UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, LETRAS E ARTESVISUAIS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DINA MÁRCIA CÂNDIDO VIEIRA

DA FOFOCA À NOTÍCIA
PRODUÇÃO DA RADIONOVELA: O PREÇO DA INTRIGA

Boa Vista, RR

2013

DINA MÁRCIA CÂNDIDO VIEIRA

DA FOFOCA À NOTÍCIA
PRODUÇÃO DA RADIONOVELA: O PREÇO DA INTRIGA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Msc. Maurício Elias Zouein

Boa Vista, RR

2013

DINA MÁRCIA CÂNDIDO VIEIRA

DA FOFOCA À NOTÍCIA
PRODUÇÃO DA RADIONOVELA: O PREÇO DA INTRIGA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Área de concentração: Rádio, História, Jornalismo. Defendida em _____ e avaliada pela seguinte banca examinadora:

_____

Prof. Msc. Maurício Elias Zouein

Orientador / Comunicação Social - UFRR

_____

Prof. Msc. Luís Francisco Munaro

Comunicação Social - UFRR

_____

Prof. Dr. Vângela Maria Isidoro de Moraes

Comunicação Social – UFRR

A minha mãe Luzeneide (*in memorian*)
eternizada em meu coração.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, João e Luzeneide (*in memorian*), pelo amor e apoio, sem vocês eu não teria conseguido chegar até aqui.

Minhas irmãs Ana Carolina e Analice. Quero ser exemplo pra vocês.

Ao meu companheiro Deivide Ferreira, por todo apoio, carinho, amor e por não ter permitido que eu desistisse do meu sonho.

Às amigas da UFRR: Amanda Teixeira, Aline Leão, Ádria Albarado, Adriana Cruz, Jéssica Laurie, Vanessa Vieira e Yasmin Guedes. Por todos os momentos bons que tornaram esses quatro anos os melhores de minha vida.

Aos amigos da Rádio Roraima que tanto me ajudaram na produção deste trabalho, em especial Marcos Zouein, Rejane Araújo, Neto Araújo, Carlos Celso, Djavan Esbell e Benjamin Monteiro.

Ao meu mestre e orientador, Maurício Zouein pela paciência, ensinamentos, conselhos e incentivo.

Obrigada a todos!

“No jornalismo, não há fibrose. O tecido atingido pela calúnia não se regenera. As feridas abertas pela difamação não cicatrizam. A retratação nunca tem o mesmo espaço das acusações”.
*(**Felipe Pena)***

RESUMO

Saber como a fofoca pode se tornar fonte para o jornalismo, e de que forma essa relação se desenvolve é um assunto ainda pouco explorado no meio acadêmico. Quando publicada pelos meios de comunicação de massa a fofoca se legitima e ganha força, perdendo a característica de rumor, sendo muito difícil de ser revertida, por isso a importância da discussão sobre o tema. Por meio de pesquisa bibliográfica foi possível saber como essa relação é construída, e de que forma ela pode ser considerada maléfica para os profissionais da comunicação. A radionovela é um produto midiático que foi sucesso nos anos de ouro do rádio, levando entretenimento e educação aos ouvintes. Com base em entrevistas e em bibliografias foi feito um histórico sobre o rádio, um dos meios de comunicação mais eficiente. “O Preço da Intriga” radionovela produzinda para ilustrar o trabalho, mostra como a relação do jornalismo com a fofoca pode afetar a vida privada de membros da sociedade A fofoca, o jornalismo e rádio são elementos de interesse massivo, tornando o trabalho relevante e necessário para a academia.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo. Fofoca. Rádio. Radionovela.

ABSTRACT

Knowing how gossip can become a source for journalism, and how this relationship develops is a subject still little explored in academia. When published by mass media gossip legitimized and gaining strength, losing the characteristic of rumor, being very difficult to reverse, so the importance of the discussion on the topic. Through literature search was possible to know how this relationship is constructed, and how it can be considered evil for communications professionals. The radio drama is a media product that was successful in the golden years of radio, bringing entertainment and education to listeners. Based on interviews and bibliographies was made a record on the radio, one of the most efficient means of communication. "The Price of Intrigue" radionovela produzinda to illustrate the work shows how the relationship between journalism and gossip can affect the private lives of members of society Gossip, journalism and radio elements are of massive interest, making the work relevant and necessary to the gym.

KEYWORDS: Journalism. Gossip. Radio. Radio drama.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **6**

1. ORIGENS DO RÁDIO **7**

1.1 A IMPLANTAÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL 10

1.1.1 RADIONOVELAS – O ENCANTO DA RADIODIFUSÃO 14

1.2 O PIONEIRISMO DA RÁDIO RORAIMA 17

2. FOFOCA **20**

2.1 – DA FOFOCA À NOTÍCIA 24

3. DESCRIÇÃO DA RADIONOVELA **30**

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS **31**

5. ANEXOS **33**

REFERÊNCIAS **40**

INTRODUÇÃO

A fofoca é considerada um fenômeno social relevante, e misterioso, um modo de difusão disperso e impreciso, que está presente em toda parte: na escola, em casa, no trabalho, no jornalismo, na televisão, no rádio e nas redes sociais da internet. E esta pesquisa faz uma relação entre o jornalismo e a fofoca: Uma parceria que se mostra cada vez mais presente nas redações jornalísticas.

O trabalho traz ainda um histórico sobre a radiodifusão, que é um tipo de transmissão feita inicialmente por meios *hertzianos*, que vem evoluindo sua forma de transmissão desde as primeiras experiências ocorridas durante a Primeira Guerra Mundial.

Muitos cientistas contribuíram para o surgimento e evolução radiofônica no Mundo: o americano Lee Forest, Guglielmo Marconi, sendo o precursor do rádio; até mesmo a ideia de experimentar estas ondas que outro cientista brasileiro chamado Roberto Landell de Moura tentou desenvolver. Depois do invento tecnológico, o rádio passou por diversas fases em seu desenvolvimento como um dos mais importantes meios de comunicação.

Por meio de pesquisa bibliográfica, e entrevista foi possível realizar um breve histórico sobre o veículo, e sobre as radionovelas que fizeram por muitos anos parte da programação das rádios no Brasil. Nos anos de ouro do rádio, as radionovelas faziam parte da programação, atraindo principalmente o público feminino.

O trabalho também trata da história da Rádio Roraima, que é a pioneira na radiodifusão em Roraima. Inaugurada oficialmente em 1957, pelo então Presidente da República, Juscelino Kubitscheck. A Rádio Roraima até os dias de hoje leva ao público do inteiror do estado (por meio das ondas médias e tropicais), e ao mundo (por meio da internet) informação e entretenimento.

Por fim o trabalho resulta na produção da Radionovela “O preço da Intriga”, onde a relação entre a fofoca e o jornalismo é demonstrada utilizando os recursos que o rádio dispõe. Além de abordar as formas de punição que quem pratica a fofoca pode sofrer. Dessa maneira “O preço da intriga” irá levar até os ouvintes de maneira simples e entendível o conteúdo que traz to entretenimento e a educação

como elementos, pois trata de um tema relevante para a sociedade, ainda pouco estudado.

1. ORIGENS DO RÁDIO

O surgimento do rádio no início do século passado, não deu nenhuma pista do papel que ele desempenharia no mundo atual. As ondas do rádio foram detectadas pela primeira vez ainda no século XIX, mais precisamente em 1887, por Henrich Rudolph Hertz. Em 1894, Oliver Lodge realizou a primeira transmissão radial utilizando-se do código Morse, e Guglielmo Marconi[1], em 1896, fez uma demonstração de um de seus aparelhos de transmissão e recepção na Inglaterra, que, após adquirir a patente da descoberta de Lodge, criou uma "Companhia de Rádio", com objetivo de vender aparelhos especialmente para a marinha mercante. "Entretanto, a primeira transmissão de voz humana somente ocorreria em 1906, em Nova Iorque, por experiência de dois cientistas: A. Fesseden e Ernest F.W. Alexanderson." (CHAVES 2005, p.22)

Até então o rádio era exclusivamente telegrafia sem fio, algo já bastante útil e inovador para a época, tanto que outros cientistas e professores se dedicaram a melhorar o seu funcionamento como tal. No Brasil o pioneiro nas transmissões eletromagnéticas, foi Landell...

> Em 1893, ao mesmo tempo que eram realizadas pesquisas na Europa e na América do Norte, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura já havia construído e apresentado ao público vários aparelhos de comunicação à distância, recebendo do governo brasileiro, em 1900, a carta patente número 3279, que reconhecia o pioneirismo de seus inventos. (PENA, 2005 p.227)

No ano seguinte Landell embarcou para os Estados Unidos e em 1904, o "The Patent Office at Washington" concedeu-lhe três cartas patentes: para o telégrafo sem fio, para o telefone sem fio e para o transmissor de ondas sonoras.

A obtenção da tecnologia necessária para transmitir sons usando ondas eletromagnéticas não significa o surgimento do rádio ainda. O seu uso de forma que se convencionou chamar de rádio começa a se delinear somente alguns anos após a descoberta da radiotelefonia.

O quadro abaixo mostra a divisão entre os três ramos das comunicações que se consolidavam nas duas primeiras décadas do século XX.

[1] Pesquisador italiano considerado por muitos o inventor do rádio.

Quadro 01

Radiotelegrafia	Telegrafia sem fios com mensagens transmitidas em código Morse, usando ondas eletromagnéticas, entre dois pontos pré-definidos.
Radiotelefonia	Telefonia sem fios em que o som é transmitido por ondas eletromagnéticas entre dois pontos pré-definidos.
Radiodifusão	Emissão e recepção de programas informativos e de entretenimento, por meio de ondas eletromagnéticas entre m ponto de transmissão determinado (a emissora de rádio) e diversos pontos não determinados onde estão os ouvintes.

