



O Jornalismo Popular e o Jornalismo Público em um programa radiofônico.¹

Márcia Franz AMARAL²
Luiz Henrique COLETTO³
Gabielli Siqueira DALA VECHIA⁴
Juliana Reichembach GELATTI⁵
Felipe Viero KOLINSKI MACHADO⁶
Cristiano MAGRINI⁷
Janaina OLIVEIRA⁸
Luciana Reginalda Rocha da ROSA⁹
Maíra BERTOLDO¹⁰
Michelle FALCÃO¹¹
Guilherme Rosing GEHRES¹²

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS

Resumo

Como praticar jornalismo popular? Este é o desafio principal dos acadêmicos que produzem o “Ecolândia: o mundo onde a gente vive”, radiojornal apresentado na Carai FM, rádio comunitária da Região Sul de Santa Maria. Semanalmente, o grupo discute uma nova pauta, voltada ao meio ambiente e à qualidade de vida, e precisa adequá-la à realidade da população da área de abrangência da radiotransmissora. Para conseguir se inserir no mundo daquelas pessoas, o Ecolândia trabalha amparado pelas técnicas de radiojornalismo, de jornalismo popular e de jornalismo público. Este artigo explica quais são essas técnicas e de que forma o programa se apropria delas para produzir um radiojornal popular e de qualidade, compreendido e aceito pelo seu público-alvo.

Palavras-chave: Radiojornalismo; Jornalismo Popular; Jornalismo Público.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), docente do mestrado em Comunicação Midiática, da graduação em Jornalismo e tutora do Programa de Educação Tutorial da faculdade de Comunicação Social da UFSM.

³ Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: luiz.media@gmail.com

⁴ Acadêmica do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: gabi_dala@hotmail.com

⁵ Acadêmica do 7º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: julianagelatti@gmail.com

⁶ Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: felipeviero@yahoo.com.br

⁷ Acadêmico do 3º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: cristiano.magrinirodrigues@gmail.com

⁸ Acadêmica do 8º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: evita jornalista@yahoo.com.br

⁹ Acadêmica do 5º semestre de Relações Públicas da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: lu.facos@gmail.com

¹⁰ Acadêmica do 7º semestre de Jornalismo da UFSM, integrante/colaborador do Projeto Ecolândia. E-mail: mairabertoldo@gmail.com

¹¹ Acadêmica do 3º semestre de Jornalismo da UFSM, integrante/colaborador do Projeto Ecolândia. E-mail: michellepfalcao@gmail.com

¹² Acadêmico do 3º semestre de Jornalismo da UFSM, integrante/colaborador do Projeto Ecolândia. E-mail: guillermeeee@yahoo.com.br



Introdução

Com a volta do regime democrático no Brasil e com a promulgação da Constituição Brasileira de 1988, “novas doutrinas passaram a prevalecer na ação dos jornalistas. Uma delas foi a ideia de que o jornalismo de ‘utilidade social’ era um novo caminho a ser explorado.” ABREU, 2003, p.30). Diante disso, a imprensa brasileira abriu espaço para a manifestação do público através das seções de serviços. A partir daí, desenvolveram-se teorias que procuravam denominar o tipo de jornalismo que começava a ser feito e os termos *jornalismo popular* e *jornalismo público* passaram a ser constantemente utilizados para classificar setores da imprensa brasileira.

O jornalismo popular é estabelecido quando há uma relação entre a imprensa e seu público-alvo, “pelo tipo de serviço que presta e pela sua conexão com o local e o imediato.” (AMARAL, 2006, p.16). O aspecto cidadão que esse segmento do jornalismo difunde, não somente em colunas de prestação de serviços, contém elementos do *Civic Journalism*. O jornalismo cívico (em tradução literal) ou jornalismo público (termo tecnicamente correto) teve sua origem nos Estados Unidos e propunha-se a produzir conhecimento para a cidadania. Utilizando-se das premissas que norteiam essas duas vertentes do Jornalismo, vamos analisar a linguagem radiofônica do Programa Ecolândia sob diferentes aspectos.

