

# **JORNALISMO POR VOCAÇÃO, RÁDIO POR PAIXÃO**

João Ricart Chaves da Silveira de Lima\*

## **RESUMO**

Este artigo visa refletir a experiência do estágio supervisionado na Rede Jangadeiro FM, bem como toda as problemáticas referentes aos impactos em torno da teoria e prática do jornalismo. Uma reflexão sobre o dead line e a gestão de tempo na redação, como também a ratificação dos conteúdos estudados nas disciplinas de rádio, que corroboram com o perfil técnico almejado pela redação. Ressalta-se ainda, experiências de sucesso na implantação de um aprofundamento nas pautas, com inserção do jornalismo de dados na programação da rádio. Testificando a necessidade de aprimoramento contínuo do profissional do jornalismo, que deve estar atento a evolução das técnicas de apuração e disseminação de informações.

**PALAVRAS-CHAVES:** Jornalismo, rádio, dados, jangadeiro.

## **ABSTRACT**

This article aims to reflect the experience of the supervised internship in the FM radio network, as well as all the problems related to the impacts around the theory and practice of journalism. A reflection on the dead line and the time management in the writing, as well as the ratification of the contents studied in the radio disciplines, which corroborate with the technical profile sought by the writing. It is also worth mentioning, successful experiences in the implantation of a deepening in the guidelines, with insertion of data journalism in the radio programming. Testifying the need for continuous improvement of the professional journalism, which should be attentive to the evolution of the techniques of calculation and dissemination of information.

\*Graduando em Comunicação Social no Centro Universitário 7 de Setembro  
Email: joao.ricart@hotmail.com

## SUMÁRIO

1. DEAD LINE
2. PRODUÇÃO DE PAUTA
3. LINGUAGEM DO RÁDIO
4. JORNALISMO INVESTIGATIVO E DE DADOS NAS ONDAS HERTIZIANAS
  - 4.1 JORNALISMO DE DADOS NO PERÍODO ELEITORAL
  - 4.3 DADOS E VIOLÊNCIA
  - 4.2 DADOS E AS CÂMARAS MUNICIPAIS
  - 4.4 JORNALISMO INVESTIGATIVO, O TEMPO DE RÁDIO E O COLISEO
5. CONCLUSÃO
6. REFERÊNCIA

## **INTRODUÇÃO**

A inserção de um estudante de jornalismo no mercado de atuação é sempre uma oportunidade de colocar em prática todo conteúdo, literatura, manuais e discussões realizadas em sala de aula. O mundo acadêmico, claro, não pode ser colocado em mesmo nível de exigência que são requeridas pelas empresas de comunicação. Porém, graças aos modelos implantados nas instituições de ensino, pelos professores que trazem em suas bagagens de vida, a experiência de mercado, este abismo que antes dividia a academia do mercado, tem diminuído de forma significativa.

Sem dúvidas, todo conhecimento adquirido nas instituições de ensino, em nada teria proveito se não pudessem ser aproveitados e desenvolvidos nas empresas de comunicação. Porém, estas empresas, assim como em todas as áreas que compõem a força de trabalho, exigem um profissional, ainda que em período de aprendizado, uma qualificação técnica e experiência prática nas atividades que serão exercidas.

Desta forma, este trabalho se propõe a apresentar as características diárias de um fazer jornalístico em uma empresa de comunicação, mais precisamente em radiojornalismo. Para isto, apresentamos situações diárias que comprovam a importância de um profissional cada vez mais qualificado e disposto a manusear novas técnicas a serviço de um produto mais qualificado e resultado superior.

