

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

ANA PAULA BANYASZ

**RADIOJORNALISMO E PRODUÇÃO LOCAL:
UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA RONDA DO MS, DA REDE JOTA FM**

**CAMPO GRANDE – MS
2021**

ANA PAULA BANYASZ

**RADIOJORNALISMO E PRODUÇÃO LOCAL:
UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA RONDA DO MS, DA REDE JOTA FM**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Mídia e Representação Social

Linha de Pesquisa: Mídia, Identidade e Regionalidade

Orientadora: Profa. Dra. Daniela Cristiane Ota

**CAMPO GRANDE – MS
2021**

ANA PAULA BANYASZ

**RADIOJORNALISMO E PRODUÇÃO LOCAL:
UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA RONDA DO MS, DA REDE JOTA FM**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Mídia e Representação Social. Linha de Pesquisa: Mídia, Identidade e Regionalidade

Campo Grande - MS, junho de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Daniela Cristiane Ota
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Mario Luiz Fernandes
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof^a. Dr^a. Cicília Maria Krohling Peruzzo
Universidade Estadual do Rio de Janeiro

Aos meus filhos Caio e Maria Eduarda;
À minha neta Olivia;
Ao meu marido João Ricardo.

AGRADECIMENTOS

À orientadora e amiga professora Daniela Cristiane Ota, pela competência e respeito com que conduziu este processo, do alvorecer da ideia até a sua síntese.

Aos professores Cicilia Peruzzo e Mário Luiz Fernandes, pelas valiosas contribuições no Exame de Qualificação.

Aos meus colegas de mestrado, que compartilharam de horas de estudo, medos, dúvidas e muita ajuda coletiva.

Aos professores do mestrado.

Aos meus filhos Caio e Maria Eduarda.

Ao meu marido, João Ricardo, pela paciência e incentivo.

Ao meu grande amigo e maior incentivador: Helder, a quem eu devo horas de conversas, orientações e risadas.

Um homem que tenha algo a dizer e não
encontre ouvintes, está em má situação.
Mas estão em pior situação ainda os
ouvintes que não encontrem quem tenha
algo a dizer-lhes.

Bertolt Brecht

RESUMO

O rádio é considerado um veículo de informação especialmente vocacionado para o local, sobretudo nas pequenas e médias emissoras, por conta de algumas características como a prestação de serviços, a utilidade pública e a facilidade de produção local e regional. No entanto, o cenário atual mostra que o local e o global dividem espaço nas ondas do rádio, trazendo reflexos na produção e programação radiojornalística das pequenas emissoras, voltadas à cobertura de fatos de âmbito local e regional. Focado nesta questão, este estudo tem como objeto de pesquisa o conteúdo de radiojornalismo local transmitido pelo programa Ronda do MS, da Rede Jota FM, maior grupo de mídia sonora do Mato Grosso do Sul, com nove veículos no interior do Estado. Como referencial teórico foram abordadas a trajetória histórica do radiojornalismo e o radiojornalismo local na atualidade, evidenciando a internet e as redes radiofônicas como fontes de captação de informações globalizadas. Com o objetivo de investigar se o conteúdo veiculado contempla os municípios onde o Grupo tem emissoras, foi aplicada a metodologia de análise de conteúdo proposta Laurence Bardin, para o tratamento e interpretação dos resultados obtidos em uma semana de análise dos programas. Foi possível constatar que a Rede Jota FM, por meio da transmissão do programa radiojornalístico “Ronda do MS”, cumpre o papel de veicular notícias de interesse local, observado pelo número de notícias veiculadas, classificadas como de interesse municipal e regional, no âmbito estadual, relevante para todos os municípios. No entanto, os resultados obtidos indicam que o conteúdo veiculado não tem autoria própria, e sim, captados de diversas fontes, entre elas, a internet.

Palavras-chave: radiojornalismo local; programação radiojornalística; interior.

ABSTRACT

The radio is considered an information vehicle especially dedicated to the local, especially in small and medium broadcasters, due to some characteristics such as the provision of services, public utility and the facility of local and regional production. However, the current scenario shows that the local and the global share space on the radio waves, bringing reflections on the radiojournalistic production and programming of small stations, aimed at covering local and regional facts. Focused on this issue, this study has as its object of research the content of local radio journalism broadcast by the program Ronda do MS, from Rede Jota FM, the largest sound media group in Mato Grosso do Sul, with nine vehicles in the interior of the state. As a theoretical framework, the historical trajectory of radiojournalism and local radiojournalism today was addressed, highlighting the internet and radio networks as sources for capturing globalized information. In order to investigate whether the broadcast content includes the municipalities where the Group has broadcasters, the Laurence Bardin proposed content analysis methodology was applied for the treatment and interpretation of the results obtained in a week of program analysis. It was possible to observe that Rede Jota FM, through the transmission of the radio news program “Ronda do MS”, fulfills the role of broadcasting news of local interest, observed by the number of news broadcast, classified as of municipal and regional interest, at the state level, relevant for all municipalities. However, the results obtained indicate that the content broadcast is not authored by its own, but rather, captured from various sources, including the internet.

Keywords: local radio journalism; radio journalistic programming; interior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa de localização das emissoras da Rede Jota no Mato Grosso do Sul.....	24
Figura 2 – Mapas das divisões mesorregional e microrregional de Mato Grosso do Sul.....	74
Foto 1 – Jornalista Ronie Cruz.....	66
Foto 2 – Jornalista Clayton Sales.....	68
Foto 3 – Rodrigo Andrade apresentando o Jornal Ronda da Cidade – Sidrolândia.....	69
Foto 4 – Nelson Feitosa apresentando o Jornal Ronda do MS	76

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Limites de concessões de radiodifusoras.....	46
Quadro 2 – Principais redes de rádio do Brasil.	47
Quadro 3 – Representação populacional dos municípios que contam com emissoras da Rede Jota.....	77
Quadro 4 – Alcance e abrangência das emissoras.....	77
Quadro 5 – Programação das emissoras da Rede Jota.....	78
Quadro 6 – Classificação dos gêneros e formatos radiojornalísticos.....	83
Quadro 7 – Descrição dos formatos do Gênero Informativo.....	84
Quadro 8 – Descrição dos formatos do Gênero Opinativo.....	85
Quadro 09 – Descrição dos formatos do Gênero Utilitário.....	87
Quadro 10 – Universo da Pesquisa.....	89
Quadro 11 – Distribuição das informações durante a semana.....	90
Quadro 12 – Classificação das unidades de informação.....	91
Quadro 13 – Notícias por Proximidade Geográfica.....	92
Quadro 14 – Registro dos municípios contemplados com unidades de informações.....	98
Quadro 15 – Recorrência temática.....	100
Quadro 16 – Participação de ouvintes.....	103
Quadro 17 – Assuntos abordados pelos ouvintes.....	104

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Representação gráfica dos dez objetos mais pesquisados entre 2001 e 2015.....	23
Gráfico 2 – Quadro de porcentagem de aparelhos de rádio no Mato Grosso do Sul.....	74
Gráfico 3 – Representação percentual referente à proximidade geográfica.....	92
Gráfico 4 – Percentual das unidades de informação de interesse regional.....	93
Gráfico 5 – Representação percentual dos gêneros radiojornalísticos presentes no período....	93
Gráfico 6 – Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero Informativo.....	94
Gráfico 7 – Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero Opinativo.....	96
Gráfico 8 – Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero utilitário.....	97
Gráfico 9 – Representação percentual das ocorrências temáticas.....	100
Gráfico 10 – Representação percentual das notícias policiais.....	101
Gráfico 11 – Percentual da participação do ouvinte em relação à programação.....	102

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
AEMS	Faculdades Integradas de Três Lagoas
AERMS	Associação de Emissoras de Radiodifusão de Mato Grosso do Sul
ALMS	Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul
AM	Amplitude Modulada
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicação
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
COVID	Corona Virus Disease (Doença do Coronavírus)
DOF	Departamento de Operações de Fronteira
DIP	Departamento de Imprensa e Propaganda
FERTEL	Fundação Luiz Chagas de Rádio e TV Educativa de Mato Grosso do Sul
FM	Frequência Modulada
GP	Grupo de Pesquisa
Hz	Hertz
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
IPM	Índice de Prestígio de Marca
MOM	Media Ownership Monitor (Monitoramento da Propriedade da Mídia)
MS	Mato Grosso do Sul
MT	Mato Grosso
PM	Polícia Militar
PNAD	Pesquisa Nacional por Amstras de Domicílios
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação em Comunicação
PROCON	Sistema Nacional de Defesa do Consumidor
PRF	Polícia Rodoviária Federal
PY	Paraguai
SP	São Paulo
STF	Superior Tribunal Federal
UMIGRAN	Centro Universitário da Grande Dourados
UFMS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	RÁDIO: HISTÓRICO, CARACTERÍSTICAS E EVOLUÇÃO.....	26
2.1	As características do rádio na atualidade.....	36
2.2	Redes, conglomerados e legislação.....	43
3	RÁDIO E JORNALISMO LOCAL.....	50
3.1	O rádio local.....	56
3.2	O jornalismo de rádio no interior.....	61
3.3	O rádio em Mato Grosso do Sul e a Rede Jota FM.....	73
4	ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PROGRAMA “RONDA DO MS”	79
4.1	Gêneros e formatos radiojornalísticos.....	80
4.2	Etapas da pesquisa.....	88
4.3	Procedimentos da análise.....	89
4.4	Análise dos programas Ronda do MS: 05 a 09 de outubro de 2020.....	90
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	106
	REFERÊNCIAS.....	110
	APÊNDICE A – Identificação das unidades de informação – Dia 01.....	119
	APÊNDICE B – Identificação das unidades de informação – Dia 02.....	121
	APÊNDICE C – Identificação das unidades de informação – Dia 03.....	122
	APÊNDICE D – Identificação das unidades de informação – Dia 04.....	124
	APÊNDICE E – Identificação das unidades de informação – Dia 05.....	126

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é marcada por mudanças e transformações, em diversos segmentos sociais, que conduzem e orientam a evolução de indivíduos, suas nações e acompanham o aperfeiçoamento das tecnologias da informação e da comunicação. Sociedade da informação e sociedade do conhecimento são alguns dos termos cunhados com intenção de identificar e entender o alcance dessas mudanças, que surgem após a sociedade industrial, mas que ganham destaque nos anos 1990, no contexto do desenvolvimento da internet e das tecnologias da informação e comunicação.

Todo indivíduo necessita de informação para tomar uma decisão, das mais simples às mais complexas. Apesar de ser um termo complexo, com várias possibilidades de definição e carregado de abstrações, a informação permeia todos os espaços e atua em todas as atividades humanas. Atualmente vigora livremente nos discursos do senso comum, sendo banalizada em diversos contextos, assim como o termo comunicação.

A informação gera conhecimento, a partir do qual uma pessoa pode conquistar sua independência e ter a liberdade de atuar de uma forma social mais consciente. “É através dessa perspectiva, de comunicar a informação ou da informação com função de comunicar, que em determinados contextos, os conceitos de informação e comunicação podem ser confundidos” (JANUÁRIO, 2010, p. 154). Do latim *informatio* ou *informare*, a informação tem algumas definições, de acordo com o dicionário Michaelis: é o ato ou efeito de informar; conjunto de conhecimentos acumulados sobre certo tema por meio de pesquisa ou instrução; explicação ou esclarecimento de um conhecimento, produto ou juízo; comunicação; notícia trazida ao conhecimento do público pelos meios de comunicação. Também pode significar o processo de dar forma a algo, enformar.

Já a palavra comunicação vem do latim *communis*, ou seja, comum, o que sugere a ideia de comunhão, comunidade. Melo (1997, p. 14) afirma que “comunicar significa, assim, tornar comum, estabelecer comunhão, participar da comunidade, através do intercâmbio de informações”. Para Santaella (2001, p. 20), um critério adicional para se definir comunicação é o de intencionalidade. A autora define intenção como “atividade direcionada a um objetivo, envolvendo, portanto, a validação”. O emissor tenta por meio da comunicação influenciar o receptor através de uma mensagem. Sendo que, qualquer que seja a reação do receptor, ela faz parte de um universo de hipóteses das intenções do emissor.

Na avaliação de Zuculotto (2004, p. 2), sendo a informação um dos principais bens, direitos e instrumentos da sociedade, “deveria circular atendendo justamente ao interesse

público a que precisa estar sujeita em decorrência destas suas características e função social”. Porém, mesmo com os avanços das tecnologias e da facilidade com que as informações podem ser obtidas na internet, e apesar de denominarmos o atual período da humanidade como a era da informação, não se pode dizer que hoje se está mais perto desta finalmente cumprir sua função, seu ideal.

O ideal de a comunicação se democratizar e realmente atender aos interesses da sociedade em termos de circulação e pluralidade da informação, em termos de não existirem excluídos tanto da recepção quanto da transmissão. (ZUCULOTTO, 2004, p. 2)

As mudanças e inovações tecnológicas na comunicação levam a uma redefinição das mídias e novos usos do meio radiofônico, como é o caso das webrádios, onde o som passa a compartilhar espaço com as imagens. Porém, mesmo com as alterações dos produtos midiáticos radiofônicos, em algumas localidades mais distantes, onde a realidade é diferente da dos grandes centros urbanos, o rádio faz uso das tecnologias acessíveis ao seu entorno e prioriza a veiculação de informações relacionadas aos acontecimentos do cotidiano e interesse desses ouvintes, principalmente os que residem no interior do país.

O pesquisador Gambaro (2019) acredita que o veículo seja uma instituição social, porém, é necessário rastrear as diferentes conexões que se realizam sob a prática radiofônica, para compreender sua multiplicidade de atributos.

Mais: é necessário desvendar se conexões feitas em outras épocas continuam ativas, atuando como mediadoras da expressão cultural, como mecanismos econômicos, ou como dispositivos políticos. Por vezes, as relações travadas com o rádio permitem a sobreposição de todos esses elementos. É preciso olhar atentamente o modo como a programação é gerada hoje, e com qual finalidade. É preciso, também, contrapor as possibilidades de distribuição, e questionar o modo como as empresas de rádio têm apropriado as tecnologias digitais para se expandirem. Para isso, é preciso, antes, compreender como as formas institucionalizadas da produção radiofônica impedem ações ousadas, que acompanhem o movimento de audiência e reconfigurem o rádio para os espaços que, hoje, estão atraindo a atenção dos ouvintes. Somente a partir da reestruturação do negócio radiofônico será possível discutir, com melhor embasamento, os usos comunitários e as funções públicas do meio. (GAMBARO, 2019, p. 24)

Rabaça; Barbosa (1998, p. 491/492) definem o rádio como um “veículo de radiodifusão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação”. Entretanto, Meditsch (2010) questiona o conceito de rádio atrelado apenas a uma determinada tecnologia e acredita que seria melhor pensá-lo como uma instituição social, caracterizada por uma

determinada proposta de uso social para um conjunto de tecnologias, cristalizada numa instituição. O autor cita que,

Assim como a existência de um jornal não se restringe ao calhamaço de papel impresso que foi publicado hoje, nem ao que foi publicado ontem, mas se vincula a uma ideia objetivada e apoiada numa instituição social, que permeia e supera a edição de cada dia, a existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada à natureza dos equipamentos de transmissão e recepção utilizados para lhe dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem. (MEDITSCH, 2010, p. 204)

Diante desse contexto de transformações, é preciso abordar a trajetória histórica do veículo. Do início das transmissões oficiais, em 1922, até os dias atuais, a cultura, a economia e a política estão emaranhadas na história do rádio no Brasil, influenciando a produção e a emissão de conteúdo. O rádio sobreviveu a várias mudanças sociais e tecnológicas, como a chegada da televisão, que no Brasil se expandiu na década de 1950 e, posteriormente, à Internet.

Ferraretto (2019) reforça que, mesmo antes de sofrerem o impacto da web, as emissoras, como um negócio radiofônico, já haviam enfrentado o da televisão e se adaptado à perda de atrações – humorísticos, novelas e programas de auditório –, público e anunciantes. “Depois de décadas, encontra-se em um momento de transformação mais acelerada, tendendo a ganhar outros concorrentes em áudio” (FERRARETTO, 2019, p. 161).

As transformações tecnológicas modificaram algumas concepções, como a de proximidade (CAMPONEZ, 2002, p. 25). “Apesar das distâncias geométricas, vivemos uma nova sensação de proximidade, assente no conceito de rede e de conexão, onde a noção de marco geodésico fica profundamente perturbada: o centro está aqui e está em todo o lado”. Na contramão da nova ordem global estabelecida, que conecta o mundo todo em tempo real, “há um revigoramento local, como contraponto ao apelo planetário, como fator de identificação com um público que interessa e merece ser considerado” (COMASSETTO, 2007, p. 25).

E, nesse sentido, o rádio, mesmo com sua importância reduzida diante dos reflexos causados pela globalização, sobressai como o veículo mais apropriado para atingir e registrar os acontecimentos de ordem local, uma vez que sua principal característica continua sendo a da proximidade com a comunidade. Peruzzo (2005, p. 69) explica: “o rádio, por exemplo, é eminentemente local, embora possa percorrer também longas distâncias”. Isso se deve a algumas de suas características e/ou potencialidades como a prestação de serviços, a utilidade pública e a facilidade de produção local, pois é no município e na região onde está situada a sua principal e maior audiência.

A relação entre as esferas global e local foram alteradas, e hoje dividem espaço nas ondas do rádio, trazendo reflexos na produção e programação radiojornalística das pequenas emissoras, voltadas à cobertura de fatos de âmbito local, que é parte do processo. Diante da abundância de informações provenientes de todas as partes do mundo, é importante ressaltar que as questões pertinentes ao espaço local são fundamentais para as comunidades e pequenas localidades. Uma vez que a grande mídia raramente aborda as temáticas de interesse localizadas em regiões específicas, compete, portanto, aos veículos locais darem conta delas. E, especialmente quando são discutidas alternativas de fortalecimento das identidades locais, a produção de conteúdo local não pode ser colocada de lado, mas sim:

Como base para a união dos atores sociais em torno do desenvolvimento, da busca pelo melhor aproveitamento da realidade criada pela globalização. O alcance e a abrangência dos meios de comunicação na definição e renovação dos hábitos e valores da sociedade são evidentes, sendo, portanto, indispensáveis nestes esforços atuais (SANTOS, 2010, p. 3).

A mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região. E, de acordo com Santos (2010), tem sido conceituada como:

Aquela que retrata a realidade regional ou local, trabalhando a informação de proximidade, que expressa as especificidades de uma dada localidade, os acontecimentos de uma determinada região e os diferentes pontos de vista, a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais (SANTOS, 2010, p. 3).

As questões que abordam os eventos que acontecem no bairro, ou em sua cidade, acentuam a proximidade, que é o diferencial numa época em que temáticas de interesse global povoam a mídia. Na visão de Comassetto (2005), as pessoas ainda dependem umas das outras, e são os problemas da vida diária, as dificuldades, as reclamações e reivindicações que fazem que elas sintam necessidade de se aproximar ainda mais das questões locais. Diante disso, o conteúdo local deve ser noticiado de forma que valorize a novidade, pois dessa forma o ouvinte se sente mais próximo da notícia e mais interessado.

Com o crescimento e fortalecimento comercial das redes¹ e, considerando que a maior parte da sua programação prioriza os assuntos nacionais, de interesse amplo, é necessário

¹ Grupo de emissoras que transmitem no todo ou em grande parte uma programação comum. (RABAÇA; BARBOSA, 1995)

certificar se os públicos locais estão sendo contemplados em suas necessidades, especialmente ao que se refere à informação. Comassetto (2005) acredita que por esta razão é que as emissoras locais, com programação voltada aos interesses mais imediatos dos ouvintes, continuam sendo úteis às suas comunidades e podem contar com boa aceitação, gerando retorno satisfatório a seus proprietários.

Prata; Azi (2017, p. 41) reforçam que é o jornalismo que diferencia uma rádio local de outras emissoras, pois “o conteúdo musical e o conteúdo global podem ser replicados em qualquer lugar”. Para as autoras, é fundamental que as emissoras locais tenham consciência dessa importância e busquem retratar as temáticas ao seu entorno, além de inserir as demandas noticiosas da comunidade entre as pautas selecionadas.

Entretanto, os recursos humanos e técnicos disponíveis, principalmente quando se trata do interior do Estado, podem ser determinantes no processo de seleção noticiosa. A imprensa local, nesse caso o rádio, adquire formas particulares nas cidades do interior e as emissoras fazem suas transmissões a partir de modos muito próprios. As empresas partem em busca de informações que consideram pertinentes à sua audiência e, em alguns casos, pode haver comprometimento político e econômico na disseminação de notícias.