O Ecolândia na linguagem radiofônica

O Ecolândia é um dos projetos de extensão do Programa de Educação Tutorial (PET) dos cursos de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria e consiste num radiojornal de periodicidade semanal que aborda questões relacionadas ao meio ambiente e à qualidade de vida. Apresentado ao vivo, às sextas-feiras, das 18 às 19 horas, na Rádio Comunitária Caraí FM, o programa é dedicado principalmente aos moradores da Região Sul de Santa Maria, área de abrangência da radiotransmissora comunitária.

A linguagem que rege o programa segue o padrão do texto radiofônico. Walter Alves, em seu artigo *A cozinha eletrônica*¹³ define algumas dessas regras básicas a serem seguidas pelo profissional de rádio. Tecendo um paralelo entre os quadros do programa e as Regras Básicas da Profissão, descritas por Alves, temos os princípios que

¹³ ALVES, Walter. A cozinha eletrônica. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005. p.303-321.



norteiam a produção do Ecolândia. O INCRA (Inteligibilidade, Correção, Relevância e Atratividade) possibilita práticas que auxiliam uma melhor qualidade no material produzido e, conseqüentemente, define uma melhor estética ao programa. Alguns dos itens que compõem cada princípio da sigla fogem à alçada dos integrantes do projeto. Tais preceitos dizem respeito ao aparato técnico do estúdio onde o programa é apresentado e são de responsabilidade da Rádio Carai.

O primeiro termo do INCRA é a inteligibilidade. “Toda informação deve ser inteligível, compreensível” (ALVES, 2005, p.307) e esta é uma preocupação constante dos produtores do Ecolândia. Entre os *ingredientes* necessários para que se atinja esse objetivo destacamos o cuidado no processo de criação do texto que será apresentado. Procura-se discorrer sobre os assuntos utilizando conceitos simples, levando em consideração a heterogeneidade do público alvo do programa, com o intuito de que todos os ouvintes entendam o que é dito. Diretamente ligada a isto, temos a necessidade de uma exposição concisa, com linguagem precisa, frases curtas e de ordem direta. A construção estética é amparada nas regras gramaticais, porém sem a utilização de rebuscamentos nem vulgaridades. Preza-se por uma linguagem coloquial, não literária, pois a locução deve ser de agradável escuta e fácil compreensão, portanto, simples. “O trabalho radiofônico é essencialmente fácil. Só se complica quando alguém não sabe o que dizer, nem como dizê-lo de modo simples” (ALVES, 2005, p.304).

Sobre o conteúdo, destacamos a relevância. Uma informação passa a ter relevância para o ouvinte quando este consegue sentir-se nela, direta ou indiretamente; então, para conquistá-lo, é preciso trabalhar com coisas que sejam do seu universo. Esta é a proposta do programa e pode ser percebida diretamente no nome do radiojornal: “Ecolândia: o mundo onde a gente vive”.

Tendo consciência disso, o grupo, nas reuniões de pauta semanais, define os próximos temas a serem trabalhados tentando verificar qual a importância destes no âmbito da comunidade. Para produzir informações relevantes aos seus ouvintes, o Ecolândia procura, em primeiro lugar, conhecer o ouvinte e os seus hábitos. O processo prático para que isso aconteça se dá através da realização do quadro “Microfone Aberto”. Neste quadro o repórter sai às ruas da região de abrangência da Rádio Carai e entrevista os moradores. O “MA” também proporciona a cada repórter colocar-se no lugar do ouvinte e ainda vai além: ao invés de imaginar o que o indivíduo gostaria de perguntar, é dada a oportunidade de ele fazer o questionamento. Dar palavra ao público do programa também caracteriza tratar o ouvinte como indivíduo, como único.



Compreendendo a psicologia do indivíduo e o seu contexto social é possível oferecer uma informação mais precisa e direcionada para a realidade de quem acompanha o programa.