### **1. DEAD LINE**

Diversas discussões em sala ou nas redações põe em destaque uma análise entre a teoria e a prática no jornalismo. É verdade que o dead line para execução de um trabalho ou produto no âmbito da Faculdade é bem superior ao desejado pelas redações, este talvez seja o primeiro impacto percebido pelos universitários que iniciam suas atividades no estágio supervisionado. O tempo para a notícia já é naturalmente apressado, e no rádio que tem em sua característica, ser o meio de comunicação mais ágil na divulgação das notícias, o tempo é sua credencial de qualidade para os ouvintes. Ainda que o rádio seja um sobrevivente entre os meios

propagadores da notícia, devido a sua habilidade em se adaptar ao novo, é importante refletir sobre o tempo, levando em consideração aos novos meios de comunicação, principalmente a internet, como ressalta Cunha (2004, p. 11):

As reflexões, porém, não podem lançar somente um olhar otimista, levando-se em conta as profundas mudanças pelas quais passa o mundo, influenciado pelo desenvolvimento tecnológico. Mesmo tendo se adaptado e sobrevivido como meio, o rádio não pode descansar. Neste contexto de mudanças, é fundamental refletir sobre o jornalismo no rádio. O conteúdo radiofônico deve passar por uma adaptação relacionada aos outros meios. Trata-se de um momento de acomodação e complementação de mídias e do próprio rádio. As modernas tecnologias que dão suporte à Internet estabelecem uma nova relação no que diz respeito à informação jornalística. A questão agora está voltada, especialmente, para o tempo. O que o radiojornalismo pode oferecer, permanecendo rádio, mas considerando o novo contexto?

O webjornalismo absorveu uma característica comum ao rádio, a informação em tempo real. Porém, a internet trabalha com o “on demand”, enquanto no radiojornalismo prevalece o ao vivo, saindo na frente inclusive da TV, que para realizar uma transmissão ao vivo, faz-se necessária toda uma produção e disponibilidade de equipamentos. Já no rádio, basta apenas um celular conectado a mesa de operação, para se ter informação instantaneamente. Cunha (2004, p.11) reflete esta característica peculiar ao meio.

O tempo oferecido pela Internet, por exemplo, proporciona informação on demand, adaptando-se ao horário da audiência. O rádio inaugura o jornalismo ao vivo e, com isso, ganha em poder de transmissão de um fato, com instantaneidade e agilidade. Ao mesmo tempo, ganha a audiência que pode acompanhar o acontecimento.

A característica da instantaneidade é aplicada a Rede Jangadeiro FM, não somente nas matérias que obrigatoriamente deva ser contemplada com um perfil de atualidade ou novidade, mas principalmente pelas participações ao vivo dos comunicadores presentes em todas as regiões do Estado, e as atualizações em tempo real de notas lidas pelos âncoras da Rede. Agrega-se ainda a convergência do sistema, pois ainda que o dead line de uma matéria seja superior ao comumente utilizado pelo rádio, a informação produzida na matéria poderá ser aproveitada nos demais meios, o que impõe ao jornalista ou estagiário, celeridade na finalização do conteúdo. Com isso, o estagiário precisa, assim que inicia suas atividades, entender que o tempo utilizado no âmbito universitário é bem diferente do utilizado usualmente no mercado de trabalho, e nesse sentido, os profissionais precisam

sobreviver a esta pressão contra o relógio, para que o meio também sobreviva à pressão pela demanda criada por seus consumidores.

## **2. PRODUÇÃO DE PAUTA**

A produção no rádio é bem peculiar, levando em consideração que usualmente o profissional ou estagiário é responsável por todo o processo que resulta na produção de um conteúdo. Este profissional deve ser o responsável pela produção, entrevista e edição do material construído. Diferente dos demais meios que funcionam como uma indústria, onde cada profissional é responsável por uma etapa de formatação do produto.

Neste contexto, o estagiário é também participante do processo de definição de pautas, o que para sua boa execução, faz necessário o aprendizado na academia, não somente das características que compõem a formatação de uma pauta, mas a atividade constante de um olhar diferenciado para a rua e para o dia a dia. É possível encontrar uma boa pauta observando atentamente o cotidiano e vislumbrando o que o senso comum não destaca. Apesar de ainda questionável a ideia de a criatividade ser comum apenas a quem já nasce com ela, ou um perfil que pode ser aprendido. O estudante e profissional do jornalismo precisa entender que esta é uma característica indispensável, como apontam Xavier e Rodrigues (2013, p. 15):

Pois, nem sempre o que foi pautado será executado, acontece que muitas das vezes de a pauta planejada “cair”. E é a partir, deste momento que o repórter tem que ter criatividade e disposição para obter novas notícias [...] A maioria dos veículos de comunicações, todos os dias cada editoria prepara sua pauta. Ainda nos dias de hoje, encontramos em algumas redações de jornais, o pauteiro. Este geralmente é o principal editor de planejamento, ele é o primeiro a pensar na exibição do jornal do dia seguinte. O pauteiro opera de forma decisiva na reportagem, é ele quem sugere as perguntas a serem feitas ao entrevistado conduzindo a trajetória do repórter na maioria dos veículos de comunicações. [...] Muitas pautas geram boas reportagens, principalmente aquelas que surgem de observações de fatos que passam despercebidos.