Em 2017, o Atlas da Notícia² divulgou uma pesquisa em que concluiu que aproximadamente 70 milhões de brasileiros – cerca de 35% da população nacional – vivem em áreas sem a presença de um jornal ou de um site de notícias local. O estudo chamou essas áreas (em geral, cidades pequenas, com população mediana de 7.100 habitantes) de desertos de notícias, termo inspirado no projeto “America’s Growing News Deserts” (2017), da revista Columbia Journalism Review.

O conceito de deserto de notícias³ foi proposto pela pesquisadora Penelope Muse Abernathy, da Knight Chair in Journalism and Digital Media Economics, na Universidade da Carolina do Norte em Chapel Hill, com a seguinte definição: “uma comunidade, seja rural ou urbana, com acesso limitado a notícias e informações confiáveis e completas, que alimentam a base popular da democracia”.

Em novembro de 2019, o Atlas da Notícia afirmou, em nova pesquisa, que além dos “desertos de notícias”, 19,2% dos municípios pesquisados representam o que o estudo chama de “quase desertos”, com no máximo dois veículos (TV, rádio, sites e impressos). Ao todo, o levantamento contou 11.833 veículos no país.

² O Atlas da Notícia é uma iniciativa colaborativa para mapear veículos produtores de conteúdo jornalístico – especialmente de jornalismo local – no território brasileiro. Informações obtidas no site: www.atlas.jor.br

³ Informações obtidas no site: <https://www.usnewsdeserts.com/>, em 12 de outubro de 2020.

Tendo como base esses dados, procurou-se saber quais eram os grupos de mídia sonora com maior quantidade de veículos no interior de Mato Grosso do Sul, e se esses municípios, onde os veículos estão localizados, são contemplados com notícias locais ou apenas com reprodução de notícias de âmbito nacional.

Outra razão que motivou a pesquisa dessa temática é que a mídia regional ainda é pouco explorada na pesquisa de programas de pós-graduação em comunicação brasileiros, comparada à produção sobre a mídia nacional. O jornalismo do interior, diferente daquele realizado pela grande imprensa, tem narrativas próprias, a partir do local de onde se narra e, de acordo com Temer (2013, p. 321), “entender as narrativas do jornalismo do interior, seus processos e propósitos, é igualmente compreender uma narrativa nova do mundo, novas realidades e racionalizações da vida contemporânea”. Porém, apesar de sua importância reconhecida, esse jornalismo ainda carece de estudos verticalizados “que possam inseri-lo, de maneira sistematizada, no contexto dos estudos de Comunicação do país” (SILVA, 2013, p. 274). Para o autor, “resta muito a ser pesquisado e compreendido, sobretudo a respeito da imprensa das áreas distantes dos grandes centros urbanos”.

O provável primeiro texto científico sobre jornais de interior no Brasil é de Luiz Beltrão, na década de 1960. Moreira; Deolindo (2013, p. 21) destacam a ampliação desse repertório, com a geração de pesquisas e inventários elucidativos de meios de comunicação locais e regionais em alguns estados.

É o caso de Cancio (2011), que estudou a TV na fronteira entre Brasil (MS) e Paraguai (PY); Ciccilini (s/d, ver referências), que inventariou os pequenos e médios jornais da região de Bauru (SP) no período de 2002 a 2004; e Dornelles (2004), que estudou 30 jornais do interior gaúcho ao longo da década de 1990. (MOREIRA; DEOLINDO, 2013, P.21)

Pinto (2013) resgatou a produção acadêmica sobre o regional das décadas de 1970 e 1980 com pesquisas que registravam a tentativa de compreensão do papel do regional no contexto midiático brasileiro, como a dissertação de Wilson da Costa Bueno: “Caracterização de um objeto conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil” (1977) e o livro de Gastão Thomaz de Almeida, “A imprensa do interior: um estudo preliminar” (1983). Entre os anos de 1993 e 2010, a autora observou, no banco de dados do catálogo de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), um registro de 21 teses e 79 dissertações defendidas acerca da temática mídia regional.

Para atualizar esses dados, foi feita nova busca, entre os anos de 2011 e 2018, utilizando os termos: jornalismo; local e interior, e os filtros: área de conhecimento, comunicação e área de concentração, comunicação. O resultado da pesquisa totalizou 73 dissertações e 40 teses realizadas nesse período.

De acordo com Pinto, a falta de bibliografia disponível, assim como a dificuldade para a obtenção de dados nas cinco macrorregiões brasileiras foram obstáculos para o avanço das investigações sobre o tema.

Esta lacuna proporcionou um entendimento simplificado sobre a mídia regional, descrita, majoritariamente, sob duas perspectivas: uma primeira, que a percebe a partir de uma interação dependente com a mídia nacional, nomeada de “relacional assimétrica”, e uma segunda, que a aborda de forma positiva e supervalorizada, aqui definida como “super local”. (PINTO, 2013, p. 3)

Peruzzo (2003, p. 9) também destaca a escassa pesquisa sobre o assunto no circuito acadêmico brasileiro. “O jornalismo praticado nesse âmbito tem merecido apenas estudos esporádicos ou parciais, portanto pouco abrangentes do ponto de vista analítico, não capazes de configurar um panorama nos âmbitos regional e nacional”.

A autora acredita que esse descompasso possa estar na percepção preconceituosa de considerar a mídia regional uma categoria inferior do jornalismo. “Mas o motivo principal está nas dificuldades em adentrar nas localidades para se realizar pesquisas de campo no amplo e diverso universo comunicacional em um país das dimensões do Brasil”. (PERUZZO, 2013, p. 10).

Bueno (2013, p. 62) relata que desde a realização de sua dissertação, em 1973, “a sondagem já evidenciava, àquela época, preconceito e desconhecimento da realidade do jornal do interior, com críticas generalizadas ao fato de que ele privilegiava fatos da comunidade, quase sempre considerados de pouca relevância”. Esse preconceito, para o autor, é percebido também no mercado publicitário e na esfera governamental. Ambos têm o olhar e as verbas voltados para a grande imprensa, sobretudo para os monopólios de comunicação.

Essa avaliação aprioristicamente negativa vem penalizando desde longa data os veículos jornalísticos localizados no interior do País, e tem impedido que eles se afirmem e se consolidem. Dentre outros motivos, ela contribui para a morte sucessiva de pequenos jornais, alguns seculares, que, na sociedade digital, encontram grandes dificuldades para sobreviver, sobretudo quando os seus possíveis parceiros lhe viram as costas (BUENO, 2013, p. 62).

Na experiência de Dornelles (2013, p. 72), a bibliografia especializada em jornalismo do interior é pequena, e muitas vezes equivocada, “pois ainda não credita aos jornais do interior a importância que eles, de fato, possuem para as suas comunidades, bem como não apresenta estudos aprofundados sobre a forma de produção dessas publicações”. Atento ao preconceito com estudos acadêmicos sobre as peculiaridades do interior, assim como à escassez de material sistematizado acerca do assunto, o jornalista Francisco de Assis organizou o livro: *Imprensa do interior: conceitos e contextos*, que reúne textos de autores de diferentes estados do Brasil, como Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, São Paulo e Mato Grosso do Sul.

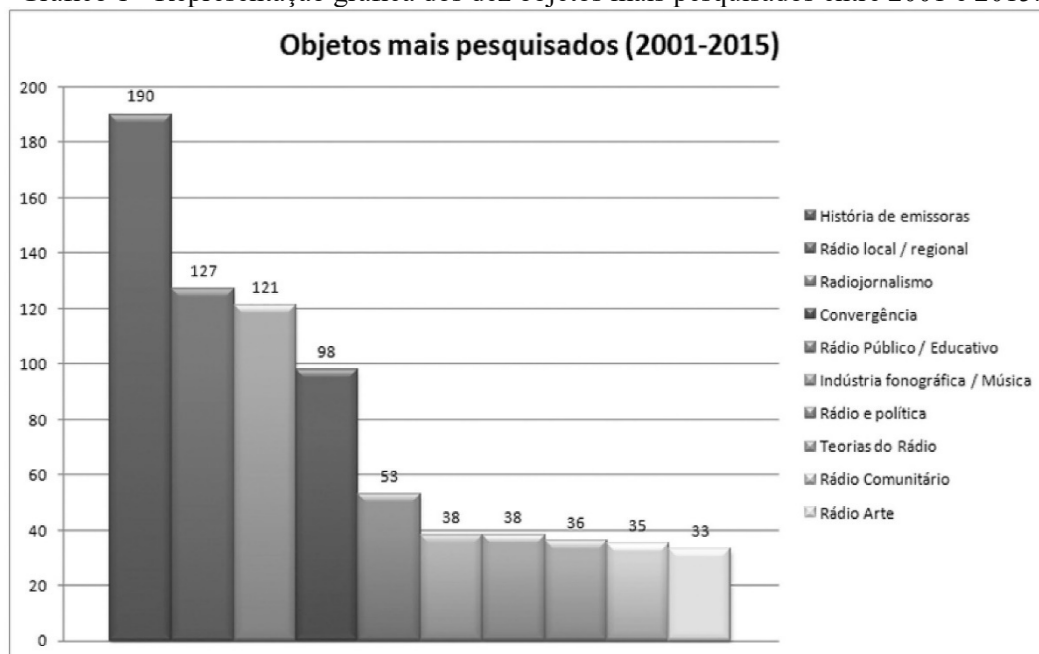
Essa lacuna bibliográfica do campo da comunicação praticada fora das regiões metropolitanas do Centro-Sul do Brasil, de acordo com Aguiar (2016, p. 13), “parte da premissa de que o processo de globalização do capitalismo não engolfou as realidades locais e regionais, como se imaginava a princípio”. Dessa forma, a autora avalia que a produção do conhecimento nessa área ainda é pautada por uma visão fortemente etnocêntrica, que vê o jornalismo a partir do *modus operandi* das regiões Sudeste e Sul.

No universo do rádio, o Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas⁴ fez um levantamento exploratório nos anais dos congressos nacionais da Intercom, totalizando 570 artigos publicados no período de 2001 a 2015 do GP Rádio e Mídia Sonora. Dos objetos pesquisados, os artigos que abordam o rádio em nível local ou regional, ou ainda o rádio rural, ficaram na segunda posição, com 127, ou seja, 22,2% do total. Para o Grupo, embora passos importantes tenham sido dados nos últimos anos nessa direção, possibilitando o adensamento dos estudos de rádio e mídia sonora no Brasil,

Resta intensificar os esforços de pesquisa nesse momento tão desafiador para a comunicação radiofônica e a mídia sonora em geral, participando não apenas por meio de reflexões desvinculadas de uma perspectiva empírica, mas sobretudo através da construção de conhecimento coletivo que possa ajudar a balizar políticas públicas e, assim, assegurar a sobrevivência de um dos meios de comunicação mais relevantes para a sociedade brasileira. Um meio em que ouvimos os sons da cidade, do país e do mundo e no qual temos que lutar para nos fazermos ouvir (KISCHINHEVSKY *et al*, 2017).

⁴ O Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas é vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), listado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

Gráfico 1 - Representação gráfica dos dez objetos mais pesquisados entre 2001 e 2015.



Fonte: Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas (2017).

A implantação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFMS) no Mato Grosso do Sul, em 2011, que tem entre os seus objetivos promover pesquisas científicas que busquem investigar a complexidade da comunicação notadamente no que diz respeito ao seu caráter regional e às linguagens e processos midiáticos e, especificamente na linha de pesquisa Mídia, Identidade e Regionalidade, contribuiu significativamente com o aumento do número de pesquisas sobre a temática regional. O banco de dissertações do PPGCOM conta hoje com 77 trabalhos⁵: desses, sete sobre a temática rádio regional.

A partir dessas constatações, percebeu-se a necessidade de se conhecer melhor o contexto de produção da notícia local, especificamente no rádio em Mato Grosso do Sul, por meio do mapeamento das redes de rádio no Estado.

Mato Grosso do Sul⁶ é o 6º estado do país em extensão territorial, com 357.145,534 km² que corresponde a 4,19% da área total do Brasil (8.515.767,049 km²) e 22,23% da área do Centro-Oeste. É uma das 27 unidades federativas do Brasil. Está localizado ao sul da região Centro-Oeste e tem como limites os estados de Goiás a nordeste, Minas Gerais a leste, Mato Grosso (norte), Paraná (sul) e São Paulo (sudeste), além da Bolívia (oeste) e do Paraguai (oeste e sul). Sua área é ligeiramente maior que a Alemanha e Portugal. Sua população estimada em 2019 é de 2.778.986 habitantes, conferindo ao estado a 21ª população do Brasil. Sua capital e

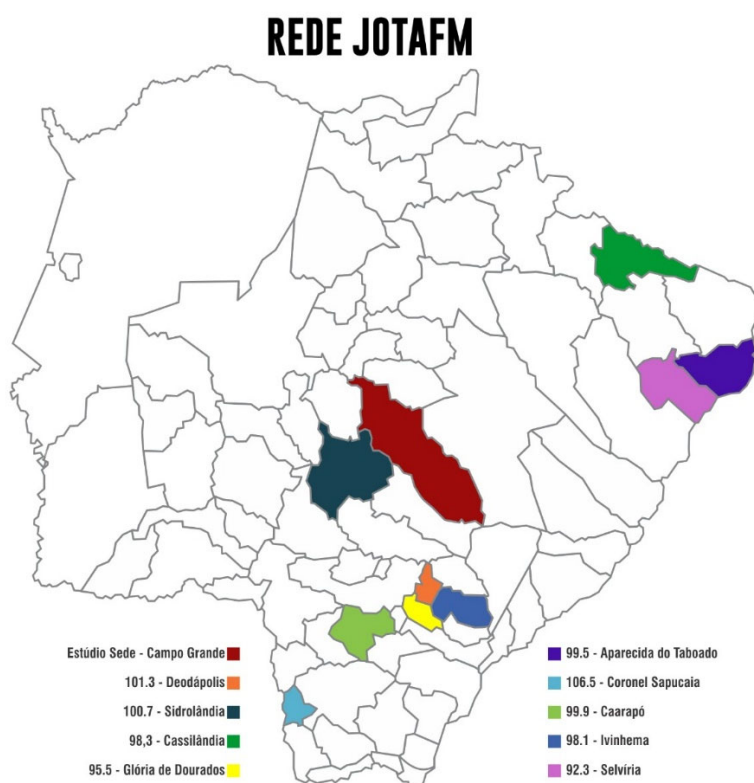
⁵ Informações obtidas no site do PPGCOM, em fevereiro de 2021.

⁶ Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar (SEMAGRO) - Perfil Estatístico de Mato Grosso do Sul 2017: Ano base: 2016.

maior cidade é Campo Grande, e outros municípios importantes, em termos populacionais, são Dourados, Três Lagoas, Corumbá, Ponta Porã, Aquidauana, Nova Andradina e Naviraí.

São quatro os grupos de mídia que concentram a maioria das emissoras de rádio do Estado: Grupo RCN, com sede em Três Lagoas, Grupo Capital de Comunicação, Grupo Feitosa de Comunicação e Rede Jota FM, os três últimos com sede em Campo Grande (LIMA, 2018). Dentre os quatro, a Rede Jota FM apresenta o maior número de estações de rádio. São nove emissoras localizadas nos municípios de: Aparecida do Taboado, Caarapó, Cassilândia, Coronel Sapucaia, Glória de Dourados, Grande Dourados, Ivinhema e Sidrolândia, além de um estúdio em Campo Grande, onde é produzido e transmitido, para as emissoras do grupo, o programa jornalístico: Ronda do MS. Dentre as emissoras do grupo, as do município de Cassilândia, Caarapó e Sidrolândia produzem o programa Ronda da Cidade, veiculados exclusivamente nos municípios onde são produzidos.

Figura 1 - Mapa de localização das emissoras da Rede Jota no Mato Grosso do Sul



Fonte: Elaboração da autora.

Diante desse cenário, optou-se por analisar o programa Ronda do MS, produzido pela Rede Jota FM em Campo Grande e transmitido simultaneamente pelas emissoras do grupo. Os

objetivos são: investigar de que maneira a informação é produzida, organizada e emitida diariamente; verificar se as notícias veiculadas contemplam o dia a dia desses municípios; quantificar e categorizar, por meio da análise da estrutura do programa, o número, os gêneros e formatos que mais se destacam. A relevância dessa pesquisa se sustenta pelo fato do jornalismo local ser uma necessidade básica de uma comunidade e poder colaborar para que a população saiba mais sobre os serviços, acontecimentos específicos daquela região e, conseqüentemente, estando mais informada, possa cobrar ações dos governantes. Acredita-se que o resultado da pesquisa contribuirá tanto para o registro da história da comunicação do Estado, especialmente do rádio local, como para, posteriormente, servir como fonte para futuras investigações sobre o tema.

O *corpus* compreendeu a análise de áudios gravados de cinco programas, durante uma semana, entre os dias 05 e 09/10 de 2020. O período foi escolhido em razão de não haver feriados e datas comemorativas que pudessem alterar o conteúdo. O programa Ronda do MS vai ao ar das 11 às 12 horas, de segunda a sexta-feira, e é apresentado pelo locutor e proprietário Nelson da Silva Feitosa, com contribuições de repórteres de suas afiliadas. A metodologia aplicada será a Análise de Conteúdo (AC), proposta por Laurence Bardin (2016) e adaptada conforme a proposta desta pesquisa.

Em termos estruturais, esta dissertação foi dividida em três capítulos intitulados: Rádio: Histórico, características e evolução; Rádio e Jornalismo Local e Análise de Conteúdo da programação do Ronda do MS. No primeiro capítulo, uma revisão bibliográfica com foco no resgate histórico da instalação do rádio no Brasil e evolução da prática jornalística no veículo; a função social do veículo na era da Sociedade da Informação; a formação de redes e os conglomerados de mídia.

O segundo capítulo aborda o rádio local e o jornalismo praticado nas pequenas emissoras; a temática regional na pesquisa científica e o papel do jornalista do interior; o resgate histórico do Grupo Feitosa e da Rede Jota FM. No terceiro e último capítulo, os gêneros e formatos radiojornalísticos foram elencados para fundamentar a definição das categorias. A metodologia, as análises dos programas e os resultados, assim como a elaboração e aplicação dos procedimentos, os resultados obtidos e as considerações sobre eles, também estão presentes no capítulo.

2 RÁDIO: HISTÓRICO, CARACTERÍSTICAS E EVOLUÇÃO

A invenção do rádio é atribuída internacionalmente ao italiano Guglielmo Marconi, que documentou experimentos em 1896, com a transmissão de sinais telegráficos em código Morse. No entanto, embora não existam documentos comprobatórios sobre o pioneirismo do padre e cientista brasileiro Landell de Moura, suas primeiras experiências com as ondas sonoras na transmissão de voz sem fio, no Brasil, começaram entre 1893 e 1894, e conforme Fornari (1984, p.43):

Essas experiências, algumas das quais levadas a efeito com finalidade de interessar as autoridades e conseguir financiadores para o aperfeiçoamento e exploração industrial de seu invento, tiveram lugar, como já foi dito, na capital paulista, do alto da Avenida Paulista ao Alto de San'Anna, numa distância aproximada de oito quilômetros, em linha reta – mais de um ano antes, portanto, da primeira e elementaríssima experiência realizada, por intermédio das ondas hertzianas, por Guilherme Marconi, em Pontequio, perto de Bologna, na primavera de 1895, a cerca de seis anos antes de seu primeiro radiograma.

Como não há documentos oficiais sobre o experimento em 1894, muitos aceitam o ano de 1900 como a data da primeira transmissão por rádio de Landell, que conseguiu patentear suas invenções em 1904, enquanto Marconi já o havia feito em 1896. Porém, mesmo que a invenção do rádio seja oficialmente creditada a Marconi, além dele e de Landell, outras pessoas vinham fazendo pesquisas na área, como o austríaco Nikola Tesla⁷, que realizou experimentos demonstrando a transmissão de sinais por ondas eletromagnéticas antes de Marconi, e o alemão Heinrich Hertz, conforme Sebastião Squirra, *apud* Prado (2012).

As conclusões de Hertz, explanadas no documento “Ondas eletromagnéticas e suas Reflexões”, levou ao descobrimento do Rádio em poucos anos. O nome de Hertz foi adotado – em reconhecimento ao seu trabalho – para significar a frequência das ondas de rádio. O símbolo tornou-se Hz e representa a medida de um ciclo por segundo (SQUIRRA, 1995, p. 14 *apud* PRADO, 2012, p. 28).