As dúvidas recolhidas no “MA” são encaminhadas aos responsáveis pela entrevista e pela reportagem da semana. Buscando a correção, parte-se à procura das fontes para os esclarecimentos sobre o assunto em pauta e, em casos de situações que envolvam opiniões divergentes, o máximo de posicionamentos possível é abordado da maneira mais objetiva praticável. Estes dois quadros também trabalham com o princípio da inteligibilidade; no entanto, a reportagem se apropria também do conceito de atratividade. Uma variedade de recursos sonoros é utilizada na produção do quadro, observando a necessidade de prender a atenção mantendo a clareza da matéria. A sonoplastia é mais livremente empregada em outro quadro do programa, o “Biologia em Comunidade”, um radioteatro informativo de curta duração produzido pelos acadêmicos integrantes do PET Biologia da UFSM.

A roupagem imaginária confere uma identidade sonora ao Ecolândia através das suas vinhetas e sua cortina e também tem o intuito de manter o ouvinte na audiência, propiciando uma apresentação mais leve fluida ao programa.

O Ecolândia no jornalismo popular

Márcia Franz Amaral explica, em seu livro *Jornalismo Popular*, alguns preceitos para a prática deste tipo de jornalismo no meio impresso. É possível transferir para a mídia radiofônica alguns deles, que se complementam ou se repetem quando comparados às *Regras* de Walter Alves.

Conceitua-se que “a primeira questão-chave do jornalismo popular é conhecer o público-alvo” (AMARAL, 2006, p.107). No Ecolândia, observamos isso principalmente em dois momentos. Num primeiro, temos a realização de uma pesquisa de opinião pública, durante a segunda metade do primeiro semestre de 2008, época em que o projeto completara dois anos de existência. A pesquisa usou uma amostragem de 374 pessoas e possibilitou que a produção do programa conhecesse mais a fundo o perfil do seu ouvinte. Os resultados da pesquisa foram – e continuam sendo – levados em consideração no momento de produção dos programas subsequentes.

Num segundo momento, o contato com o público-alvo se dá na realização do supracitado quadro “Microfone Aberto”, que consiste em o repórter sair às ruas para saber a opinião e as dúvidas do ouvinte sobre um tema pré-determinado em reunião.



Essa já era uma prática antes da pesquisa de opinião pública e continua sendo realizada atualmente. Embutida nessa primeira questão-chave está uma necessidade salientada por Amaral que podemos resgatar de Walter Alves: conhecer o perfil do público para adequar o texto de modo simples e didático, utilizando uma linguagem próxima à da população.

Seguindo o caminho para a popularização, temos a mudança dos pontos de vista. Os pontos de vista no jornalismo popular são bastante diferentes dos da imprensa de referência. O público “popular” tem baixa escolaridade, dificuldades para conseguir emprego, depende muito dos sistemas públicos – saúde e educação, por exemplo – e a renda mensal não permite um acesso às grandes programações culturais. Para os produtores do Ecolândia, adequar-se a essa realidade não é uma tarefa fácil. O nome do principal bairro de atuação do programa (Bairro Urlândia), quando citado nos meios de comunicação de referência, quase sempre está ligado a problemas da ordem social: violência, pobreza, deficiência no atendimento de saúde e precariedade da infraestrutura. Os integrantes do programa se policiam para não subestimar nem estereotipar o ouvinte e pouco a pouco se libertam do *pré-conceito* que tinham a respeito da região. A pesquisa de opinião pública e o “Microfone Aberto” são os canais que mais facilitam essa mudança de pensamento. A partir do momento em que se conhece o ouvinte, não se compreende apenas como se dirigir a ele, mas também o porquê da sua situação e das suas condições de vida. Ter uma visão menos preconceituosa sobre as comunidades de baixa renda é um processo gradual de amadurecimento presente em cada membro da equipe.