As autoras refletem ainda a importância do jornalista em estar nas ruas para vislumbrar novas possibilidades de pautas. Contudo, se o jornalista de rádio não está diariamente nas ruas, graças ao fato de que o meio requer apenas a voz, e

comumente este profissional finaliza seu conteúdo com entrevistas por telefone, a tecnologia ajuda a ter um contato próximo com os cidadãos, sendo eles, em vários momentos, os pauteiros das redações. Lopes (2010, p. 6) entrevistou profissionais com nível superior e idade entre 20 e 45 anos, ouvintes do rádio com o objetivo de se informarem ou divertirem, e chegaram a dados relevantes, que deixa claro a importância da participação do ouvinte, como fonte de informações.

Cerca de 67% dos entrevistados consideram a participação do ouvinte essencial e importante para o direcionamento da rádio em virtude da opinião e colaboração. O questionamento deixou de mencionar a participação desse ouvinte em promoções e demais formas de interação, mas sim a intervenção do ouvinte com dúvidas, dicas de trânsito entre outros itens que comprometem esse contato com a democratização do rádio. Além disso, 80% consideram que a participação do ouvinte na rádio influencia no editorial e que os produtores e jornalistas consideram essa opinião no momento de se pautarem e manterem determinados programas no ar. De acordo com eles a rádio é direcionada para um determinado público alvo e a programação atende aos gostos do ouvinte.

### **3. LINGUAGEM DO RÁDIO**

É indispensável para quem deseja experimentar o radiojornalismo, o conhecimento das regras gramaticais, bem como toda a linguagem que envolve o meio. Este possui regras claras que não eram utilizadas no início de suas atividades, como afirma Neuberger (2012, p. 64).

Até o início da década de 1930, o nível de profissionalismo no rádio era baixo. Os primeiros programistas, como eram chamados, adquiriam espaço nas estações e, a partir daí, faziam as programações (contato, redação, produção e apresentação). Mas o veículo precisava mudar para crescer e começou a contratar artistas e produtores, focados em garantir público à rádio e trazer mais anúncios, à medida que se popularizava e alcançava mais ouvintes. Nesse momento, o rádio passa a ter uma programação mais estável, com horários pré-definidos, linguagem mais popular e coloquial, ainda que bastante rebuscada em relação aos padrões atuais.

Um das premissas massivamente explorada nas disciplinas de radiojornalismo, é o tratamento com o ouvinte, a forma de conduzir-se a ele, e estabelecer uma sintonia de interesse, respeito e atenção. Esta premissa de tratar o ouvinte de forma direta e individualmente é aplicada no dia a dia da redação. A utilização do “você querido ouvinte” cria uma sinergia entre o comunicador e o

ouvinte. O ouvinte precisa sentir-se único e especial, ser tratado como alguém que está de fato, ouvindo do outro lado, como ressalta Vigil (2003, p.94), autor estudado na disciplina de radiojornalismo.

Esses colegas falam diante do microfone, e não com as pessoas. A desconexão é tão notória que, muitas vezes, esquecendo os ouvintes, referem-se a eles na terceira pessoa. “Talvez os ouvintes entendam que...”. Mas com quem estará falando se não com os ouvintes? Essa distração revela o desinteresse do emissor e esfria completamente a relação com a audiência.

Outro ponto explorado nas disciplinas, e também executado no fazer jornalismo nas redações de rádio, é mudar a ideia de que o comunicador precisa ter uma bela e falar como se estivesse se dirigindo a uma grande plateia. A bela voz pode até ajudar no processo de informar, por deixar o texto mais claro e ser agradável aos ouvidos, contudo, a informação é o que prevalece. Nesse sentido, é necessário aos jornalistas de rádio, buscar a naturalidade em seus áudios.