No Brasil, a primeira transmissão oficial aconteceu no dia 7 de setembro de 1922, com o discurso do então presidente Epitácio Pessoa, durante a exposição comemorativa do Centenário da Independência do Rio de Janeiro, numa demonstração montada pelas empresas Westinghouse e Western Electric.

⁷ Informações obtidas no site Ciência Hoje. Disponível em: <https://cienciahoje.org.br/coluna/nas-ondas-do-radio/>.

O público presente à inauguração do evento escutou as transmissões por meio de alto-falantes. Além disso, a Westinghouse distribuiu 80 receptores às autoridades civis e militares. Assim, o som das emissões foi captado em diversos pontos da então capital federal, como o Palácio do Catete e alguns prédios públicos. Foram transmitidos discursos do presidente da República, Epitácio Pessoa, além de trechos de *O guarani*, de Carlos Gomes, apresentado no Teatro Municipal, que chegaram a ser ouvidos mesmo em outros estados [...] (FERRARETTO, 2007, p. 94).

Entretanto, conforme aponta Ortriwano (1985, p. 13), antes disso, já havia experiências feitas por alguns amadores e documentos que provam que o rádio, no Brasil,

nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919⁸, quando, com um transmissor importado da França foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que depois se associou a Augusto Pereira e João Cardoso Ayres.

Apesar de ter sido uma grande conquista para a época, as transmissões deixaram de ocorrer por um período, devido à precariedade de recursos e a falta de investimentos. Para Santiago; Rezende (2005, p. 24), tanto a Rádio Clube de Pernambuco como a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro “são responsáveis pelas primeiras experiências com a radiodifusão e a implantação do rádio como meio de comunicação no Brasil, influenciando o formato e o conteúdo de dezenas de emissoras por todo o país”. De acordo com os autores, enquanto a Rádio Sociedade optou por uma programação erudita, a Rádio de Pernambuco é a primeira emissora popular brasileira. “À Rádio Clube é atribuída a primazia na execução de ritmos populares brasileiros, prática que somente mais tarde seria incorporada pelas demais emissoras”.

José de Almeida Castro, fundador e ex-presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), sobre o início da radiodifusão e onde operou a primeira emissora, revela:

De acordo com uma das pistas para esclarecer é saber o nome de batismo: emissoras com clube ou sociedade em seu nome e o prefixo PR são comprovadamente as pioneiras. É o caso da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a PRA-2. Isto não impedia que, no Recife, Oscar Moreira Pinto e um grupo de amigos transmitissem sons e palavras antes do Rio de Janeiro e proclamassem a sua Rádio Clube de Pernambuco como pioneira. Apenas oficialmente registrada depois como PRA-8. Em São Paulo, jovens engenheiros começaram com a Rádio Educadora Paulista. Quase ao mesmo

⁸ Em 2019, pesquisadores brasileiros reunidos no XII Encontro Nacional da História da Mídia (ALCAR - 2019), em Natal/RN, referendaram o dia 16 de abril de 1919 como a data inicial da radiodifusão no Brasil. Essa decisão foi avalizada a partir dos dados apresentados há mais de três décadas pelo pesquisador Luiz Maranhão Filho (UFPE) e validados, mais recentemente, por Pedro Serico Vaz (Anhembí-Morumbi), sobre o pioneirismo da então Rádio Club de Pernambuco na transmissão sonora à distância, de um ponto de transmissão para vários pontos.

tempo, os baianos entraram no ar com a Rádio Sociedade, a PRA-4, enquanto cearenses organizaram a Ceará Rádio Clube. O Rio de Janeiro inaugurou sua segunda emissora – a Rádio Clube do Brasil – a PRA-3, diferente por ser comercial, a primeira a requerer e ser autorizada pelo Ministério da Viação e Obras Públicas, via Correios e Telégrafos, a veicular anúncios. (CASTRO, via ABERT, 2020)

Apesar do reconhecimento do pioneirismo do nordeste brasileiro, como as emissões não tinham regularidade, pesquisadores registram o dia 20 de abril de 1923 como a real data de instalação do rádio no Brasil, quando foi inaugurada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro por Roquette-Pinto e Henry Morize (ORTRIWANO, 1985). No entanto, as transmissões da rádio do Rio de Janeiro também começaram sem regularidade, apenas com emissões de músicas clássicas e informações educativas. A programação da emissora só passa a ser veiculada em outubro de 1923, quando “começa a ser organizada uma sequência de programas com notícias de interesse geral, conferências literárias, artísticas e científicas, números infantis, poesia, música vocal e instrumental” (FERRARETTO, 2007, p. 96).

Apesar dessa organização, o primeiro programa com finalidade jornalística foi veiculado entre os anos de 1925 e 1926, quando a programação da rádio incluiu o Jornal da Manhã, produzido e apresentado pelo próprio Roquette-Pinto.

O Jornal da Manhã não era um simples noticioso, nem um modesto relato dos acontecimentos. Era o fato comentado, esmiuçado e interpretado com a autoridade do sábio. Jornal da Manhã, da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi iniciativa jamais igualada. Por meio dele, o comentarista apreciava os acontecimentos nos noticiários dos jornais, lendo-lhes as manchetes e oferecendo um panorama inigualável de concisão, de realidade e de objetividade, como somente ele poderia fazê-lo [...]. Com sua voz marcante e bem colocada, fazia, pela manhã, a abertura das transmissões. Nessa abertura, lia os jornais que já havia assinalado com seu lápis vermelho (hábito antigo), comentando as principais notícias do dia, inaugurando, assim, o jornal falado (ORTRIWANO, 2003, p. 69).

A autora registra ainda que, naquela época, as notícias tinham pouco espaço na programação e algumas emissoras começaram a divulgar notícias lidas dos jornais impressos, prática que passou a ser conhecida como *gillette-press* ou *tesoura-press* e que se repete até os dias atuais, quando os produtores copiam conteúdos de páginas da internet e de jornais, construindo, assim, um noticiário muitas vezes sem adaptação à linguagem radiofônica. Del Bianco (2004) salienta como eram produzidas as informações jornalísticas nos primeiros anos do rádio:

Na década de 20 copiava os jornais tanto na forma como no conteúdo. O método consistia em selecionar algumas notícias, grifar o que era mais interessante e depois fazer uma leitura ao microfone. O método resistiu ao tempo a ponto de tornar-se uma prática comum no rádio conhecida como *gilette press* ou *tesoura press* (DEL BIANCO, 2004, p. 3).

Jung (2004) acredita que essa prática seja repetida ainda hoje por algumas emissoras, pela falta de pessoal, de tempo, criatividade e até mesmo de ‘vergonha na cara’, como estratégia para preencher o espaço obrigatório, previsto em lei, dedicado às notícias.

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 ideias, 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 chamada de cópia, plágio ou pirataria, jamais de jornalismo. (JUNG, 2004, p. 20)

No início, o rádio era um meio de custos elevados, pois os aparelhos receptores eram importados. Por isso, naquela época, era considerado um veículo elitista. “Era um meio que tocava óperas e apresentava palestras culturais dirigidas às elites e sobrevivia de músicas emprestadas de colecionadores” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 39-40). As primeiras estações de rádio, de acordo com Santiago; Rezende (2005, p. 25), “eram empreendimentos formados por grupos de amigos aficionados por rádio que se reuniam em Clubes ou Sociedades e eram voltados muito mais para diversão de seus membros do que dirigidos à população em geral”. Jung (2004, p. 25) complementa: “Essas pessoas, a maioria da elite ligada à cultura, estavam em busca de algo novo, motivadas pelo processo de urbanização que atingia os grandes centros da época, a começar pelo Rio de Janeiro, então capital federal”.

Embora nessa fase as estações de rádio não tivessem caráter comercial, e os anúncios não fossem permitidos oficialmente, “uma série de firmas comerciais, muitas do segmento eletrônico, contribuíam financeiramente para a manutenção do rádio. Em troca, a empresa era citada durante a programação, divulgação que revertia na venda dos equipamentos” (JUNG, 2004, p. 25). Uma nova consciência de possibilidades lucrativas do veículo, de acordo com Ferraretto (2001), tem suas origens na Rádio Clube do Brasil, fundada em 1924, que foi a primeira emissora do país autorizada a transmitir publicidade.

Ao longo dos anos, o aparelho radiofônico se popularizou e deixou de ser um meio restrito à elite para fazer parte de toda sociedade brasileira. Na década de 1930, houve a sua consolidação e ele passou a fazer parte da vida de milhões de brasileiros (BARBOSA FILHO,

2009). De acordo com Lutch (2009), entre 1930 e 1945, durante o governo de Getúlio Vargas⁹ foram criadas as primeiras leis específicas para a difusão no país¹⁰. Já o uso da publicidade só foi autorizado em 1932, trazendo novas perspectivas para o rádio, quando foi possível criar atrações e fortalecer o entretenimento. Segundo Ferraretto (2001), além da regulamentação da publicidade, outro fato foi fundamental na história do rádio em 1932.

Quando em julho do mesmo ano irrompe a Revolução Constitucionalista, o veículo adquire importância política estratégica. Durante meses, as transmissões das emissoras paulistas – em especial da Record – mobilizam a oposição ao governo Vargas. A partir daí, a sociedade toma consciência das possibilidades econômicas e políticas do rádio. Estavam lançadas as bases para a sua configuração como indústria cultural. (FERRARETTO, 2001, p. 103)

Em 1935 é criado o programa Federal Hora do Brasil, hoje Voz do Brasil, com o objetivo de divulgar as realizações do governo. “Com a ditadura, o programa Hora do Brasil torna-se obrigatório. É transmitido em rede nacional, de segunda a sexta, das 18h45 às 19h30”, (FERRARETTO, 2001, p. 108). Em 1939, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) passa a controlar a programação radiofônica, por meio de censores nas emissoras, fato que durou até a redemocratização, em 1945, com o fim do governo de Vargas¹¹.

A época de maior crescimento do rádio, representada pelas décadas de 1930 e 1940, quando o meio radiofônico deixou de ser destinado apenas à classe alta e se tornou disponível para toda a sociedade brasileira, é caracterizada por uma programação voltada ao entretenimento, como programas de auditório, radionovelas, humorísticos e cobertura esportiva. “Nesta época, o rádio foi considerado a ‘oitava arte’, nadou em recursos econômicos e desenvolveu como nunca as suas potencialidades, como centro das atenções de artistas e intelectuais” (MEDITSCH, 2007, p. 35). Na década de 1940 o rádio já fazia parte do dia a dia da população, as pessoas se reuniam para ouvir os programas de entretenimento e o noticiário. O aparelho radiofônico era destaque nas salas de estar. Foi nessa fase que a programação de humor se popularizou. Zuculoto (2012, p. 29) destaca essa época como “a ‘era do rádio espetáculo’, com os programas de auditório, os musicais, as radionovelas, num padrão de radiofonia *broadcast* ao estilo norteamericano”.

⁹ Vargas governou o Brasil por três mandatos, durante quinze anos da história brasileira que se estendeu de 1930 a 1945. Fonte: www.brasilecola.uol.com.br.

¹⁰ Em 1º de março de 1932: Decreto nº 21.111 que regulamenta a veiculação da publicidade e Decreto nº 20.047, do ano anterior, definia o papel do governo federal na Radiodifusão. (FERRARETTO, 2001, p. 102).

¹¹ Período da história republicana brasileira no qual o presidente da República foi Getúlio Dornelles Vargas governou ininterruptamente o Brasil entre 1930 e 1945. Posteriormente, Vargas assumiu ainda outro mandato entre 1951 e 1954.

O radiojornalismo ganha força à medida que o país se envolve na Segunda Guerra Mundial (FERRARETTO, 2001, p. 112-113). “O veículo adquire, desta forma, audiência massiva, tornando-se, no início dos anos 50, principalmente por meio da Nacional¹², a primeira expressão das indústrias culturais no Brasil”.

No ano de 1941, chegou ao Brasil pela Rádio Nacional, sediada no Rio de Janeiro, o Repórter Esso, o primeiro programa de radiojornalismo brasileiro, veiculado durante 27 anos. O programa teve início nos Estados Unidos, em 1935, chegando a 15 países, principalmente no período da Segunda Guerra Mundial. Com o jargão “testemunha ocular da história”, fez sucesso no Brasil na voz de Heron Domingues. Porém, a maior contribuição do Esso, de acordo com Ferraretto (2001, p. 127), “foi a introdução no Brasil de um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado”. O programa, posteriormente, foi transferido para a Globo, e permaneceu no ar até 1968.

A televisão no Brasil tem início, comercialmente, em 18 de setembro de 1950, quando foi inaugurada a TV Tupi em São Paulo, com equipamentos trazidos por Assis Chateaubriand, fundando assim o primeiro canal de televisão no país. Em razão do pequeno número de emissoras e do alto custo dos receptores, o novo veículo enfrentou dificuldade para atrair anunciantes, não afetando, de início, as emissoras de rádio. Porém, conforme a televisão foi ganhando força, as verbas publicitárias e os profissionais de entretenimento do rádio, migraram para a TV, fato que motivou as emissoras de rádio a rever conceitos e programação. De acordo com Jung (2004, p. 50):

Apresentações ao vivo deram espaço para a execução de discos; auditórios não tinham mais razão para existir e os programas se voltaram aos estúdios; as coberturas esportivas ganharam espaço – a televisão ainda não tinha tecnologia para transmitir jogos de futebol ao vivo. O jornalismo, a prestação de serviço e a música gravada substituíram o rádio espetáculo. Esse sim, sumiu.

A chegada da televisão tirou o protagonismo antes exercido pelo rádio, porém o veículo não sucumbiu à televisão. Para Castells (2001, p. 242), o rádio “perdeu sua centralidade, mas ganhou em penetrabilidade e flexibilidade, adaptando modalidades e temas ao ritmo da vida cotidiana das pessoas”. Meditsch (2007, p. 35-36) ressalta que o rádio perde sua posição hegemônica, sobretudo pela transferência em massa de profissionais, programas e fontes de

¹² Fundada em 1936, a rádio Nacional do Rio de Janeiro é historicamente reconhecida como referência de programação plural e popular. Ela é, na realidade, responsável pelas matrizes que formam hoje o Rádio brasileiro: a música, a informação, o humor, a dramaturgia, o esporte e os programas de auditório. Informações obtidas no site da Empresa Brasil de Comunicação (EBC): <https://radios.ebc.com.br/nacionalrioam>.

financiamento, antes destinados ao rádio, para a televisão. Zuculoto (2012, p. 30) ressalta as dificuldades encontradas pelo rádio entre os anos de 1950 e 1960: “o veículo sofre, sim, um declínio, passando de uma era de espetáculo para uma fase de simples ‘vitrolão’ em que se limita a rodar discos em praticamente toda sua programação, isto na maioria das emissoras”. Também para Meditsch (2007), a possibilidade de veicular música gravada colaborou para a alteração da fisionomia do rádio.

A música, que até então representava o espaço mais caro da programação, pela necessidade de manter, a soldo, elencos de artistas disponíveis para execuções ao vivo, transformou-se subitamente no mais simples e barato. Os artistas passaram a ser mantidos pela indústria de discos, que cedia os direitos de transmissão às emissoras praticamente de graça, em troca da divulgação, também, gratuita, de seus produtos (MEDITSCH, 2007, p. 36).

O teórico canadense McLuhan (1964, p. 344) enfatiza que, com o surgimento da televisão, o rádio passou a ter liberdade de diversificação, “prestando serviços locais e regionais que antes não conhecia, mesmo nos primeiros tempos amadores de rádio-galena¹³”. Nesse sentido, voltou-se para seu entorno e passou a dedicar-se mais aos fatos mais próximos dessa região. Comassetto (2007, p. 68) corrobora dessa análise dizendo que coube ao rádio local “estreitar ainda mais seus laços com as comunidades que está inserido e acentuar o trabalho jornalístico realizado nesses lugares, pois é isso que justifica a existência, confere identidade e fortalece a presença do rádio nas localidades”.

Além disso, dentre os efeitos da TV sobre o rádio está o de transformá-lo de um meio de entretenimento em um “sistema nervoso da informação”. Nesse sentido, o radiojornalismo foi uma das alternativas para a reestruturação do veículo. Segundo Ortriwano (1985, p. 21), “o rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública”. A autora destaca ainda o pioneirismo da Rádio Bandeirantes, em 1954, na formação de um novo tipo de programação noticiosa, em que notícias com um minuto de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, em boletins de três minutos.

Prado (2012, p. 43) relata que “ao longo dos anos 1950 e 1960, o radiojornalismo foi ganhando novos contornos, pois não era mais um informativo lido por locutores quase sempre

¹³ Em 1996, surgiu o primeiro rádio que fazia o uso do mineral conhecido como galena como semicondutor. O detector de cristal foi patenteado por um coronel do exército norte-americano, H. H. C. Dunwoody. O rádio consistia em um fragmento de galena (sulfeto de chumbo natural), que se ligava a uma antena por meio de um arame fino. Todo o som transmitido pelo transmissor era captado pela antena, passava pelo cristal ou pedra de galena antes de poder ser ouvidas. Disponível em: <https://wiki.sj.ifsc.edu.br/wiki/images/9/9d/GALENA.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2020.

masculinos e com pouca flexibilidade para uma linguagem mais coloquial”. Entre os gêneros e formatos diferenciados experimentados, surgiram as rádios *all news*, que apresentam apenas notícias.

Em paralelo ao surgimento da TV, o rádio ganha fôlego, na década de 1950, com a disseminação do uso do transistor¹⁴, que impulsionou o crescimento do rádio e facilitou o trabalho dos profissionais. De acordo com Prata (2007, p. 4):

A chegada do transistor, que livrou o aparelho de fios e tomadas, proporcionando a criação de uma nova linguagem, apropriada para um veículo com alta mobilidade, que acompanha o ouvinte onde quer que ele esteja. Assim, a partir do transistor, o público pressuposto do rádio passou a ser um ouvinte móvel, o que não acontecia anteriormente quando as famílias se reuniam na sala ao redor de um garboso aparelho.

A introdução da frequência modulada (FM), nos anos de 1970, foi outro fator tecnológico que impulsionou o aumento do número de canais, gerando novas opções para os ouvintes, que só tinham disponíveis os sinais de amplitude modulada (AM) e ondas curtas. Além disso, possibilitou a melhora da qualidade da propagação musical, além de reduzir seus custos. “A substituição das válvulas nos aparelhos receptores pelos transístores, que revolucionam a recepção, tornou o rádio efetivamente portátil” (MEDITSCH, 2007, p. 26). Dessa forma, essas transformações foram responsáveis pelo aumento do número de emissoras e de receptores, que se tornaram cada vez mais simples, baratos e acessíveis à população.

Entretanto, embora a qualidade de propagação do som tivesse melhorado, o alcance da frequência modulada era reduzido, chegando a apenas uma determinada localidade e região. Então, as estações que operavam nessa frequência passaram a focar na cobertura e transmissão de fatos locais.

A chegada da FM melhorou a qualidade do som, ampliando a possibilidade de expressão a praticamente qualquer voz, o que antes era impensável. Também diminuiu custos e duplicou a capacidade do espectro de frequências, multiplicando o número de emissoras. Esta multiplicação abriu caminho para a especialização e para o rádio alterar a sua vocação original – de meio de comunicação à distância – para vingar sobretudo com um serviço de expressão local (MEDITSCH, 2007, p. 117-118)

¹⁴ Em novembro de 1947, Bardeen e Brattain, trabalhando no laboratório da Bell Telephone, descobriram o transistor. Eles verificaram que, quando aplicada certa tensão a um dos terminais do componente, o sinal que saía no outro terminal era amplificado.

As inovações tecnológicas foram favoráveis ao renascimento do rádio e à transmissão jornalística (ORTRIWANO, 2003), entre elas: o gravador magnético, o transistor, a frequência modulada e as unidades móveis de transmissão. “O rádio FM tem qualidade sonora mais sofisticada e, portanto, condições de reproduzir melhor qualquer som, seja música ou fala”, (ORTRIWANO, 2003, p. 81).

O rádio se manteve vivo, exercendo seu papel de informar e entreter, porém, passou a atender as exigências propostas pelo mercado. “A história tem demonstrado que não há limite algum de conteúdo senão tendências e relevâncias de uns sobre outros segundos de cada época”, enfatiza Herreros (2001, p. 31), ou seja, para sobreviver a um mundo cheio de possibilidades, o veículo precisa se transformar e se adaptar às mudanças.