Seguindo sobre os conceitos do jornalismo popular, chegamos à vigilância da linguagem. Esta é uma das tarefas mais difíceis quando se trata de falar para o segmento popular. A objetividade é essencial para a construção da narrativa de um programa de rádio. O jornalismo popular exige atenção: escreve-se o roteiro pensando no ouvinte e partindo do princípio de que ele não conhece o tema desenvolvido. “Os fatos devem ser bem ordenados e expostos” e “os textos precisam ter frases curtas e diretas, poucos apostos, serem didáticos e traduzirem as palavras complexas” (AMARAL, 2006, p.115). A linguagem do jornalismo popular necessita adequar-se a realidade do seu público-alvo, levando em consideração a sua posição econômica, social e cultural. Logo, a seção “Notícias” é apresentada de maneira didática, sem perder seu contexto e sua profundidade. Em uma análise de dois roteiros do ano de 2008, feita por um dos integrantes do programa, a linguagem simples utilizada pode ser constatada. Nas pautas



sobre transporte público (25 de abril) e sobre segurança pública (20 de junho), nas 10 notícias veiculadas observou-se a ordem direta das frases, o número de intercalações e as frases e/ou períodos curtos. No que toca à adequação da linguagem ao público popular, foi observada a contextualização da notícia e o vocabulário simples. De todo este processo, foi concluído¹⁴ que os temas relacionados à saúde, economia e política são mais difíceis de serem trabalhados, pois, diversas vezes, é inevitável que ocorra o uso de uma linguagem específica, logo, rebuscada. Mesmo assim, prevaleceu, no material analisado, um perfil mais simples e didático na construção das notícias.

As regras básicas para o impresso destinado às classes C e D se encaixam perfeitamente na linguagem radiofônica e na política de produção adotada pelo Ecolândia. Mas ainda não é tudo. O conteúdo apresentado deve ser essencial àqueles que o recebem.

Na obra *Jornalismo Popular* é explicado que o conceito ocidental de jornalismo tem raiz anglo-americana e está ligado às teorias da liberdade de imprensa, do iluminismo e da responsabilidade social e, dessas vertentes, é possível deduzir que o jornalismo deve defender o interesse público, estar direcionado ao bem-estar social e não deve se submeter aos interesses particulares. Assim, os textos constroem um discurso informativo que diz respeito ao mundo público. A notícia em potencial é aquela que afeta o maior número de pessoas. (AMARAL, 2006, p.54-59 passim)

Com a preocupação em adequar a informação jornalística ao público para o qual é destinado, o jornalismo popular acaba desconsiderando vários temas de interesse público para colocar em pauta os interesses do público. O sentimento, o cotidiano, o indivíduo e a subjetividade são características bastante valorizadas nessa forma jornalística.

Márcia Amaral ainda define uma diferença entre as fontes procuradas pela imprensa de referência e a imprensa popular. Tal diferenciação, porém, não se encaixa totalmente na produção do Ecolândia. Ao contrário do que a autora expõe em seu livro acerca dos jornais, o Ecolândia não busca construir sua credibilidade apenas pela proximidade e pelo testemunho. A escolha das fontes segue basicamente os mesmos critérios da imprensa de referência e os repórteres procuram, inicialmente, as fontes oficiais porque estas “supostamente têm o compromisso de informar de forma correta,

¹⁴ A pesquisa “A linguagem didática nas notícias do programa de rádio popular Ecolândia – o mundo onde a gente vive” foi realizada por Luiz Henrique Coletto e apresentada na 23ª Jornada Acadêmica Integrada da UFSM em 2008.



guardam informações interessantes e têm legitimidade para falar à sociedade”. (AMARAL, 2006, p.56)

Amaral descreve seis itens que dão mais chances de um fato ser noticiado na imprensa popular: capacidade de entretenimento, proximidade geográfica ou cultural do receptor, possibilidade de ser simplificado, possibilidade de ser narrado dramaticamente, possuir identificação das personagens com os leitores e ser útil. “Um fato será notícia na imprensa popular se puder ser narrado de maneira a ficar próximo ao leitor” (AMARAL, 2006, p.64). Dos três modos de proximidade detalhados pela autora (proximidade pelo conteúdo, proximidade pelos personagens que envolve e proximidade pela linguagem) dois são os que se destacam no Ecolândia: proximidade pelo conteúdo e proximidade pela linguagem.

