentos de mudanças políticas, econômico-mercadológicas, sociais, além de ter ganhado importância no dia a dia e até no cenário político. Ao mencionar os projetos políticos populistas e nacionalistas no Brasil e em diversos locais da América Latina, Doris Fagundes Haussen (2004) destaca:

As novas tecnologias daquele momento, o rádio e o cinema, tornaram possível a emergência e a difusão de uma nova linguagem e de um novo discurso social: o popular massivo. Essas tecnologias de comunicação tiveram, assim, a sua relação com a cultura mediada por um projeto estatal de modernização político, mas, também, cultural. (HAUSSEN, 2004, p. 51)

No âmbito da notícia, “cada vez mais, as pessoas vão precisar ser informadas em tempo real sobre o que está acontecendo, no lugar em que se encontrem, sem paralisar as suas demais atividades ou monopolizar a sua atenção para receber esta informação (MEDITSCH, 2001, p. 5)”.

3- COMO AS MÍDIAS LIDARAM COM AS PANDEMIAS

Seja por conta dos vários tipos de Influenzas ou até mesmo a própria Covid-19, as pandemias sempre tiveram espaço nos meios midiáticos. Estes assuntos tomam conta de reportagens, por meio de informações com muita necessidade, no objetivo de repassar ao público tudo a respeito daquela doença. Na maioria das vezes, ainda mais nas pandemias de H1N1 e de coronavírus, as informações eram sobre uso de máscaras, lavagem de mãos, casos suspeitos e confirmados, testes de infecção, mortes e curados. Fora isso, também entravam na pauta assuntos positivos, divulgação de dados, tabelas, vacinas e desenvolvimento de tecnologias para o combate aos vírus, o que nesses casos, fez com que a imprensa cumprisse o seu dever de informar ao povo a respeito de um possível problema de saúde pública, alertando-os sobre os riscos da disseminação da doença.

Nestes tempos, o jornalismo se mostrou ainda mais significativo, principalmente ao tratar das ações dos cidadãos frente a um vírus que pouca gente conhece. Segundo Schulz (2020), a pandemia do coronavírus reforçou também a relevância das informações a nível local e regional, porque as pessoas precisam saber sobre a sua localidade e as iniciativas dos governos que podem ter um direcionamento distinto das diretrizes nacionais.

Entre os anos de 2020 e 2021, o consumo de mídias foi especialmente intensificado no Brasil e no mundo. Por dois motivos mais evidentes: o interesse pela atualização das notícias e o fato de as pessoas terem ficado mais tempo em casa, devido ao avanço da pandemia e a necessidade de quarentena. Para manter-se informada sobre a pandemia de Covid no Brasil, a população buscou, como nunca, notícias veiculadas sobretudo através de TV e rádio. Este aumento está associado diretamente ao isolamento social. Segundo Giovana Alcântara, diretora comercial da Kantar Ibope Media, em reportagem publicada no site www.acontecendoaqui.com.br, acessado em 27 de março de 2021:

Em média, os indivíduos estão assistindo 41 minutos a mais de TV durante a semana e 1h26 nos finais de semana. Essa evolução é percebida em vários perfis de público e gêneros de programação, com destaque para o jornalismo: 79% da população considerem a TV o meio mais confiável para obter informações sobre o coronavírus. (ALCÂNTARA, 2020).

Com isso, a epidemia de coronavírus incentivou o jornalismo em muitos países, incluindo o Brasil. O trabalho dos jornalistas foi bem recebido pela sociedade, em um momento em que as mentiras nas redes sociais colocaram em risco a saúde e a vida das pessoas, com a informação correta veiculada pela mídia transmitindo confiança aos espectadores. Diante de uma leva muito grande de fake news, propagada na maioria das vezes por Facebook, Instagram e Twitter, as emissoras tinham dado mostras diárias de espírito público, mostrando a competência de um verdadeiro jornalismo empenhado.

E naquele momento tão delicado, que todos encontraram algo em quem valia a pena confiar, incluindo informações. Como mídia tradicional, a radiodifusão conta com sua agilidade, credibilidade e interatividade para fortalecer seu posicionamento de referência com jornalistas que se dedicam em passar informação com qualidade. Segundo Lopes:

A informação - bem mais precioso desta era de globalização, digitalização e convergência tecnológica - tem ganhado novos suportes possibilitando, sobretudo, uma mudança de paradigmas na maneira como as pessoas produzem e buscam conteúdo noticioso na atualidade. (LOPES, 2010, p. 2)

Aliado a isso, o consumo de veículos de comunicação registrou crescimento de forma redundante. No Brasil, o Datafolha revelou em levantamento realizado em 18 de março de 2021, que 61% das pessoas confiaram nas informações sobre a crise veiculadas por emissoras de TV e de acordo com o “Inside Rádio 2020”, da Kantar Ibope Media, 75% das pessoas mantiveram ou aumentaram o tempo de escuta de rádio e 17% indicaram ouvir muito mais após a adoção das medidas de isolamento social.

Isso prova que no combate à pandemia, a radiodifusão tinha desempenhado um papel estratégico. Em termos de cobertura no Brasil, o rádio e TV acabaram sendo veículos de mídia que qualquer pessoa pode consumir, incluindo analfabetos e pessoas em áreas remotas. Em leitura no www.poder360.com.br acessado em 27 de março de 2021 Nery argumenta:

Estamos nos reinventando. Temos sido mais produtivos. Estamos produzindo conteúdo com qualidade técnica, frequentemente gravando imagens das fontes sem tirá-las de casa ou, mesmo em entrevistas

presenciais, preservando a segurança de todos ao garantir as medidas de prevenção e o distanciamento recomendado pelas autoridades de saúde. (NERY, 2020)

Mas isso não foi novidade na imprensa do século XXI. Em 2009, o mundo foi devastado pela pandemia de influenza A H1N1, detectada no México no início daquele ano. Naquela ocasião, a mídia tanto no Brasil quanto no exterior passou a relatar fatos a respeito da doença, prevenindo o povo sobre a possibilidade de a gripe se tornar algo maior. No Brasil, boletins atualizados e programas jornalísticos mencionando aumento de casos, internações e mortes, foram essenciais na tentativa de passar informação ao público sobre aquilo que estava ocorrendo. Segundo Bertucci (2009, p. 230), “as questões que surgem na mídia em 2009 parecem ecos das falas de leigos e doutores que viveram em 1918, quando a devastadora epidemia de gripe espanhola ou influenza espanhola vitimou o planeta”.

Tanto na H1N1 quanto no coronavírus, a comunicação foi usada para fazer campanhas de conscientização, informar a situação epidemiológica e dar visibilidade às atitudes promovidas por órgãos governamentais e terceiros como meio de passar segurança à população e assim evitar um estado de pânico. Nery argumenta que:

Ainda que muitos de nossos profissionais estejam trabalhando em regime de home office, conciliando o ambiente familiar com as tarefas do trabalho, o que percebemos é muito foco e assertividade. (NERY, 2020)

Por meio da TV e do rádio, mensagens de cuidado e sintomas foram e ainda estão sendo importantes como fonte de informação, utilidade pública e prestação de serviço para o espectador, desempenhando essencialidade para prevenir a desinformação e as notícias falsas, contribuindo para um bom jornalismo.

4- O JORNALISMO NO RÁDIO E SUA INSTANTANEIDADE

É fundamental que se leve em conta como o rádio possui características determinantes para os dias de hoje. A rapidez, a agilidade, a flexibilidade, a comunicação direta com o ouvinte, a descontração e o contato com a cultura popular são peculiaridades próprias e mais acentuadas dessa mídia que devem ser absorvidas pelo olhar da comunidade.

As particularidades que o rádio possui como um veículo de comunicação popular fazem com que o mesmo seja parte do processo de transmissão da informação, podendo este ser evidenciado como o seu atributo número um: ele passa com mais agilidade e dinamismo do que internet, impresso e televisão juntos. Segundo Beltrão:

O rádio foi o primeiro dos meios de comunicação de massa que deu imediatismo à notícia devido à possibilidade de divulgar os factos no exato momento em que ocorrem. Permitiu que o Homem se sentisse participante de um mundo muito mais amplo do que aquele que estava ao alcance dos seus órgãos sensoriais: mediante uma ampliação da capacidade de ouvir, tornou-se possível saber o que está a acontecer em qualquer lugar do mundo (BELTRÃO, 1968, p.37).

Entre todos os veículos comunicacionais de massa, o rádio é sem dúvida o de maior sucesso e alcance geral, o que na maioria dos casos, torna-se o único meio de informação para populações de regiões afastadas onde a web, o impresso e a TV passam longe de chegar. De acordo com Beltrão:

Este status foi alcançado por dois fatores congregados: o primeiro, de natureza físico-psicológica - o facto de ter o Homem a capacidade de captar e reter a mensagem falada e sonora simultaneamente com a execução de outra atividade que não a especificamente receptiva; o outro, de natureza tecnológica - a descoberta do transistor (BELTRÃO, 1968, pp.112-13).

Uma das grandes vantagens da rádio sobre o jornalismo impresso é que, além de informar, diverte e, fora isso, tem também a questão do baixo custo. Segundo Gisela Swetlana Ortriwano (1985, p. 79), "(...) em comparação à televisão e aos veículos impressos, o aparelho receptor de rádio é o mais barato, estando sua aquisição ao alcance de uma parcela muito maior da população".