A TV surge do acréscimo proporcionado pela imagem aos conteúdos radiofônicos. A internet incorpora tudo de todos os meios anteriores. O rádio, no passado, adapta-se à televisão, fugindo da concorrência pela segmentação do conteúdo e pela alteração do seu prime time, que passa da noite para a manhã, e, graças à transistorização, pela mobilidade do receptor. E, na contemporaneidade, usa a web como fonte de conteúdo e suporte de transmissão [...] na transposição de conteúdos para a TV e, no último decênio, na constante utilização do áudio na internet tanto em modalidades que o rádio, gradativamente, incorpora como suas – as emissoras exclusivas da web e os programas distribuídos por podcasting – quanto em outras – os canais de música em portais, por exemplo (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 175-176).

Com a implantação dos satélites, nos anos 1980, as redes radiofônicas ganharam impulso. Comassetto (2007) ressalta o avanço tecnológico proporcionado pela implantação dos satélites para o rádio.

O sistema via satélite modernizou a sistemática de redes, que antes se utilizavam de linhas telefônicas, um recurso antigo, que remonta ainda aos anos 1930. Com o satélite, surgiram novas redes nacionais e regionais, proliferaram as transmissões regulares integradas em FM (COMASSETTO, 2007, p. 65).

Nos anos 1990, o surgimento da internet proporcionou a troca de dados e informações por meio de um conglomerado de redes interligadas mundialmente. Diante do cenário de reorganização espacial e da concretização da “aldeia global”¹⁵, somado ao desenvolvimento da internet e as inovações tecnológicas da comunicação, o jornalismo se viu diante de uma nova

¹⁵ Termo criado pelo filósofo canadense Herbert Marshall McLuhan. Ele tinha o objetivo de indicar que as novas tecnologias eletrônicas tendem a encurtar distâncias e o progresso tecnológico tende a reduzir todo o planeta à mesma situação que ocorre em uma aldeia: um mundo em que todos estariam, de certa forma, interligados.

realidade: a necessidade de adaptar-se às novas plataformas e, consequentemente, às modificações no jeito de se comunicar, que levaram a alterações do papel social do jornalismo.

As rotinas produtivas do jornalismo sempre foram marcadas pela presença de elementos tecnológicos. A evolução das tecnologias da informação na sociedade alterou não só as rotinas produtivas, como também as técnicas de apuração nas emissoras de rádio e os valores de notícia. De acordo com a pesquisadora Débora Lopez (2010), as primeiras iniciativas que apontavam para a convergência nos veículos de comunicação aconteceram no final dos anos 1990,

Com a entrada na internet de emissoras de televisão e jornais impressos que, neste período, passaram a adequar e construir conteúdo específico para o site. Nesta migração, os jornalistas responsáveis pelo site eram responsáveis pela adaptação do conteúdo produzido para os veículos de comunicação tradicionais. Esta adaptação acontecia em pequenas redações, como ainda hoje ocorre em alguns meios de comunicação. (LOPEZ, 2010, p. 16)

O aumento do fluxo de informações aliado às mudanças e reconfigurações, principalmente de ordem técnica, apresentou novos desafios e facilidades à produção de notícias no rádio. A produção radiofônica passou do analógico para o digital e o celular passou a ser usado como ferramenta para a transmissão de notícias do local do acontecimento.

Com o celular, o repórter ganha agilidade para realizar entrevistas ou fazer participação ao vivo de qualquer lugar. Conquista mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada (DEL BIANCO, 2004, p. 06).

Del Bianco (2005) reforça que a Internet é um instrumento básico do jornalismo contemporâneo, possibilitando o acesso a conteúdo sobre qualquer área temática e, dessa forma, proporcionando inúmeras vantagens para a produção de notícia.

Permite aos jornalistas se inteirarem rapidamente sobre o que já foi escrito sobre determinado assunto; torna os contatos com as fontes interativos; possibilita a ampliação e seleção de fontes de informação; agiliza a busca de dados, pesquisa e consulta a arquivos públicos, bibliotecas, órgãos públicos; facilita a coleta de maior quantidade de informação num menor espaço de tempo; além de aumentar o potencial de reportagem à distância e do trabalho fora das redações em locais remotos (DEL BIANCO, 2005, p. 160).

Hoje, algumas emissoras fazem a apuração sem a utilização de repórteres de rua e a Internet passa a ser usada, então, como fonte principal das informações e acontecimentos.

Entretanto, se por um lado a Internet propicia facilidades, seu uso frequente pelos jornalistas pode acarretar na padronização do conteúdo.

A internet coloca nas mãos dos jornalistas a possibilidade de obter rapidamente a informação necessária para complementar suas matérias, contribuindo para contextualização e aprofundamento dos temas abordados. Ao mesmo tempo, esse procedimento traz implícito também a padronização do conteúdo, porque é comum o uso frequente das mesmas fontes. Todos bebem da mesma fonte na hora de compor seu noticiário, reproduzindo o mesmo discurso (DEL BIANCO, 2005, p. 161).

Já o público ouvinte, que sempre participou e contribuiu com a produção dos programas radiofônicos por meio de cartas, telegramas ou telefone, sugerindo as mais diversas pautas sobre fatos do cotidiano, como denúncias, questionamentos e opiniões, com a chegada de tecnologias digitais, passou a interagir por meio de aplicativos, internet e das mídias sociais. “O público ganha uma nova possibilidade de expressar opinião e colaborar com a produção de conteúdo” (CAMPELO; LIMA, 2019, p. 5). E, nesse sentido, as novas tecnologias digitais modificam e ampliam as formas de interação entre ouvinte e emissora.

2.1 As características do rádio na atualidade

À medida que o rádio se insere e se apropria de elementos da comunicação digital, suas próprias características se alteram, moldando-se à nova realidade. Lopez (2010) acredita que um rádio que vai além das ondas sonoras, explorando novas plataformas de comunicação.

[...] Vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro. [...] O conteúdo multiplataforma, embora importante, não se apresenta como fundamental para a compreensão da mensagem. Trata-se de uma produção complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública (LOPEZ, 2010, p. 140).

Com a emergência das chamadas mídias sociais e das mudanças de comportamento do público consumidor de informação, que ora é produtor, ora receptor, o rádio precisou adaptar também a linguagem para chegar até o público. Porém, como uma de suas principais características é a instantaneidade e, com a facilidade de circulação e consumo da informação na Internet, esse aspecto tem sido otimizado. De acordo com Avrella (2017, p. 57),

o rádio se apropria de conteúdos de diferentes lugares que estão disponíveis *on-line* e veicula instantaneamente nas estações, não sendo necessária a inserção de imagens ou criação de textos, como ocorre em outros veículos tradicionais.

Nesse sentido, a Internet se tornou um recurso extra para as rádios, possibilitando uma reorganização de funções, de produção e distribuição.

Ao integrar a rede informatizada da redação, a influência da Internet pode ser percebida na reorganização de funções, distribuição de tarefas, fixação de rotinas; no processamento de textos, coleta de informação e recepção; na forma de embalar o produto, armazenagem, manejo do texto; na relação com as agências de notícias, na checagem da produção do concorrente; no modo como possibilita corrigir e se certificar quanto veracidade de uma informação; na organização das mesas de trabalho na redação a partir de pontos de conexão com a rede; no acesso individual do computador e rede interna de dados; no tráfego e transporte de dados no ambiente da redação (DEL BIANCO, 2004, p. 4).

O rádio tradicional ainda é um importante veículo de comunicação, porém, a transmissão por meio da internet amplia o alcance da mensagem a proporções mundiais, ou seja, o rádio ganhou a possibilidade de ter sua programação transmitida não só em esfera local, mas também global. Para Barbosa Filho (2009, p. 43), o rádio, muito antes do surgimento da internet, se destaca num momento e que a comunicação a distância se tornou uma necessidade. “O mundo passa a funcionar em ondas, em frequências, comunicando-se de pontos distantes e com certa instantaneidade”. Por ser um meio dinâmico, o rádio está presente onde a notícia acontece e a transmite em tempo real para o ouvinte.

neste século XXI, de tantas tecnologias, e, por vezes, de poucas humanidades, constitui-se por natureza, e cada vez mais, em um instrumento de diálogo, atento às demandas do público e cioso por dizer o que as pessoas necessitam ouvir em seu dia-a-dia (FERRARETTO, 2014, p. 13).

Ortriwano (1985, p. 78), já nos anos 1980, afirmava que o rádio é o mais privilegiado dos meios de comunicação de massa, em razão das suas características intrínsecas, e as destaca em oito tópicos:

- Linguagem Oral: O rádio fala e, para receber a mensagem, é preciso apenas ouvir. Portanto, o rádio leva vantagem sobre os veículos impressos, pois, para receber as informações, não é preciso que o ouvinte seja alfabetizado. Em consequência disso, a média cultural é mais baixa, por abranger o público analfabeto.

- **Penetração:** Em termos geográficos, o rádio é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo, pode estar nele presente o regionalismo, pois, tendo menos complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais.
- **Mobilidade:** Do ponto de vista do emissor: sendo menos complexo tecnicamente do que a televisão, o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos; do receptor: o ouvinte de rádio está livre de fios e tomadas e não precisa ficar em casa ao lado do aparelho, pois o rádio está em todo lugar.
- **Baixo Custo:** Aparelho receptor de rádio é o mais barato e sua aquisição está ao alcance de uma parcela muito maior da população.
- **Imediatismo:** Os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem. O aparato técnico para a transmissão é menos complexo.
- **Instantaneidade:** A mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida. Se o ouvinte não estiver exposto ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá. Não é possível deixar para ouvir depois.
- **Sensorialidade:** O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um diálogo mental com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um.
- **Autonomia:** O rádio, livre de fios e tomadas, deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se individualizado. As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda a sua audiência como se estivesse falando com cada um em particular.

Essas características foram responsáveis pela sobrevivência do rádio frente ao surgimento da televisão e dos demais avanços tecnológicos que alteraram a sua história, que trouxeram e ainda trazem novas maneiras de comunicação entre as pessoas. Segundo Prata (2008, p. 1), além dos avanços, duas rupturas, marcam a história da radiofonia. “A primeira ruptura foi com o advento da TV; a segunda acontece agora, com a webrádio que aponta para um novo modelo de radiofonia”. A autora chama esse processo de evolução de ‘radiomorfose’, que seria uma adaptação do veículo às novas mudanças tecnológicas, alterando e reconfigurando os gêneros e as formas de interação presentes no rádio.

Para se falar de interação no rádio é preciso buscar uma das características mais marcantes do veículo: a sensorialidade [...]. É importante destacar que os veículos de comunicação de massa trabalham sempre com a imagem: o jornal impresso com a imagem parada; a TV, com a imagem em movimento e o rádio com a imagem sugerida ou idealizada. Este diálogo mental entre emissor e receptor se dá pela voz. É pela voz de quem fala no rádio que o ouvinte imagina, idealiza, cria imagens, fabrica diálogos mentais. A voz é o suporte da sensorialidade (PRATA, 2008, p. 96).

Para Zuculoto (2012, p. 22), essas características, próprias e específicas do meio, não nasceram com o veículo. “Foram evidenciando-se, sendo descobertas, moldadas, aperfeiçoadas de acordo com o desenvolvimento de todo o processo de instalação, consolidação, e transformações sofridas pela radiofonia”. A pesquisadora acrescenta que, a partir do momento em que o rádio foi apontado como o veículo de massa com potencial de ser o mais popular e de maior alcance, atingindo todas as camadas da sociedade.

Boa parte dessas características pode, inclusive, ser classificada como vantagem em relação aos demais meios de comunicação de massa. Entre elas, destacam-se a utilização de uma única linguagem (pelo lado do emissor) e um único sentido (em relação ao receptor), a mobilidade, o imediatismo, a penetração abrangente, o baixo custo e a sensorialidade. A principal delas é o fato de o rádio utilizar uma única linguagem – a sonora – e trabalhar, no caso do ouvinte, com um único sentido – a audição (ZUCULOTO, 2012, p. 23).

Esse fato, de acordo com a autora, torna o rádio o “único meio de comunicação de massa que dispensa totalmente a necessidade de o público saber ler para que a comunicação com ele realmente se complete e seja decodificada” (ZUCULOTO, 2012, p. 23). Essa constatação também é citada por McLeish (2001, p. 15), quando ele diz que o rádio “traz esse mundo para os que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver”.

Essas novas tecnologias fizeram com que o rádio contemporâneo se modificasse em alguns aspectos, porém, mantendo as suas características básicas. Moreira (2001) destaca as características essenciais que o rádio conservou em todas as etapas de evolução: ubiquidade, instantaneidade, diversidade, companhia, interatividade e gratuidade.

A fala ainda é o principal instrumento para comunicação no rádio e, por trabalhar com o sentido da audição, a notícia do rádio deve ser dada de maneira objetiva, para que o ouvinte possa assimilar rapidamente o que está sendo dito. O meio radiofônico representa muito mais que “o primeiro a dar a notícia” (PRADO, 1989, p. 27), com recursos que trazem profundidade à informação.

Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da explicação e análise. Este aprofundamento dos temas conta no rádio com a vantagem de poder ser exposto pelos seus conhecedores, sem passar pela peneira dos não conhecedores – neste caso os jornalistas – que apenas dariam a forma comunicativa adequada ao meio (PRADO, 1989, p. 28).

A respeito da linguagem utilizada no radiojornalismo, onde a transmissão é oral, Chantler; Harris (1998) enfatizam que o texto deve ser escrito de forma clara, enxuta, concisa, convincente e não empolada. “Você está redigindo para o ouvido e não para o olho. Deve, então, escrever como se fala, numa linguagem coloquial, com frases curtas e uma ideia em cada sentença”. Para os autores, o modo de dizer é mais importante do que o que é dito, pois, por meio da voz, é possível captar a emoção.

O teórico canadense Rosental Alves (2005) ressalta que, aparentemente seria uma tarefa fácil – escrever no estilo das conversas –, torna-se um tanto complexo, devido aos vícios do jornalismo antigo.

A tarefa jornalística muitas vezes parece trazer a tentação de usar palavras que o jornalista não fala em seu cotidiano. Assim, é comum usar aparelho, em vez de avião; colisão ou abalroamento, em vez de batida; sinistro, no lugar de incêndio ou acidente; fêretro ou sepultamento em vez de enterro; mandatário ou chefe do executivo para indicar o Presidente ou o Governador; etc. (ALVES, 2005, p. 166).

O autor também salienta sobre o perigo do abuso da simplicidade e alerta para o uso exagerado do coloquialismo, que, quando ultrapassa os limites do real, leva à invenção, à artificialização de uma linguagem, o que vai prejudicar a recepção. Ele cita como exemplo o emprego de gírias, que só devem ser usadas no caso de serem consagradas ou insubstituíveis.

Entretanto, na abordagem de Ferraretto (2014), um erro comum entre leigos é reduzir o rádio à oralidade, que explica que a linguagem radiofônica engloba outros elementos, como o próprio texto expressado na voz, com diversas variações e articulações entre si. Para o autor, a comunicação se realiza na cabeça do ouvinte, e, para que isso aconteça, é necessário um compartilhamento de experiências comuns entre emissor e receptor, ou seja:

A mesma mensagem facilmente compreendida pelo público específico em uma emissora voltada ao regionalismo gaúcho, com suas expressões culturais próprias, dificilmente seria entendida em sua totalidade na transposição dessa programação para um estado do Nordeste, e vice-versa (FERRARETTO, 2014, p. 31).

O autor destaca que a linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e até mesmo do silêncio. Esses elementos podem ser usados isolados ou combinados entre si, dependendo dos objetivos pretendidos pelo emissor.

Cada um deles apresenta múltiplas aplicações, papéis variantes. Podem ser utilizados, conforme o contexto, de diversos modos e em diferentes níveis de apelo ao ouvinte, direcionando-se ao seu intelecto, no que se expressa como algo mais concreto, e à sua sensibilidade, naquilo que pende mais para o abstrato (FERRARETTO, 2014, p. 32).

Em 1981, o sociólogo canadense Erving Goffman publicou a obra *Forms of Talk*, que reúne cinco artigos cuja temática central é a fala. *Radio talk*, um dos textos, traduzido como: A fala do rádio – um estudo dos percursos dos nossos erros, foi publicado na coletânea “Teorias do Rádio – volume II” (2008), e trata-se de um ensaio sobre a relação paradoxal entre a fala rotineira e a espontaneidade no rádio, com foco na análise de erros em relação à produção da fala em programas radiofônicos.

Na obra, o autor analisa diferentes modos de locução, mas cita como tipo básico de locução a ‘direta’. “Aqui o locutor ostensivamente fala somente com a audiência como se cada ouvinte individual fosse único. Tenta-se uma simulação de uma conversa a dois, como em uma conversa telefônica na qual ninguém pudesse responder do outro lado da linha” (GOFFMAN, 2008, p. 323). O autor salienta ainda, que a tarefa crucial do locutor é produzir um efeito de fala espontânea e fluente, e conclui dizendo que há diferenças óbvias entre a fala cotidiana e o discurso radiofônico.

A fala espontânea encontrada no discurso radiofônico e na conversa informal são diferentes. Ambas tendem a serem ouvidas como perfeitas e espontâneas, a primeira porque o tipo de falha técnica pode ser ignorada e corrigida abertamente, a segunda porque uma habilidade especial foi empregada para eliminar tais falhas a despeito das condições adversas (GOFFMAN, 2008, p. 323-324).

Ao mesmo tempo que atinge milhares de ouvintes, o rádio fala para cada pessoa em particular. De acordo com Barbosa Filho, 2009, as palavras, a forma de falar, são pensadas para o ouvinte com suas particularidades e expectativas.

O tom íntimo das transmissões, representado pelas expressões “amigo ouvinte”, “caro ouvinte”, “querido ouvinte”, proporciona uma aproximação e uma intimidade únicas, fazendo do rádio um veículo companheiro. [...] E em algumas áreas rurais, pouco beneficiadas com a tecnologia, ainda se registra a recepção radiofônica grupal: as pessoas dos vilarejos se reúnem para ouvir as

notícias transmitidas de um rádio apenas (BARBOSA FILHO, 2009, p. 46-47).

Porém, além do modo de falar, este tipo de produção envolve entender o mercado, as redações, como é feita a produção noticiosa do ponto de vista técnico, ético, estético e, principalmente, quais são os interesses, anseios e necessidades de quem produz e de quem recebe. Para Ferraretto (2014), quem produz o rádio deve atentar para uma série de procedimentos e raciocínios, de acordo com a mensagem que pretende difundir. Trata-se de pensar uma identidade para o emissor.

O rádio, em qualquer de suas manifestações comunicacionais, objetiva criar uma relação de empatia com o público. É algo que envolve sentimentos de pertença, da atribuição do papel de companheiro virtual à emissora à noção de que aquela estação ou mesmo *podcaster* representa os anseios, os interesses, as necessidades e/ou objetivos de cada ouvinte. Parte ainda da compreensão de que aquela manifestação radiofônica significa, projetando ali uma espécie de personalidade, ou respondendo à construída pelo emissor, criando, assim, uma identificação. Dos pontos de vista psicológico e sociológico, a construção da empatia passa pelo meio envolvendo o ouvinte, colocando-o dentro do plano do imaginário, da narrativa; simulando um diálogo; oferecendo-lhe o que, em tese, ele deseja escutar (FERRARETTO, 2014, p. 41).

Esse relacionamento ganha força com base nas características atribuídas ao meio, como a de companheiro, e “proporcionadas pela portabilidade de vários dos suportes de recepção” (FERRARETTO, 2014, p. 46). Mas essa nova dinâmica estrutural não diminui a importância da proximidade, característica importante do rádio, pois:

Num contexto em que a proliferação de meios e canais e a dificuldade de competir em escala mais abrangente com os conglomerados de mídia obrigam à descoberta de novos nichos de mercado, o espaço local não pode ser desprezado. Pelo contrário, esse é o lugar que se abre para o diferente, que comporta e requer o diferencial que a grande mídia dificilmente vai dar e que, por isso mesmo, apresenta-se como alternativa aos veículos que, por suas limitações, correm o risco de sucumbir à crescente expansão dos meios globais (COMASSETTO, 2007, p. 56).

O rádio, especialmente por suas características, pode atuar com uma relevância significativa no espaço local. É acessível, tem experiência de relação histórica com o local e essa proximidade facilita a identificação do seu público com as mensagens emitidas. O maior desafio do rádio é sobreviver e adaptar-se ao surgimento das novas tecnologias de comunicação.

2.2 Redes, conglomerados e legislação

Como já foi abordado, o desenvolvimento tecnológico altera o perfil da mídia assim como o fator econômico não pode ser desconsiderado. “Ainda que soe romântica e de grande valia para a sociedade a ideia de um sistema de comunicação voltado ao interesse público e ao fortalecimento social, é difícil conceber a mídia fora de uma lógica e mesmo de um propósito comercial” (COMASSETTO, 2007, p. 35).