Ferrareto (2001, p.92)

De maneira simples, radiodifusão é a transmissão de ondas de radiofrequência moduladas propagadas eletromagneticamente através do espaço. Segundo informações disponíveis no portal do Ministério das Comunicações[2], serviços de radiodifusão correspondem àqueles que, estabelecidos por legislação própria, promovem a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente recebidas pelo público em geral, o que é modernamente denominado comunicação eletrônica.

Após o invento tecnológico, o rádio passou por diversas fases em seu desenvolvimento como um dos mais importantes meios de comunicação. O rádio foi o primeiro meio de comunicação a falar individualmente com as pessoas. Esse meio de comunicação revolucionou a relação cotidiana do indivíduo com a notícia imprimindo uma nova velocidade e significação dos acontecimentos.

O sucesso desse meio de comunicação se deu pela forma íntima e particular como chega ao receptor, dando a impressão de que o locutor está falando diretamente com cada ouvinte. O rádio ultrapassa a barreira do analfabetismo, da falta de infra-estrutura, e do baixo poder econômico, pois o aparelho receptor é acessível e desempenha o papel de formador de opinião.

[2] http:www.mc.gov.br/radiodifusão/preguntas-frequentes

Ao contrário da televisão, que tenta atrair segmentos mais amplos de público com seus programas, o rádio se desenvolveu voltado a grupos menores. Para tanto, os programas radiofônicos são criados direcionados de acordo com o público-alvo que as emissoras desejam alcançar. “Quanto à modalidade, os serviços podem ser de radiodifusão comercial como TV, RTV (retransmissora), Rádio AM (Ondas médias, Ondas tropicais e Ondas Curtas) e FM ou mesmo de radiodifusão educativa (TV Educativa, RTV Educativa, Rádio Educativa) ou ainda radiodifusão comunitária.” (NEUBERGER, 2012, p.20)

O fato de o rádio ter a fala como veículo de transmissão de suas mensagens implica em que o ouvinte não precise ser alfabetizado para compreender o que está sendo transmitido, diferente dos meios impressos que necessitam que seu público seja alfabetizado. Diferente da leitura, a informação no rádio pode ser assimilada enquanto se realiza outra atividade.

Diante da televisão, o rádio também apresenta vantagens pois...

> (...) Apesar de a televisão ser tecnologicamente mais avançada que o rádio, isso não quer dizer que o último não leve vantagem sobre ela em alguns aspectos. O rádio é o meio de comunicação que possui maior abrangência do que qualquer outro devido ao grande alcance das emissoras de grande porte e, também, devido à pouca complexidade tecnológica que permite a instalação de rádios em locais e comunitárias. A tecnologia mais simples também permite que o rádio seja facilmente transportado, estando presente em quase todos os lugares. (PENA, 2005, p. 227-8)

Dessa forma o rádio chega até os mais remotos pontos do mundo, sendo utilizado como meio de comunicação pessoal, pois muitas rádios servem como mensageiras para os que vivem em locais de difícil acesso e sem outros meios de comunicação disponíveis. Conseguindo adaptar-se a uma nova realidade com as inovações na área tecnológica, principalmente a internet, tornando-se uma fonte de diversão, entretenimento, informações e serviço com forte apelo popular, além das rádios *onlines* que o aproxima cada vez mais do público mais jovem.

O rádio assume na sociedade a função de companheiro e educador. O Papel Social do rádio vai além da prestação de serviço, com entretenimento, música e publicidade. É um dos meios de comunicação e sociabilização que alcança lugares distantes dos chamados grandes centros e ainda é um dos meios de comunicação mais eficazes, utilizado de diversas formas, como meio de transmitir músicas, notícias, repercutir entrevistas e permitir interação de público. Apesar de ser muito antigo ainda hoje tem forte presença no cotidiano das pessoas, tendo como

vantagens a portabilidade e a comunicação oral que proporciona um maior alcance se comparado com outros meios de comunicação.

1.1 A IMPLANTAÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL

Embora no Brasil o rádio fosse conhecido por alguns amadores, ele expandiu-se publicamente em 1922, na Exposição Internacional do Rio de Janeiro no dia 7 de setembro do mesmo ano, nas festas de centenário da independência, lançado pelo então presidente Epitácio Pessoa. (BAHIA, 1990, p.198)

A Westinghouse havia instalado uma emissora, cujo transmissor, de 500 watts, estava localizado no alto do Corcovado. Durante alguns dias, após a inauguração, foram transmitidas óperas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. A demonstração pública causou impacto, mas as transmissões foram logo encerradas por falta de um projeto que lhes desse continuidade. Mas apenas no ano seguinte o rádio é instalado oficialmente no Brasil.

> Definitivamente, podemos considerar 20 de abril de 1923 como a data de instalação da radiodifusãono Brasil. É quando começa a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, impondo à emissora um cunho nitidamente educativo. Mas o rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. (ORTRIWANO, 1985, p.13,14)

Após a Sociedade, outras rádios surgem no Brasil, no final dos anos 20, Pode-se citar brevemente: a Sociedade Rádio Educadora Paulista, em 1923; a Rádio Sociedade da Bahia, em 1924; e, no mesmo ano, a Rádio Sociedade Riograndense, e a Rádio Clube de Belo Horizonte, dentre outras.

O cardápio de programação do rádio brasileiro apresentava jogos de futebol, radioteatro[3], humorismo e programas musicais. Ainda na década de 1920, o rádio já começa a espalhar-se pelo território brasileiro. As primeiras emissoras do país eram sempre denominadas pelos termos “clube” ou “sociedade”, pois dessa forma elas eram cridas por idealistas que acreditam na potência do novo meio de comunicação. Mas a parte financeira do veículo ainda era um problema, pois...

[3] Programa de entretenimento e dramatização das emissoras de rádio passou a ser chamado de radionovela.

> (...) Nessa primeira fase, o rádio se mantinha com mensalidades pagas pelos que possuíam aparelhos receptores, por doações eventuais de entidades privadas ou públicas e, muito raramente, com a inserção de anúncios pagos, que, a rigor, eram proibidos pela legislação da época. E também eram feitos apelos para que os interessados aderissem à emissora como sócios, ajudando a mantê-la. (ORTRIWANO, 1985, p.14)

Até então, o rádio lutava com dificuldades para se desenvolver e tornar-se (mesmo sem estrutura financeira e econômica) o meio de comunicação com o maior alcance no país. Mas a partir do início da década de 30, o rádio passa por uma transformação: é quando surge o primeiro documento sobre radiodifusão, o rádio já se mostrava comprometido com os anúncios para assim garantir sua sobrevivência.

> O Presidente Getúlio Vargas foi o grande idealizador da função do rádio como agente econômico. De um lado procurou expandir a rede de emissoras em todo o país. Por outro lado, criou um mecanismo de concessão de canais a título precário o que possibilitou o controle das emissoras por parte do Estado. O ciclo funcionava de forma coerente com os interesses da nação. Vargas traçava um Programa de expansão industrial que necessitava de um mercado interno de consumo. Os canais eram concedidos a grupos ligados às atividades políticas ou empresariais. E o ciclo se completa quando a partir de 1933 é incrementada a propaganda através do rádio. (CÂNDIDO, 1996, p.13)

Sobre essa expansão do rádio Pena cita que ainda na década de 1930, considerando o rádio como serviço de interesse nacional e de finalidade educativa, o governo brasileiro fez dois decretos que a partir dele, mudou a história do rádio no país.

> O Decreto 20.047, de maio de 1931 era o primeiro documento legal sobre radiodifusão no país. Já o decreto 21.111, de março de 1932, regulamentou o anterior. Além disso, acrescentou algo fundamental que serviu para garantir a saúde financeira das emissoras: a publicidade. Este decreto também garantia ao Estado uma hora na programação de todas as emissoras em território nacional. (PENA, 2005, p. 229)

A legalização da publicidade mudou completamente o rádio, pois a partir desse momento foi dada autonomia para as rádios se auto-sustentarem, assim surgiram as primeiras rádios comerciais do país. As emissoras passaram a visar o desenvolvimento técnico e o crescimento no público, atraindo assim cada vez mais anunciantes. A partir daí a preocupação educativa foi sendo deixada de lado, sendo substituída por programas populares de humor e músicas. Mas o conteúdo educativo nunca abandonou totalmente o veículo.

Vale ressaltar que o momento coincide com o crescimento industrial no Brasil. O comércio e a indústria encontraram no rádio um meio de anunciar seus produtos e

serviços de forma muito mais eficaz do que a propaganda impressa, já que o rádio consegue atingir até o público analfabeto. Houve então um crescimento significativo na arrecadação das rádios.

O rádio começa a se estruturar, não mais como novidade, mas sim se constituindo em um veículo de comunicação que, ao buscar lucro, volta-se para a obtenção constante de anunciantes e de público. Após ser regulamentado, o rádio, além de já possuir propagandas políticas, deu uma grande demonstração de poder ao convocar o povo para participar da Revolução Constitucionalista[4] de 1932 em São Paulo.

A regulamentação da publicidade pelo decreto № 21.111, impulsionou o rádio como empreendimento comercial. Fazendo com que algumas emissoras deixassem a ideia inicial de um veículo voltado para a difusão da cultura e educação. O programa a *Hora do Brasil* surgiu a partir desse decreto, pois...