De alguns anos para cá, as conexões comunicativas do indivíduo foram se tornando cada vez mais objetivas, diretas e rápidas, e o rádio sempre esteve

à frente por conta de sua rapidez e fácil entendimento da mensagem. Walter Sampaio no livro “Teorias do Rádio, Textos e Contextos”, destaca que o radiojornalismo:

Intrinsecamente coloca o ouvinte dentro daquela história que passa, no momento exato em que está passando e, extrinsecamente, abre-lhe a alternativa de acompanhá-lo. (...). Não importa sequer, que essas notícias, pela sua instantaneidade, sejam, caracteristicamente, matéria de rápido consumo. (MEDITSCH, 2008, p. 37).

No que se diz respeito à linguagem, Walter Sampaio, em um dos tópicos do livro “Teorias do Rádio, textos e contextos”, dos organizadores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto diz que “linguagem coloquial no radiojornalismo nada mais é do que a linguagem do cotidiano, isto é, a linguagem oral em oposição à escrita” (2008, p. 42). Além de tudo, segundo Milton Jung:

Não podemos confundir a simplicidade da linguagem do rádio com discurso pobre, frágil e rasteiro. “Ser simples, claro e objetivo é usar linguagem coloquial, sem vulgaridade. É falar e escrever de forma que o ouvinte entenda de imediato”. Isso que o autor aponta é de total relevância, haja vista que o público desse meio de comunicação em questão captará a informação uma única vez, não podendo relê-la, como faz com os meios impressos. (JUNG, 2004, p. 62)

Nos tempos de hoje, é importante observar que a notícia objetiva e narrada de maneira simples ajuda para que a informação seja compreendida pelo ouvinte e assim, possa alcançar o imediatismo do rádio. No rádio, os fatos podem ser transmitidos no momento em que acontece. Por isso, a rapidez e a instantaneidade são as características básicas do radiojornalismo.

Através desses fatores, o rádio tem se fortalecido no cenário da comunicação e vem ganhando espaço até mesmo nos próprios aparelhos celulares, que já se tornaram indispensáveis a milhares de indivíduos. Pelo celular passou a ser transmitido também jornalismo (notícias e prestação de serviços), música e esporte (entretenimento), proporcionando uma gama de variedades para a pessoa que está em movimento e não pode ficar sem um bom conteúdo ao longo do dia. Mais uma vez, e sempre em alta velocidade, o rádio se adaptava às novas soluções tecnológicas.

5- O RÁDIO E SUA ADAPTAÇÃO AOS MEIOS DIGITAIS

O consumo da mídia nos últimos anos, tem passado por mudanças no universo tecnológico ao qual a sociedade está encaixada. A partir disso, especificamente no rádio, adaptar as transmissões, levando para as mais diferentes plataformas, com a finalidade de abranger uma audiência maior, tem sido a estratégia de número um das emissoras para não perder público.

Aquele que ouve o tal do rádio, pode estar fazendo o que for, que mesmo assim vai acompanhar um conteúdo de qualidade e o qual seja capaz de agradar. O alcance do veículo é bastante grande, consegue ser local, nacional e mundial, chegando até em lugares mais remotos. Beltrão (1968) resume detalhadamente:

A rádio é um veículo de alcance universal, que pode levar a sua mensagem a qualquer parte do globo, no mesmo instante unindo populações antípodas - o rádio, entretanto é de natureza eminentemente regional, quanto à sua principal audiência (BELTRÃO, 1968, p. 114).

Através da vinda de novos aparelhos eletrônicos como os smartphones e os tablets, e os aparelhos de som dos carros, o rádio acabou se transformando em um instrumento compacto e fácil de levar para qualquer lugar, permitindo uma maior mobilidade. Além disso, é que mesmo com o tradicional modelo AM e FM, os meios radiofônicos absorveram as tecnologias as quais seriam as supostas responsáveis pela sua extinção. Neuberger (2012) enfatiza isso em uma contundente análise sobre como o rádio tem se comportado na era de convergência das mídias.

Como se nota, o rádio está sempre buscando novas saídas para as dificuldades que vão surgindo ao longo dos seus quase 90 anos de existência no Brasil. Quando se pensa que não há mais sobrevivida para o veículo, ele ressurgiu das próprias tecnologias que poderiam sufocá-lo enquanto veículo de comunicação. (NEUBERGER, 2012, p. 133).

A partir das novas tecnologias de conteúdo pro rádio, a produção do veículo acabou por ser afetada. É o que diz o Paiva (2019, p. 104). “A mobilidade, uma das características dos dispositivos portáteis, bem como a personalização e a segmentação da informação, são hoje aspectos que marcam toda a produção mediática”.

A internet e suas novas ferramentas, se tornou a partir de então, uma ferramenta versátil e avançada, integrando e informando a sociedade. “Nem utopia nem distopia, a internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação específico que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade” (CASTELLS, 2003, p. 11).

Vale ainda ser lembrado que a estrutura das grandes emissoras passou por mudanças ao longo do tempo através da compra de novos equipamentos. Segundo Archangelo (2006), o processo de adaptação já acontece, uma vez que:

O desenvolvimento das tecnologias de digitalização (a modernização dos estúdios, estabelecimento de protocolos, programas e extensões de áudio), difusão via satélite, pela internet, somado ao contexto de globalização, desregulamentação, mundialização e a globalização, levaram as empresas de comunicação a utilizarem com maior intensidade esses recursos, extinguindo alguns dos tradicionais serviços por rádio ondas curtas para gerar novas produções, conteúdos, adaptações de formatos e possibilidades de difusão, contribuindo para seu ingresso nas programações das rádios locais em AM e FM. (ARCHANGELO, 2006, p. 64)

Para Magnoni e Betti (2012, p. 12), “o processo de digitalização é um catalisador técnico que pode integrar ao ambiente informático e ao fluxo de dados dispostos no ciberespaço, qualquer aparato binário ligado à rede mundial de computadores” Eles totalizam a fala lembrando que a transversalidade da rede, que integra vários meios de comunicação, não é apenas tecnológica, mas também de conteúdos e linguagens. A interpretação é considerada tanto no âmbito da produção quanto da recepção e interação. Esse “é o nexo da comunicação multilateral: o fluxo pode seguir de um para todos; de todos para um; e de todos para todos”, dizem os autores.

No momento em que a internet e as mídias digitais passaram a fazer parte do dia a dia do rádio, a junção desses dois meios acabou virando um grande sucesso. Dependendo da rádio, você vai achar diversos conteúdos na web. Música, entretenimento, jornalismo, esporte, cada um com seu público, como afirma Prata (2008) na tese “Webrádio: Novos gêneros, novas formas de interação:

Pode-se afirmar, com toda certeza que, mais do que o rádio digital, a presença na web é a grande novidade encontrada pela radiofonia. Hoje

no Brasil existem centenas de sites de rádios na internet que, além da transmissão de áudio, oferecem também informações sobre a programação da emissora, chats, fotografias dos locutores e artistas, tabelas de preços de publicidade, entre dezenas de outros atrativos. Os serviços de buscas de sites da web apontam a presença de variados tipos de emissoras de rádio, com ampla programação centrada nos mais variados públicos. (PRATA, 2008, P.62)

Isso mostra que a incorporação da radiodifusão no mundo da comunicação digital é, por si só, uma realidade vista com força em várias partes, e a tendência é que, com o passar dos anos, isso se fortaleça ainda mais, consolidando o grande poderio comunicacional das grandes emissoras. Tanto internacional quanto nacionalmente e, por que não dizer, localmente.

6- A COBERTURA DA PANDEMIA NO RÁDIO E NA TV EM GOIÁS

As coberturas de mídia em Goiás sempre foram fundamentais para o bom jornalismo. Desde a chegada do homem à lua até a pandemia de Covid-19, a imprensa tinha nas mãos uma gama de assuntos para compor diversas notícias e matérias especiais. Fora isso, os veículos de massa abriram possibilidade para uma linguagem mais informal, mas sem deixar de lado a seriedade e além de tudo, agem como contadores de histórias e inimigos de notícias falsas, como foi extremamente potencializado no caso do novo coronavírus.

Em meados de março de 2020, não se falava em outra coisa, não havia nada mais importante e nada mais chamava e prendia a atenção dos jornalistas a não ser o então desconhecido novo coronavírus. A epidemia advinda de

Wuhan na China se espalhou pelos cinco continentes e mudou a vida praticamente de todos os cidadãos do planeta.

Com o mundo tendo sofrido a pior crise sanitária dos últimos 100 anos, uma das questões principais a serem abordadas referentes ao combate a pandemia era a informação. Era preciso fazer com que a notícia fosse transmitida corretamente e da melhor maneira possível para dar impulso ao auxílio no salvamento de vidas e evitar a disseminação das chamadas Fake News. De acordo com Sousa Júnior (2020):

As Fake News apresentam um grande papel de desserviço à sociedade, de maneira geral, e combatê-las é uma das principais ações para se manter o estado de bem-estar na população. Além disso, ao evitar a proliferação desse tipo de notícias, minimiza-se o impacto que a informação errônea pode causar, assegurando que não se instaure o caos e a população consiga consumir informações verdadeiras com segurança. (SOUSA JÚNIOR et al., 2020, p. 342).

Retratar essa emergência se tornou um grande desafio aos jornalistas, pois, antes de tudo, era preciso prestar um serviço público: como ensinar a população a se proteger do contágio, a importância de lavar as mãos, usar álcool em gel e máscaras, e a recomendação de distanciamento social foi feita pela OMS (Organização Mundial da Saúde).