Essas mudanças geram a possibilidade de reorganizar o setor em redes, a fim de reduzir os custos operacionais, otimizar os lucros das cabeças de rede e aumentar a competitividade entre as emissoras. Desde a década de 1980, Ortriwano (1985) já falava sobre a relação entre a tendência à formação de redes e fatores econômicos, objetivando o fortalecimento do rádio como alternativa publicitária depois da crise imposta pela TV. Para ela, a estruturação das redes visava a melhor exploração das potencialidades comerciais do veículo. “E, com a possibilidade de emissão por satélite, as redes poderão ser cada vez mais ágeis, aumentando sua capacidade de transmitir programação unificada, ao mesmo tempo em que podem ampliar sua abrangência” (ORTRIWANO, 1985, p. 33).

À medida em que empresas nacionais/mundiais investiam no segmento, novas emissoras associadas ou afiliadas surgiram, transmitindo conteúdos integrais ou parciais produzidos pela cabeça de rede (emissora responsável pela geração de programas transmitidos por mais de uma estação, num sistema de radiodifusão (RABAÇA; BARBOSA, 1998, p. 88)). De acordo com Comassetto (2005), as emissoras que passavam a operar em rede teriam maior lucratividade, sobretudo, por duas razões:

Primeiro, pelo fato de ampliarem seu raio de ação, estendendo a um público muito maior o recado de seus anunciantes. Segundo, pelas facilidades operacionais, visto que uma mesma programação produzida por uma única emissora, denominada cabeça-de-rede, é transmitida por dezenas e até centenas de outras. A redução de investimento é o maior estímulo aos proprietários do rádio, mesmo de empresas diferentes, que gradativamente vão se afiliando às redes constituídas (COMASSETTO, 2005, p. 2).

Se por um lado as facilidades tecnológicas favorecem a especialização do rádio brasileiro, por outro, essa tendência, de transmitir a mesma programação em diversas regiões do país, pode descaracterizar a cultura e a realidade de cada local, “perdendo com isso, a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos, com o linguajar da própria região” (ORTRIWANO, 1985, p. 34). Nos casos em que essas transmissões

envolvem o jornalismo, “a crítica volta-se para a homogeneização do conteúdo veiculado e o esquecimento dos problemas imediatos à comunidade” (COMASSETTO, 2007, p. 65). É o caso da Rádio Difusora Pantanal FM, que antes da migração chamava-se Difusora Matogrossense. Situada em Corumbá (MS), a emissora, que tem parceria de longa data com a Band Sat, veicula diariamente o “Jornal Primeira Hora”, das 06h às 06h30. No entanto, Lima; Ota (2017, p. 9) observaram que “o programa não possui identidade alguma com o local, uma vez que é retransmitido da Rádio Bandeirantes de São Paulo através da Band Sat com prioridades para notícias nacionais ou de São Paulo”.

Na opinião de MCChesney (2003, p. 238) *apud* Comassetto (2007, p. 50), “quanto mais os conglomerados¹⁶ de mídia estendem os seus tentáculos, mais razão há para acreditar que encorajarão o gosto popular a tornar-se cada vez mais uniforme”. Já Mancebo (2002, p. 4) acredita que a mesma globalização que intensifica as misturas e pulveriza as identidades até então localizadas, pode pôr em cena uma homogeneização das figuras da subjetividade. “Deste modo, teríamos indivíduos homogeneamente globalizados, flexíveis e descartáveis, preparados para rapidamente se desalojarem e substituírem suas cartografias subjetivas e suas identidades locais”.

A trajetória das redes radiofônicas no Brasil está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento dos conglomerados midiáticos. Do latim *rete*, o termo rede é usado para definir uma estrutura que tem um padrão característico. Existem múltiplos tipos de rede, nomeadamente a rede informática, a rede elétrica e a rede social. Os autores do Dicionário de Comunicação, Rabaça e Barbosa (1998, p. 500), definem as redes de rádio e televisão como: “Grupo de emissoras que transmitem no todo ou em grande parte uma programação comum. Uma rede pode ser composta por emissoras associadas (pertencentes a uma mesma propriedade jurídica) ou afiliadas (através de acordos ou convênio)”. De acordo com Avrella (2014, p 3), as redes formadas por rádios associadas são:

Aqueles que transmitem o mesmo conteúdo em tempo integral ou apenas em alguns horários em diferentes regiões através das sucursais. Já as redes que possuem afiliadas são entendidas como as que retransmitem parte de sua programação para outras estações em tempo real ou em outros horários de acordo com a programação da emissora, mas que não fazem parte da mesma empresa.

¹⁶ Um conglomerado de empresas é um grupo formado por várias empresas com actividades diversas através de uma estrutura comum. Deste modo, várias companhias podem fazer parte de um mesmo grupo empresarial e responder aos mesmos donos (proprietários) ou acionistas. Um exemplo de conglomerado de empresas são os multimédias, que reúnem vários meios de comunicação. Fonte: <https://conceito.de/conglomerado>

A primeira vez que se lançou mão da estratégia de rede de rádio no Brasil, segundo Avallone Jorge *apud* Comassetto (2007, p. 64), foi durante o anúncio de criação do Estado Novo, “por Getúlio Vargas, em 10 de novembro de 1937. Em 1958, a Rádio Bandeirantes formou a cadeia Verde-Amarela Norte-Sul do Brasil, para a transmissão da Copa do Mundo da Suécia, com 400 emissoras em todo o país”. Entretanto, esse tipo de transmissão em rede tornou-se regular nos anos de 1970, com o surgimento das FMs.

Tanto Comassetto (2007) como Avrella (2014) acreditam que a orientação da mídia voltada para o negócio colabora para a expansão dos conglomerados, ou seja, empresas unem-se para a formação de grupos comunicacionais que, na maioria das vezes, controlam a comunicação em seu respectivo país com fins principalmente comerciais. Comassetto (2007, p. 29) destaca algumas razões do fortalecimento dos conglomerados de mídia, como a popularização dos satélites e das redes planetárias e a “consolidação do modelo concentrador que favorece a expansão do capital organizado não deixam nenhuma região do mundo imune à ação dos meios globais e das grandes cadeias de comunicação”. Cabral (2019, p. 9) define a concentração da mídia como:

O fenômeno onde os veículos de comunicação são controlados por poucos tanto no âmbito local, quanto regional, nacional e/ou global. Possibilita que pequenas empresas sejam absorvidas por grandes grupos, reduzindo o mercado ao poderio do(s) mais forte(s). Ocorre a partir de fusões, aquisições ou criação de um novo grupo. Um de seus objetivos é acumular audiências, concentrando conteúdos e interferindo no pluralismo e na diversidade do conteúdo.

A ausência de normas eficazes na legislação brasileira permite a concentração da radiodifusão nas mãos de uns poucos grupos empresariais, familiares e religiosos.

Desde os decretos que iniciaram a regulação na radiodifusão, ainda na década de 1930 – Decreto nº 20.047/1931 e Decreto nº 21.111/1932 -, passando pelas normas mais recentes, como por exemplo a Lei da TV a cabo (Lei nº 8.977/95), não houve preocupação do legislador com a concentração de propriedade no setor. Aqui não há nenhuma norma eficaz que limite ou impeça a propriedade cruzada na mídia, e, portanto, a concentração (LIMA, 2006, p. 98).

Apesar da existência do Decreto-Lei nº 236/1967, que estabelece limites para as concessões, a interpretação do Ministério das Comunicações¹⁷, em 2003, que considera o termo

¹⁷ Em memorando nº 323/2003-ssCE/MC de 1/8/2003, o então Secretário de Serviços de Comunicação Eletrônica, Eugênio de Oliveira Fraga, respondendo aos questionamentos dos deputados Edson Duarte (PV-BA) e Iara Bernardi (PT-SP) a respeito dos descumprimentos do Decreto-Lei nº 236/67. (Íntegra do memorando em LIMA, 2006, p. 99).

“entidade” como pessoa física, não leva em conta o parentesco dessas pessoas, além disso, também não considera que “redes” tenham a finalidade de estabelecer direção ou orientação única. Nesse sentido, a interpretação torna ineficaz o artigo 12 do Decreto-Lei, que determina que cada entidade só poderá ter concessão ou permissão para executar serviço de radiodifusão, em todo o país, dentro dos seguintes limites:

Quadro 1 - Limites de concessões de radiodifusoras.

ESTAÇÕES RADIODIFUSORAS DE SOM		
LOCAIS	REGIONAIS	NACIONAIS
Ondas médias - 4	Ondas médias - 3	Ondas médias - 2
Frequência modulada - 6	Ondas tropicais - 3	Ondas curtas - 2
	No máximo 2 por Estados	

De acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), no aspecto técnico, as emissoras de radiodifusão sonora (emissoras de rádio) e as de radiodifusão de sons e imagens (emissoras de televisão) podem ser classificadas especialmente quanto à potência dos seus transmissores e à faixa de frequências na qual foram autorizadas a operar.

A diferença entre elas está no potencial de abrangência e na faixa de frequência, conforme definição da Abert (2014a), Ondas Médias – apresentam frequência entre 525 e 1.705 kHz. No Brasil possuem alcance médio podendo apresentar abrangência local, regional ou nacional. (ABERT, 2014a). Ondas Tropicais – recebem este nome pois só podem ser usadas por estações instaladas entre os trópicos de Câncer e de Capricórnio, com algumas exceções estabelecidas pela União Internacional de Telecomunicações (UIT). Apresentam frequência entre 2300 e 2495 kHz na faixa de 120 metros, e entre 3200 a 5060 kHz na faixa alta. (ABERT, 2014a). Ondas Curtas - possuem alcance de longa distância e podem ser sintonizadas em outros países. A frequência varia entre 5.950 kHz até 26.100 kHz. (ABERT, 2014a).

A Constituição de 1988 também estabelece normas que poderiam contribuir para evitar a concentração: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (BRASIL, 1988, parágrafo 5º). Porém, conforme avalia Cabral (2020, p. 35), “não há como negar, em pleno século XXI, depois de sete Constituições e tempos políticos difíceis no país, que a concentração midiática é uma realidade no Brasil, ignorando o registro do parágrafo 5º do artigo 220 da Constituição de 1988”.

No Brasil, a radiodifusão e as telecomunicações são controladas por poucos grupos que não obedecem aos dispositivos legais, que proíbem o monopólio e o oligopólio. De acordo com

levantamento realizado pelo projeto Monitoramento da Propriedade da Mídia (Media Ownership Monitor - MOM¹⁸), em 2017, foram mapeados os 50 veículos de comunicação de maior audiência do Brasil, em quatro segmentos, pela MOM-Brasil: 11 redes de TV, 12 redes de rádio, 17 veículos de mídia impressa e 10 veículos online. Dos 50 veículos analisados, 26 são controlados por apenas cinco grupos: o Grupo Globo, da família Marinho, com nove desses veículos; o Grupo Bandeirantes, da família Saad, com cinco; a família Macedo, com o Grupo Record e os veículos da Igreja Universal Reino de Deus (IURD), comandada pelo líder religioso Edir Macedo, com cinco veículos; Grupo RBS, do empresário Maurício Sirotsky Sobrinho, com quatro; e Grupo Folha, comandado por Luíz Frias, com três veículos.

Em relação à posição geográfica, desses 26 veículos, 73% têm suas sedes nas regiões metropolitanas de São Paulo. Os demais localizam-se na cidade do Rio de Janeiro, sede de apenas um, porém o maior deles: o Grupo Globo. A pesquisa também identificou a existência de veículos com interesses religiosos. Dos 50 analisados, nove são propriedades de lideranças religiosas, por exemplo Rede Record TV, Rede de Rádios Aleluia e Rede Vida de TV.

De acordo com a metodologia do mapeamento, foram selecionadas as principais redes de rádio de alcance nacional.

Quadro 2 - Principais redes de rádio do Brasil.

REDES DE RÁDIO	TIPO DE PROGRAMAÇÃO
Rádio Globo	Entretenimento, música, informação e esporte
Rede Aleluia	Religiosa
Rede Band FM	Música, prêmios, informação, entretenimento
Rede Bandeirantes	Jornalismo, atualidade, esportes e música
Rede BandNews	Jornalismo
Rede Católica de Rádio RCR	Notícias, debates e conteúdos jornalísticos cristãos
Rede CBN	Jornalismo (<i>all news</i>)
Rede Gaúcha Sat	Esporte e jornalismo local
Rede Jovem Pan	Música, Jornalismo e entretenimento
Rede Mix FM	Música e boletins de notícias
Rede Novo Tempo	Espiritualidade, Música, Economia, Atualidades, Saúde, Jornalismo, Testemunhos e Família
Rede Transamérica	Música, esporte e jornalismo

Fonte: Elaborado pela autora, a partir dos dados do projeto Monitoramento da Propriedade da Mídia.

As 12 redes listadas no quadro acima são de três tipos: com foco principal em música e programas de entretenimento e humor, mas que transmitem também notícias; com foco principal em notícias e programas de variedades, mas que contam também com programação

¹⁸ O MOM é um banco de dados que contém detalhes sobre os proprietários dos maiores veículos e grupos de mídia, além de suas relações políticas e interesses econômicos.

musical; e as religiosas (três no total), que transmitem programas mais facilmente definidos como religiosos, além de notícias, entretenimento e programação musical produzidos a partir de um ponto de vista religioso. A pesquisa cruzou os dados da ANATEL¹⁹ sobre o tamanho e abrangência territorial das redes de rádio com o Índice de Prestígio de Marca (IPM) da revista Meio & Mensagem e os dados sobre hábito de consumo de rádio, agrupados por rede, da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), encomendada ao Kantar IBOPE²⁰ pelo Governo Federal. Como as redes de TV, as redes de rádio nacionais chegam a diversos estados do Brasil através do sistema de afiliadas.

Para se destacar dos grupos da mídia que possuem abrangência nacional, os conglomerados regionais apostam na produção e divulgação de informações e conteúdos relacionados com a comunidade em que estão inseridos. Cabral (2019, p 8-9) analisa este fenômeno:

Observa-se que o crescimento e o fortalecimento dos grupos regionais de mídia se devem à busca constante dos brasileiros sobre o que vem acontecendo na comunidade, no lugar onde estão inseridos. Ao se analisar o mapa de concentração da radiodifusão brasileira, verifica-se que os conglomerados regionais dominam a mídia no país, investindo em empresas diversificadas de comunicação e em coligadas com outros focos de atuação, tentando conquistar a credibilidade da população com ações de comunicação e até de responsabilidade social.

Portanto, por mais incoerente que possa parecer, valorizar a cultura e os costumes locais na era das redes (nacionais ou globais), da globalização, da virtualização, não é um contrassenso. Pois, conforme Castells (2001, p. 49), entusiasta da sociedade em rede na chamada era da informação, o espaço de fluxos não permeia toda a esfera da experiência humana na sociedade em rede. “Sem dúvida, a grande maioria das pessoas nas sociedades tradicionais, bem como nas desenvolvidas, vive em lugares e, portanto, percebe seu espaço com base no lugar”. Compartilhando do mesmo pensamento, Fernandes (2013, p. 108) acredita que, ao mesmo tempo que o homem se desenraizou de suas origens culturais e territoriais para se integrar à aldeia global²¹, “renasce a sensação de desapego e desinteresse pela informação local. Porém, em tempos de globalização, nunca se discutiu e se valorizou tanto a territorialização, a identidade e os vínculos do cidadão com a sua origem”.

¹⁹ Spectrum-E: Canais, 2017.

²⁰ Empresa de mensuração de audiência e investimento publicitário na América Latina.

²¹ Conceito cunhado pelo sociólogo canadense Marshall McLuhan para explicar a ideia de que o avanço tecnológico tende a encurtar distâncias, recriando no planeta a situação social que ocorre em uma aldeia.

A partir dessas constatações, fica cada vez mais difícil visualizar com clareza, no cenário contemporâneo, os limites que separam o local do global. Porém, a busca pela identidade e o “sentimento de pertença”, inerente ao ser humano, são fatores determinantes para o fortalecimento da cultura, dos hábitos, rotinas e crenças de uma comunidade. O rádio é o veículo que mais se aproxima dessa realidade. “É acessível, identifica-se facilmente com o público e traz consigo a experiência adquirida de uma relação histórica com o local” (COMASSETTO, 2007, p. 56).

3 RÁDIO E JORNALISMO LOCAL

A noção de tempo e espaço se diluiu, rompendo as fronteiras físicas, culturais e sociais. Os meios de comunicação conseguiram ultrapassar seus territórios chegando a outros lugares, propiciando que notícias locais ficassem lado a lado com as nacionais e internacionais. Temos agora, conforme Camponez (2002, p. 23), o “lugar de transformação dos particularismos numa cultura global”.

A partir desse contexto, este capítulo aborda a discussão do radiojornalismo local na atualidade. Para tanto, é necessário definir o que é considerado local. Renato Ortiz (1999, p.59) traz o seguinte conceito:

Quando nos referimos ao “local”, imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, do interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O “local” se confunde, assim, com o que nos circunda, está “realmente presente” em nossas vidas (grifos do autor)

Presencia-se uma comunicação global, com novos e grandes desafios para os meios de comunicação. Contudo, a globalização não afasta e nem rejeita o local. Afinal, não faz sentido ter conhecimento do que acontece a milhares de quilômetros e não saber o que se passa na vizinhança, ou na comunidade onde vive. Para Camponez (2002, p. 25), o local e o global não são extremos que se opõem, mas “espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada. O local é o lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direcionar-se para as denominadas de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas.” É da fusão entre os conceitos global e local que nasce a ideia de ‘glocal’.

López García (2008) ressalta que nos últimos anos tem havido uma relação tensa, diacrônica e permanente entre o local, o global e o glocal. Essa ‘glocalização’²², potencializada pela internet, fomenta o conceito de proximidade e de jornalismo de proximidade. Dados indicam que os homens, quanto mais mergulham na mundialização, mais querem afirmar as suas raízes. Peruzzo; Volpato (2009, p. 1) também acreditam na tendência do ressurgimento de valorização do que está próximo em meio à intensidade da globalização. “Apesar do fascínio pela informação internacionalizada e pela aparente homogeneização de valores, revitaliza-se o

²² Neologismo resultante das palavras globalização e localização.

apreço pelo local, pela comunidade, pelo familiar”. De acordo com Peruzzo (2003, p. 2), o local, apesar de estar inserido no global, busca fortalecer suas singularidades:

A valorização do local na sociedade contemporânea é processada pelo conjunto da sociedade e surge no auge do processo de globalização. Particularmente, até os grandes meios de comunicação de massa, que historicamente sempre deram mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional ou internacional, passam a regionalizar parte de seus conteúdos. Por que ocorre esse novo interesse pelo local? Justamente pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Elas curtem as benesses trazidas pela globalização, mas não vivem só do global, que em última instância é uma abstração. Elas buscam suas raízes e demonstram interesse em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico-cultural local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor.

Em um mundo globalizado, onde os lugares são ligados e conectados pela informação, é importante a compreensão do local. A palavra lugar, do latim *locālis*, e 'de lugar, local', deriva de *lōcus*, e 'lugar', pelo português arcaico *logar*, tem, entre outros e vários significados a seguinte definição²³: parte delimitada de um espaço; local, sítio, região. No sentido figurado, pode significar papel, importância que tem uma coisa ou pessoa para alguém. Na geografia, o conceito de lugar é alvo de um debate mais específico, ganhando novos contornos.

De acordo com o geógrafo Milton Santos (1994), o lugar está em permanente mudança, decorrente da própria lógica da sociedade e das inovações técnicas que estão sempre transformando o espaço geográfico. Para o autor, a concepção de lugar está intimamente relacionada à própria definição de espaço.

Tudo que existe num lugar está em relação com os outros elementos desse lugar. O que define o lugar é exatamente uma teia de objetos e ações com causa e efeito, que forma um contexto e atinge todas as variáveis já existentes, internas; e as novas, que se vão internalizar. (SANTOS, 1994, p. 97)

A sociologia e a antropologia também privilegiam a relação entre cultura e meio físico (ORTIZ, 1999, p. 53). Em suas palavras, quando o antropólogo estuda uma sociedade primitiva, “sua preocupação inicial é delimitar a sua área de abrangência [...]. A cartografia é o instrumento utilizado na sua primeira aproximação. Geógrafos e antropólogos partilham a ideia de que as culturas se enraízam em um meio físico determinado”. Ainda de acordo com Ortiz,

²³ Dicionário online de Português.

quando nos referimos ao ‘local’, imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, no interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas.

Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O ‘local’ se confunde, assim, com o que nos circunda, está ‘realmente presente’ em nossas vidas. Ele nos recorta com sua proximidade, nos acolhe com sua familiaridade. Talvez, por isso, pelo contraste em relação ao distante, ao que se encontra à parte, o associamos quase que naturalmente à ideia de ‘autêntico’ (ORTIZ, 1999, p. 59).

Para Bourdin (2001, p. 25), o antônimo habitual do mundial é o local, e a proximidade e a distância não são apenas constatações reais, mas construídas. Para o autor, “a localidade às vezes não passa de uma circunscrição projetada por uma autoridade, em razão de princípios que vão desde a história a critérios puramente técnicos”. Também pode exprimir a proximidade, o encontro diário, em outro ainda, a existência de um conjunto de especificidades sociais, culturais bem partilhadas. Já Ortiz (1999) acredita que o local se opõe ao nacional e ao global apenas como abstração. Peruzzo (2003, p. 5) complementa: “Tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global”.

Tanto Peruzzo (2003) como Bourdin (2001) compartilham o pensamento de que o local, ao mesmo tempo que indica possuir as dimensões de proximidade e de familiaridade, não permite ser tomado com contornos territoriais precisos, principalmente na perspectiva dos meios de comunicação que, com os avanços tecnológicos, podem se deslocar do local ao universal num mesmo processo comunicativo. Peruzzo (2003) acredita que a proximidade e familiaridade ocorrem mais pelos laços de identidade de interesses e simbólicas do que por razões geográficas, mesmo que estas últimas sejam peça importante na configuração da localidade.

Embora as demarcações geográficas possam ajudar a configurar o local, no que tange a cobertura e aos efeitos das mídias, elas são imensuráveis, mas se somam às demais singularidades, identidades e diversidades sócio-culturais, históricas, ecológicas, econômicas, de comunicabilidade etc., que ajudam a constituir o espaço local ou o comunitário. Não há porque desprezar o território geográfico enquanto fonte de significados, pois ele faz parte das condições objetivas de vida advindas do tipo de solo, de clima, das tradições, da língua, dialetos etc. e com a construção de valores e práticas sociais. (PERUZZO, 2003, p. 4)

Portanto, é a relação de intenção do indivíduo com o lugar que lhe confere identidade e significado. Assim, o lugar serve para conferir noção de pertencimento ao indivíduo, que “implica em ações objetivadas no sentido de que o indivíduo não é passivo nem tampouco alheio às circunstâncias. Ele age e reage de um modo efetivo e intencional. Significa uma tomada de consciência sobre sua própria história, na perspectiva de sua participação (LEITE, 2012, p. 1). Bourdin (2001, p. 16) compartilha desse raciocínio, e nomina como “antropologia da localidade”, a ideia que o homem se define e se constrói a partir do conhecimento de seu entorno imediato; que esse entorno é ao mesmo tempo material e social, indissociáveis, e que o conhecimento que dele temos se exprime na representação do território. “Essa forma de antropologia da localidade parte da afirmação que nossa identidade, até a mais individual, é construída a partir de um grupo de pertença. [...] Todo grupo de pertença é por princípio associado a um território”.

Pode-se dizer que o local e o regional no jornalismo estão quase sempre associados a duas relações principais: “A de proximidade geográfica com o público, as fontes e os conteúdos com os quais lidam os veículos; e a de identidade sociocultural e histórica com os territórios e sociedades dos quais emergem ou nos quais se inserem”. Para Peruzzo (2005), a proximidade é aquela que expressa as especificidades de uma localidade, que retrata os acontecimentos de uma determinada região e externa os diferentes pontos de vista, dos múltiplos segmentos sociais. Nesse sentido, a mídia de proximidade

caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder (PERUZZO, 2005, p. 9).

Segundo Aguiar (2016, p. 32), o que distingue o local do regional é:

É apenas uma questão de escala a partir da qual se observam as práticas jornalísticas em questão: se um bairro, uma comunidade, uma cidade ou um município; ou se um aglomerado de localidades reconhecido por uma identidade (geográfica, sociocultural, histórica) ou por uma denominação político-administrativa.

Nesse cenário, o local é a referência de identidade para que o indivíduo não perca as suas origens e seus costumes. Fernandes (2003, p. 15) afirma que “é ali que se vive, se trabalha, fortifica seus laços culturais, define sua personalidade, se forma um cidadão, constitui família e sente que é onde pode interferir na construção de um futuro melhor”. Comassetto (2007)

também vê o local como referência de identidade. Para ele, a vizinhança, o bairro, a cidade ou a região urbana ainda constituem pontos de referência relativamente estáveis. O autor observa que no mundo inteiro, as pessoas, ainda dependem umas das outras, para as mais diferentes necessidades, “constroem vínculos e relações; compartilham valores, alegrias e dificuldades; reclamam, reivindicam e se organizam para resolver os problemas da vida diária, e dificilmente dispensam da memória a sensação de enraizamento num lugar” (COMASSETTO, 2007, p. 56).

No fundo, o que está em causa é a busca das raízes, “o ponto de inflexão entre a identidade idealizada e o solo no qual ela se introduz” (ORTIZ, 1999, p. 59). Para o autor, três aspectos caracterizam o local: a proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado a questão das identidades e das raízes históricas e culturais) e a diversidade (é plural, se opõe ao global ou ao nacional apenas como abstração). Não é que o território não possui mais valor para a comunidade, mas, “agora este território pode ser físico-geográfico ou simbólico. Assim, adquire relevância o sentimento de pertença, já que se pode pertencer à distância. O que está em jogo é a vontade e os interesses dos membros” (PERUZZO; VOLPATO, 2009, p. 6)

O conceito de proximidade, de acordo com os dicionários, pode ser definido como “condição do que é ou está próximo de algo”, e está atrelado ao sentimento de pertencimento, seja geográfico ou não. A proximidade pode ser temporal, afetiva, psicológica, cultural ou social. Nesse sentido, amplia-se a busca pelas raízes e pela proximidade, que não tem apenas a dimensão física e geográfica. Para Camponez (2012, p. 36), a informação de proximidade pode assumir diferentes significados. “No caso dos media regionais e locais [...] a proximidade assume um significado próprio, marcante da sua especificidade e da sua identidade”. O autor defende que conceitos como território, comunicação e comunidade estão atrelados à imprensa regional, que ele define:

A partir do conceito de pacto comunicacional realizado no contexto de comunidades de lugar, isto é, comunidades que se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada – e onde intervêm critérios como o espaço geográfico de implantação do projeto editorial; o lugar de apreensão, recolha e produção dos acontecimentos noticiados; o espaço privilegiado de difusão da informação; o tipo de conteúdos partilhados e de informação disponibilizada; enfim, a definição dos públicos. Visto desse modo, a proximidade assume uma dimensão simbólica, sem a qual, nas palavras de Roger Silverstone, não há lugar para a própria existência de comunidade (CAMPONEZ, 2012, p. 36-37).

Para Peruzzo (2003), as identidades se configuram numa espacialidade, que exprime uma proximidade de interesses, raízes histórico-culturais, território geográfico etc., que dão contornos ao comunitário e ao local/regional. A autora enfatiza que o espaço comunitário e o local exigem um “território de pertença”, que não necessariamente se refere a uma área geográfica, ou mesmo político-administrativa dividida pelo Estado. A dimensão de proximidade “é entendida em suas nuances de sentido de pertencimento, ou seja, dos vínculos existentes entre as pessoas que partilham de uma cotidianidade ou de interesses em comum” (PERUZZO, 2003, p. 10).

A autora acrescenta ainda outras dimensões exploradas pela mídia local, como a da singularidade, que aborda aspectos específicos, como história, costumes, valores, língua, problemas de cada espaço; a da diversidade, que reforça as diferenças e a força das pequenas unidades; e da familiaridade, cujas ligações vêm das identidades construídas historicamente.

Enquanto a imprensa nacional, ou mesmo global, num universo ainda maior, se dirige a todas as pessoas, inseridas em qualquer ponto geográfico, com informações de interesses gerais da sociedade, independentemente do seu espaço territorial, a imprensa local foca em um público mais específico, ou mesmo um espaço ou localidade, procurando um ângulo mais concreto e específico relativo a uma comunidade. A imprensa do interior dirige-se a membros de uma comunidade caracterizada especialmente pelo localismo, “que funciona em um espaço mais ou menos limitado, por seleção do tipo de informação, por identificação com o público, pelo partilhamento dos fatos, dos interesses, das necessidades, das reivindicações políticas” (DORNELLES, 2013, p. 77).

Peruzzo (2003) salienta que a mídia local tende a reproduzir a lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo.

Porém, diferencia-se quanto ao conteúdo ao prestar mais atenção às especificidades de cada região, enquanto a grande mídia utiliza como um dos critérios na seleção de conteúdo, aqueles assuntos que interessam a um maior número de pessoas possível, o que a conduz para temas de interesse nacional e internacional (PERUZZO, 2003, p. 12).

No que tange a imprensa local, esta se fortalece pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Diante desse cenário, Fernandes (2013) acredita que o jornalismo do interior desempenha um papel fundamental.

De veículo de segunda categoria, mal-produzido, criado muitas vezes com objetivos políticos, passou a ser percebido como um canal de integração e fomentador da identidade das populações interioranas. A força integrativa e identitária desses veículos está na notícia de proximidade (FERNANDES, 2013, p. 108).

A imprensa regional se constrói a partir da relação entre o veículo e os públicos da região de abrangência e está intimamente ligada ao compromisso que o veículo assume em retratar a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade.

Neste sentido, as características da mídia regional devem levar em conta, além dos aspectos geográficos, a sede territorial da publicação, o seu âmbito de difusão e cobertura, a vocação e intencionalidade da publicação, o tratamento dado aos conteúdos, percepção do jornal sobre o leitor e a relação com as fontes de informação institucionais (CAMPONEZ, 2002, p. 109).

São os veículos regionais que vão divulgar a realidade, o dia a dia, os pormenores de determinados locais. Para Correia (1998), a mesma notícia publicada pelo órgão de comunicação social nacional e pelo regional vai ter contornos diferentes. O autor reforça ainda a ideia de que os jornais regionais são, por um lado, instância de reforço da identidade das comunidades com que se relacionam e, por outro, espaços de uma potencial abertura ao mundo, uma vez que pode servir de reforço a uma identidade local da mesma forma que permite um maior acesso ao mundo exterior. Nesse sentido, Cebrián Herreros (2007, p. 65) destaca que:

o rádio atual aprofunda os territórios locais e rompe as fronteiras para situar-se em âmbitos mundiais. Junto da localização emerge a globalização. Com os satélites e com a internet o rádio embarca na tendência geral da globalidade.

3.1 O rádio local

A mídia local existe desde o surgimento dos veículos de comunicação de massa. Historicamente, veículos como o jornal, o rádio e a televisão tinham uma vocação local que, a partir do uso das tecnologias de transmissão, muitos atingiram uma dimensão regional e nacional. Na opinião de Abernathy²⁴ (2018, p. 1), os meios locais desempenham um papel vital na construção da comunidade, promovendo um senso de identidade geográfica para residentes em várias comunidades, como bairros centrais, subúrbios ricos e cidades rurais. Para essas pessoas, “os jornais locais têm sido a principal, senão a única, fonte de notícias e informações

²⁴ Informações retiradas do site: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/>

confiáveis e abrangentes que podem afetar a qualidade de suas vidas diárias”. De acordo com Peruzzo (2005, p. 72), alguns desses meios de comunicação desenvolvem seu potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais. “É o caso do rádio, por exemplo, que é eminentemente local, embora possa percorrer também longas distâncias”.

Desde os anos 1920, o rádio já fazia transmissões com alcance global, por meio da propagação em ondas curtas, difundindo conteúdos locais para além das fronteiras territoriais. Dentro desse ponto de vista, Raddatz (2009, p.20) acrescenta:

O rádio, de modo especial, cumpre uma função relevante quanto ao seu aspecto de veículo local com característica do global. Com todas as distâncias que percorre via antena ou via internet, o rádio é um canal entre os cidadãos ouvintes que podem estar no fundo de uma fazenda ou na área urbana, sujeitos diferentes, que denotam a diversidade relativa à sociedade moderna, que fragmenta também o universo da cultura e de suas práticas.

O rádio fala do bairro, dos vizinhos, dos problemas que o ouvinte sofre diariamente e de sua cidade, e essas questões acentuam a proximidade, que é o diferencial numa época em que temáticas de interesse global povoam a mídia. O local é parte do processo. De acordo com Ota (2006), o rádio é um importante meio de comunicação de proximidade, na transmissão de informações e na prestação de serviço, em função de características geográficas do Estado de Mato Grosso do Sul.

Em algumas localidades, muitas vezes a emissora de rádio é a única fonte de informações de uma comunidade. Nesse sentido, projeto de jornalismo de dados Atlas da Notícia realiza o mapeamento dos veículos produtores de notícias - especialmente de jornalismo local – no território brasileiro, com o objetivo de localizar os municípios que não possuem presença de veículos jornalísticos. Os chamados *desertos de notícia* são, em geral, cidades pequenas, com população mediana de 7.100 habitantes, sem veículos independentes de notícias. Essas localidades correspondem a 62,6% dos municípios brasileiros. Embora representem a maior parte do número de cidades, elas totalizam 37 milhões de habitantes, ou seja, 18% da população nacional.

De acordo com o Atlas da Notícia, um município sem jornalismo local, que não possui uma cobertura noticiosa própria, é carente de informações independentes para que sua população possa votar, cobrar os governantes e saber mais sobre serviços, problemas e acontecimentos específicos daquela localidade.

Vale reforçar que, em dezembro de 2019, o Atlas da Notícia afirmou que 3.487 municípios brasileiros, 62,6% do total, eram ‘desertos de notícias’. A cobertura que seus

moradores recebem se restringe ao noticiário dos órgãos nacionais, sem foco no que faz o poder público local. Outros 1.074, 19,2%, são o que a pesquisa chama de "quase desertos", com no máximo dois veículos. Ao todo, o levantamento contou 11.833 veículos no país.

Uma das principais constatações da pesquisa é que o rádio é a principal mídia no Brasil, ou pelo menos a mais abrangente, apesar das barreiras de entrada, como a obtenção de concessão de radiofrequência e o alto custo associado à transmissão (também presentes na televisão, mas em menor escala).

O rádio, que desde o início de sua trajetória sempre teve características locais, é o meio que talvez reúna melhores condições para atender ao seu entorno. Ortriwano (198, p 16) afirmava, já nos anos de 1980 que:

[...] entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar informação para populações de regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais.

A facilidade de transmissão e recepção faz com que esteja presente nos lugares mais remotos. Diferente de outros meios que necessitam de diversos aparatos tecnológicos, como a televisão, ou que o seu público seja letrado, como é o caso do jornal impresso, o rádio é capaz de atingir toda a sociedade. Em muitos casos, é o único veículo produtor de informação local, levando para os cidadãos daquela comunidade notícias que sejam do seu interesse. Fadul (1976, p. 50) já reforçava o caráter regional do rádio na década de 1970. Para a autora,

Mesmo com o surgimento da televisão e os demais avanços tecnológicos, ele 'é o veículo de comunicação mais difundido no Brasil, como também ele passa a ser considerado como uma das principais formas de comunicação regional. [...] O rádio, na medida em que tem um alcance mais curto, está de certa forma ligado ao contexto social, político e econômico de uma região'.

Além dessas características, que reafirmam o rádio como veículo eminentemente local, outros fatores asseguram a eficácia das mensagens transmitidas pelo rádio e a fidelidade de seu público: a capacidade que o sujeito tem de captar e reter a informação ouvida e, simultaneamente, realizar outras atividades que não especificamente ouvir, o custo de produção relativamente baixo e a empatia com a audiência. O rádio é um meio muito pessoal. O locutor fala diretamente para o ouvinte.

Mesmo que a tecnologia permita com que as pessoas tenham acesso a outras culturas por meio do rádio, é através do local que o rádio assegura a proximidade entre ouvintes e locutores. O uso de bordões comumente utilizados durante os programas como “amigo ouvinte”, “caro ouvinte”, “minha comadre, meus amigos” reforça os laços próximos entre ambos e faz com que haja uma intimidade individual. Apesar de ser um meio criado para falar a milhares de pessoas, o rádio é voltado para o individual pois o locutor fala diretamente para o ouvinte (LIMA, 2018, p. 34).

Nem sempre o radialista conhece individualmente o seu ouvinte. Porém, o rádio, especialmente o rádio local, tem essa singularidade, de “parecer” falar com o ouvinte como se estivesse conversando com cada pessoa em particular, em sua casa, compartilhando um café. Avrella (2017, p. 65) reforça a importância de falar de acordo com a linguagem característica dessa localidade, demonstrando os seus traços culturais a partir da língua. “Fazer uma programação com a linguagem, os costumes, enfim, a cultura divergente ao da comunidade local é sentenciar a recusa dos ouvintes pela estação”.

Sobre isso, Herreros (2007, p. 54) avalia que o rádio é um reflexo da cultura do seu entorno e fomento da cultura oral do lugar. Para o autor, o veículo se fundamenta em sua capacidade de comunicação com a comunidade dos ouvintes. “Fala o idioma dos ouvintes, emprega seus léxicos, sua morfologia, suas gírias e incorpora todo o potencial fonético de cada comunidade. A palavra oral do rádio se converte em um valor cultural da comunidade”. A respeito do rádio local, o autor apresenta o seguinte conceito:

É aquele que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. Está centrado na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre no exterior e que tenha repercussão na vida comunidade (HERREROS, 2001, p. 146).

E esse conteúdo, bastante específico, revela a proximidade com a comunidade. “E a proximidade é o diferencial numa época em que as temáticas de interesse global saturam os espaços da mídia” (COMASSETTO, 2007, p. 86). Essa é uma tendência que acentua a importância da prestação de serviço, do jornalismo e da abordagem das problemáticas locais e de interesse comum.

Outros autores contribuem com a definição do rádio local, entre eles, Zuculoto (2012, p. 162), ao afirmar que o rádio local é aquele que foca quase toda sua programação em “informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região, é o que ouvimos principalmente nas pequenas e médias emissoras que não integram redes ou que participam no

máximo de redes regionais”. Santos (2010) acredita que a categoria geográfica deve ser entendida como a localização da própria estrutura física da emissora radiofônica. Para ela,

Quanto mais perto de sua audiência estiver localizada a rádio, mais ela será objeto de interesse de seus ouvintes. Já a proximidade cultural significa ter uma mesma origem social e cultural da população, não sendo estranha a ela. No rádio, assim como em outras mídias, o investimento nos acontecimentos de proximidade é uma aposta na força dos laços identitários. As informações locais dotam o morador de um diferencial em sua rotina (SANTOS, 2010, p. 7).

O diferencial do rádio frente aos demais meios de comunicação locais envolve as características do veículo como a instantaneidade, o imediatismo, a linguagem oral etc. De acordo com Heródoto Barbeiro (1989, p. 10), “a pauta do radiojornalismo deve ter condições de colocá-lo à frente dos demais meios de comunicação. Se não houver, o rádio perde sua característica de agilidade, imediatismo e instantaneidade”.

A interatividade entre o locutor e o ouvinte confere proximidade ao rádio. A ideia do companheiro virtual é reforçada pelo caráter regional das estações, apesar da existência de redes de emissoras (FERRARETTO, 2014). Para o autor, essas transmissões, mesmo geradas a partir do centro do país, acabam cedendo espaços para o conteúdo local nas afiliadas.

No caso das dedicadas ao jornalismo, há óbvias explicações para essa necessidade. O público quer a notícia que chega do mundo, mas sem deixar de lado os acontecimentos, as opiniões e os serviços do seu entorno. No das transmissões voltadas ao entretenimento, o ouvinte necessita de um comunicador que fale a língua de sua região, com expressões, inflexão e sotaque próprios, mesmo preponderando, no conteúdo, uma música mais globalizada – por exemplo, em uma rádio jovem – ou informações de lazer geradas em outros estados – como as sobre atores e atrizes de novelas ou cantores e cantoras de apelo fácil, comuns no rádio de teor mais popular (FERRARETTO, 2014, p. 28-29).

O que diferencia as emissoras locais de todas as outras, segundo Chantler; Harris (1998, p. 21), é o jornalismo. A força do jornalismo numa emissora de rádio local é o que caracteriza sua identidade local. Para eles, as estações de rádio locais que querem atingir grande audiência e ignoram o jornalismo correm riscos. Para os autores, notícias sobre a localidade são tão ou mais importantes do que as de outras partes do mundo, mas alertam para a necessidade de distinguir o que é local e o que é paroquial.