> (...) Pelo Decreto tornou-se obrigatória a transmissão diária de um programa noticioso pelo período de uma hora, o que, em 1935, entrou no ar como a *Hora do Brasil*. Desde 1946, o programa se chama *A Voz do Brasil* e é retransmitido por quase todas as emissoras do país, às 19 horas, o que causa polêmica entre governo e responsáveis pelas rádios. Os primeiros 25 minutos são produzidos pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e trazem informações do Poder Executivo; enquanto os demais 35 minutos são divididos e de responsabilidade dos Poderes Judiciário e Legislativo. (NEUGEBER, 2012, p. 61)

No dia 12 de setembro de 1936, entrava no ar a Rádio Nacional, localizada no Rio de Janeiro. A data tornou-se histórica por ser a emissora que dominaria o meio radiofônico, como também por ser a primeira empresa a explorar o radiojornalismo e as radionovelas no Brasil. Pena cita alguns pontos que tornaram a Rádio Nacional umas das principais rádios da história...

> (...) a Rádio Nacional distinguiu-se das demais por algumas particularidades. A emissora foi a primeira a organizar a sua administração em divisões especializadas, como uma empresa. A rádio possuía uma estrutura invejável, com suas ondas atingindo territórios distantes como, por exemplo alguns locais da América do Norte, África e, até mesmo, Europa(...) Em 1940, as empresas que eram donas da Rádio Nacional foram incorporadas pelo governo. Mesmo pertencendo ao Estado, a emissora continuou sendo sustentada pelo dinheiro proveniente das propagandas publicitárias. Porém, a incorporação não significou apenas a mudança de um proprietário, mas também, de ideologia. A Rádio Nacional passava a ser um instrumento do regime ditatorial do Estado Novo para legitimar e difundir os ideais do governo pela população. (PENA, 2005, p.230)

[4] Movimento armado ocorrido em São Paulo entre julho e outubro de 1932. Objetivo de derrubar o governo provisório de Getúlio Vargas e a promulgação de uma nova constituição para o Brasil.

Nos anos 40, conhecidos como os anos de ouro, o rádio possuía a maioria no número de anunciantes, caracterizado por ma programação eclética, com programas musicais de auditório, radionovelas, esportes, programas humorísticos e jornalismo. Mas esse status começou a mudar com o aparecimento da televisão em 1950. No Brasil como em outros países, o surgimento da televisão constitui-se no grande fator da decadência do rádio. De início, o novo veículo enfrenta dificuldades para atrair anunciantes, não afetando as emissoras de rádio, mas os profissionais começaram a migrar para a televisão. A programação também passou por esse processo migratório, acrescentando a imagem ao espetáculo.

Assim, o rádio teve que usar em sua grade, programas de novos gêneros como o jornalismo, as transmissões esportivas, o serviço para a população e a música gravada. O rádio passou então a usar o transistor[5].

O alto custo dos receptores de televisão foi o que deu ao rádio, os primeiros lugares na audiência nos primeiros anos da década de 50. Como o faturamento foi caindo, as emissoras passaram a investir menos em programação e equipamentos. Mas o diferencial do rádio a frente da televisão foi a agilidade nas transmissões jornalísticas.

A agilidade que o rádio proporciona no jornalismo é que atrai muitos ouvintes interessados em saber dos últimos acontecimentos. Mas a falta de pessoal e estrutura acaba atribuindo a muitas emissoras a simples tarefa de reproduzir notícias publicadas em jornais impressos. Sobre essa realidade Jung afirma que...

> (...) o fato de transmitir notícia não significa que a rádio seja jornalística. É importante que se tenha isso em mente para que o cidadão não seja enganado. Jornalismo pressupõe compromisso com a verdade, prestação de informação relevante ao ouvinte, ou o leitor, o telespectador, o internauta – e o debate de idéias, entre outros conceitos. A reprodução de notícias sem a devida apuração, como é feito em boa parte das emissoras de rádio, é exemplo de falta de ética. Pode ser chamado de cópia, plágio ou pirataria, jamais de jornalismo. (2004. p.20)

Com base na afirmação de Jung é necessário ressaltar que esse compromisso com a verdade, e na apuração das notícias deve ser assumido por todos os profissionais que trabalham em meios de comunicação.

[5]Componente eletrônico que se popularizou na década de 1950, tendo sido o principal responsável pela revolução eletrônica na década de 1960. São utilizados como amplificadores e interruptores de sinais elétricos.

Na década de 50, o rádio ainda não tinha se recuperado do golpe sofrido pelo novo meio de comunicação que contava com o auxílio de imagens. Todavia procurava-se investir na área musical com a contratação de grandes nomes do teatro para o rádio, como forma de atrair a atenção dos comerciantes para o patrocínio de Programas. De acordo com Neugeber (2012) o rádio começou sua reestruturação na década de 1970...

> (...) Com o regime militar vigente no país, dá-se início a uma fase de muitas privações em termos de jornalismo, pois a censura proibia que se noticiasse o que não fosse interessante à manutenção do Estado totalitário. Mas, tecnologicamente, o rádio passou para algumas conquistas e acabou tendo a chance de se reestruturar. (2012, p. 74)

Hoje em dia, o rádio está presente não só em aparelhos convencionais, mas em celulares, *tablets*, e outros dispositivos tecnológicos, o que o torna, às vezes, mais presente e mais discreto. Dos meios de comunicação existentes, o rádio sai na frente em popularidade. Presente em 86% dos lares brasileiros[6] cumpre seu papel social de informar, mostrar diferentes pontos de vista, levar entretenimento, publicidade e muitas outras mensagens a cada ouvinte. Utilizando amplos e flexíveis meios de linguagem na propagação de idéias, o rádio é capaz de alcançar diferentes segmentos da sociedade e atuar na formação da opinião pública, dos valores, crenças e atitudes exercendo, portanto, um espaço de força dentro da comunidade que amplifica as ondas de educação e cidadania.

Dos transistores, que permitiram a miniaturização do rádio e sua conseqüente mobilidade, chegamos ao extremo da individualização pelo rádio, companheiro inseparável de seus ouvintes.

1.1.1 RADIONOVELAS – O ENCANTO DA RADIODIFUSÃO

O rádio tornou-se um dos mais eficazes meios de comunicação de massa do século XX em todo o mundo, assim também surgiram várias modalidades de programas. Dentre elas, destacam-se as radionovelas - um gênero construído a partir de elementos específicos - que logo conquistaram os ouvintes, principalmente o público feminino.

As radionovelas surgiram nos Estados Unidos quando patrocinadores de programas de rádio começaram a produzir as denominadas “óperas de sabão” para

[6] Levantamento do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação-2010.

vender seus produtos às donas-de-casa. Durante a recessão econômica, elas buscam combater a queda nas compras, aumentando o volume das vendas, o que necessariamente implicava em atingir um público maior.

> Na *soap-opera* norte-americana existia apenas um grupo de personagens morando num determinado lugar, onde ocorrem vários acontecimentos,vivendo diferentes dramas, sem existir uma trama principal e nem mesmo um fim. Muitas delas inclusive foram transportadas para a televisão, permanecendo no ar por mais de vinte anos, como a *soap-opera The Guiding Light* surgida em 1937, com duração até 1982. (CHAVES, 2007, p.25)

Assim como nos Estados Unidos, as radionovelas cubanas eram patrocinadas por fábricas de sabão, que buscavam um aumento nas vendas.

Radionovela é um folhetim narrativo sonoro, nascida da dramatização do gênero literário novela produzida e divulgada em rádio. Na era de ouro do rádio, as radionovelas foram fundamentais para que a história do rádio brasileiro se estruturasse. Elas estimularam a imaginação dos ouvintes, em especial das mulheres que acompanhavam o enredo, e projetaram uma série de radio-atores que, posteriormente, migraram para a televisão. A mulher agora era tida como mercado, mas sua condição não era nem um pouco exaltada. Os dramas retratavam o machismo social, com histórias que ressaltavam o compromisso com o lar, a obediência ao marido e as conseqüências de não ser uma boa esposa, implicações sociais do tipo passaram a ser exploradas pelo rádio.

Quanto mais fantasioso o enredo, mais lágrimas, mais comoção, mais alienação e mais dinheiro para os patrocinadores. Todavia, o público masculino começou a dar um pouco mais de atenção ao programa das senhoras. E para agradar também a esse público o jeito foi jogar um pouco mais de realidade nas tramas.

Em 12 de julho de 1941, teve início “Em busca da felicidade”, a primeira radionovela do país, transmitida pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. A obra mexicana foi escrita por Leandro Blanco, com adaptação de Gilberto Martins. Seus capítulos ficaram no ar por aproximadamente três anos. Após seu término, começou a cubana “O direito de nascer”, que foi a principal radionovela do Brasil, o texto original era de Felix Caignet com tradução e adaptação de Eurico Silva. O texto original possuía 314 capítulos o que correspondia a quase três anos de duração. No elenco estavam Nélio Pinheiro, Paulo Gracindo, Talita de Miranda, Dulce Martins, Iara Sales, entre outros. (CHAVES, 2007,p.40)

O Direito de Nascer surpreendeu a todos os críticos e a todas as previsões que afirmavam que o rádio-teatro era um gênero em decadência e que o público brasileiro não se interessava por longas tramas. No mesmo ano, começava a ser transmitida a primeira radionovela criada no Brasil, “Fatalidade”, de Oduvaldo Viana, na Rádio São Paulo. A exemplo da radionovela cubana de Leandro Blanco, a produção da emissora paulistana era baseada em uma série de cenas românticas, temática comum ao gênero.

As radionovelas contavam com boas histórias, bons atores e efeitos sonoros realistas que eram o segredo do gênero para captar a atenção dos ouvintes. Costuma-se dizer que os grandes mestres da magia das radionovelas eram os sonoplastas que produziam sons que estimulavam a imaginação dos ouvintes, como o som da chuva, passos, telefone entre outros sons e ruídos presentes no cotidiano de todos. Essa aproximação com a realidade tornou a radionovela uma mania nacional, assim como hoje são as telenovelas.