Muito antes da pandemia, Ferrareto e Morigi (2004) já afirmavam que é um direito do indivíduo saber da divulgação de reportagens sobre saúde nos meios midiáticos. De acordo com os autores, “o acesso à saúde, assim como às informações sobre ela, faz parte, portanto, dos direitos sociais, constituindo-se em fator de construção da cidadania” (2004, p. 3).

Em Goiás, não poderia ser diferente. A cobertura da pandemia de Covid-19 na TV e no rádio recebeu muita atenção por parte do público e se transformou em fonte de extrema confiabilidade, maiores até que a Internet.

Na ocasião, houve o surgimento de inúmeros conflitos sociais e o trabalho dos jornalistas foi mudado radicalmente. Surgiram os novos protocolos de segurança para as gravações, onde passou-se a usar máscaras e, então, eram os entrevistados que seguravam o microfone. Houve também a redução na quantidade de pessoas nas redações. Muitas pessoas começaram a trabalhar em home office com disciplina e adaptação, com todos os cuidados para evitar

a transmissão do vírus, ocasionando até um revezamento de âncoras nas apresentações dos jornalísticos diários.

Além do mais, emissoras como CBN, Sagres 730, Record Goiás, TV Anhanguera e TV Serra Dourada passaram a realizar também entrevistas realizadas pela Internet e sem sair de casa ou do estúdio. Estar no local onde os fatos acontecem deixou de ser no momento uma tarefa importante. O repórter pode entrevistar uma fonte em qualquer lugar do país ou do mundo e a partir disso, é notado que os recursos de entrevistas online e imagens de celular, cada vez mais usados, certamente vieram para ficar, pois trata-se de um avanço no meio jornalístico tanto pela questão da mobilidade, quanto da facilidade.

Dentro da pandemia de Covid, o tópico da saúde recebeu destaque, pois atendia aos requisitos dos conglomerados de mídia em conseguir audiência e conquistar público, além de ter sido um tema quente envolvendo todas as classes sociais, fora os interesses da política e economia, obtendo uma enorme repercussão social e fazendo parte continuamente da rotina diária da informação, contribuindo para o sucesso da cobertura da mídia, promovendo a informação de qualidade, sem desvios por qualquer que seja o motivo.

7- FAKE NEWS E O IMENSO PODER DA DESINFORMAÇÃO

A desinformação é o termo próprio e usado para definir qualquer tipo de conteúdo ou prática que contribua para o aumento de notícias falsas, não validadas ou pouco transparentes, com a finalidade de afastar os cidadãos do conhecimento verdadeiro da realidade. Maior entre os seus ícones, as fake News, literalmente notícias falsas, consistem na disseminação deliberada de informações truncadas ou boatos através de jornal impresso, televisão, rádio e, especialmente, na Internet, através de sites e redes sociais, alguns deles até mesmo especializados em promover polêmicas. Sim, pois este tipo de notícia é escrita e divulgada com a intenção propositada de enganar ou iludir, muitas

vezes com manchetes sensacionalistas, exageradas ou evidentemente falsas.

De acordo com Hegenberg (2019):

Quando falamos em fake news, não estamos lidando exatamente com um fenômeno novo, mas a intensidade e a gravidade das consequências, além do ritmo acelerado da propagação de boatos, tendem a nos deixar despreparados para apreender a situação atual. (HEGENBERG, 2019, p. 103)

Não é de hoje que as informações falsas circulam, desde que a humanidade existe, ou desde que a imprensa é imprensa, também existe esse tipo de prática de notícias jornalísticas falsas. No entanto, é preciso considerar que ganharam uma potência inesperada no mundo digital em que vivemos, dada a sua velocidade, acessibilidade e frequência, permitindo a sua disseminação intensa em um universo de público inimaginável, que evidentemente tem todo direito de ser ludibriado por conteúdos que muitas vezes não são verdadeiros.

Essa ação, embora absolutamente reprovável, é muito utilizada nos dias atuais, para influenciar a opinião pública sobre os mais diversos assuntos. Sabe-se que o veículo mais utilizado é a Internet, através de sites de origem obscura e de redes sociais como Facebook, Instagram, WhatsApp etc. É assim que as fakes news ganharam cada vez mais força e poder nos últimos anos.

Segundo autores como Brisola e Romeiro, nestes tempos atuais a quantidade de informação recebida nos veículos de mídia, aumentou consideravelmente devido à explosão informacional, e cada vez mais “prolifera e circula em uma quantidade e velocidade vultosas.” (BRISOLA; ROMEIRO, 2018, p. 3).

Nos tempos de pandemia da Covid-19, notícias falsas e desonestidade intelectual forma generalizadas no Brasil. A prática se tornou intolerável, uma vez que os debates tratam de saúde pública, envolvendo risco a milhares de vidas, ou seja, com as trágicas consequências que vem acontecendo com a nação e a humanidade.

Dentre os fatores os quais contribuem para a propagação de fake News, está um grande número de pessoas que não leem jornais, assistem ou ouvem

noticiários e não se informam em sites confiáveis. Essas pessoas só querem saber de se informar através das mídias digitais (Facebook, WhatsApp, etc...), replicam o conteúdo para diferentes pessoas e não estão nem aí para a veracidade dos fatos.

A desinformação proporcionada e causada por conteúdos mentirosos influencia totalmente uma grande parcela da população, sendo considerado por muitos, uma prática inadmissível, ainda mais em situações dramáticas, como no caso da pandemia de Sars-CoV-2 em 2020. Segundo José Renato Nalini:

Esse é um dos efeitos perversos do avanço das tecnologias da informação e da comunicação. Mas depende de cada um de nós reagir a esse tsunami de mentiras. A desinformação se combate com a busca de informação fidedigna. Conferir, contestar, não perder a capacidade de indignação. A verdade, como o sol que elimina a escuridão da ignorância, está disponível a quem quiser persegui-la e, uma vez alcançada, difundi-la para que prevaleça. Verdade e bem são sinônimos. Assim como mentira e mal. A escolha é nossa. (NALINI, 2020)

Segundo Meireles (2017), a propagação de notícias que não possuem comprometimento com a verdade, “traz à tona a importância da imprensa, que tem a formação jornalística necessária para o combate as notícias falsas, pois envolve apuração dos fatos, a checagem de informações”.

No geral, todos são cientes que más notícias são inevitáveis, e impedi-las adequadamente é sempre o melhor caminho, portanto, a principal dica é não confiar em tudo que chega nas redes sociais. Além de tudo, verificar as fontes de informação e a exploração do conteúdo abordado também é fundamental, pois a maioria das informações que são passadas de maneira errada é porque a pessoa não tem certeza daquilo que está lendo, vendo ou ouvindo, o que acaba comprometendo o exercício da informação, proliferando ainda mais as fontes mentirosas. Este exercício de investigação e pesquisa pretende ser rigoroso em suas verificações para enquadrar-se na categoria inquestionável dos produtos de informação confiáveis. Em nosso caso específico, informação e análise para serem ouvidas em um dos formatos historicamente mais remotos, mas nem por isso descartável: o bom e velho documentário.

8- SOBRE O RADIODOCUMENTÁRIO

A palavra documentário ela foi criada para se referir aos diversos tipos de documentos que provavam a existência de algo em uma determinada época. Nichols (2005) diz que “o documentário traz a sensação de que aquilo que está apresentando é fidedigno com a realidade”. Porém não concorda ao dizer que o documentário é uma representação da realidade. Segundo ele, o documentário representa o mundo em que estamos vivendo, trazendo aspectos que nunca foram vivenciados.

Bernard (2008) diz que os documentários devem ser algo para entreter e chamar atenção do espectador, eles devem fazer o espectador refletir sobre o que sabe, além de levá-los para diversas realidades. “Um bom documentário confunde nossas expectativas, impele fronteiras para mais além e nos leva a mundos – tanto mundo literais como os das ideias - que até então não imaginávamos”. (BERNARD, 2008, p. 4)

O documentário é definido, segundo Ramos (2005), como um “relato que mostra casos sobre o mundo histórico, o conceito de documentário sempre vai depender do momento ou da comparativa”, para Nichols, “o documentário define-se pelo contraste com filme de ficção ou filme experimental e de vanguarda”. (NICHOLS, 2005, p. 47)

O conceito que se dá ao documentário é sobre um filme ou algum programa de rádio ou TV que oferece informação factual sobre algum tema, onde pode ser retratado um determinado assunto usando gravações ou imagens de pessoas que são envolvidas no acontecimento.

Quanto ao rádio, é um veículo de comunicação que possibilita a transmissão de inúmeros formatos dentro do meio. No mercado radiofônico podem ser exibidos boletins, programas jornalísticos, transmissões esportivas e até radiodocumentário. Este último é um tanto mais complexo, pois demanda um trabalho muito grande de toda uma equipe. De acordo com Carmen Lúcia José (2003):

Cada documentação pode se tornar um aspecto do tema; portanto, são vários recortes tratados para compor uma generalidade sobre o tema. Cada aspecto não é simplesmente apresentado como parte de um relato que deve corresponder ao fato, torná-lo verossímil; cada aspecto deve ser tratado como constituinte da generalidade, ou seja, ser a confirmação ou a negação validada pela construção do discurso. Assim, no documentário, os vários aspectos podem ou não ser fragmentos da realidade, mas não precisam aparecer como tal; são apresentados, isto sim, como constatações devidamente sustentada por seus argumentos ou pela força afetiva do relato (JOSÉ, 2003, p. 6)

São os próprios personagens da história que realmente relatam os fatos, o importante é que as pessoas envolvidas detalhem do seu jeito o acontecimento. De acordo com o Barbeiro e Lima (2003, p. 13), “o documentário no rádio, tem um elemento mais humano, dando ao ouvinte a oportunidade de interpretar a realidade sozinha em vez de ser informado sobre ela.”