Proximidade pelo conteúdo atrai por noticiar acontecimentos locais ou que digam respeito diretamente às necessidades do público-alvo. A proximidade pela linguagem marca a aproximação com a fala do leitor: continuam o discurso direto e a oralidade.

O jornalismo popular tem a utilidade como valor-notícia. A utilidade carrega consigo a função de ensinar modos de vida, englobando família, cuidados pessoais, auto-realização e ainda, em caráter pragmático, a utilidade pública. Cada segmento jornalístico do programa carrega pelo menos uma destas características.

As notícias são introduzidas em blocos durante o programa. Como o grupo não tem condições de averiguar as próprias notas, a maioria destas é garimpada dos veículos de comunicação da cidade, de maneira a utilizar estes como bases para a produção da informação. O critério de escolha seguido é basicamente a proximidade com a área de abrangência da radiotransmissora. “A construção da notícia sempre parte de uma imagem sobre quem é o público” (AMARAL, 2006, p.69), por isso as notícias selecionadas tratam, principalmente, de saúde, educação, segurança, emprego, meio ambiente, variedades nacionais e estaduais e política (estas duas últimas são incluídas somente quando têm influência direta sobre os moradores da localidade), consideradas pelos produtores como questões essenciais àquela população. Os textos escolhidos são reescritos de forma a se adequarem aos padrões radiojornalísticos. Eventualmente chegam à Rádio Cará informações relativas ao cotidiano da região, provenientes das entidades que ali atuam, e estas são encaixadas no *script* como, por exemplo, o dia da pesagem (Pastoral da Criança) e novo horário de atendimento do “postinho” (PSF – Programa Saúde da Família).



O entretenimento é bastante usado pelo jornalismo popular como recurso para atrair público. Os impressos populares ou os programas televisivos destinados a este segmento, por exemplo, divulgam notícias conforme a sua capacidade de entretenimento. Márcia Amaral cita quatro categorias que compõem a capacidade de entretenimento de uma notícia: histórias de gente comum encontrada em situação insólita ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; histórias em que se verifica a inversão de papéis; histórias de interesse humano e histórias de feitos excepcionais e heróicos. Longe de trabalhar com esse tipo de notícia, o Ecolândia inclui o entretenimento em sua programação através do quadro “Que bicho é esse?”.

Em vários momentos do programa o som de algum animal – preferencialmente característico da região Sul do país – é reproduzido e o ouvinte é convidado a ligar para a Rádio Carai para adivinhar de que animal partiu o som. Pode-se considerar o quadro mais popular do programa, pois ao perguntar aos moradores da zona Sul se conhecem o Ecolândia, não é raro obter como resposta um “sim, aquele do bicho!”. No entanto, o “Que bicho é esse?” não tem apenas a função de promover um jogo de adivinhação. Ele traz informações que carregam curiosidades sobre o animal e os impactos mais diretos deste na vida das pessoas, criando uma ponte entre o indivíduo e o meio ambiente. O entretenimento ainda está presente em variedades e curiosidades distribuídas durante a duração do programa.

Um jornalismo popular de qualidade (AMARAL, 2006) precisa levar em consideração a posição econômica, social e cultural daquele que recebe a informação; expor as necessidades individuais das pessoas para servir como gancho àquelas de interesse público; representar dignamente as pessoas do povo; publicar didaticamente as notícias sem alterar o seu contexto ou a sua profundidade; agregar o conceito de responsabilidade social da imprensa ao de utilidade social; definir-se pela proximidade com o público através da adoção de elementos do universo cultural deste e da conexão com o local e com o imediato; ser composto de notícias do interesse público e, por fim, ampliar o conhecimento sobre o mundo e substituir o ponto de vista do individual pelo ponto de vista do cidadão ou da comunidade sem se dirigir para o campo do entretenimento e do espetáculo.