O sonoplasta é o profissional que estuda minuciosamente as relações entre música e vida. Cada detalhe do cenário, cada expressão, pode ser percebido, pois as sombras foram vestidas. Para isso, esse homem deve ser um verdadeiro conhecedor da psicologia, ter cultura musical e bom gosto. Ele tem que possuir o espírito criador. Afinal, esse tom certo, o momento e a música escolhida são vitais para a radionovela.

Conforme Chaves, outro profissional muito importante no sucesso das radionovelas foram os contra-regras, pois...

> (...) A ele caberia a produção dos mais variados ruídos e sons, conduzindo a um determinado efeito em cena, como o de abrir a porta, de tiros, o caminhar, dentre outros. Dessa forma, deveria ser dotado de grande sensibilidade e agilidade para acompanhar as falas das personagens, produzindo as ações em cena. Com esse objetivo, havia uma estrutura composta do equipamento de contra-regragem, que possibilitava o jogo com sons, capazes de fazer emergir os cenários das radionovelas na imaginação dos ouvintes. (2007, p.35)

A popularização do rádio foi o primeiro passo para a consolidação da radionovela. “Para se ter uma idéia do sucesso alcançado, entre os anos de 1943 a 1945, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro transmitiu 116 novelas, e cerca de 810 títulos foram transmitidos pela Rádio Nacional no período entre 1941 e 1959. O custo da produção das radionovelas era muito alto e com a popularização da televisão, ocorreu uma migração da verba publicitária para o novo veículo. Isso

explica, em grande parte, o abandono do gênero radionovela pelo rádio."(SAROLDI *Apud* CHAVES, 2007, p.32)

Na década de 1960, algumas emissoras ainda mantinham horários de radionovelas ou de programas de rádio-teatro. Mas na década de 1970 o gênero desapareceu, apesar de algumas tentativas isoladas de reativá-lo. E com isso a radionovela foi se adaptando à televisão. Todas as radionovelas foram refeitas para telenovelas.

Além de entretenimento a radionovela pode ser utilizada como mecanismo e suporte para a transmissão de conteúdo educativo. Já que o formato prende a atenção do leitor e agrada boa parte dos ouvintes.

1.2 O PIONEIRISMO DA RÁDIO RORAIMA

Em julho de 1955, quando o então candidato à Presidência da República, Juscelino Kubitscheck de Oliveira esteve em Boa Vista (à época ainda capital do Território Federal do Rio Branco) O Governador Auris Coelho e Silva intermediou a solicitação do povo ao Presidente, para que viabilizasse a instalação de uma usina de energia elétrica e de uma emissora de rádio. Após eleito e empossado em 1956, Juscelino cumpriu as promessas mandando construir uma Termoeléctrica, e por meio de Decreto Presidencial, criou a Rádio Roraima.

Ainda em 1955 a Radio Difusora Roraima iniciou suas atividades, instalada numa sala da Escola Lobo D'almada. No final de 1956, a emissora foi transferida para uma sala de um dos pavilhões internos da Divisão de Educação. Logo no início a Programação era constantemente prejudicada. Ocorriam várias interrupções, devido ao racionamento de energia elétrica imposto pelo governo. A difusora entrava no ar às seis horas e entre às nove e onze horas interrompia suas atividades. Havia ainda, um segundo intervalo no período das duas da tarde às sete horas da noite. Após este horário começava o Programa "O mensageiro do ar", um dos mais importantes programas na história da Rádio Roraima, e a programação seguia até as vinte e três horas.

> O mensageiro do ar foi criado com o objetivo de levar tranqüilidade e informação aos que viviam totalmente isolados da capital devido a falta de comunicação. Foi um serviço de utilidade pública tão eficaz que ele funcionou por mais de 40 anos sempre ás 19 horas. Eu tive o prazer e a

> satisfação de participar durante 35 anos como titular do programa. (Monteiro. Cd1. 00:08)

Muitos anos após a estréia, o programa pelo seu perfil informativo, utilitário e de prestação de serviços, passou a ser conhecido como “recado para o interior”.

Apenas em 20 de janeiro de 1957 a emissora foi oficialmente inaugurada com a presença do Presidente Juscelino Kubitschech de Oliveira.

Com o apoio da emissora, o Teatro Carlos Gomes passou a ser palco de eventos importantes como o Programa de auditório "Brasil Cantando". Muitos artistas roraimenses tornaram-se conhecidos por meio do rádio.

> Alguns artistas revelados no “Brasil Cantando” foram participar de concursos em São Paulo, no programa de televisão “Raul Gil” que até hoje está no ar. “Brasil Cantando” marcou época na história da Rádio Roraima. (Monteiro. Cd1. 03:45)

Em 1967, Laucides Oliveira, implantou o Cine-Rádio Roraima. Antes dos shows de calouros, transmitidos pela Difusora. No palco do Teatro, uma tela para exibição de filmes e cuja locução e operação ficavam a cargo de Benjamin Monteiro. “O Público lotava o auditório nas tardes de domingo. Essa iniciativa atraiu novos patrocinadores e, conseqüentemente aumentou o faturamento da emissora”. (CÂNDIDO, 1996, p.26)

Com a chegada da televisão, uma parcela dos roraimenses transferiu parte da atenção para a os programas de televisão. Mas o baixo poder aquisitivo da população não permitia que todos adquirissem um aparelho de TV, enquanto que o rádio podia ser encontrado em qualquer casa. Como ressalta Monteiro...

> (...) Com o passar do tempo, as coisas foram se acomodando e voltando para os devidos lugares. O rádio ainda tem bastante publicidade. O público voltou a acreditar no veículo. Mas a televisão continua na frente. Mas o rádio ainda tem cumprido o seu papel. (MONTEIRO. CD1. 06:56)

Em 12 de setembro de 1977 a Rádio Difusora de Roraima foi absorvida pelo Governo Federal e incorporada à Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás), passando a chamar-se Rádio Nacional de Boa Vista, tendo como primeiro diretor Francisco Galvão Soares. No ano de 1981, a emissora foi transferida para o prédio na Avenida Ene Garcez, Bairro São Francisco, onde está localizada até os dias de hoje.

O então governador Romero Jucá, em 26 de maio de 1989, sob promessa de compra conseguiu que a administração da emissora passasse para o Governo do

Estado de Roraima. Assim, a emissora deixa de ser Radio Nacional de Boa Vista, passando a chamar-se Fundação Rádio Difusora de Roraima.

Atualmente a Rádio Difusora de Roraima é uma empresa ligada ao Governo do Estado, por meio do governador foram nomeados os conselheiros administrativos e o diretor-presidente, José Pereira da Silva. Apesar de ser uma emissora pública, ela tem caráter privado, portanto ela é a responsável por sua autonomia financeira. No entanto, o prédio, carro e equipamentos são pertencentes ao Governo Estadual.

Mais antiga no Estado a Rádio Roraima pode ser sintonizada por pessoas em qualquer parte do mundo por meio da radio online[7]. A emissora foi a pioneira no ramo em Boa Vista, como explica Marcos Zouein, Diretor de Jornalismo da Rádio Roraima.

> Contratamos uma linha privada, que era um fio que saia da rádio até o provedor de internet. Lá dentro havia uma máquina que funcionava como servidor que fazia o *broadcast.* Antes existiram tentativas de outras rádios, mas a Rádio Roraima foi a primeira a dar certo e ter uma visão profissional. (ZOUEIN, CD2. 03:29)

Toda a programação é transmitida ao vivo tanto pelo modo tradicional quanto pela internet. Hoje a Rádio Roraima conta com uma vasta programação, que contém dois noticiários, diversos programas musicais, e segmentados, além da parceria com a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), que transmite diariamente matérias produzidas pelo setor de jornalismo da Rádio Roraima, no programa Repórter Amazônia. Atendendo principalmente os ouvintes do meio rural, a Rádio Roraima segue como a pioneira no Estado.

[7] www.radiororaima.com.br

2. FOFOCA

Muitas definições podem ser usadas quando se trata do termo fofoca, sinônimo da palavra boato que vem do latim *boatus*, derivado do verbo grego *boáo* e significa mugido ou berro de boi. Boato expressa notícia anônima que corre publicamente, sem confirmação, apresentando-se como sinônimo de rumor (FERREIRA, 2004, p.180). No entanto não encontramos, em tal definição, o caráter pejorativo que muitos atribuem à mentira e ao exagero.

O interesse pela vida alheia é antigo, desde o tempo das cavernas, quando a escrita ainda não havia sido inventada. ‘‘A fofoca já era usada em tempos remotos para confundir os inimigos no campo de batalha’’ (HYGINO, 2008, p. 25), porém essa prática só passou a ser estudada na última década, em parte porque era difícil definir o que é de fato é fofoca, a despeito de muitos concordarem que se trata da maneira informal de falar sobre pessoas que não estão presentes, apresentando fatos que muitas vezes, ou na maioria delas são inverdades, ou fatos destorcidos da realidade.

Apesar de comum na vida dos seres humanos, poucos admitem fazer fofoca, às vezes por receio de tornar-se alvo, ou de serem tachados como fofoqueiros, já que a sociedade utiliza-se da hipocrisia para julgar os que admitem fazer fofoca, rotulando-os de fofoqueiros, mexeriqueiros e outros adjetivos. Para Hallal[8], os fofoqueiros mentem para si próprios.