No rádio, os documentários surgiram nos anos 20, inicialmente influenciados pelos documentários do cinema, que tornavam a programação radiofônica mais interessante e atraente. Naquela época os gravadores que eram portáteis ainda eram pesados, dificultando assim as gravações de sons externos e as vozes fora do estúdio, as vozes e sons eram narrados pelo próprio locutor do programa e tinham as mesmas funções das citações do texto escrito, eram usadas as aspas onde serviam como uma evidencia ou ilustração.

Mesmo sendo muito complexo e também se tratando de uma narrativa não ficcional, o perfil de radiodocumentário ainda não é muito popular aqui no Brasil. No que diz Ferrareto (2001, p. 57) “é um gênero baseado em pesquisa de dados e arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante. Inclui, ainda, recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e a elaboração de um roteiro prévio”.

Chantler e Harris (1998, p. 9) também afirmam que “o radiodocumentário passa pelo mesmo processo de uma reportagem, pois existe uma delimitação do tema e um aprofundamento e apurações mais detalhadas das informações, são feitas reuniões para escutar as sonoras e opiná-las.”

Dependendo da estrutura, o radiodocumentário pode usar ou não um narrador durante o processo. Geralmente são os entrevistados que contam as

histórias a partir das sonoras, mas em outros casos, personagens são criados para compor o conteúdo.

O documentário, de acordo com Ferrareto (2001 p. 07), “é a informação com aprofundamento, classificada como jornalismo interpretativo e é realizada nas rádios por programas de debate que, apesar das dificuldades, esse formato desenvolve o senso crítico e a imaginação dos ouvintes.”

Nas palavras de Barbosa Filho (2003 p. 19), “o documentário é importante pelo seu caráter analítico, como aprofunda o tema ele necessita de pesquisa documental, comentários de especialistas e envolvidos no acontecimento.”

Mesmo com tudo isso, o documentário em áudio também não chega a ser o grande preferido das emissoras de rádio, seja por causa da dificuldade em construir o material ou pelo tempo que o mesmo chega a ocupar na grade, tornando-se inviável tanto logisticamente quanto financeiramente.

Embora o gênero não seja tratado com assuntos quentes no estilo Hard News, o documentário em áudio deve trazer ao ouvinte toda a dimensão do assunto e mostrar a importância do tema para a população, abordando tudo o que tiver para abordar. Carmem Lúcia José (2003, p. 3) ressalta, no artigo “História oral e documentário radiofônico: distinções e convergências”, que no radiodocumentário:

O fundamental é presentificar cada aspecto como parte do tema e a importância de cada aspecto é confirmada pelo verbo no presente do indicativo, que atualiza sempre o assunto pela fluidez temporal permitida pela memória no aqui e agora. (JOSE, 2003, p. 3)

No que se refere a duração, o radiodocumentário dura no mínimo entre 25 e 30 minutos, mas dependendo do material, chega a durar até uma hora. Esse gênero tem uma duração avançada, pois possui a necessidade de apresentar para o público um tema arrojado e que seja capaz de cativar o ouvinte. Nessas horas, é preciso muitas pessoas para se produzir o conteúdo, trabalhar bem o tema e tornar o assunto de fácil entendimento para a pessoa a qual está acompanhando.

O produto é considerado diferente dos demais por possuir exatamente essa condição que oferece, para que o indivíduo crie em sua mente um cenário,

a partir da narrativa produzida pelo repórter e pelos efeitos sonoros utilizados, como se estivesse ouvindo um programa de rádio tradicional.

8.1 - Os múltiplos tipos de radiodocumentário

Os radio documentários podem ser classificados de acordo com especificidades estabelecidas pelo próprio conteúdo de cada um. Neste sentido, serão caracterizados pelos temas que abordam, mesmo que sempre prevaleça sobre todos o fato de serem materiais informativos de maior profundidade.

8.1.1 - Documentários jornalísticos

São organizados a partir do trabalho de reportagem, ligados em questões contemporâneas, pode exemplificar apenas um aspecto do tema, ou de forma mais ampla, o objetivo é abordar as questões com mais profundidade que o noticiário.

8.1.2 - Documentários históricos

Reinterpretam e relembram o passado, usando gravações históricas, entrevistas com testemunhas, pesquisa jornalística, expondo os fatos sobre um determinado fato.

8.1.3 - Documentários culturais

O tema principal são as artes em geral, permitindo um maior uso de músicas, poesias e drama.

8.1.4 - Documentários de abordagem filosófica ou psicológica

São tratados de temas que não perdem sua atualidade, como: amor, vingança, crença e existência, entre relações interpessoais e comportamento humano.

9- O RADIODOCUMENTÁRIO “A PANDEMIA ESTÁ NO AR”

Fruto deste trabalho de pesquisa e investigação, o presente rádio documentário pretende se aprofundar na temática informativa, discutir o tema de maneira clara e concisa e propiciar a visibilidade do assunto com o intuito de promover a prestação de serviço e a reflexão sobre a questão abordada, o que nesses casos, acaba contribuindo para uma melhor qualidade do conteúdo informacional, facilitando a produção do material. Neste sentido, nosso produto intitulado ‘Rádio e TV em Goiás: a pandemia está no ar’ enquadra-se claramente na categoria dos documentários jornalísticos, haja vista que sua composição é toda feita de dados informativos a respeito da cobertura das emissoras de rádio e televisão sediadas no estado de Goiás. Por outro lado, não se pode descartar que tem particularidades históricas, em função de que retrata uma situação pandêmica que há de ficar permanentemente na história da humanidade. Por conseguinte, na história dos meios de comunicação e suas coberturas mais abrangentes.

A intenção, na forma de conclusão de curso, é por meio do rádio documentário, mostrar as mudanças e desafios que as emissoras de rádio e televisão em Goiás passaram para informar o espectador a respeito da pandemia de COVID-19. O trabalho pretende ouvir repórteres, locutores, produtores e apresentadores, e destacar os obstáculos que o vírus causou na mídia e os empenhos da mesma em levar a notícia ao público afim de mostrar em que o chamado “Novo Normal” contribuiu para o processo de produção jornalística.

Mais que isso: analisar criticamente a cobertura dada ao tema pelos veículos de comunicação em Goiás. Afinal, o estado central do Brasil, como qualquer outra localidade, por menor que fosse, vivia os mesmos desafios enfrentados por todo o planeta. O que nos moveu, entre outros motivos, foi a possibilidade de retratar aquilo que se passava no microcosmo do nosso local de atividades, até mesmo para poder juntar elementos que porventura venham a contribuir para uma pesquisa mais aprofundada que estabeleça uma comparação entre abordagens e/ou particularidades de um universo de mídia local em contraste com outros universos espalhados pelo mundo afora.

9.1- Pré-Roteiro do radiodocumentário

RÁDIO E TV EM GOIÁS: A PANDEMIA ESTÁ NO AR
PRÉ-ROTEIRO
13/10/2021
Produção: Ítallo Rodrigues e Luiz Eduardo
Gravação e Edição: Nilson Filho

SONORA- Frases marcantes dos personagens
NARRADOR- Falar sobre os desafios do jornalismo na pandemia de Covid-19
ÁUDIO 1– LIDANDO COM AS ADAPTAÇÕES
Coletar relato do jornalista Teo Taveira sobre como precisou se adaptar a realidade do novo normal no início da pandemia de coronavírus.
ENTREVISTADO 1: Teo Taveira
Contato: (11)9 5956- 5274
Instagram: @teotaveira
ÁUDIO 2– O VÍRUS QUE PEGOU O JORNALISMO DE SURPRESA
O radialista Luiz Geraldo trabalha na CBN Goiânia há 27 anos e afirma nunca ter visto algo tão estarrecedor igual o novo coronavírus.
ENTREVISTADO: Luiz Geraldo
Telefone: (62)9 9977- 0025
Instagram: @luizgeraldocbn
ÁUDIO 3- H1N1 E COVID-19
Breve relato também do Luiz Geraldo dizendo se por um acaso existe alguma analogia entre as duas pandemias.
ENTREVISTADO: Luiz Geraldo
Telefone: (62)9 9977-0025
Instagram: @luizgeraldocbn
ÁUDIO 4- INSTANTANEIDADE NO RÁDIO
Luis Henrique aborda o conceito da instantaneidade radiofônica no período pandêmico.
ENTREVISTADO: Luis Henrique Ribeiro
Telefone: (62) 9 8214-9895
Instagram: @luishenriquerl
ÁUDIO 5- ROTINA DOS PROFISSIONAIS NA TELEVISÃO