O noticiário da rádio local não é uma versão sonora dos jornais locais, acima de tudo, por uma questão de espaço. É importante avaliar corretamente o que

é uma notícia local. Por exemplo, uma história a respeito de um gato que sobe na árvore é muito paroquial para quase todas as emissoras de rádio. A mesma história sobre um bombeiro morto quando tentava apanhar o gato não só é uma boa história local, como também é uma notícia de interesse nacional (CHANTLER; HARRIS, 1998, p. 22).

No jornalismo produzido para as localidades, a proximidade é considerada por diversos autores como o principal valor-notícia. A proximidade, para Traquina (2005), encontra-se nos critérios substantivos. Para o autor, tanto vale a proximidade geográfica como a afetiva e cultural. Quanto mais perto do leitor, maior é o valor-notícia.

3.2 O jornalismo de rádio no interior

O rádio local começa sua trajetória ainda nos primórdios da implantação do meio (anos 1920), quando as primeiras emissoras eram criadas nas capitais, ele também começava a ser introduzido nos municípios do interior. A primeira rádio do interior e a 7ª do Brasil, de acordo com Rezende e Santiago (2005), é a Rádio Clube de Ribeirão Preto.

Há um reconhecimento tácito a respeito da condição de 1ª emissora instalada no interior do país, atribuída à Rádio Clube Ribeirão Preto. Ela foi fundada em 23 de dezembro de 1924, o que a coloca no 7º lugar entre os prefixos nacionais, fato registrado pela Associação das Emissoras de São Paulo – AESP, no número de abril de 1983, em seu jornal. Não é por acaso que seu prefixo é PRA-7. (MARANHÃO FILHO, 1998, p. 67 *apud* REZENDE; SANTIAGO, 2005, p. 28)

Ainda segundo os autores, a PRA-7²⁵ transmitiu notícias desde sua fundação, mesmo com a pouca experiência jornalística de seus integrantes. “Eles se limitavam a fazer leituras de pequenas notas sobre alguns acontecimentos sociais, e, aos poucos, a novidade da radiodifusão fez crescer a audiência e o volume de informações” (REZENDE; SANTIAGO, 2005, p. 169).

A primeira grande cobertura jornalística da PRA-7 foi a Revolução Constitucionalista de 1932. Com a chegada da década de 40, o jornalismo tornou-se uma prioridade para a emissora, que em 1943 lançou seu primeiro radiojornal. Porém, seu mais importante e influente programa jornalístico foi o ‘Rotativa Sonora’, criado em 1945, por Sebastião Porto e o radialista Fuad Cassis, que permaneceu sendo o mais importante até os anos de 1970.

O rádio e a informação local expandiram-se pelo interior do país. Para Comassetto (2007), o diferencial encontrado pelo rádio local, num ambiente saturado de mídias, é “a

²⁵ Prefixo de identificação das emissoras, atribuído pelo Ministério da Viação e Obras Públicas.

aproximação da audiência, com a abordagem de questões identificadas com a realidade da população de sua região de abrangência”. O novo contexto, resultante das inovações tecnológicas, desafia a sobrevivência do rádio local. Nesse sentido, o que sobressai é a informação.

O rádio sempre foi um meio de informação por excelência, mas agora tem mais uma razão para acreditar nela. A informação pode ser o fator de identidade do rádio local, o elemento a assegurar sua originalidade num ambiente saturado de mídias que disputam a atenção da audiência e fatias significativas do mercado publicitário. Evidente que não se trata de qualquer informação, mas de conteúdo que corresponda às necessidades específicas do público a que se volta, que diga respeito à sua realidade, que contribua para o esclarecimento da audiência e o fortalecimento da opinião pública (COMASSETTO, 2007, p. 163).

As pequenas emissoras também aderiram à convergência midiática, que permite o funcionamento de novos tipos de rádio. O primeiro tipo é o rádio da internet, que:

Constitui-se do rádio convencional que, além da transmissão como emissora AM ou FM, mantém um site na internet onde veicula a mesma programação do dial e também pode agregar e disponibilizar mais programação, informações, inclusive em convergência com texto e imagem. O outro tipo webemissora, caracterizada pelo rádio produzido e transmitido exclusivamente na internet (ZUCULOTO, 2012, p. 168).

Esse novo ambiente de comunicação e informação tem dois vieses: possibilita aos cidadãos de determinadas regiões o acesso às informações locais mesmo estando a longas distâncias, porém, acredita Zuculoto (2012, p. 170), esse modelo de rádio deixou de atender algumas de suas tradicionais e principais características, antes consideradas essenciais e obrigatórias: a instantaneidade e a fugacidade da mensagem. “Hoje o ouvinte não necessita mais ouvir rádio em tempo real, no exato momento da transmissão. Acessando-o pela internet, pode-se voltar atrás, ouvir a qualquer momento ou novamente”. Além disso, outra modificação que altera principalmente a linguagem do meio é a possibilidade de agregar informações em imagens ou texto, para complementar ou mesmo reforçar a comunicação. “O rádio já não pode mais simplesmente informar que tal fato ocorre daqui a pouco, sem situar de que dia, de que turno” (ZUCULOTO, 2012, p. 170).

A internet também facilitou o trabalho do jornalismo local, que, na maioria das vezes, conta com uma equipe bastante reduzida de profissionais. De acordo com Comassetto (2007, p. 175), “a internet amplia as fontes, facilita os contatos e a checagem de informações e fornece

conteúdo adicional para a complementação das matérias, além do que é muito utilizada como fonte para a pauta das redações”. Porém, o autor destaca que há desvantagens:

Se, por um lado, agora há maior facilidade para a produção de conteúdo sem necessidade de deixar a redação, por outro, isso acaba por acarretar um distanciamento ainda maior dos fatos, dependendo os repórteres cada vez mais de seus contatos corriqueiros, o que é perigoso quando não se dispõe de um número diversificado de fontes, pela prevalência de alguns pontos de vista e até pela redundância de alguns assuntos (COMASSETTO, 2007, p. 175).

Este fato faz com que a mídia local passe a veicular notícias obtidas através da internet, reduzindo a sua produção local. “A integração da rede local à internet trouxe mudanças na forma de processar a informação. Os jornalistas de rádio passaram a ter acesso gratuito às principais agências de notícias e aos jornais online nacionais e internacionais” (DEL BIANCO, 2004, p. 5).

Nesse sentido, se por um lado a internet proporciona facilidades ao trabalho dos jornalistas, por outro pode ser considerada responsável pela diminuição do espaço que a notícia produzida pelo repórter *in loco* recebe atualmente, não só pela comodidade, mas outros fatores, como a falta de investimento em estrutura e pessoal, além da corrida contra o tempo, podem alterar as rotinas produtivas de uma emissora, afetando diretamente a qualidade e a autenticidade do conteúdo. “O rádio, que já foi o ‘primeiro a dar as últimas’, conforme anunciava o slogan do Repórter Esso, agora se vale da internet para continuar passando a ideia de instantaneidade” (COMASSETTO, 2007, p. 177). Com a estrutura reduzida, a programação local das emissoras radiofônicas tende a utilizar o espaço cada vez menos com conteúdo voltado para a reportagem de rua, assim como com os assuntos caracterizados, no jornalismo clássico, como de interesse público.

A identidade do radiojornalismo local na atualidade assume, pouco a pouco, feições monopolísticas, a partir, principalmente, da complexidade comercial evidenciada pelo fenômeno de convergência empresarial. No caminho mais curto para atrair a audiência, mesmo as abordagens de conteúdo político tendem a se restringir a assuntos institucionais ou cair no contexto sensacionalista, com a prioridade para entrevistas que enfocam os bastidores, a fofoca e os conchavos políticos, em detrimento da informação politizada, que permita a formação de uma consciência crítica no cidadão. As próprias técnicas profissionais na elaboração do texto de rádio potencializam a redução da informação a um único viés ou ponto de vista. (SILVA, 2014, p. 83)

Para Comassetto (2007), a decisão da emissora em relação aos assuntos que serão noticiados muitas vezes é pautada por princípios mercadológicos e pela audiência, o que acaba por limitar a escolha dos jornalistas/radialistas.

Os radialistas, grosso modo, sabem que precisam preencher, em tempo hábil, os espaços reservados à informação. E, de preferência, que isso seja feito com informações relevantes, ou seja, de importância ou interesse da audiência, sobressaindo-se estas em relação àquelas, de acordo com o julgamento de ‘interessante’ anteriormente discutido (COMASSETTO, 2007, p. 179).

A construção do jornalismo é influenciada por decisões, opções ou ações pessoais (ASSIS, 2013). Para o autor, essas questões são ainda mais acentuadas no contexto do interior, motivadas tanto pelo amadorismo, como por declarações de paixão ao jornalismo. “Não se submetendo às mesmas exigências e aos mesmos padrões técnicos estabelecidos por grandes empresas midiáticas, os jornalistas inventaram modelos, formatos e linguagens diferenciadas, direcionando os rumos da imprensa no interior” (ASSIS, 2013, p. 314).

As particularidades do jornalismo alcançam a figura do jornalista de rádio. E, no caso do rádio local, é fundamental que esse profissional conheça profundamente os costumes locais e esteja próximo dos cidadãos que ali residem. Dornelles (2010, p. 241) destaca, como particularidade do jornalista local, a de viver entre os seus leitores. Dessa forma, para esse profissional, contar a vida é mostrar o interesse e o respeito pelas pessoas, pelo que fazem e pelo que dizem. De acordo com a autora, “os profissionais da imprensa interiorana devem ser jornalistas-assistentes do cidadão e ter como uma das suas características o gosto demasiado pelas pessoas”.

Camponéz (2012) ressalta algumas especificidades do jornalista local e regional elencados por Christian Sauvage, num texto sobre jornalistas locais. São elas:

1. O jornalista local é uma pessoa preocupada com as consequências do seu comentário; 2. é pouco dado à revelação de escândalos com o intuito de preservar as suas fontes de informação com as quais contata todos os dias; 3. é um generalista sobre as questões da sua região; 4. é uma pessoa bem enraizada na sua região, mantendo um contacto fácil com as pessoas; 5. é um narrador do quotidiano repetitivo; 6. faz um jornalismo de "notáveis", podendo ele próprio tornar-se num notável a prazo; 7. é um profissional mais sério e mais solidário com os seus colegas do que os seus congêneres da imprensa nacional (CAMPONEZ, 2012, p. 40).

A respeito da influência dos apresentadores de programas radiofônicos na audiência, Silva (2014) salienta que estes se tornam, no imaginário do ouvinte, modelos que participam da

sua vida cotidiana. O público se sente mais próximo dos profissionais e passa a participar da programação, por meio de ligações ou mensagens de celular, encaminhando pautas muitas vezes relevantes para a comunidade onde estão inseridos.

Os canais digitais de comunicação teriam, por consequência, um papel importante na tentativa de aproximação com esse público cativado pelos comunicadores, que agora quer explorar todas as funções que a narrativa no ciberespaço possibilita. Nesta troca de informações, o público também espera reações humanas por parte desses profissionais, geralmente enquadrados em um “padrão” de seriedade jornalística (SILVA, 2014, p. 85).

Avrella (2014) também acredita que com os recursos disponíveis na internet como o e-mail, as redes sociais e os próprios sites das estações, o rádio tem se tornado um meio ainda mais interativo, além de facilitar o trabalho do profissional.

O contato com os ouvintes, com as agências de notícias e com as demais fontes jornalísticas está sendo ampliado e simplificado a partir desses novos mecanismos de comunicação. Por essa condição, alguns profissionais tendem a deixar de lado a apuração de campo e já não se fazem mais presentes no palco dos acontecimentos. Isto torna algumas informações limitadas, sem as devidas sensações e observações que só poderiam ser relatadas com excelência a partir do contato direto do repórter com a fonte ou o fato (AVRELLA, 2014, p. 103).

Porém, considerado o “primo pobre” dos meios de comunicação, o rádio possui poucos jornalistas graduados atuando neste mercado, ocasionando a escassa produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios.

Nas emissoras pequenas, fatores como a baixa remuneração, a falta de perspectiva de crescimento profissional e a utilização de materiais prontos disponibilizados por agências de notícias, assessorias de imprensa e pelas cabeças de rede colaboram para a ausência de jornalistas nas redações. Além disso, a falta de fiscalização por parte dos órgãos responsáveis, como o Ministério das Comunicações, colabora para essa eminência (AVRELLA, 2014, p. 54).

Diversas são as causas da ausência de jornalistas com formação acadêmica no rádio brasileiro. No caso do rádio do interior, essa ausência é ainda maior, ou praticamente nula, como é o caso de Mato Grosso do Sul. Para tratar desse assunto foram realizadas entrevistas com o jornalista, radialista e professor do curso de Jornalismo da Universidade Anhanguera em Campo Grande, Clayton Sales²⁶; com o radialista Rodrigo Andrade²⁷, à época apresentador do

²⁶ Entrevista realizada no dia 30 de setembro de 2020.

²⁷ Entrevista realizada no dia 6 de outubro de 2020.

jornal Ronda da Cidade, da Rede Jota FM em Sidrolândia; e com o jornalista, editor e repórter do radiojornal Primeira Página, da rádio Morena FM 107,1, Ronie Cruz²⁸.

Ronie Cruz é graduado em jornalismo e foi aluno de Clayton Sales, que o indicou como fonte para entrevista, por ter sido um dos poucos alunos que se interessaram desde o início da graduação pelo veículo rádio, e que, apesar das dificuldades de remuneração e perspectiva de crescimento profissional, atua, em Campo Grande, na área escolhida. “Meu interesse começou antes da graduação, num projeto de rádio na escola onde estudava, em Ribas do Rio Pardo, interior do Mato Grosso do Sul”, relata Cruz. O jornalista conta que chegou a trabalhar na rádio do município e que, naquele período, amadureceu seu interesse e ingressou no curso de jornalismo, em Campo Grande. Após a conclusão do curso, Cruz teve experiências como jornalista em sites de notícias e na televisão, e, após dois anos, em 2017, teve a oportunidade de participar da implantação da Rádio CBN Campo Grande, onde exerceu as funções de repórter de política e âncora. Desde 2019 atua na rádio Morena FM.

Foto 1 - Jornalista Ronie Cruz.



Fonte: Acervo pessoal.

No período em que foi repórter de televisão, no município de Corumbá, localizado no Pantanal sul-mato-grossense, na fronteira com a Bolívia, Cruz pode observar a falta de profissionais com formação acadêmica atuando nas rádios locais e nos sites de notícias. Constatou que, mesmo sendo seu objetivo ser jornalista de rádio, os baixos salários não eram

²⁸ Entrevista realizada no dia 21 de outubro de 2020.

atrativos, motivo esse, acredita o jornalista, o principal responsável pela ausência de jornalistas graduados, principalmente no interior do Estado. Questionado se tinha colegas jornalistas trabalhando nas rádios do interior, afirmou que não.

Sales, além de professor é jornalista e profissional de rádio há quase 30 anos. Já apresentou programas musicais e jornalísticos na emissora 104 FM, da Fundação Estadual Jornalista Luiz Chagas de Rádio e TV Educativa de Mato Grosso do Sul (FERTEL), onde atua como servidor concursado desde 1994. Para ele, um dos principais motivos do baixo número de profissionais graduados nessa área é o próprio mercado, que não oferece muitos postos de trabalho.

Embora nos últimos anos o número de emissoras FM tenha crescido em Campo Grande, eram cinco FMs, agora temos em torno de dez, sendo algumas novas, outras que migraram do AM, você não tem tanta gente interessada em jornalismo de rádio, em construir uma carreira de jornalismo em rádio. Vejo isso observando os meus alunos (informação verbal)²⁹.

Outra questão observada pelo jornalista, é sobre a visão que ainda se tem sobre fazer jornalismo no rádio. “Tem uma legislação que tem que ser atendida. Tem que ter 5% da programação de jornalismo no rádio, porém, a questão é: se fiscalizam isso ou não?”, questiona. Além disso, Sales acredita que existem emissoras que apenas cumprem a legislação, mas sem dar a devida atenção ao conteúdo divulgado.

Muitos empresários colocam no ar qualquer coisa que lembre notícia, ou usa o espaço como palanque, para promover alguém que tenha pretensões eletivas. Ou o próprio locutor lê as matérias publicadas em sites de notícias. Não há produção jornalística, não há produção de redação, pois fazer jornalismo demanda ter bons profissionais, e profissionalismo custa dinheiro. Por outro lado, as novas emissoras instaladas em Campo Grande estão com um pensamento diferente, como por exemplo, a Morena FM, que tem programas jornalísticos produzidos por profissionais graduados, e a CBN, que tem como natureza o *all news*, com profissionais jornalistas ou então com os mais antigos, que atuam com o registro profissional (informação verbal)³⁰.

O jornalista de rádio sempre vai ser necessário para aquelas emissoras que levam o jornalismo a sério, que pensam em ter programas jornalísticos, com variedade de conteúdos jornalísticos, como a prestação de serviços, programas de entrevistas, debates, grandes reportagens, entre outros, acredita Sales.

²⁹ Entrevista realizada em 30/09/2020.

³⁰ Entrevista realizada em 30/09/2020

Foto 2 - Jornalista Clayton Sales.



Fonte: Acervo pessoal

No caso do interior, a formação acadêmica dos profissionais de rádio é ainda mais escassa, não apenas pela ausência de universidades ou mesmo de cursos de comunicação nos municípios³¹, mas pela falta de recursos financeiros das emissoras, que dependem da venda de espaços publicitários e principalmente de verbas públicas, oriundas das prefeituras locais, dos anúncios de alguns vereadores que compram alguns espaços, e isso muitas vezes extrapola a relação comercial entre rádio e cliente, o que também pode comprometer a isenção.

Rodrigo Andrade não cursou jornalismo. É radialista há 16 anos e revela que aprendeu a fazer rádio apenas com a prática. “Eu comecei no rádio moleque, com 14, 15 anos. Pedi uma oportunidade e comecei. Mas a gente precisa se atualizar, ouvir outros jornais, ver como as pessoas estão fazendo e melhorar sempre (informação verbal)³²”. O radialista, que na época da entrevista estava substituindo o apresentador oficial do programa³³, informou que não produz as matérias que vão ao ar, então, quando está fazendo o roteiro do programa, busca informações no site da Jota FM de Sidrolândia e das emissoras dos municípios próximos.

Em muitas empresas, principalmente aquelas com escassez de profissionais com qualificação na área, a utilização de releases tornou-se um facilitador. O radialista revela que também pauta a programação por meio dos releases produzidos pelas assessorias de imprensa,

³¹ Fora da Capital, existem cursos de Comunicação em Três Lagoas (AEMS), nas áreas de Jornalismo e Publicidade e Propaganda; e em Dourados (UNIGRAN), apenas na área de Publicidade e Propaganda.

³² Entrevista realizada no dia 6 de outubro de 2020.

³³ O apresentador oficial do programa é Mauro Silva, que estava temporariamente afastado para concorrer às eleições municipais de 2020 como vereador de Sidrolândia/MS. O apresentador não foi eleito vereador.

que recebe. Mas enfatiza que verifica se as notícias são de interesse da comunidade e se são verdadeiras, antes de divulgar.

Foto 3 - Rodrigo Andrade apresentando o Jornal Ronda da Cidade – Sidrolândia.



Fonte: Acervo pessoal.

Outra prática do jornalismo local, evidenciada no rádio de cidades do interior, é a utilização natural de fontes oficiais pelas empresas de comunicação.

Acrescenta-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos locais, de aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma ‘comunidade’ (PERUZZO, 2005, p. 81).

Andrade também cobre as notícias sobre saúde e polícia da região, que são transmitidas por meio de boletim, principalmente às segundas-feiras, quando o número de ocorrências é maior por conta do final de semana. “Para viver só de rádio, o cara precisa gostar muito (informação verbal³⁴)”, justifica ao relevar que recebe um salário-mínimo por seu trabalho como repórter, e complementa a renda familiar fazendo algumas locuções nos supermercados do município, e que outros radialistas que conhece tem mais de um emprego, “alguns deles trabalham também na assessoria da prefeitura (informação verbal³⁵)”.

³⁴ Entrevista realizada no dia 6 de outubro de 2020.

³⁵ Entrevista realizada no dia 6 de outubro de 2020.

Porém, se de um lado a falta de profissionalização é um obstáculo, por outro, a proximidade dos acontecimentos e das pessoas facilita o acesso tanto com a população, como com as fontes, ou mesmo com as assessorias de imprensa. Dessa forma, esse profissional pode preservar o desempenho da missão de divulgação da informação local, uma vez que conhece os problemas e anseios da sua comunidade. E essa proximidade natural com assuntos de interesses jornalísticos talvez seja o principal diferencial entre o jornalista do interior e seus colegas da capital, onde o jornalista muitas vezes nunca sequer viu a pessoa que irá entrevistar.