> Curiosamente, as pessoas falam com muita facilidade dos outros, mas raramente se reconhecem como fofoqueiros. Esta é uma das maiores dificuldades para transformar a condição de um fofoqueiro. Ele se sente um triunfante, negador da sua condição e acredita na própria mentira quando pensa que está prestando um favor ao comunicar e divulgar uma maledicência. (2007, p15)

Embora o adjetivo fofoqueiro seja pejorativo para o senso comum, parece ser inerente ao ser humano estar envolvido com uma história sobre alguém conhecido, tanto quanto guardar em segredo uma notícia atraente sobre alguém. É normal o ser humano se dirigir a outra pessoa com um baixo tom de voz, quando quer se referir a uma história negativa ou maliciosa sobre alguém. A fofoca está presente em todos os grupos, basta à “boca de um e o ouvido do outro” para que o assunto sobre a

[8] Médico e psicanalista. Membro a Academia Brasileira de Médicos Escritores.

vida de uma terceira pessoa inicie sua trajetória. Para Gaiarsa a fofoca pode ser considerada ...

> (...) o mais fundamental dos fenômenos humanos, acontece de tal forma que se esconde na medida em que aparece. Quase ninguém diz ou sequer reconhece – que faz fofoca. Ninguém faz – mas ela existe muito. É isso. Todos sabem que a fofoca está aí, todo mundo faz parte dela, todo mundo morre e vive por ela, mas todos dizem que fofoca é uma tolice. (1978, p.15).

Tolice ou não, a fofoca torna-se constantemente objeto de estudo de pesquisadores interessados em desvendar qual o segredo dessa irresistível forma de convivência humana, por que todos se sentem tão atraídos por ela, e quais os motivos da discriminação que ela sofre. Algumas dessas questões apenas a psicologia poderia decifrar, mas outras são questionadas por serem formas básicas e primitivas de comunicação, algo que interessa a pesquisadores e a todos os seres sociais. Para Iasbeck[9] (2002) a fofoca erradia a vontade de investigação, de descoberta sobre algo até então não tinha conhecimento, e que a partir de um rumo passa a instigar a curiosidade do ouvinte, do leitor, ou telespectador.

A proibição pode ser um dos fatores que elevam o número de fofocas presentes no cotidiano das pessoas pois...

> (...) Não são muitos os estudos sobre esta que talvez seja uma das mídias mais antigas da comunicação humana, os boatos, os rumores. Seja pela fugacidade de sua ação, seja pela proibição que os tornam tão atraentes e perigosamente sedutores, boatos e rumores são fenômenos comunicativos que precedem, parodiam, subvertem e realimentam a novidade da notícia. Eles reacendem o interesse e a motivação que tendem a arrefecer-se quando revelado o mistério ou quando autorizada a versão oficial acerca de um fato esperado ou acontecido. O boato também cria fatos, o que o torna foco das atenções e da vigilância da ordem pública, principal suspeita e alvo preferido dessa forma sub-textual de realidade. (IASBECK, 2002, p.01)

Considerada um fenômeno social relevante, e misterioso, um modo de difusão disperso e impreciso, a fofoca está em toda parte: na escola, em casa, no trabalho, no jornalismo, na televisão, no rádio e nas redes sociais da internet.

Na medida em que a fofoca evolui, torna-se quase que impossível chegar até a sua fonte primária, pois essa se dilui no processo comunicacional que envolve incertezas e elementos que são acrescentados a cada nova versão.“Porém, ainda que localizados os pontos de vinculação entre o boato e seus eventuais mentores, dificilmente se conseguirá identificar, sem grande margem de equívoco, este ou

[9] Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Pesquisador Associado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

aquele indivíduo, este ou aquele grupo como mentores do boato.” (IASBECK, 2002, p.03)

De acordo com o Hallal (2007), os fofoqueiros só existem por que no mundo existem pessoas interessadas em saber detalhes da vida alheia. Pessoas interessadas na desgraça dos outros. O efeito visa prender a atenção de ambos. Assim cada ouvinte passa a ser um narrador, e disseminador da fofoca. De acordo com o interesse de cada um, a fofoca irá se repetir mais, ou menos vezes. Desse modo a fofoca pode tanto ser esquecida, quanto ser aumentada pelas interferências dos que dão seqüência ao assunto.

Muitos personagens da história mundial foram alvo de fofocas em algum momento. Alguns por pouco não foram prejudicados de forma séria. Como é o caso da família real inglesa, onde seus membros sofreram diversos ataques por meio de boatos, levando-os até a tentativa de proibir que *coffehouses* fossem instalados em Londres, já que esses estabelecimentos eram considerados espaços onde os boatos surgiam e, também eram onde pequenos grupos se formavam para afirmar ou derrubar reputações individuais. (KELLY *apud* MUNARO 2013 p.02).

Boatos também podem afetar a boa convivência da coletividade, isso ocorre quando o assunto é relacionado à previsão de algum acontecimento. Um exemplo foi a “crise da gasolina” em Roraima. Após uma grande estiagem no estado e a seca do Rio Branco[10], houve boatos que faltaria combustíveis nos postos de gasolina de Boa Vista. Filas quilométricas de carros e motos eram formadas em frente aos postos, que por sua vez alegavam que a falta de combustíveis era decorrente dos boatos que levaram motoristas a estocarem o combustível com medo de um suposto racionamento. Os boatos foram suficientemente motivados para exercerem uma força motivadora e mobilizadora que beirou o pânico. Sobre esse fenômeno Iasbeck explica que...

> (...) A notícia aparece então como a não-novidade na medida em que confirma tudo o que as pessoas esperavam ver confirmadas: as suas certezas. Jean-Noël Kapferer, discutindo o caráter inusitado que toda notícia deve ter para constituir-se como tal, observa que a notícia verdadeira é aquela que origina o boato e que o boato é a melhor notícia porque se agita na expectativa do que possa vir. A melhor notícia é, portanto, o inesperado, o que “transgride a ordem natural das coisas”. O que explica o caráter sensacionalista da imprensa de modo geral e atribui à “vocação pela surpresa” a responsabilidade pelo alto teor dramático das notícias que ganham manchetes nos jornais. (2002,p.06)

[10]Principal rio do estado de Roraima, formado pela confluência entre os rios Tacutu e Uraricoera, e tem sua foz no rio Negro, no estado do Amazonas.

Rumores como esse são capazes de desestabilizar toda uma sociedade, que se sente ameaçada. Não existem boatos sem motivo, alguma coisa deve acontecer para que alguma interpretação seja realizada causando o processo. É possível perceber que as relações sociais são determinantes no fator fofoca, pois só é possível a disseminação dos boatos se muitos participam do processo comunicacional no qual ela está integrada. Sendo assim, de acordo com Elias[11] a fofoca não pode ser considerada um fenômeno independente pois...

> (...) o que é digno dele depende das normas e crenças coletivas e das relações comunitárias. A imagem negativa do loteamento, que levava os "aldeões" a perceberem como um mexerico bem-vindo qualquer incidente que servisse de confirmação dela, era o inverso da imagem positiva que eles tinham de si mesmos. O uso comum nos inclina a tomar por "fofocas", em especial, as informações mais ou menos depreciativas sobre terceiros, transmitidas por duas ou mais pessoas umas às outras. Estruturalmente, porém, a fofoca depreciativa *blamegossip*\ é inseparável da elogiosa *pridegossip*\, que costuma restringir-se ao próprio indivíduo ou aos grupos com que ele se identifica. (2000, p.121)

Desse modo, a fofoca tem mais repercussão se ela mostra-se de caráter pejorativo, pois esse causa mais interesse que as fofocas elogiosas que ficam restritas ao grupo social a qual pertence, tornando-se o principal assunto em rodas de conversas, onde cada membro se posiciona sobre o assunto. A cada repetição ela ganha mais força e mais veracidade. Ainda conforme Elias a fofoca maldosa torna-se mais saborosa para o seu utilizador pois...

> (...) Numa estimativa grosseira, estas últimas pareciam desempenhar um papel muito maior como ingredientes do fluxo de intrigas do que as primeiras. Tinha-se a impressão de que as notícias sobre o desrespeito às normas aceitas, cometido por pessoas conhecidas da comunidade, eram muito mais saborosas, forneciam maior entretenimento e uma satisfação mais prazerosa, tanto para narradores quanto para ouvintes, do que os boatos sobre alguém que fosse digno de elogios por defender os padrões aceitos, ou merecedor de apoio num momento de necessidade. (ELIAS, 2000, p.124)

Mesmo se tratando de um fenômeno cotidiano e vulgar, a fofoca foi institucionalizada por profissionais que a utilizam como base na produção de notícias sobre pessoas influentes na comunidade da qual fazem parte.

[11] Sociólogo. Estudou medicina, filosofia e psicologia nas Universidades de Breslau e Heidelberg.

2.1 – DA FOFOCA À NOTÍCIA

No meio jornalístico as fofocas são comuns, tornando-se muitas vezes fonte para uma pesquisa mais apurada sobre determinado assunto do qual se ouviu falar, ou se teve notícia. Muitos jornalistas aguçam seus ouvidos em conversas informais em busca de algo que renda uma boa matéria jornalística, ou até mesmo um furo de reportagem. As notícias quando divulgadas, afirmam alguma coisa a respeito de alguém, deixando de fora as dúvidas, pois o boato tende a se alastrar, e a notícia se apresenta como prova de que o fato ocorreu, pois se acredita que ela só é dada quando à confirmação.

Como alvo das fofocas está quase sempre alguém que alcançou o sucesso ou, pelo menos algum benefício importante, capaz de despertar a inveja, pois ninguém se interessa pela vida anônima. Dessa forma os artistas de televisão, cinema, políticos e outras pessoas públicas estampam revistas de fofoca, e a capa de jornais, tendo muitas vezes a vida íntima confundida com a vida pública. Notícias sobre famosos vendem, diferente de notícias sobre a briga de vizinhos da periferia.