Filipe Barbosa nos conta como o pessoal da TV tem se desdobrado para passar informações concisas sobre a pandemia.
ENTREVISTADO: Filipe Barbosa
Telefone: (62)9 9903-3907
Instagram: @filipebarbosac
AUDIOS 6 E 7 – AUMENTO NO CONSUMO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO
O jornalista e professor Enzo de Lisita detalha sobre o aumento da audiência de emissoras radiofônicas e televisas em meio ao coronavírus, ainda mais quando tudo começou.
ENTREVISTADO: Enzo de Lisita
Telefone: (62) 9 9975-3861
Instagram: @enzodelisita
AUDIO 8- JORNALISMO REGIONAL
O noticiarista Aparecido Eterno Falará sobre as dificuldades em se passar informação no interior.
ÁUDIO 9- TEMAS PARA SE FALAR COM A SOCIEDADE
Ele também contará sobre assuntos que não podem ser deixados de lado ao falar em crise de saúde.
ÁUDIO 10- MORTE DE COLEGAS DE PROFISSÃO
Por fim, irá trazer histórias sobre dois colegas de rádio que faleceram em decorrência da Covid
Entrevistado: Aparecido Eterno
Telefone: (64) 9 9653-5012
AUDIOS 11 E 12- FAKE NEWS
O repórter Gabriel Garcia nos traz detalhes sobre a propagação de notícias falsas e o poder de desconhecimento sobre o assunto que as mesmas acabam gerando.
Entrevistado: Gabriel Garcia
Telefone: (62) 9 9954-1994
Instagram: @gabbrielgarcia

9.2- Roteiro final

TÍTULO: RÁDIO E TV EM GOIÁS: A PANDEMIA ESTÁ NO AR

DIREÇÃO: LUIZ EDUARDO E ÍTALLO RODRIGUES

DURAÇÃO: 29 MINUTOS E 5 SEGUNDOS

TEC: POUT POURRI COM AS SONORAS DOS ENTREVISTADOS

TEC: VINHETA DE APRESENTAÇÃO

TEC: SOBE E DESCE BG

OFF 1: ESSAS HISTÓRIAS APRESENTADAS MOSTRAM A REALIDADE QUE O ESTADO DE GOIÁS / O BRASIL E O MUNDO PASSARAM A VIVER A PARTIR DE MARÇO DE DOIS MIL E VINTE / E QUE OCASIONALMENTE ACABOU MUDANDO A VIDA DE TODOS / INCLUSIVE A DOS JORNALISTAS / A PARTIR DA EPIDEMIA GLOBAL DE COVID-19 //. – **42” à 59”**

TEC: SOBE SOM 1 – TV RECORD

OFF 2: ESSA NÃO É A PRIMEIRA VEZ QUE O JORNALISMO PASSA POR UMA COBERTURA DE PANDEMIA / PRA FALAR A VERDADE / ESSA HISTÓRIA JÁ VEM DE LONGO TEMPO //. – **1’20” à 1’27”**

OFF 3: NUMA ÉPOCA EM QUE O RÁDIO ESTAVA ENGATINHANDO EM VÁRIAS PARTES DO MUNDO / NÃO HAVENDO NEM CHEGADO NO BRASIL E A TELEVISÃO SÓ TENDO SUAS TRANSMISSÕES EXPERIMENTAIS NO EXTERIOR NA DÉCADA DE VINTE / O JORNAL IMPRESSO ERA O PRINCIPAL VEÍCULO COMUNICACIONAL DE DISCUSSÃO PÚBLICA SOBRE A PANDEMIA DE GRIPE ESPANHOLA OU GRIPE DE MIL NOVECENTOS E DEZOITO / QUE CHEGOU A DURAR ATÉ MIL NOVECENTOS E VINTE /

NESSE PERÍODO A DOENÇA ERA O ASSUNTO MAIS FALADO PELA IMPRENSA NA ÉPOCA E SE TRANSFORMOU EM MANCHETES DE TODOS OS JORNAIS DIÁRIOS / QUANDO O RÁDIO CHEGOU AO BRASIL E TEVE NELE O JORNALISMO INTRODUIZIDO EM SUA GRADE / ERA COMUM OS ÂNCORAS LEREM NOTÍCIAS RECORTADAS DOS GRANDES PERIÓDICOS BRASILEIROS / MAS POR CAUSA DESTE FATOR / OS JORNALÍSTICOS ERAM BEM LIMITADOS E AS INFORMAÇÕES CHEGAVAM AS EMISSORAS COM ATRASO / POIS NAQUELE TEMPO OS MATERIAIS ERAM CEM PORCENTO COLHIDOS DOS IMPRESSOS E AS ESTAÇÕES AINDA NÃO CONTAVAM COM REPÓRTERES / SÓ LOCUTORES // . – 1'28" à 2'25"

OFF 4: DE LÁ PRA CÁ MUITA COISA MUDOU / EMISSORAS SE APERFEIÇOARAM EM EQUIPAMENTOS E PROFISSIONAIS / VÁRIAS NOTÍCIAS PASSARAM A SER PRODUZIDAS POR AGÊNCIAS INTERNACIONAIS / E RÁDIOS DE FORMATO ALL NEWS COMO A CBN E A BAND NEWS FM ERAM INTRODUIZIDAS EM TERRAS TUPINIQUINS // . – 2'26" à 2'43"

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

OFF 5: VOLTANDO PARA O TEMA PANDÊMICO / QUANDO O CORONAVÍRUS CHEGOU AO BRASIL / VIMOS O MODO DE SE FAZER JORNALISMO MUDAR RADICALMENTE / AQUI EM GOIÂNIA / A COBERTURA DA PANDEMIA RECEBEU ATENÇÃO ESPECIAL POR PARTE DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TV / OS JORNALISTAS PARA PRÓPRIA SEGURANÇA PASSARAM A OBEDECER PROTOCOLOS / COMO O USO DE MÁSCARAS DENTRO DO AMBIENTE DE TRABALHO / REDAÇÃO MAIS ENXUTA POR CAUSA DO SISTEMA HOME OFFICE ADOTADO PARA NÃO PROVOCAR AGLOMERAÇÃO DE PESSOAS / ALÉM DE UM ESQUEMA DE REVEZAMENTO ONDE OS PROFISSIONAIS FICAVAM UNS DIAS EM CASA E OUTROS DIAS PRESENCIALMENTE // . - 2'49" à 3'24"

OFF 6: O JORNALISTA TEO TAVEIRA / HOJE SÓCIO PROPRIETÁRIO DA EMPRESA LIKE-U COMUNICAÇÃO / TRABALHOU NA TELEVISÃO DURANTE A PRIMEIRA ONDA DA COVID E CONTA COMO FOI TER QUE LIDAR COM ESSAS ADAPTAÇÕES LÁ NO INÍCIO DA PANDEMIA //. – **3'25" à 3'38"**

TEC: SONORA 1 – TEO TAVEIRA – **3'39" à 4'45"**

OFF 7: MAS NÃO FOI SÓ NO VÍDEO QUE OS EFEITOS DO CORONAVÍRUS FORAM SENTIDOS / LUIZ GERALDO / ÂNCORA DA CBN GOIÂNIA / JÁ POSSUI LARGA EXPERIÊNCIA NO MERCADO DE RÁDIO E ALEGA QUE EM TODOS ESSES ANOS NUNCA VIU OU VIVEU NA PROFISSÃO ALGO TÃO SURPREENDENTE //. **4'46" à 5'1"**

TEC: SONORA 2 – LUIZ GERALDO – **5'2" à 6'20"**

OFF 8: FAZENDO AGORA UM EFEITO DE COMPARAÇÃO / VAMOS VOLTAR DOZE ANOS NO PASSADO //. **6'21" à 6'25"**

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

OFF 9: EM DOIS MIL E NOVE / O MUNDO FOI DEVASTADO PELA PANDEMIA DE INFLUENZA H1N1 / DETECTADA NO MÉXICO NO INÍCIO DAQUELE ANO / NAQUELA OCASIÃO / A MÍDIA TANTO NO BRASIL QUANTO NO EXTERIOR PASSOU A RELATAR FATOS A RESPEITO DA DOENÇA / PREVENINDO O POVO SOBRE A POSSIBILIDADE DA GRIPE SE TORNAR ALGO MAIOR //. – **6'30" à 6'49"**

TEC: SOBE SOM 2 – TV GAZETA

OFF 10: NO BRASIL / BOLETINS ATUALIZADOS E PROGRAMAS JORNALÍSTICOS MENCIONANDO AUMENTO DE CASOS / INTERNAÇÕES E

MORTES / FORAM ESSENCIAIS NA TENTATIVA DE PASSAR INFORMAÇÃO AO PÚBLICO SOBRE AQUILO QUE ESTAVA OCORRENDO//. – 7’10” à 7’23”

OFF 11: DURANTE A PANDEMIA DE DOIS MIL E VINTE E DOIS MIL E VINTE E UM / AS COISAS NÃO FORAM MUITO DIFERENTES / OS TELEJORNAIS E JORNAIS FALADOS ABRIRAM QUASE QUE CEM PORCENTO DE SEU TEMPO PARA RELATAR INFORMAÇÕES SOBRE O CORONAVÍRUS / COM INFORMAÇÕES NA MAIORIA DAS VEZES SOBRE USO DE MÁSCARAS / LAVAGEM DE MÃOS / CASOS SUSPEITOS E CONFIRMADOS / ALÉM DE MORTES / E PESSOAS CURADAS / MAS FORA ISSO / TAMBÉM ENTRAVAM NA PAUTA ASSUNTOS POSITIVOS COMO CRIAÇÃO DE VACINAS / MEDICAMENTOS EFICAZES E DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS PARA O COMBATE AO VÍRUS // . – 7’24” à 7’56”

OFF 12: LUIZ GERALDO RELATA SE EXISTE ALGUMA ANALOGIA REFERENTE A H1N1 E A COVID-19 // . - 7’57” à 8’2”