Alguns locutores – complexo de superioridade ou de inferioridade?-, depois de tantos anos de prática, não conseguem descobrir o outro segredo radiofônico, consequência do mencionado anteriormente: para conseguir esse clima de conversa a naturalidade é indispensável. Em um ambiente familiar, íntimo, toda a grandiloquência torna-se risível. [...] na falta de garganta, fazem barulho. Impostam a voz, afetam-na, imaginando que assim despertarão a admiração dos ouvintes. Solenidade fátua, maquiagem desnecessária que não fazem senão ridicularizar o locutor. Cada um possui o timbre que possui e todas as vozes soam bonitas quando transmitem alegria, vibrações positivas (VIGIL, 2003, p.98).

#### **4. JORNALISMO INVESTIGATIVO E DE DADOS NAS ONDAS HERTIZIANAS**

Como já foi exposto, o tempo no rádio é precioso, pois em sua característica como meio diferenciado, os profissionais não dispõem de deadline suficiente para aprofundar uma informação. Isto não é demérito para os radiojornalistas, de fato não existe a possibilidade de aprofundamento no rádio, isto é característico do meio. Todavia, a Rede Jangadeiro FM permite, com muita habilidade, organização e agilidade, a possibilidade de aprofundar uma notícia, utilizando técnicas de jornalismo investigativo e de dados. Logo abaixo, escrevo quatro exemplos de matérias veiculadas na Rede Jangadeiro FM.

##### **4.1 Jornalismo de dados no período eleitoral**

No último processo eleitoral de 2016, O Plenário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) aprovou em sessão administrativa, as resoluções que definiram as novas regras. Entre estas novas regras, está a proibição de doação eleitoral por empresas, o que já se esperava, trouxe impactos nas campanhas com verba bem inferior aos processos eleitorais de anos anteriores. Percebendo que para alguns partidos esta nova regra pareceu não existir, utilizei das técnicas do jornalismo de dados, com informações e planilhas disponíveis no próprio site do TSE, para entender quanto e com o que gastaram os partidos políticos no Ceará.

Conforme o anexo 1\* verificou-se que o PDT foi o partido que mais gastou nas eleições municipais do Ceará, primeiro e segundo turno. Ao todo, o PDT desembolsou R\$ 15.527.319,10 para realizar as campanhas de 2016. Contudo, o que chamou atenção na matéria, foi a concentração desse valor na campanha de reeleição de Roberto Cláudio em ao executivo municipal de Fortaleza. Ressalta-se ainda a diferença entre o valor gasto pelo primeiro partido, e os demais no ranking. No anexo 2\*, é possível verificar que os maiores gastos dos partidos no Estado, foi com publicidade por materiais impressos.

#### 4.2 Dados e as Câmaras Municipais

No início do ano de 2017, a Assembleia Legislativa do Ceará votou projeto que extingue o Tribunal de Contas dos Municípios (TCM), órgão responsável pelo acompanhamento, fiscalização e denuncia irregularidades nas contas públicas de prefeituras e Câmaras Municipais. Uma das justificativas apresentadas pelo Deputado Heitor Ferrer, responsável pela proposta de extinção, é o alto custo de manutenção do órgão. Para entender melhor o trabalho do TCM, além do que já estava sendo divulgadas pelas demais mídias, fui investigar e tabular dados referentes aos gastos apenas das câmaras municipais dos 20 municípios mais ricos do Ceará. Com o levantamento feito, é perceptível o volume de dinheiro fiscalizado pelo Tribunal, conforme \*anexo 3. Além da tabulação dos gastos, devido à utilização e análise através das tabelas dinâmicas, os números trouxeram a luz o que pode ser um desvio as leis de diretrizes orçamentárias, já que o maior percentual dos gastos é direcionado ao pagamento de pessoal, conforme \*anexo 4.