O interesse do público se difere do interesse de um público específico, já que nem todas as pessoas estão interessadas em saber com quem o Presidente saiu para jantar, mas sim em saber se o jantar teria alguma implicação com o futuro do país que ele governa.

A imprensa é considerada um instrumento importante na política, por denunciar escândalos envolvendo governantes e parlamentares. E a fofoca como dito anteriormente serve para denegrir a imagem de pessoas públicas. Um exemplo disso são as matérias publicadas em dois sites de notícias de Roraima, “G1Roraima” e “Folha de Boa Vista” que trataram sobre o desfecho do boato que circulou em redes sociais, que teve como vítima o Deputado Estadual Dhiego Coelho (PSL-RR). Segundo ambas as matérias, o boato em questão teria sido disseminado por um grupo ou alguém que teria como objetivo afetar a honra do parlamentar.

O portal de notícias “G1Roraima” mesmo publicando a versão do Deputado, afirma no primeiro parágrafo que os rumores foram confirmados por servidores da Assembléia Legislativa, o que dar a matéria um ar de desconfiança sobre a versão apresentada por Dhiego na tribuna.

Já a “Folha de Boa Vista” direciona a matéria para a comoção que o fato gerou no Deputado e em outros parlamentares, além de citar uma onda de boatos

que circulou por redes sociais no país que afetaram o senador José Sarney (PMDB-AP), dando conta de que ele teria morrido, mas na verdade o senador estava internado com dengue aguda e com quadro de pneumonia bacteriana. De acordo com o site Dhiego Coelho iria acionar a polícia para saber de onde partiram os boatos.

É possível notar que as duas matérias não foram publicadas em tom de fofoca, mas sim como o desfecho de um boato que tomou grande proporção no Estado. Com esse exemplo podemos perceber o quanto as fofocas são poderosas e podem afetar a vida pessoal e profissional da vítima.

O jornalismo, além de informar com qualidade, pontualidade, e credibilidade, exerce a função de entreter seus leitores, já que muitos, na maioria os homens aproveitam os momentos ociosos para realizar a leitura de jornais, revistas e livros. A leitura atua como válvula de escape para algumas tensões reprimidas...

> (...) A imprensa opera também, a liberação de nossas próprias tendências, permitindo projetar nossa culpabilidade sobre os outros. Legitima nossos impulsos agressivos. Denunciando os escândalos, designando os culpados, dá uma satisfação, pelo menos imaginativa e verbal, à nossa violência, às nossas reivindicações, à nossa necessidade de protestar. (AMARAL, 2001, p.21)

Um escândalo pode resultar de fatos reais, de acusações falsas ou de uma mistura de ambos, a chamada calúnia. Algumas vezes é motivado por interesses particulares. A tentativa de se encobrir um escândalo pode resultar em outro escândalo ainda maior, provocado pela desinformação.

Desse modo, os meios de comunicação de massa exercem um grande poder de manipulação sobre os leitores, os levando ao nível de acreditar cegamente em tudo que é publicado. Para algumas pessoas a imprensa é a única forma de informação. Ou seja, muitos consomem sem questionamentos as informações disponibilizadas pelos meios de comunicação, sem a preocupação de avaliar o que é verdade, especulação e até mesmo fofoca. Uma vez noticiada, a fofoca é normalmente amplificada ou reduzida pela mídia, visando o descrédito da fonte.

Cada vez mais a proliferação dos boatos segue pelos diversos tipos de meios de comunicação. Observando esse fenômeno é possível perceber que a fofoca resiste e se faz amplamente praticada por todos eles. A televisão traz em sua grade, programas especializados na vida de famosos, como o popular programa de fofocas “TV FAMA” da rede de televisão “REDETV”, no programa as manchetes são tratadas

como bombas, que podem explodir a qualquer momento sobre pessoas que estão em evidência na mídia.

Existem também muitas revistas especializadas em fofoca. Muitas trazem no nome algo que remete a fofoca, boato, intimidade e outras palavras que são entendidas como algo invasivo. Um exemplo disso é a revista “TITITI” que traz em seu contexto matérias em tom de boato, que deixam um espaço para que em outras publicações a notícia venha se concretizar.

O jornal impresso talvez tenha sido o primeiro meio de comunicação a utilizar-se da fofoca como material jornalístico. Ao se tornarem públicas, ao serem multiplicadas pela imprensa e serem lidas por muita gente, a notícia deixa de ser fofoca e passa a ser opinião pública, mesmo que a origem não seja das mais respeitáveis.

Se alguém toma por verdade algo que ouviu, fatalmente essa notícia não ficará guardada, logo o receptor passa a ser o emissor, alimentando a necessidade de compartilhara novidade com os demais membros do grupo, mesmo sem ter noção da origem do boato, como explica Iasbeck...

> (...) Porém, ainda que localizados os pontos de vinculação entre o boato e seus eventuais mentores, dificilmente se conseguirá identificar, sem grande margem de equívoco, este ou aquele indivíduo, este ou aquele grupo como mentores do boato. Por outro lado, se o mapeamento do processo de propagação de um boato pode nos levar a entender forças que movem os interesses de determinado grupo, insinuando certezas sobre o nascedouro, com certeza nos desvia da rota multiplicadora que faz com que ele venha a ganhar efeitos. (2002, p.03)

A notícia ao passar de pessoa a pessoa vai sofrendo alterações ou acréscimos, que a modificam. Mais importante, porém, do que essa modificação na notícia é a interpretação que o fofoqueiro faz das ações ou ditos de sua vítima (GAIARSA, 1978, p.290).

Para ilustrar essa afirmação de Gaiarsa, utilizaremos como exemplo a matéria publicada no site de notícias “Folha de Boa Vista”, onde o sumiço da professora Joany Maria Freitas Coêlho é relatado. De acordo com a matéria, os vizinhos teriam visto a professora pegando carona em motocicleta que possivelmente seria de um namorado, e desde então não teria mais sido vista. Ainda na matéria uma amiga de

Joany afirma que alguém estaria utilizando a perfil no Facebook[12] da professora. A matéria só veio ter um desfecho em outro site de notícias.

14 dias após o suposto desaparecimento o portal “G1 Roraima” divulgou a matéria que trata de que forma a professora foi encontrada no Estado do Amazonas, e usa como fonte a delegada geral do Estado Eliane Gonçalves, que cita o trabalho árduo da polícia para localizar o paradeiro da professora, que foi encontrada por meio da parceira com a polícia do Amazonas. Ainda na matéria é levantada a forma dispersa que a professora foi encontrada. Após a publicação nada mais foi relatado sobre o caso.

Nesse exemplo é possível perceber a falta de apuração e de aprofundamento na notícia, já que os dois sites não deram nenhuma explicação para o sumiço da professora. As informações, tanto do desaparecimento, quanto da forma que ela - a professora - foi encontrada não deram uma resposta para o leitor que acompanhava o caso.

Os meios de comunicação de massa trazem para os leitores a representação do que todos desejam, ou temem, e ninguém declara. A fofoca coletiva começou a existir com os jornais, que publicavam notícias sobre pessoas influentes. Com isso, a fofoca mudou de nível, hoje qualquer fato se faz conhecido no mundo todo por meio da internet. Essa velocidade na informação e a não limitação de espaço que ela oferece, torna a privacidade algo cada vez menos presente na sociedade.

A ética jornalística é um ponto importante na discussão que trata sobre como e o que deve ser publicado em meios de comunicação. A fofoca é algo que afeta os valores morais já que quase sempre ela trata da vida particular de cada um. O jornalista é um profissional que deve ter como princípio a imparcialidade, a ética, a credibilidade e o serviço à sociedade. Sobre o que é moral, Christofoletti apresenta que...

> (...) a moral é um conjunto de valores que orientam a conduta, as ações e os julgamentos humanos. Valores como bondade, justiça, liberdade, igualdade, respeito à vida, entre tantos outros. É com base em valores morais que fazemos escolhas sobre nossas condutas e atuamos diante de situações cotidianas. (2008. p.16)

Isso quer dizer que como os homens lidam com a moral, a forma utilizada para que ela seja preservada é a chamada ética, que todo ser humano deve ter, independente da função que exerce na sociedade.

[12] Rede social gratuita lançada em 2004, por Mark Zuckerberg, estudante da Universidade de Harvard.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros traz em seu terceiro artigo que a informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo. Isso demonstra que a publicação de algo que não se tem plena certeza é contra a ética e os princípios que regem a profissão.

O espaço talvez mais utilizado para a exposição e disseminação dos boatos, são as colunas sociais já que as notas publicadas ali não se requerem tanta apuração do fato, muitas vezes a notícia é dada como um segredo entre o colunista e o leitor, criando uma relação de intimidade entre os dois. Com a concretização do fato torna-se mais fácil transformá-lo em uma matéria de maior porte e espaço no veículo de comunicação. As colunas são consideradas um jornal dentro do jornal.

> Transplantada como colunas de *mexericos* e notícias sobre banquetes, reuniões, aniversários, recepções, com o correr dos anos modificou-se, especializou-se, ganhou novas roupagens. Assim, passamos a ter colunas esportivas, econômicas, femininas, policiais, humorísticas, de assuntos gerais, uma série infinita. A última a surgir foi a de assuntos gerais, coluna abarcando todos os tipos de informações. (AMARAL, 2001, p.154,155).

Essa modalidade de jornalismo se consolida como colunismo social no jornal impresso, na segunda metade do século XIX, época em que surgiram os grandes órgãos de comunicação de massa, destinados a diferentes públicos (SILVA, 2010, p.34).