As reportagens e entrevistas são elaboradas partindo desses pressupostos, de maneira a familiarizar e conscientizar o ouvinte sobre a temática que é apresentada. O assunto geralmente é desenvolvido com o propósito de prestação de serviços: maneiras



de descartar resíduos domésticos, como cuidar da economia do lar, direitos do consumidor, informações sobre prevenção e tratamento de doenças, entre inúmeros outros.

O Ecolândia no Jornalismo Público

A primeira menção ao termo *Civic Journalism* aconteceu nos EUA, na década de 1980, pelo editor Davis Merrit, através do pequeno jornal *The Wichita Eagle*, da cidade de Wichita, no Kansas. A cobertura que a mídia concedia à eleição presidencial americana em 1988 não alcançava, segundo Merrit, proporções satisfatórias. As propostas de George Bush e Michael Dukakis vinculadas aos anseios públicos eram tratadas com superficialidade. Sendo assim, em 1990, quando da eleição para o governo do Kansas, o editor publicou um artigo no periódico que dizia:

Cremos que os eleitores têm o direito de que os candidatos abordem os temas em profundidade [...] (e os leitores terão) a oportunidade de compreender, em detalhes, os pontos de vista dos candidatos acerca dos assuntos de maior importância para o Estado do Kansas. (FERNANDES, 2008, p.26).

Por meio de uma pesquisa com a população, foram listados 10 temas julgados como sendo primordiais para a coletividade. As temáticas que despontavam na lista eram delinquência, desenvolvimento econômico, impostos e serviços de saúde. Por 10 semanas consecutivas, aos sábados, os repórteres do jornal realizaram matérias sobre cada um dos 10 tópicos votados. As reportagens eram extensas e detalhadas, contendo informações atuais. Uma nova forma de fazer Jornalismo iniciava-se após a revolução editorial que havia sido o *New Journalism*, alavancada pelo sucesso de público e crítica de *A sangue frio*, de Truman Capote¹⁵.

No que tange ao conceito de notícia, o Jornalismo Público segue a Teoria do Espelho, difundida pelo pesquisador Nelson Traquina (1993 *apud* FERNANDES, 2008, p.27), segundo a qual as notícias são um espelho da realidade. O papel do jornalista no exercício dessa teoria é o de um mero observador, segundo uma visão do início do século XX. Nessa época, os meios de comunicação eram arquitetados a atuarem como simples observadores dos fatos, no entanto, desde o final do século passado, esse

¹⁵ O livro conta o cruel assassinato da família Clutter em uma pequena cidade do Kansas. Capote investigou a história por 6 anos e lançou, em 1965, o livro que se tornaria o marco de um novo gênero literário: o “romance de não-ficção”.



pensamento foi sendo modificado. O engajamento da imprensa na sociedade é desenvolvido sem receios, tanto pelo público quanto pelos jornalistas.

O que é vital nesse segmento do Jornalismo é ressaltar o que é público, o que é bem comum. No Brasil, a Constituição Federal de 1988, citada no início do artigo como o impulso para a difusão das teorias americanas em solo tupiniquim, assegura a liberdade de imprensa e de opinião. Assim, o comprometimento social dos meios de comunicação torna-se um caminho viável. Considerando essas novas diretrizes que a mídia suporta, o Ecolândia utiliza-se de artifícios que tragam conhecimento para o público de abrangência da Rádio Carai. Em novembro de 2008, alunos da Escola Municipal CAIC (Centro de Atenção Integral à Criança) Luizinho de Grandi, participaram de uma oficina denominada “O Homem e o meio-ambiente, uma longa história...”. Acadêmicas do curso de História da UFSM¹⁶ realizaram uma mini-palestra e uma gincana que mobilizaram 20 crianças da 6ª série do Ensino Fundamental. Durante a atividade, os alunos puderam aprender sobre o tempo de decomposição de alguns materiais e sobre as convenções de divisão do tempo histórico. No programa posterior à realização da oficina, houve o relato da atividade desenvolvida, com depoimentos das realizadoras e dos alunos participantes.