TEC: SONORA 3 – LUIZ GERALDO – 8’3” à 9’17”

OFF 13: ISSO LEMBRA MUITO UM FILME CHAMADO “CONTÁGIO” / A PRODUÇÃO CONTA A HISTÓRIA DO AVANÇO DE UM VÍRUS LETAL ORIGINÁRIO DA CHINA / TRANSMITIDO PELO AR / QUE MATA PESSOAS DENTRO DE POUCOS DIAS / E TAMBÉM A BATALHA DE MÉDICOS E CIENTISTAS QUE JÁ COMEÇAM UMA BUSCA PARA ENCONTRAR A CURA DA DOENÇA E CONTROLAR O MEDO DE TODOS / “CONTÁGIO” ESTÁ DISPONÍVEL NO GLOBOPLAY E NO STREAMING DO TELECINE // . – 9’18” à 9’43”

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

OFF 14: FALANDO AGORA SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO / DESDE QUE O MUNDO É MUNDO / O RÁDIO POSSUI UM GRANDE ALCANCE E VANTAGENS SOBRE OUTRAS MÍDIAS / POR SER IMEDIATO / A NOTÍCIA É ABORDADA DE UMA MANEIRA SIMPLES E OBJETIVA / MAS DE QUE FORMA

PODE SER ABORDADA A INSTANTANEIDADE DENTRO DO JORNALISMO RADIOFÔNICO NESSE CONTEXTO PANDÊMICO? / QUEM RELATA PARA NÓS É LUIS HENRIQUE RIBEIRO / EX-ESTAGIÁRIO DA RÁDIO DIFUSORA PAI ETERNO / EMISSORA ONDE TRABALHOU ENTRE MARÇO DE DOIS MIL E VINTE E ABRIL DE DOIS MIL E VINTE E UM // . – 9’47” à 10’17”

TEC: SONORA 4 – LUIS HENRIQUE – 10’18” À 11’39”

OFF 15: NA TELEVISÃO / É PRATICAMENTE A MESMA COISA / AS NOTÍCIAS VÃO CHEGANDO A TODO MOMENTO / ASSUNTOS VÃO SENDO ATUALIZADOS E NESSAS HORAS É PRECISO AGILIDADE PARA NÃO DEIXAR UM ASSUNTO QUENTE CAIR NO OSTRACISMO / FILIPE BARBOSA / PRODUTOR EXECUTIVO DA TV ANHANGUERA NOS CONTA COMO TEM SIDO A ROTINA DOS PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM A FIM DE ENTREGAR A NOTÍCIA AO PÚBLICO DE CASA // . – 11’40” à 12’2”

TEC: SONORA 5 – FILIPE BARBOSA – 12’3” À 12’56”

OFF 16: DESDE O ANO PASSADO POR CAUSA DO VÍRUS / O RÁDIO E A TV VIRAM SEUS ÍNDICES DE AUDIÊNCIA EXPLODIREM / DE ACORDO COM PESQUISA DO KANTAR IBOPE / NOVENTA E UM PORCENTO DAS PESSOAS CONSUMIRAM MAIS TELEVISÃO E OITENTA PORCENTO PASSARAM A OUVIR RÁDIO DE MANEIRA MAIS EXPONENCIAL // .- 12’57” à 13’15”

OFF 17: O JORNALISTA DA TV BRASIL CENTRAL E PROFESSOR DA PUC GOIÁS / ENZO DE LISITA EXPÕE SEU PONTO DE VISTA SOBRE ESSE CRESCIMENTO CONSIDERÁVEL DA MÍDIA NO BRASIL // . – 13’16” à 13’25”

TEC: SONORA 6 – ENZO DE LISITA – 13’26” À 14’24”

OFF 18: PARTINDO PARA ESSE MESMO PRESSUPOSTO / O APRESENTADOR TAMBÉM DÁ DETALHES SE ESSE AUMENTO NO CONSUMO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO VEIO PARA FICAR OU NÃO // . – 14’25” à 14’32”

TEC: SONORA 7 - ENZO DE LISITA – 14’33” À 15’15”

OFF 19: MUDANDO UM POUCO O ASSUNTO MAS SEM DEIXAR DE LADO A COVID / MUITAS PESSOAS PENSAM QUE A COBERTURA DA PANDEMIA É FEITA SÓ NAS METRÓPOLES / E REGIÕES METROPOLITANAS CERTO? / ERRADO! / PARA ALGUÉM SABER O QUE ESTÁ ACONTECENDO NO PAÍS OU NO MUNDO / HÁ UMA GAMA ENORME DE JORNAIS IMPRESSOS / SITES / TELEVISÃO / E EMISSORAS DE RÁDIO / MAS PRA QUEM ESTÁ NO INTERIOR E QUER FICAR POR DENTRO DE TUDO O QUE ESTÁ ACONTECENDO NA CIDADE EM ESPECÍFICO É NECESSÁRIO PARTIR PARA O JORNALISMO REGIONAL / MAS DE ACORDO COM O ATLAS DA NOTÍCIA DE DOIS MIL E DEZENOVE / SESENTA E DOIS PORCENTO DAS CIDADES BRASILEIRAS NÃO TEM IMPRENSA LOCAL / O QUE É MUITO SÉRIO //. – 15’16” à 15’54”

OFF 20: ENTRETANTO / O ASSUNTO GANHA OUTRA DIMENSÃO EM MEIO A EPIDEMIA DE CORONAVÍRUS / ISSO PORQUE EXISTEM PESSOAS QUE QUEREM SABER O QUE ESTÁ ACONTECENDO NO MUNICÍPIO / SABER DE TUDO QUE SE É SIGNIFICATIVO / O NOTICIARISTA APARECIDO ETERNO DA RÁDIO VALE DA SERRA AM DE SÃO LUÍS DE MONTES BELOS DETALHA OS DESAFIOS DE SE PASSAR INFORMAÇÃO NO INTERIOR / AINDA MAIS EM UMA ÉPOCA DE CRISE DE SAÚDE //. – 15’55” à 16’18”

TEC: SONORA 8 – APARECIDO ETERNO - 16’19” À 17’42”

OFF 21: ASSUNTOS DE UTILIDADE PÚBLICA / ATENDIMENTOS DE SAÚDE / E NÚMERO DE INFECTADOS E MORTOS SÃO TEMAS RELEVANTES PARA SE FALAR COM A SOCIEDADE / E AO ABRIR MÃO EM ABORDÁ-LOS / O VEÍCULO ESTARIA DEIXANDO A DESEJAR NO QUESITO NOTICIÁRIO //. - 17’43” à 17’55”

TEC: SONORA 9 – APARECIDO ETERNO – 17’56” à 19’31”

OFF 22: TAMBÉM DURANTE O PERÍODO PANDÊMICO / A RÁDIO VALE DA SERRA ACABOU PERDENDO DOIS DE SEUS PROFISSIONAIS PARA A COVID / O REPÓRTER ESPORTIVO EDY ROBE / DE QUARENTA E TRÊS ANOS / E O JORNALISTA E APRESENTADOR DE PROGRAMAS MUSICAIS / ROBERTO CASSIANO / DE QUARENTA E SEIS / OS DOIS CHEGARAM A CONTRAIR O VÍRUS AO MESMO TEMPO E LOGO FORAM ENCAMINHADOS PARA UM HOSPITAL PARTICULAR DA CIDADE / ONDE FORAM PARA A UNIDADE DE TERAPIA INTENSIVA / NÃO RESISTINDO AS COMPLICAÇÕES DO VÍRUS / EDY FALECEU EM CATORZE DE MARÇO DE DOIS MIL E VINTE E UM / ENQUANTO QUE O CASSIANO MORREU NO DIA VINTE E UM DO MESMO MÊS / POR ESSAS E OUTRAS / O RADIALISTA LEMBRA COM CARINHO OS COMPANHEIROS DE FIRMA //. – **19’32” à 20’14”**

TEC: SONORA 10 – APARECIDO ETERNO – **20’15” à 22’4”**

OFF 23: OUÇA AGORA A LOCUÇÃO DO ROBERTO CASSIANO NA RÁDIO VALE DA SERRA //. – **22’5” à 22’9”**

TEC: SOBE SOM 3 – RÁDIO VALE DA SERRA

OFF 24: SAINDO DO NOTICIÁRIO INTERIORANO / VAMOS FALAR AGORA SOBRE AS FAKE NEWS / A DESINFORMAÇÃO É O TERMO PRÓPRIO PARA DEFINIR QUALQUER TIPO DE CONTEÚDO OU PRÁTICA QUE CONTRIBUA PARA O AUMENTO DE NOTÍCIAS NÃO VALIDADAS OU POUCO TRANSPARENTES / COM A FINALIDADE DE AFASTAR OS CIDADÃOS DO CONHECIMENTO VERDADEIRO DA REALIDADE / AS NOTÍCIAS FALSAS / CONSISTEM NA DISSEMINAÇÃO DELIBERADA DE INFORMAÇÕES TRUNCADAS OU BOATOS ATRAVÉS DE JORNAL IMPRESSO / TELEVISÃO / RÁDIO / E PRINCIPALMENTE NA INTERNET / ATRAVÉS DE SITES E REDES SOCIAIS COM A INTENÇÃO PROPOSITAL DE ENGANAR OU ILUDIR AS PESSOAS //. – **22’57” à 23’33”**