Inicialmente constituídas por notas, as colunas sociais, mesmo as mais voltadas ao mundo da política, jamais se desprenderam do entretenimento, característica presente nas antigas colunas sociais. Só que os rumores, insinuações, boatos, piadas presentes nessas colunas vem mesclado com informações relevantes, realmente apuradas pela equipe da coluna.

A coluna social surgiu como uma necessidade dos jornais de se adaptar ao desenvolvimento intelectual e financeiro da população.

> A industrialização e a queda dos custos de produção do preço do papel, bem como a melhoria das redes de transporte, alargamento do espaço público, expansão da alfabetização, ou seja o desenvolvimento do capitalismo provocou o aparecimento de um jornal que cultuava a objetividade e o privilégio dos fatos e não das opiniões; os jornalistas passaram a reproduzir as notícias mantendo anônimas as suas fontes (...) essa é a origem do que a linguagem jornalística define como coluna social, texto que é redigido cobrindo-se um espaço da cabeça ao pé da página, na horizontal, ou verticalmente. (SILVA, 2010, p. 34)

Desse modo, a coluna tornou-se obrigatoriamente parte dos jornais impressos, tendo como meta a fidelização do leitor ao veículo. A coluna social aparece como jornalismo opinativo e informativo. Para Beltrão (1969), por exemplo, identifica a proximidade com os leitores e a atualidade dos fatos como uma informação social em que se registram e comentam as atividades que os indivíduos desenvolvem em clubes, restaurantes, excursões e campanhas filantrópicas.

3. DESCRIÇÃO DA RADIONOVELA

A Radionovela “O Preço da Intriga” foi produzida em dois capítulos como complemento para este Trabalho de Conclusão de Curso, tendo como proposta tratar de que maneira a fofoca pode interferir na vida de pessoas envolvidas no processo de disseminação do boato, quanto para quem é vítima da fofoca.

Portanto, nesse contexto buscamos retratar a história de um casal que teve sua união interrompida por um boato espalhado na rede social Facebook. Boato esse que acabou sendo veiculado em um jornal impresso, por uma jornalista que optou por não apurar a informação antes da publicação. Terminando com um desfecho desastroso.

Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, pois as informações foram coletadas em livros sobre a temática discutida. Para dar início à gravação dos áudios que comporiam a história contada na Radionovela se fez necessário a elaboração de um roteiro de produção que caracteriza os personagens e define o desenrolar da estória servindo para nortear a seqüência da gravação dos áudios.

Os personagens foram interpretados por Vanessa Vieira como (Augusta), Yasmin Guedes como (Luciana), Leandro dos Santos como (Paulo), Dina Vieira como (Marieta), Rhayana Araújo como (Dani), participação especial de Josiane Saraiva como (Recepcionista), Marcos Zouein como (Juiz), narração de Djavan Esbel e Neto Araújo (Abertura).

Dando seqüência a produção, realizamos a pesquisa de trilhas sonoras e BGs[13] para a composição da sonoplastia da trama. Essa pesquisa de efeitos sonoros foi realizada devido à necessidade de propiciar ao ouvinte da Radionovela a noção de espaço e tempo, além de transmitir as emoções e sensações vividas pelos personagens, isto é, os efeitos permitem ao ouvinte ver o que está sendo descrito e a música possibilita ao ouvinte sentir o que se transmite (FERRARRETO, 2001). Esse processo foi auxiliado pelo tom e pela flexão das vozes dos locutores.

[13] Música instrumental usada geralmente em tom mais baixo que a narração dos textos.

Por fim, desenvolvemos o processo de gravação, edição e montagem do material, trabalho realizado pelo Editor de áudio Carlos Celso nos estúdios da Rádio Difusora Roraima.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como ponto principal discutir o uso da fofoca no jornalismo. Conforme foi observado, esse é um fenômeno que está em toda parte, tendo sido importante para o desenvolvimento histórico da sociedade atual. As informações oriundas de boatos chegam ao receptor por intermédio de amigos, colegas de trabalho ou parentes, ou por testemunhas do acontecimento.

Como o jornalismo é regido pelos princípios da verdade e do interesse público, os rumores entram em choque com esses princípios. Prova disso é que as informações veiculadas são superficiais e não apresentam análises críticas da situação divulgada, que, muitas vezes, é incrementada apenas a título de desabafo e ironia. Além, é claro, de elevar e explorar em seu conteúdo a maldade presente no imaginário coletivo, atraindo a curiosidade existente em cada um.

Geralmente o boato é um fato não confirmado, cuja procedência é ignorada ou não pode ser revelada pelo jornalista, mas que circula e se expande. Embora na maioria das vezes seja considerado como uma informação falsa, nem sempre ele é assim. Em certas ocasiões, carrega consigo uma informação oculta e verdadeira, que, por motivos de interesses maiores, não convém ser confirmado.

Além disso, é uma informação paralela, que corre de boca-a-boca, que dificilmente pode ser controlada. Dessa maneira, possui sua inserção, no elenco de valores e desejos do receptor, portanto, é um fenômeno, que torna verídico aquilo que o grupo social considera como verdade.

No entanto, quando chega aos meios de comunicação de massa sua relevância se altera. Pois a partir desse momento, ganha força, legitimidade. Entretanto, os indícios de verdade que envolvem o boato podem ser adulterados e, à medida que se expande vai agregando diversos elementos. Tais alterações fazem com que a lógica do rumor ganhe força na medida em que incorpora alguns ingredientes, ferindo não só a vítima da fofoca, mas também o conceito primordial do jornalismo: a ética.

Existe ainda, o fato dos boatos serem informações passadas ao público consumidor sem a devida checagem, ou seja, por meio de uma apuração, que evidencia somente o que convém, ao esconder os reais interesses.

Por fim, a fofoca é um fenômeno prejudicial, seja no âmbito social, quanto profissional, nesse caso o jornalismo, pois afeta todos os envolvidos, seja em grande ou em pequena proporção.

5. ANEXOS

- Matéria divulgada no portal de notícias G1 Roraima no dia 13 de agosto de 2013.

Em Roraima, boato faz deputado ir a plenário negar que teve pênis cortado

Na tribuna, Dhiego Coelho (PSL) disse estar indignado com 'as fofocas'. O presidente da Casa informou que a situação poderá ser investigada.

Valéria Oliveira Do G1 RR



Deputado Dhiego Coelho durante pronunciamento na Assembleia (Foto: Valéria Oliveira/G1)

O deputado estadual Dhiego Coelho (PSL) usou a tribuna da Assembleia Legislativa de Roraima, nesta terça-feira (13), para negar boatos de que sua esposa teria cortado seu pênis. A informação circulou nas redes sociais desde o início deste mês de agosto e, além disso, servidores confirmaram os rumores ao **G1**.

Durante o pronunciamento na sessão, o parlamentar falou que estava indignado com as "agressões depreciativas e infundadas ofensas à sua dignidade e de sua família".

Segundo ele, nada do que foi dito e espalhado ocorreu. "Todos os boatos e fofocas sobre mim e minha esposa são ofensas e calúnias infundadas. Em momento algum existiu o que foi falado", afirmou.

Ainda na tribuna, o deputado solicitou ao presidente da Casa que manifestasse apoio à situação e que não compactuasse das informações contra ele. "Denegrir a imagem e a honra de uma pessoa perante a sociedade, ofendendo a sua reputação e a sua dignidade, é considerado crime", acrescentou Coelho.



Dhiego Coelho ao lado da esposa Alessandra, que esteve presente na sessão da Assembleia para acompanhar o pronunciamento do deputado (Foto: Valéria Oliveira/G1)

A esposa, os pais e tios do parlamentar estiveram na Assembleia acompanhando o pronunciamento do deputado. Dos 20 parlamentares presentes na sessão, 12 manifestaram apoio e indignação com a situação pela qual o Dhiego Coelho passou com os boatos.

"Esse tipo de calúnia mexe muito com a família. Infelizmente é uma situação lamentável. O que nos resta é tratar tudo isso com bom humor e pedir que Deus tenha pena das pessoas que criaram esse boato", falou o deputado Mecias de Jesus (PRB), em apoio a Dhiego Coelho.

O presidente da Casa, deputado Chico Guerra, afirmou que caso o deputado Dhiego Coelho queira, a Assembleia vai investigar para saber onde foi originado o boato. "Se o deputado quiser que a Assembleia tome as providências, nós iremos procurar os órgãos competentes e, através deles, fazer a solicitação para apurar, e se possível, identificar as pessoas ou a pessoa que fez essa maldade com o deputado", concluiu o presidente.

- Matéria divulgada no site de notícias Folha de Boa Vista no dia 13 de agosto de 2013.

Deputado usa tribuna para desmentir onda de boatos

Foto: Raynere Ferreira



Em discurso emocionado, Dhiego Coelho disse que boatos atingiram também a família dele nas redes sociais

SHENEVILLE ARAÚJO

A exemplo do que ocorreu há duas semanas com o senador José Sarney (PMDB-AP), que foi alvo de boatarias nas redes sociais, que davam conta de que ele teria morrido, mas que na verdade ele estava internado com dengue aguda e com quadro de pneumonia bacteriana, em Roraima a vítima de fofocas virtuais, desde a semana passada, foi o deputado estadual Dhiego Coelho (PSL).

O boato espalhado na internet e repercutido por muitos em grupos no Whatsapp (Sistema de Mensagens por telefone celular) e nas diversas redes sociais davam conta de que o deputado teria sido gravemente ferido, por um crime passional cometido pela esposa dele, e que por isso teria sido levado às pressas para fora de Roraima, em estado grave, em uma UTI (Unidade de Terapia Intensiva) móvel.