#### 4.3 Dados e violência



Prática comum nas redações é a utilização de releases para construção de uma matéria. Levando em consideração que os jornalistas comumente não são treinados a trabalhar e analisar números em tabelas ou planilhas de Excel, assessorias de comunicação, principalmente aquelas que disseminam informações governamentais, manipulam informações para informar aos meios e conseqüentemente aos cidadãos, uma agenda positiva das ações do Estado. Leia-se que ao colocar como manipulação não necessariamente quer dizer que as assessorias utilizem da prática da mentira. No caso que informo abaixo, a assessoria suprimiu informações relevantes, que trazem dados importantes ao público alvo da rádio a qual executo o estágio supervisionado.

Na redação, a cultura na análise dos números de violência era norteadada apenas pelo release enviado, com uma edição do texto e sonoras captadas na reunião de apresentação dos dados, no Palácio da Abolição. Contudo, ao ser escolhido para construir mensalmente a matéria de atualização destes números, passei a analisar os dados completos disponíveis no site da secretaria de segurança pública do estado. A habilidade em analisar estes números, e aprofundar a informação, fez com que a matéria veiculada pela Rede Jangadeiro FM, e convergida para o portal Tribuna do Ceará, tivesse uma abordagem e fato analisado, diferente dos demais meios de comunicação do Estado, garantindo assim, uma alternativa na busca de informações ou leitura da sociedade (\*anexos 5 e 6).

#### 4.4 Jornalismo investigativo, o tempo de rádio e o Coliseo.

Como já refletido neste artigo, no rádio existe um dead line que muitas vezes não permite ao profissional, aprofundar o assunto, e muito menos investigar. Contudo, a habilidade na investigação de dados públicos, permite com maior eficiência, entender melhor o assunto abordado na matéria e quem sabe até encontrar um nova informação, ou furo de reportagem.

Foi isto que ocorreu na redação da Rede jangadeiro FM, quando chegou a informação de que o time oficial da Cidade de Alto Santo, na região do vale do Jaguaribe, estava desistindo de disputar o campeonato cearense de futebol, por não ter iluminação no Estádio Coliseu. Estádio este que já havia tomado a atenção de toda a mídia cearense por ter recebido quase três milhões de reais do ministério do esporte para sua construção, com capacidade superior ao número de habitantes no

município. Para construir a matéria que inicialmente tinha um foco voltado para a desistência do time, fui investigar no portal da transparência do município, quanto de fato a prefeitura havia recebido há alguns anos, para a construção do equipamento.

Na investigação, encontrei um documento de devolução de R\$ 300.000,00 para o Ministério do Esporte, isto porque a Prefeitura não conseguiu através das suas contas comprovar ao Ministério a utilização de todo o investimento, sendo assim, obrigado a devolver a quantia, dos quase três milhões de reais recebidos. A matéria teve seu mote então alterado para uma denúncia, se fazendo uma pergunta intrigante: Como poderia o município devolver tamanha quantia, se o estádio sequer possui iluminação? A Rede Jangadeiro FM foi o primeiro veículo de comunicação a denunciar a devolução, pautando a mídia nacional.

## **5. CONCLUSÃO**

O radiojornalismo é o veículo de comunicação mais hard News de todos os meios, contudo, é necessário aos profissionais e estudantes entenderem que o tempo muitas vezes escassos nas redações, devem ser convertidos em para o aprofundamento da informação, sem perder sua característica de tempo e agilidade. Conhecer o assunto em que está sendo abordado é essencial para os jornalistas e estudantes. Com a permissão, e o apoio da Coordenação de jornalismo da Rede Jangadeiro FM, bem com da Direção do Sistema Jangadeiro de Comunicação, foi possível implantar uma gestão de tempo propícia para a construção de conteúdos mais elaborados. Conclui-se ainda, que toda a literatura, manuais de radiojornalismo, e as reflexões feitas em salas de aula, são essências para a devida adequação e desenvolvimento no mercado de trabalho.

## 6. REFERÊNCIAS

CUNHA, Mágda. O tempo do radiojornalismo: a reflexão em um contexto digital. **Estudos em jornalismo e mídia**, [s.l.], Estudos em jornalismo e mídia, vol. 1, n. 1, p. 10-19, 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/viewFile/5972/5441>>. Acesso em: 02 maio. 2017.