OFF 25: NOS TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID-19 / AS FAKE NEWS FORAM GENERALIZADAS NO BRASIL / UMA VEZ QUE OS DEBATES

TRATAM DE SAÚDE PÚBLICA / COLOCANDO RISCO A MILHARES DE VIDAS / E OCACIONANDO TRÁGICAS CONSEQUÊNCIAS QUE AFETAM A HUMANIDADE COMO UM TODO // **-23'34" à 23'48"**

OFF 26: GABRIEL GARCIA / REPÓRTER DA TV ANHANGUERA / DESTACA OS PRINCIPAIS FATORES PARA A PROPAGAÇÃO DESSAS FAKE NEWS // **- 23'49 à 23'55"**

TEC: SONORA 11 – GABRIEL GARCIA – **23'56" à 25'36"**

OFF 27: A DESINFORMAÇÃO CAUSADA POR CONTEÚDOS MENTIROÇOS / NA MAIORIA DIVULGADOS POR PESSOAS QUE NÃO TEM NENHUM COMPROMISSO COM A INFORMAÇÃO DE QUALIDADE / INFLUENCIA TOTALMENTE UMA GRANDE PARCELA DA POPULAÇÃO // **- 25'37" à 25'47"**

OFF 28: ESSE TIPO DE ATITUDE TEM UM GRANDE PODER DE GERAR DESCONHECIMENTO SOBRE O ASSUNTO E DIFICULTAR A PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES VERÍDICAS SOBRE A PANDEMIA // **- 25'48" à 25'57"**

TEC: SONORA 12 – GABRIEL GARCIA – **25'58" à 26'55"**

OFF 29: ESSA É A PROVA DE QUE NO GERAL / AS FAKE NEWS EXERCEM O PODERIO DE MUDAR O COMPORTAMENTO DE TODA UMA NAÇÃO // **- 26'56" à 27'3"**

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

OFF 30: PARA QUEM TIVER AFIM DE SABER MAIS SOBRE O ASSUNTO / LEIA O LIVRO VIRAL: A EPIDEMIA DE FAKE NEWS E A GUERRA DE DESINFORMAÇÃO / A OBRA DOS AUTORES GUSTAVO SAMPAIO E FERNANDO ESTEVES VISA REFLETIR E EXPLICAR SOBRE O ADVENTO

DA DESINFORMAÇÃO NO MUNDO TODO E DIFUNDIR MEDIDAS PARA UMA MELHOR VERIFICAÇÃO DOS FATOS / A VENDA NAS MELHORES LIVRARIAS FÍSICAS E VIRTUAIS // . – 27’7” à 27’31”

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

OFF 31: POIS BEM OUVINTE / QUEM PODERIA IMAGINAR QUE LÁ EM DEZESSEIS DE MARÇO DE DOIS MIL E VINTE O MUNDO SERIA DEVASTADO POR UMA DOENÇA TÃO TRAISSUEIRA / QUE ACABOU QUEBRANDO SUAS PERNAS ECONÔMICAS E SOCIAIS E BOTANDO O POVO PRA DENTRO DE SUAS CASAS NÃO É? / PORÉM ENQUANTO ISSO ACONTECIA / A COMUNICAÇÃO ESTAVA EM MOVIMENTO / E ESSE PROGRAMA ESPECIAL QUE VOCÊ ACABOU DE OUVIR / SERVE COMO REFLEXÃO DA NECESSIDADE DA MÍDIA PARA OS DIAS ATUAIS E AS MUDANÇAS OCASIONADAS NO JORNALISMO / MOSTRANDO OS OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELOS PROFISSIONAIS DA ÁREA NOS TEMPOS DE CRISE SANITÁRIA / QUE SAÍRAM AS RUAS PARA / INFORMAR / CONSCIENTIZAR / E COMBATER O NEGACIONISMO E AS NOTÍCIAS FALSAS / MAS MESMO DEPOIS DE TODA ESSA EXPERIÊNCIA / AINDA HAVERÁ MUITO CAMINHO A SER PERCORRIDO PELOS EXPERTS DA IMPRENSA / E ASSIM SENDO / FAÇO UMA PERGUNTA A VOCÊ QUE ESTÁ ME OUVINDO / COMO SERÁ A COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA E TELEVISIVA NO PÓS-PANDEMIA? // . - 27’35” à 28’30”

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

FICHA TÉCNICA: O RÁDIODOCUMENTÁRIO RÁDIO E TV EM GOIÁS: A PANDEMIA ESTÁ NO AR / FOI PRODUZIDO PELOS ALUNOS DE JORNALISMO LUIZ EDUARDO E ITALLO RODRIGUES / COMO PARTE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS / SOB A ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR LUIZ SERENINI / LOCUÇÃO DE LUIZ EDUARDO / PRODUÇÃO DE ITALLO RODRIGUES / GRAVAÇÃO E EDIÇÃO DE NILSON FILHO / E SOBE SOM DE TV RECORD / TV GAZETA / E RÁDIO VALE DA SERRA //

TEC: SOBE E DESCE BG (ÁUDIO DRAMÁTICO)

MEMORIAL

O rádiocumentário "Rádio e TV em Goiás: A pandemia está no ar" foi feito com a temática do coronavírus, pois além de ser um tema bem atual, é um assunto capaz de atizar a curiosidade de todos quanto aos bastidores das redações, câmeras e microfones, através de relatos de quem viveu a cobertura pandêmica. E pensar que o projeto inicial era um podcast de entretenimento, porém não rolou.

No início de elaboração do projeto, ficou decidido que no primeiro semestre seria feito a parte prática e no segundo semestre haveria o trabalho teórico. Fizemos leitura de livros, sites e referenciais teóricos que abordavam outras pandemias, o próprio coronavírus e histórias envolvendo rádio e TV.

Para as fontes do documentário, entramos em contato com as sonoras via WhatsApp. A dificuldade não foi tanta, pois as fontes responderam bem rápido, só houve a falta de retorno de um entrevistado, que precisou ser descartada por conta da carência de espaço no roteiro.

O convite aos jornalistas foi feito em setembro, as gravações foram feitas em outubro, e em novembro foi feita a edição dos áudios. Algumas fontes atrasaram um pouquinho para responder e foi preciso dar um "puxão de orelha" nessas pessoas, entretanto, elas retornaram com as respostas das perguntas em pouco tempo.

O produto final também demorou pra sair pois foi preciso fazer alguns ajustes na parte prática, mas eram coisas referentes a uma sequência de falas das fontes, ruído de passagem de uma fala para outra no pout-pourri de sonoras e vinheta de apresentação. Enfim, pouca coisa que conseguiu ser solucionada.

Resumindo, foi difícil produzir esse rádiocumentário, deu trabalho pra fazer, mas valeu muito a pena. No fundo, nós achávamos que não iríamos entregar o trabalho a tempo, contudo, estávamos bem confiantes na entrega de

um produto de primeira e parece que conseguimos cumprir com esse grande desafio. Missão cumprida.

METODOLOGIA

Neste trabalho, no capítulo **2** trazemos um histórico sobre a mídia sonora no Brasil, relatando a trajetória do rádio desde os tempos de Roquete Pinto onde os jornais falados eram através de notícias recortadas de jornais impressos, até a era das rádios all-news e funções multimídia.

No capítulo **3**, é mostrado a forma de que as mídias lidaram com as pandemias as quais já rondaram o mundo, ressaltando o trabalho do jornalismo na cobertura dos fatos e o crescimento do consumo dos veículos comunicacionais.

Já no capítulo **4**, é abordada a instantaneidade do jornalismo no rádio, destacando o alcance que o veículo possui, as vantagens se comparadas a outras mídias, a forma de conteúdo e transmissão por meio do “ao vivo” e a compreensão da informação pelo ouvinte através da notícia objetiva e narrada de forma simples.

No capítulo **5** levantamos uma questão importante para os dias de hoje, que foi a adaptação do rádio para os meios digitais. A transformação do rádio num instrumento portátil para se ouvir em celulares, tablets e som automotivo, a junção do rádio com a internet e a mudança de estrutura das emissoras ajudaram incorporar a radiodifusão no mundo tecnológico do século XXI.

No capítulo **6**, apresentamos a cobertura da pandemia no rádio e na TV em Goiás, que passou por grandes desafios. Protocolos de segurança foram criados, jornalistas passaram fazer trabalhos remotos e o assunto da saúde ganhou destaque por ser um tema bastante factual e de grande repercussão.

Através do capítulo **7**, relatamos o poder da desinformação em plena era do mundo digital, com as notícias falsas sendo disseminadas constantemente no Brasil, trazendo risco para centenas de vidas e prejudicando o trabalho dos

jornalistas ao mesmo tempo em que a imprensa estabelece um papel importante apurando os fatos e checando as informações.

No capítulo 8, levantamos acerca do radiodocumentário como um todo. Conceito, definição, história e estrutura foram alguns dos temas abordados. Além disso, também foram percorridos os tipos de documentário, dentre eles estão: os jornalísticos, históricos, culturais, e os de abordagem filosófica.

Como o tema do nosso trabalho é um radiodocumentário, não poderíamos deixar de abordar o nosso produto especificamente. No capítulo 9, foi apresentado o propósito do nosso projeto, o posicionamento na categoria documentário jornalístico e nossas intenções em mostrar os desafios das emissoras de TV e rádio em passar a mensagem informacional aos espectadores.