Mas na manhã de ontem, o deputado, indignado com a situação em que ele foi colocado, usou a tribuna para contestar e desmentir os boatos que estavam sendo espalhadas por todo o estado, desde a sexta-feira, dia 09. Ele levou toda a família para o plenário.

“Essa foi uma tentativa de pessoas que não conhecem e nem vivem os valores pautados na fraternidade, solidariedade e honestidade, para me ridicularizar a minha vida pública e a minha família, utilizando informações depreciativas ao meu respeito. Entendo que a dignidade da pessoa humana se apresenta como o alicerce de todos os valores morais, síntese de todos os diretos do ser humano, e isso não tem preço, não pode ser objeto de troca. A dignidade não pode ser violada ou sacrificada”, declarou, complementando que a indignação que sentia era grande frente ao sofrimento que esses boatos ofensivos causaram à família dele, amigos, colaboradores e eleitores.

Mas, apesar da situação constrangedora, gerada pela boataria, ainda houve momento para descontração no plenário, quando Coelho disse que foi aconselhado pelo deputado Mecias de Jesus (PRB) para chegar no plenário e “mostrar a verdade”. “Ele me disse: quer acabar com tudo isso? Bote para fora e mostre. Só que infelizmente não posso fazer”, declarou em tom de piada.

Mecias de Jesus pediu um aparte e observou que esses tipos de calúnias partem de pessoas sem escrúpulos, que gostam de atacar as famílias. Mas que, apesar de lamentar a situação e de naquele momento estar feliz por não ser verdade, agora deve-se fazer do ocorrido uma situação de humor. “O que eu quis dizer, deputado, é que existe um ditado popular em que a pessoa deve matar a cobra e mostrar o pau, mas aqui não é o lugar para se fazer isso”, comentou também em tom de piada.

No entanto, apesar de o assunto no fim ter sido amenizado pelo bom humor dos parlamentares, Dhiego Coelho requereu da Assembleia que se manifestasse formalmente em decoro à honra dele e da família, que também foi atingida.

O deputado Coronel Chagas (PRTB) sugeriu ainda a Coelho que acionasse a polícia a fim de identificar os autores dessas calúnias publicadas nas redes sociais para que fossem devidamente punidos. “A polícia tem instrumentos para fazer isso, para identificar os computadores de onde saíram esses boatos maldosos. É preciso investigar essa situação, pois hoje é vossa excelência, mas amanhã pode ser outro parlamentar aqui dessa Casa passando por essa situação que abala a família”, observou.

Durante o discurso emocionado de Coelho, outros parlamentares se manifestaram também em solidariedade a ele e declararam estar indignados com um tipo de situação que atingiu a instituição mais sagrada na vida do ser humano, a família.

Mas Coelho disse que confia na Justiça para que essas pessoas sejam punidas, apesar de pedir no discurso para que Deus tenha misericórdia de quem espalhou as fofocas. “Confio na Justiça para punir aqueles que se utilizam os meios de comunicação para denegrir a imagem e a honra das pessoas. E afirmo que tais

calúnias e difamações são infundadas. Mas confio que Deus vai me fortalecer para que eu continue desempenhando meu papel nesta Casa", declarou.

- Matéria divulgada no site de notícias Folha de Boa Vista no dia 27 de julho de 2013.

Professora está desaparecida desde o dia 14



A última vez que a professora foi vista, segundo informações de vizinhos, foi quando pegava carona com um homem que estava em uma moto

Amigos da professora Joany Maria Freitas Coêlho, procuraram a ***Folha*** na manhã de ontem, 26, para comunicar que ela está desaparecida desde a manhã de domingo, dia 14 de julho.

A amiga e colega de trabalho, Daiara Teixeira, disse que a última vez que a professora foi vista, segundo informações de vizinhos, foi quando pegava carona com um homem que estava em uma moto, em frente ao condomínio em que ela reside, na avenida Bento Brasil, no Centro. Este homem seria o namorado de Joany, mas os vizinhos não conseguiram identificar, já que ele estava de capacete.

Daiara conta ainda que amiga é recém-chegada a Roraima e que não tem ninguém da família aqui. "A mãe dela que mora no Maranhão (MA), está preocupada, não para de me ligar e já não sabemos mais o que fazer. Ela trabalha comigo na mesma escola, e tenho certeza que ela nunca sumiria sem dar satisfação, pois Joany é muito responsável", disse a amiga, preocupada com o paradeiro da professora.

A amiga disse ainda que tem uma pessoa acessando a página de Facebook de Joany Maria, no entanto não posta nada e nem responde quando os amigos tentam falar pelo sistema de bate-papo instantâneo. "É muito estranho ela não dar notícias. Temos medo do que possa ter acontecido com ela, dificilmente ficava um dia sem acessar o Facebook e conversar com os amigos. Ela é muito comunicativa e nunca deixaria de conversar com alguém quando fosse chamada no bate-papo", explicou a

amiga.

Os amigos disseram que registraram Boletim de Ocorrência na delegacia especializada e pedem ajuda. Quem tiver informação sobre o paradeiro da professora pode ligar para 9166-4800 ou 9123-1116.

- Matéria divulgada no portal de notícias G1 Roraima no dia 29 de julho de 2013.

Localizada no AM professora que estava desaparecida há 14 dias em RR

Professora foi encontrada na madrugada deste domingo em Manaus. Segundo familiares, ela deve retornar para Boa Vista nesta segunda-feira.

Do G1 AM e RR

Uma professora, que estava desaparecida de Boa Vista, em Roraima, desde o dia 14 de julho deste ano, foi localizada às 5h da madrugada deste domingo (28), em Manaus, no Amazonas. A informação foi confirmada ao **G1** pela delegada geral da capital roraimense, Eliane Gonçalves.

Segundo a delegada, a busca por informações concretas e a localização da professora foram cansativas e demoradas. A Delegacia Geral de Homicídios de Boa Vista e a equipe especial do Pronto Emprego - recém criada pela polícia - finalizaram os trabalhos na madrugada deste domingo, quando possibilitaram a comunicação entre a professora, familiares e amigos.

"Nossas equipes ficaram todo o tempo neste caso. Vários policiais da inteligência realizaram buscas e colheram informações até o sucesso do trabalho", disse a delegada.

Roseane do Socorro, gestora da escola onde a professora leciona há dois anos, disse que os familiares informaram que ela deve voltar à Boa Vista nesta segunda-feira (29). "Eles falaram que ela estava dispersa e diferente, mas que mostrava tranquilidade", confirmou.



Sumiço

Segundo a polícia, a mulher desapareceu repentinamente no dia 14 de julho e desde então vinha sendo procurada por amigos e professores da escola em que trabalha. "Quando ela faltava ou achava que ia se atrasar, avisava. Passaram-se vários dias sem ela aparecer na escola e nada dela avisar. Fomos na casa dela, ligamos pro seu celular, tentamos entrar em contato pelo Facebook e, mesmo assim, não tivemos resposta. Foi quando decidimos iniciar as buscas", informou a gestora da escola, Roseane do Socorro.

O caso deixou vários amigos da professora preocupados, entre eles Deumair Coelho Duarte, que também é colega de trabalho da profissional. "Ela é uma pessoa incrível. Não tem inimizades com ninguém, todos a adoram. Achamos estranho o sumiço dela, porque não era do seu feitio sair sem nos avisar, visto que moramos juntas", declarou Deumair Duarte na época do desaparecimento da amiga.

De acordo com colegas, o perfil da professora na internet foi constantemente atualizado enquanto ela estava desaparecida. O caso foi investigado pela Delegacia Geral de Homicídios de Roraima, que também trabalha com casos de pessoas desaparecidas.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Luíz. **Técnica de jornal e periódico**. Tempo brasileiro. 2001.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**. São Paulo. Ática. 1990.

BELTRÃO, Luís. **A imprensa informativa**. São Paulo. Folco Masucci. 1969.

CÂNDIDO, Francisco. **Um Relato histórico da Rádio Difusora de Roraima e o Papel Social do Programa " O Mensageiro do Ar"**. UFRR. 1996

CHAVES, Glenda Rose Gonçalves. **A Radionovela no Brasil: um estudo de Odette Machado Alamy (1913-1999).** UFMG. 2007.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. 2008. Contexto.

DA SILVA, Paula Francineti. **A Coluna Social como gênero de fofoca**. 2010.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os Outsiders**. Rio de Janeiro.Jorge Zahar. 2000.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. www.fenaj.org.br

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio, o Veículo, a História e a Técnica**. Sagra Luzzatto. 2001.

FERREIRA, Aurélio. **Mini-Dicionário da Língua Portuguesa**, Positivo. 2007.

GAIARSA José Ângelo. **Tratado Geral sobre a Fofoca, uma análise da desconfiança humana**. São Paulo. Summus. 1978.

HALLAL, Roberto Curi. **A Verdade Sob Suspeita**. 7 letras. 2007.

HIGYNO, Cacau. Fofoca, **Essa Simpática Palavra e Suas Conseqüências Imprevisíveis**. Jaj. 2008.

IASBECK, Luís Carlos Assis. **Os boatos – Além e Aquém da Notícia**. http://www.usinadeletras.com.br/exibelotexto.phtml?cod=7728&cat=Artigos . 2002.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio.** 2004. Contexto.

MUNARO, Luís Francisco. **Fofocas, boatos e rumores: Do Correio Braziliense ao Padre Amaro em Londres.** Universidade Federal Fluminense. 2013

NEUGEBER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**.UFRB. 2012.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio**. Summus. 1985.

PENA, Felipe. **Teoria da Comunicação – conceitos, mídias e profissões**. Rio de Janeiro. 2005.