XAVIER, Aline; RODRIGUES, Liliane. Técnicas e Práticas para elaborar reportagens telejornalísticas. In.: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte , 2013, Manaus. **Anais...** Manaus: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013, 11 p.

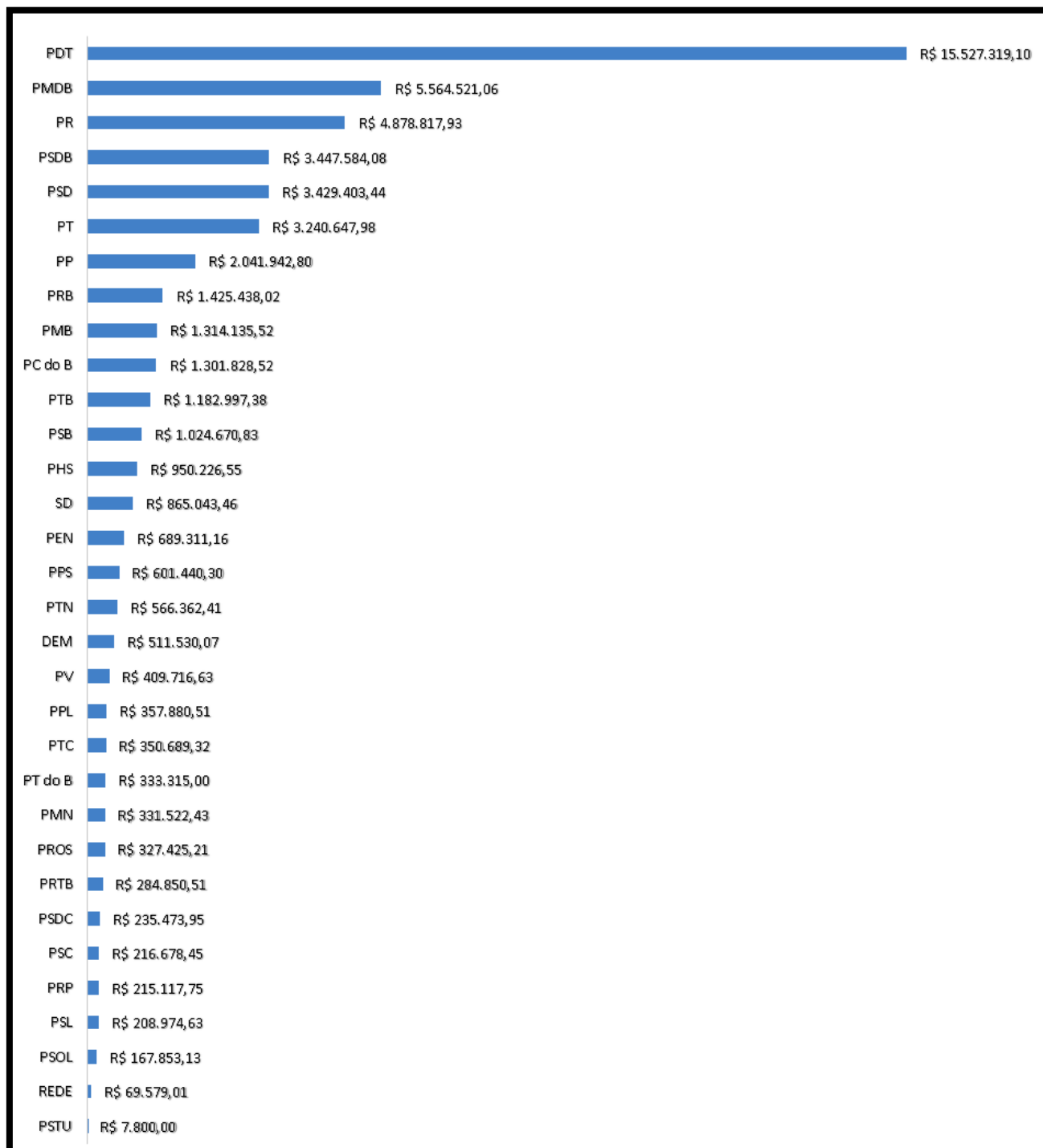
LOPES, Naldini de Almeida. Radiojornalismo: interatividade e democratização. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, v. 2, p. 1-9, jul-dez 2010. Disponível em: <[www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/download/aj2-d6/34](http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/download/aj2-d6/34)>. Acesso em: 30 Abr. 2017.