CONCLUSÃO

Nos dias de hoje, jornalismo não tem dia, lugar e muito menos hora. Ele é instantâneo, se adapta facilmente a novas tecnologias e é proveniente de imediatismo, além de ser nossa fonte para tudo que acontece no mundo. Portanto, é nada mais justo merecer um reconhecimento e respeito por parte da sociedade.

O presente trabalho para a conclusão de curso em graduação de Jornalismo, refletiu a importância de como a escolha do tema de um produto jornalístico deve promover a visibilidade de projetos sociais, por meio da produção de um documentário em áudio que visou à profundidade informativa e à imersão do jornalista no assunto abordado.

Nesse período, foi importante discutir o papel do rádio e da tv na sociedade contemporânea, em suas línguas e presença através de estações educacionais, o atual radiodocumentário contribui para a reflexão sobre a pandemia de Covid-19 e as mudanças ocasionadas no jornalismo, além de promover uma reflexão usando técnicas jornalísticas e um produto essencialmente jornalístico.

Dentre outros fatores, o TCC realizado também é da necessidade da gente descobrir a real importância da mídia para os dias atuais. No Brasil de hoje, notícias falsas proliferam constantemente e precisamos mudar essa ideia a partir do valor o qual a informação possui, sempre questionando todas as informações que se recebem e verificando tudo antes de passá-la ao espectador para que assim, não se cometa nenhuma falha ao passar a notícia.

Resumindo, o projeto executado é parte de um desafio de dar vez e voz ao jornalismo na missão de informar os ouvintes e telespectadores e mostrar os obstáculos enfrentados pelos profissionais da área nos tempos da pandemia, assim contribuindo para o comprometimento da mídia com a informação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como desafio mostrar os vários desafios enfrentados por profissionais de rádio e TV na pandemia de coronavírus por meio de um radiodocumentário. A parte teórica buscou fazer um panorama da história do rádio no Brasil, a forma como a pandemia foi lidada na mídia, além de abordar a cobertura jornalística no rádio e televisão de Goiás.

O radiodocumentário foi direto e reto, pois como se não bastasse trazer como destaque o vírus da Covid-19, houve espaço também para dados referentes ao consumo de meios de comunicação, histórias sobre bastidores, perda de colegas de profissão e comparação com o período da gripe H1N1 em 2009, promovendo o debate sobre a importância do jornalismo no dia a dia da sociedade, ainda mais quando se trata de fatos mais complexos.

Esse projeto também atribuiu muita coisa boa aos alunos. Permitiu a gente botar em prática e aprimorar tudo o que foi visto nas aulas de jornalismo em rádio. Apresentou algumas mudanças no roteiro, que foram necessárias para não estourar o tempo estipulado pela universidade, porém acabou sendo um projeto muito bom, o qual estava ao nosso alcance. Por conta disso, a gente viu que o jornalismo não chega a ser tão fácil igual muitas pessoas dizem, mas é muito prazeroso. É excelente você fazer aquilo que gosta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto & Lima, Paulo Rodolfo de. Manual de radiojornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARBOSA FILHO, André. Classificação dos gêneros radiofônicos. In: Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003. (Coleção Comunicação - estudos)

BELTRÃO, Luiz - *Jornalismo pela televisão e pelo rádio: perspectivas*. In: Revista da escola de comunicações culturais, USP, vol.1, nº1, 1968.

BERTUCCI, Liane Maria. Gripe A, uma nova “espanhola”? Revista da Associação Médica Brasileira, v.55, n.3, p.230-231. 2009.

BERNARD, Sheila Curran. Documentário: Técnicas para uma Produção de Alto Impacto. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=7QxP9GO7nkC&lpg=PA1&dq=document%C3%A1rio&hl=ptBR&pg=PA1#v=onepage&q=document%C3%A1rio&f=false>.

BETTI, Juliana Gobbi. As interfaces do rádio no século XXI. Anais do XVI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação (XVI CELACOM). Bauru, 2012.

Braga, A. C. & Mazzeu, F. J. C. (2017). O analfabetismo no Brasil: lições de história. *Revista on line de Política e Gestão Educacional*, 21(1), 24-46. <http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.1.2017.9986>

EAJ-1 Radio Barcelona e as revistas Radiosola e Radio Barcelona nos anos de 1920 e 1930 <https://doi.org/10.30962/ec.521>

BRISOLA, A. C.; ROMEIRO, N. L. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, Online First, 20 p., jan. 2018. Disponível em: . Acesso em: 04 jul. 2018.

CASTELLS, Manuell – A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHANTLER, Paul e Harris, Sim. Radiojornalismo. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1998.

DA CUNHA, Magda Rodrigues. HAUNSEN, Doris Fagundes. Rádio brasileiro: episódios e personagens. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2003.

FERRARETTO, L. A. Rádio: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra DC Luzzatto, 2001.

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

HEGENBERG, Ivan Alexander. Fake news como desafio para a cultura. Palimpsesto. 2019, v.18, n. 30, pp. 100-113. Disponível em: <<https://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/palimpsesto/article/view/42778/31241>>. Acesso em: 23 de março de 2020.

<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora/o-radio-e-a-adaptacao-a-nova-era-das-tecnologias-da-comunicacao-e-informacao-contextos-producao-e-consumo>

<https://acontecendoaqui.com.br/comunicacao/consumo-de-radio-e-tv-aumenta-durante-pandemia-de-coronavirus>

<https://aldeiaconteudo.com.br/blog/marketing/midias-mais-usadas-pandemia/>

INSIDE RADIO 2020: no ritmo da transformação. Kantar Ibope Media. 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/inside-radio-2020/>, acesso em: 30/10/2020

José Renato Nalini disponível em: <http://abga.adv.br/site/fake-news-e-o-poder-da-desinformacao/>

JOSÉ, C. L. História oral e documentário radiofônico: distinções e convergências. Disponível em: . Acesso em: 24 mar. 2012.

JUNG, Milton. Jornalismo de Rádio. São Paulo: Ed. Contexto, 2004.

LOPES, F. V. A reconfiguração dos veículos tradicionais de informação frente à popularização das mídias sociais. Intercom, 2010.

MAGNONI, A. F. Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica, Palestra, 1995.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (org.). Teorias do Rádio, textos e contextos. V.2, Florianópolis: Ed. Insular, 2008.

MEDITSCH, Eduardo - *A rádio na era da informação*. Coleção comunicação. Coimbra: editora Minerva, 1999.

MERELES, Carla. Notícias falsas e pós-verdade: o mundo das fake news e da (des)informação. Politize. Florianópolis, 2017. Disponível em: Acesso em: 24 de março de 2020.

MORIGI, V.J.; FERRARETTO, E.K. A Cobertura Jornalística da Área da Saúde e a Promoção da Cidadania: um Estudo em Jornais de Porto Alegre – RS. In: Congresso Brasileiro De Ciências da Comunicação, 2004. São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=42994

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. 1.ed. LIVRO. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

NICHOLS, Bill. Introdução ao Documentário; tradução Monica Saddy Martins - Campinas, SP: Papirus, 2005. (Coleção Campo Imagético).

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A Informação no Rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Ed. Summus, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. São Paulo, Revista USP, 2002.

PAIVA, A. S. Reportagem aumentada: uma proposta para o jornalismo radiofônico.: In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio (Orgs.). Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis. Labcom - Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online, Covilhã, 2019, p. 101-122.

RAMOS, Fernão Pessoa (org.). A Cicatriz da Tomada. Teoria Contemporânea do Cinema. Documentário e Narratividade Ficcional. Vol. II. SP, Editora SENAC, 2005. Disponível em:

<https://www.iar.unicamp.br/docentes/fernaoramos/ACicatrizDaTomada.pdf>

ROGÉRIO NERY, O valor social das tvs durante a pandemia. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/opiniao/midia/o-valor-social-das-tvs-durante-a-pandemia-escreve-rogerio-nerly/>

SCHULZ, Anne. Global Turmoil in the Neighbourhood: Problems Mount for Regional and Local News. Reuters Institute. 2020. Disponível em: Acessado em: 14 de agosto de 2020.

SOUSA JÚNIOR, J. H. et al. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. Cadernos de Prospecção, v. 13, n. 2 COVID-19, p. 331-346, 2020.

VELHO, Ana Paula Machado. **A linguagem do rádio multimídia**. Universidade Estadual de Maringá. Centro Universitário de Maringá. Maringá, 2009. ARTIGO. Disponível em: . Acesso em: 20 de março de 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. No ar: a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2012. p. 127-172.

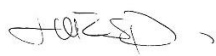
RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE**Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

O(A) estudante Luiz Eduardo Garcez Carvalho do Curso de Jornalismo, matrícula 20181012702805, telefone: 64 999295852, e-mail luizeduardogarcezcarvalho@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Rádio e TV em Goiás: A pandemia está no ar, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 08 de dezembro de 2021.

Assinatura do(s) autor(es): Luiz Eduardo Garcez Carvalho

Nome completo do autor: Luiz Eduardo Garcez Carvalho



Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Luiz Serenini Prado

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE**Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

O(A) estudante Ítallo Rodrigues Antkiewicz do Curso de Jornalismo ,matrícula 20181012700420, telefone:62 99622-1787 e-mail italloantkiewicz@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Rádio e TV em Goiás: A pandemia está no ar, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 08 de Dezembro de 2021.

Assinatura do(s) autor(es): Ítallo Antkiewicz

Nome completo do autor: Ítallo Rodrigues Antkiewicz



Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Luiz Serenini Prado