Outro aspecto do Jornalismo Público que é adotado pelo Ecolândia é o uso de informações referentes a serviços, como endereços e telefones de serviços de saúde das regiões próximas ao Bairro Urlândia. Avisos de última hora relacionados, por exemplo, à campanha da vacinação são recorrentes nas pautas das notícias do programa. Os produtores prezam pelas “pautas quentes” e procuram atualizar as notícias da forma mais segura possível, respeitando a hora em que ela será veiculada.

“O jornalismo cívico propõe-se a produzir conhecimento para a cidadania” (AMARAL, 2006, p.132), e este é um ensinamento que será levado ao longo da trajetória de cada colaborador. Seja ao entrevistar um juiz eleitoral ou uma senhora de cem anos abandonada pela família em um abrigo para idosos, as informações passadas têm a mesma relevância, dependendo do assunto em questão. É isso o que o Jornalismo Público preza: a valorização do que é comum a todos, sejam depoimentos

¹⁶As acadêmicas Caroline Rutz e Luciana Rosa atuaram de forma interdisciplinar, usando como base a disciplina de Prática de Ensino em História II. O LEPA (Laboratório de Estudos e Pesquisas Arqueológicas) da UFSM apoiou a oficina cedendo materiais arqueológicos que foram enterrados na pracinha da Escola e, posteriormente, escavados conforme as indicações das acadêmicas.



emocionantes ou informações essenciais. O que definirá, no Ecolândia, se o destaque será para um ou para outro será a proposta de cada pauta.

Conclusão

O jornalista Márcio Fernandes, em *Civic Journalism: Haverá um modelo brasileiro* cita Jay Rosen:

Já temos a informação, agora o que nos falta é democracia (e) para que nos ocuparmos (apenas) de informar a um público que nem sequer existe? Primeiramente, devemos construir o público. O jornalismo factual pressupõe a existência de uma esfera pública funcionando, na qual os assuntos comuns são continuamente reconhecidos como relevantes e discutidos publicamente. Por isso se pensa que é suficiente se apresentar com notícias, adicionar alguns testemunhos, publicar editoriais e entrevistar aos funcionários estatais. (1996 *apud* FERNANDES, 2008. p.77).

O exercício de técnicas do Jornalismo Popular e do Jornalismo Público, bem como da linguagem radiofônica, permeiam toda a produção do programa Ecolândia desde as suas reuniões de pauta até o momento do programa ir ao ar. No entanto, de forma alguma, o Ecolândia considera-se um pilar inquestionável das premissas teóricas discutidas nesse artigo. Muito pelo contrário. Seus produtores são estudantes de Jornalismo e, portanto, suscetíveis às falhas habituais de qualquer início de carreira. Os integrantes enfrentam as dificuldades impostas pelos limitados recursos técnicos de uma rádio comunitária, pelas diversas atividades acadêmicas que realizam paralelamente e pela distância geográfica entre *campus*, Urolândia e Centro de Santa Maria. No entanto, estes não são empecilhos suficientes para a produção e o desenvolvimento do projeto. Acredita-se que o Ecolândia segue o caminho certo para se tornar cada vez mais um radiojornal popular de melhor qualidade. As dificuldades apenas contribuem para o amadurecimento dos integrantes e, é claro, do público ouvinte, ambos como cidadãos inseridos na esfera pública retratada semanalmente.



Referências

ALVES, Walter. A cozinha eletrônica. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005. p. 303-321.

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo Cidadão**. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, 2003.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERNANDES, Márcio. **Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?**. Guarapuava: UNICENTRO, 2008.