NEUBERG, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012.

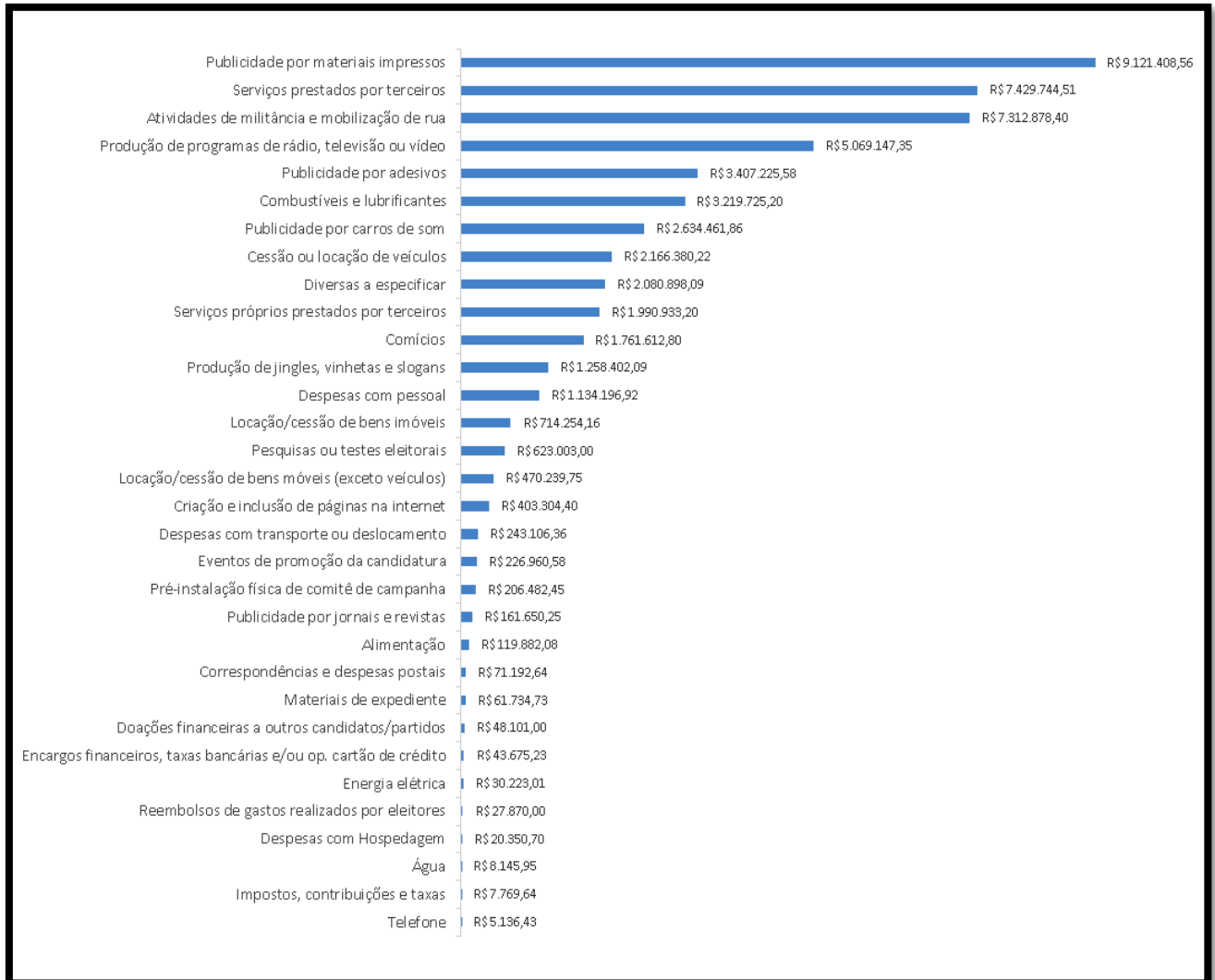
VIGIL, José Ignacio Lopez. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. [s.l.]:Paulinas Editora, 2003. 524 p.

## ANEXOS

### \*Anexo 1



\*Anexo 2



\*Anexo 3

CÂMARA – CIDADE	VALOR GASTO
FORTALEZA	R\$ 151.902.364,08
MARACANAÚ	R\$ 19.551.279,98
SOBRAL	R\$ 14.231.716,91
JUAZEIRO DO NORTE	R\$ 13.302.941,20
CAUCAIA	R\$ 12.675.217,00
AQUIRAZ	R\$ 9.332.894,62
SÃO GONÇALO DO AMARANTE	R\$ 9.301.028,89
EUSÉBIO	R\$ 7.665.966,21
HORIZONTE	R\$ 6.445.113,68
CRATO	R\$ 5.421.283,75
ARACATÍ	R\$ 5.211.890,10
MARANGUAPE	R\$ 5.025.130,13
IGUATÚ	R\$ 5.000.025,05
PACATUBA	R\$ 4.813.985,70
RUSSAS	R\$ 4.272.870,97
ITAPIPOCA	R\$ 4.180.696,17
PACAJUS	R\$ 4.074.232,99
QUIXADÁ	R\$ 4.041.225,08
BARBALHA	R\$ 3.570.055,55
CAMOCIM	R\$ 3.217.980,22

\*Anexo 4

DESPESA	VALOR
VENCIMENTOS E VANTAGENS FIXAS - PESSOAL CIVIL	R\$ 176.184.567,85
OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA	R\$ 46.242.001,69
OBRIGAÇÕES PATRONAIS	R\$ 33.358.505,68
OUTRAS DESPESAS DE PESSOAL DECORRENTES DE CONTRATOS DE TERCEIRIZAÇÃO	R\$ 13.419.093,44
PASSAGENS E DESPESAS COM LOCOMOÇÃO	R\$ 5.733.927,40
MATERIAL DE CONSUMO	R\$ 4.451.992,69
EQUIPAMENTOS E MATERIAL PERMANENTE	R\$ 2.430.939,89
SERVIÇOS DE CONSULTORIA	R\$ 1.925.861,83
DIÁRIAS - CIVIL	R\$ 1.500.671,64
INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES TRABALHISTAS	R\$ 1.418.581,91
OBRAS E INSTALAÇÕES	R\$ 1.138.249,53
OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA FÍSICA	R\$ 1.124.760,82
DESPESAS DE EXERCÍCIOS ANTERIORES	R\$ 934.096,08
CONTRIBUIÇÕES	R\$ 695.100,00
INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES	R\$ 581.614,04
LOCAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA	R\$ 473.481,13
APOSENTADORIAS E REFORMAS	R\$ 376.315,52
CONTRATAÇÃO POR TEMPO DETERMINADO	R\$ 374.605,83
AUXÍLIO-ALIMENTAÇÃO	R\$ 241.912,61
PRINCIPAL DA DÍVIDA CONTRATUAL RESGATADO	R\$ 226.466,73
PENSÕES	R\$ 192.000,00
RESSARCIMENTO DE DESPESAS DE PESSOAL REQUISITADO	R\$ 152.303,46
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS E CONTRIBUTIVAS	R\$ 37.248,51
OUTROS AUXÍLIOS FINANCEIROS A PESSOAS FÍSICAS	R\$ 21.600,00
SENTENÇAS JUDICIAIS	R\$ 2.000,00

\*Anexo 5

08/12/2016 12h26 - Atualizado em 08/12/2016 14h58

## Número de homicídios cai 15,8% no Ceará em novembro, diz secretaria

Governo diz que foi o mês de novembro menos violento desde 2010. Já na região sul do estado o aumento foi de 6,2% no período.

\*Anexo 6

tribuna do ceará

NOTÍCIAS EMPREGOS DIVERSÃO ESPORTES OPINIÃO ESPECIAIS BLOGS

INSEGURANÇA

## Número de homicídios e latrocínios cresce 7% no interior do Ceará em novembro

Cerca de 53% dos crimes ocorreram na Capital e na RMF. Já a Região Central apresentou elevação de 90%

Por Jangadeiro FM em *Segurança Pública*  
9 de dezembro de 2016 às 11:45