No interior, o jornalista conhece as pessoas que descreve. Interage com elas o tempo todo no espaço da cidade, mantendo contatos de maior ou menor proximidade. O importante a ser ressaltado aqui é isso: ao escrever, o jornalista, ao contrário do profissional da capital, conhece ‘algo a mais’ sobre as pessoas que descreve. E esse ‘algo a mais’ refere-se às nuances da personalidade dessa pessoa; às várias expressões de suas feições; a seus casos de família; aos aspectos polêmicos e banais que constituem essa história singular; à sua rotina na cidade; às roupas que costuma usar; a seus dias de bom e mau humor; à grandeza e mesquinhez de alguns de seus atos. [...] O jornalista do interior conhece também as cenas urbanas onde os fatos se dão: as ruas, as praças – as casas, mais do que compõem a cidade, compõem a constituição de sua história pessoal nesse espaço. O barzinho que está nas capas dos jornais, local de um assassinato, é o mesmo que frequenta com os amigos. A praça que será o palco para a apresentação de uma peça teatral é a mesma onde este ou esta jornalista brincou quando criança e namorou quando adolescente. O parque florestal que foi alagado pela chuva é o espaço onde costuma fazer sua caminhada matinal (MELO, 2007, p. 1).

Todas as fontes de informação são indispensáveis para o trabalho jornalístico, sendo consideradas uma estratégia útil para a proteção das peças publicadas, uma vez que legitimam e desresponsabilizam, de certo modo, o profissional dos conteúdos publicados, ou seja, o papel do jornalista é a intermediação de veiculação da informação. No interior, o acesso às fontes é facilitado, pois o leitor, o ouvinte e o telespectador confiam no jornalista para que ele lhes diga o que viu e ouviu. Pelo fato de ser também um cidadão local, “gente como a gente”, a comunidade sente, além da confiança, uma afeição especial pelo jornalista. E isso reflete na facilidade em falar com as fontes.

[...] frequentemente o profissional é procurado por diversas fontes que o abastecem com informações do que ocorre na cidade. É convidado para participar de inúmeros eventos, dos mais expressivos aos mais singelos, onde pode atualizar-se sobre os fatos. Representantes de sindicatos, associações, clubes esportivos, escolas, associações de moradores, cidadãos preocupados com os problemas de sua comunidade, enfim, os atores ativos do organismo social veem no jornalista o canal para veicular informações que consideram importantes para a comunidade (FERNANDES, 2003, p. 168).

No entanto, muitas vezes a sobrevivência financeira dos veículos do interior depende dos laços que mantêm com a política e com outras instâncias detentoras do poder, como a Igreja. Uma emissora comercial pode, por exemplo, acabar deixando de lado os interesses regionais, para satisfazer o desejo dos anunciantes por uma grande popularidade.

Há riscos, também, quando o patrocinador da emissora é o próprio governo: [...] há uma forte tendência de que os "responsáveis" queiram dar as cartas. Um governo não quer ouvir críticas de sua política numa emissora que considera sua. A autoridade de um modo geral não deseja ser desafiada — o que de tempo em tempo os jornalistas políticos devem fazer. Ministérios e departamentos são bastante sensíveis a assuntos que "a bem do interesse público" prefeririam não divulgar. Funcionários do governo tendem a evitar ou adiar a divulgação de "más notícias", mesmo que sejam verdadeiras (MCLEISH, 2001, p. 22).

Nesse sentido, Peruzzo (2005, p. 78) destaca que:

Os laços políticos locais tendem a ser fortes e a comprometer a informação de qualidade. É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até a omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses econômicos de donos da mídia. Claro que não se trata apenas de um problema da imprensa regional, mas nela parece que essas relações se tornam mais explícitas, justamente porque as possibilidades de confronto entre o fato e sua versão, por parte do leitor, são mais fáceis de acontecer.

Alguns jornalistas/radialistas, em razão dessa proximidade com a política e com a comunidade, chegam a se candidatar e assumir cargos eletivos. É o caso de Mauro Silva, radialista e apresentador oficial do programa Ronda da Cidade, da Jota FM de Sidrolândia, que no período de desenvolvimento desta pesquisa estava afastado para concorrer ao cargo de vereador do município nas eleições de 2020. Além de Mauro, o proprietário das emissoras, Nelson Feitosa, já ocupou o cargo de vereador no mesmo município, chegando a ser presidente da Câmara Municipal no período de 2007 a 2008. E, ainda de acordo com Andrade, dois vereadores de Sidrolândia mantêm um programa semanal na emissora.

O fato de o rádio ser visto como um veículo espontâneo pode ser uma armadilha, principalmente nas emissoras que não têm profissionais com formação acadêmica, fato comum no interior do Estado. Porém, o uso de uma linguagem adequada à realidade local também é outro fator que aproxima o jornalista, que não se submete às mesmas exigências e aos mesmos padrões técnicos estabelecidos por grandes empresas midiáticas, do seu público-alvo. Assis (2013, p. 314) destaca que “os jornalistas inventaram modelos, formatos e linguagens

diferenciadas [...] direcionando os rumos da imprensa no interior”. No caso do rádio, que se utiliza da voz e dos sons para comunicar, e conta com técnicas e regras específicas para esse fim, a linguagem local ganha ainda mais força, a partir do sotaque expresso na voz, emprego de gírias e utilização de músicas locais e regionais. O que importa, no interior, assim como em qualquer lugar do mundo, é fazer uso de ferramentas e estratégias para que a informação alcance e faça sentido ao seu público-alvo e, dessa forma, cumprir sua função social de atuar como “agente de informação e formação do coletivo” (BARBOSA FILHO, (2009, p. 49).

Para Traquina (2001), uma das funções fundamentais do jornalismo é servir ao cidadão e à sociedade, proporcionando o acesso às informações de interesse coletivo e atuando para o bem coletivo, ou seja: o jornalismo cumpre sua missão quando toma como principal critério o interesse público. O próprio perfil do rádio, de ter um discurso acessível às mais variadas classes sociais e formações, além do baixo custo e grande abrangência geográfica, o coloca como uma importante ferramenta para a divulgação da notícia de interesse público. O rádio tem, portanto, um relevante papel social, como aponta Mcleish (2001), por atuar como um multiplicador e acelerar o processo de informar a população. O rádio também fornece informações sobre empregos, produtos e serviços e, dessa forma, ajuda na criação de mercados e incentiva a renda e o consumo.

Ajuda a desenvolver objetivos comuns e opções políticas, possibilitando o debate social e político e expondo temas e soluções práticas; Contribui para a cultura artística e intelectual dando oportunidades para artistas novos e consagrados de todos os gêneros; Divulga ideias que podem ser radicais e que levam a novas crenças e valores, promovendo assim diversidade e mudanças – ou que talvez reforcem valores tradicionais para ajudar a manter a ordem social por meio do status quo; Facilita o diálogo entre indivíduos e grupos, promovendo a noção de comunidade; Mobiliza recursos públicos e privados para fins pessoais ou comunitários, especialmente numa emergência (MCLEISH, 2001, p. 20-21).

Como esta investigação se propõe a verificar não só o tipo de conteúdo veiculado na programação jornalística, mas a classificação dessa informação no rádio local e, considerando a percepção de Comassetto (2007, p. 164) a respeito de uma ampliação do entendimento de jornalismo, “sobretudo no rádio generalista, onde informações as mais diversas e com os mais diferentes objetivos, seja informar, entreter ou aconselhar, ganham o *status* de notícia”, no próximo tópico serão abordados os gêneros e formatos aplicados na classificação das notícias com conteúdo informativo.

3.3 O rádio em Mato Grosso do Sul e a Rede Jota FM

Presente em 76 dos 79 municípios do estado de Mato Grosso do Sul, o rádio é o meio local mais abrangente, representando uma cobertura de 96% do território (OTA; LIMA, 2018). Porém, apesar da presença de rádio local na maioria dos municípios do Estado, o último levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD³⁶), realizada em 2015, revelou que existiam aparelhos de rádio em 64% dos domicílios particulares permanentes levantados, contra 85,5% levantados na pesquisa de 2009.

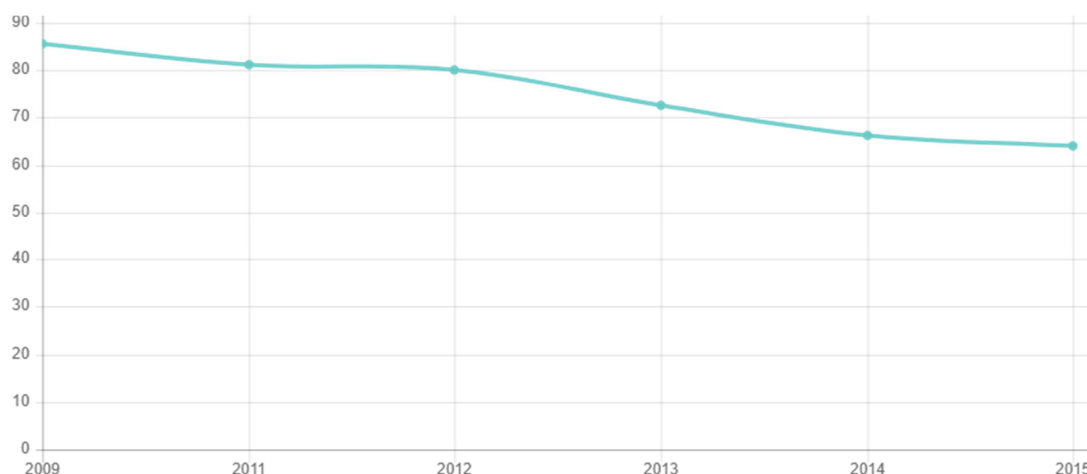
Essa questão é decorrente da popularização da internet e da universalização do celular, que passou a assumir a posição não só como de meio interpessoal, mas como espaço privilegiado para o consumo de bens simbólicos.

Nesse contexto, a migração do AM para o FM se apresenta como tábua de salvação para muitos empresários, pois a maioria dos modelos de telefones celulares permite a captação de transmissões analógicas em frequência modulada, mas não em ondas médias. [...] Diante da indefinição sobre o padrão de digitalização a ser seguido, os radiodifusores simplesmente pararam de investir e operam, muitas vezes, com velhos transmissores valvulados, que têm potência e alcance reduzidos ano a ano numa tentativa de estender sua sobrevivência. O AM, sobretudo no interior, está se apagando aos poucos. Sem perspectivas, a indústria eletroeletrônica simplesmente parou de produzir aparelhos receptores de rádio [...]. E, infelizmente não há garantias de que essa perda esteja sendo integralmente compensada pela escuta em novos dispositivos móveis, como telefones celulares e tocadores multimídia (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 60).

Del Bianco; Prata (2018, p. 99) esclarecem que “o celular se converteu na principal porta de entrada para o consumo de rádio, além de alargar as formas de mobilidade antes restritas aos aparelhos transistorizados e de automóvel”. Mato Grosso do Sul ocupava, em 2009, a 13ª posição entre os estados brasileiros, com maior número de aparelhos de rádio por município e, em 2015, a 15ª posição, conforme dados da PNAD.

³⁶ De acordo com contato realizado com técnico do IBGE, em julho/2020, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) foi extinta, tendo sido realizada pela última vez em 2015. Assim sendo, a última informação da PNAD sobre existência de rádio nos domicílios é daquele ano.

Gráfico 2 - Quadro de porcentagem de aparelhos de rádio no Mato Grosso do Sul.



Fonte: IBGE, 2015.

Apesar de tantas mudanças, o veículo ainda está presente no cotidiano de cidadãos de todo país, com mais intensidade em cidades do interior e comunidades afastadas das áreas urbanas. O Sistema de radiodifusão da Anatel³⁷ apontou que existem 230 emissoras (entre AM e FM) em funcionamento no Estado, das quais, 15 em Ondas Médias (OM), quatro em Ondas Tropicais (OT), 124 em Frequência Modulada (FM), entre comerciais e educativas, e 87 FM's comunitárias.

Reiterando o contexto regional, no Mato Grosso do Sul são quatro os grupos de mídia que concentram a maioria das emissoras de rádio: Grupo RCN com sede em Três Lagoas, Grupo Capital de Comunicação, Grupo Feitosa de Comunicação e Rede Jota FM, os três últimos com sede em Campo Grande. Dentre os quatro, a Rede Jota FM apresenta o maior número de estações de rádio (nove) localizadas nos municípios de: Aparecida do Taboado, Caarapó, Cassilândia, Coronel Sapucaia, Glória de Dourados, Grande Dourados, Ivinhema e Sidrolândia.

O Grupo foi fundado em 1980 por Luiz Carlos da Silva Feitosa, com a criação do jornal A Crítica. Três anos depois, o irmão Nelson da Silva Feitosa entrou como sócio do empreendimento jornalístico. Em 1988, durante o governo do presidente José Sarney, foi outorgada a primeira concessão para a exploração da radiodifusão em AM para os irmãos. Nascia a Rádio Pindorama, em Sidrolândia, a primeira das 16 concessões obtidas pela família.

O nome Pindorama foi escolhido para simbolizar o início do Grupo na radiodifusão. De acordo com Nelson³⁸, Luiz queria um nome que representasse o pioneirismo e Pindorama, de origem Tupi, significa “Terra das Palmeiras”, como era chamado o Brasil, antes da colonização

³⁷ Consulta realizada em julho de 2020 no Sistema de Radiodifusão da Anatel.

³⁸ Informações fornecidas pelo empresário Nelson Feitosa, proprietário da Rede Jota FM, em entrevista realizada em março de 2020.

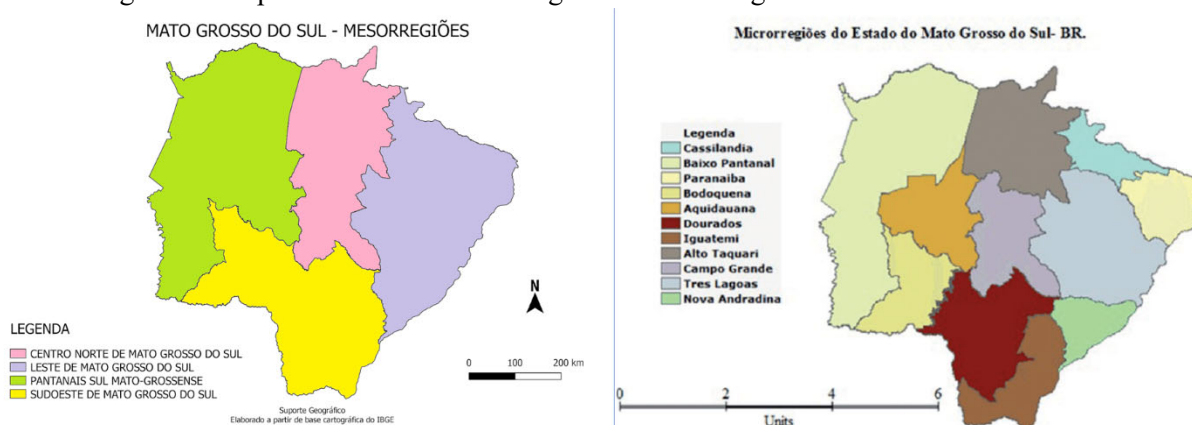
portuguesa. Com a outorga, coube a Nelson administrar a rádio. Dessa forma, mudou-se com a família para Sidrolândia em 1988, onde, de acordo com o empresário, “construíram a maior estrutura de rádio do Estado, para abrigar a Rádio Pindorama AM 1370”.

Percebendo que a emissora dava resultado, Nelson decidiu reativar a Associação de Emissoras de Radiodifusão de Mato Grosso do Sul - AERMS. Entrou em contato com o empresário Rosário Congro Neto, que era deputado federal e tinha emissoras de rádio na região Leste do Estado (Três Lagoas), hoje proprietário do grupo RCN, e juntos convocaram uma reunião com todos os radiodifusores do Estado. Porém, apesar de estarem de acordo com a reabertura da Associação, os empresários não estavam dispostos a investir nos custos, pois suas emissoras não davam lucro. Nelson, então, se ofereceu para comprar as emissoras. Nesse dia, negociou as rádios de Glória de Dourados, Aparecida do Taboado e Ivinhema. Uma semana após a reunião, comprou mais uma, a de Paranhos.

Após essas aquisições, Nelson percebeu que sua vocação era o rádio e a de seu irmão, o jornal impresso, então decidiram separar a sociedade, o que foi formalizado em 2019. “Cada um tocava as suas coisas”. Com a oficialização da separação, a parte destinada a Nelson passou a chamar Rede Jota FM. Hoje, a Rede Jota FM possui um total de nove emissoras distribuídas no interior de Mato Grosso do Sul, e é a maior rede radiofônica do Estado.

O Estado é dividido em quatro mesorregiões: do Centro-Norte do Mato Grosso do Sul; do Leste do Mato Grosso do Sul; do Sudoeste do Mato Grosso do Sul e dos Pantanaís Sul-Mato-Grossenses, e subdividido em onze microrregiões.

Figura 2 - Mapas das divisões mesorregional e microrregional de Mato Grosso do Sul.



Fonte: Elaborado a partir de dados do IBGE, 2015.

As emissoras estão situadas nas microrregiões de Campo Grande (Centro Norte), Dourados (Sudoeste), Três Lagoas (Leste), Iguatemi (Sudoeste), Casssilândia (Leste), Paranaíba (Leste) e Bodoquena (Sudoeste). Apenas na mesorregião do Pantanal, formada pelas

microrregiões do Baixo Pantanal e Aquidauana, o Grupo não possui emissoras. Em Campo Grande, a Rede Jota FM tem o Studio Central, onde é produzido e transmitido o programa Ronda do MS, e o site: www.radiojotafm.com.br.

Foto 4 – Nelson da Silva apresentando o Ronda MS em Campo Grande.



Fonte: Acervo pessoal.

Nelson é o responsável pelo programa Ronda do MS, radiojornal objeto deste estudo, produzido por ele, em Campo Grande, e transmitido para todas as emissoras, de segunda a sexta-feira, das 11h às 12h. Nelson trabalha sozinho no estúdio, que fica num prédio comercial na Avenida Afonso Pena. Não tem técnico e nem repórter. Ele produz e apresenta, levando informação a nove municípios e adjacências. Nelson relata como produz o programa:

Eu entro no Google, digito Mato Grosso do Sul e o nome das cidades onde eu tenho emissora. E procuro algum fato que não está na base. Tipo uma decisão judicial, que vai demorar para chegar à informação lá no município. (informação verbal)³⁹.

No Quadro 4 é apresentado, em ordem alfabética, a representação populacional dos municípios que mantêm emissoras do Grupo, de acordo com o IBGE⁴⁰.

³⁹ Entrevista realizada no dia 13 de março de 2020.

⁴⁰ Informações obtidas em janeiro de 2021.

Quadro 3 - Representação populacional dos municípios que contam com emissoras da Rede Jota.

Município	População estimada (2020)	Último censo (2010)	Densidade demográfica hab/km ²
Aparecida do Taboado	26.069	22.320	8,12
Caarapó	30.593	25.767	12,33
Cassilândia	22.002	20.966	5,74
Coronel Sapucaia	15.352	14.064	13,72
Deodápolis	12.984	12.139	14,60
Glória de Dourados	9.950	9.927	20,19
Ivinhema	23.232	22.341	11,11
Selvíria	6.542	6.287	1,93
Sidrolândia	59.245	42.132	7,97

Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados do IBGE, 2020.

De acordo com o proprietário, as emissoras AM já migraram para FM e alcançam um público total de 1.225.552 habitantes, o que equivale a 47% do Mato Grosso do Sul, em termos de abrangência e no alcance do número de habitantes, conforme demonstrado no Quadro 5.

Quadro 4 - Alcance e abrangência das emissoras.

MUNICÍPIO	NOME DA RÁDIO	ABRANGÊNCIA	ALCANCE/HABITANTES
Aparecida do Taboado	Rádio Cidade Jota FM 99.5	Aparecida do Taboado, Paranaíba, Selvíria e Santa Fé do Sul (SP)	97.257
Caarapó	Rádio Difusora Jota FM 99.9	Caarapó, Juti, Amambai e Dourados	72.426
Cassilândia	Rádio Central Jota FM 98.3	A rádio mais potente do estado, com 50 watts, abrange 4 estados: MS, GO, MG e SP	147.504
Coronel Sapucaia	Rádio Jota 106.6 FM	Coronel Sapucaia, Amambai, Japorã, Aral Moreira, Paranhos e Capiton Bado (PY)	63.804
Deodápolis	Radio Jota 101.3 FM	Região Grande Dourados e Vale do Ivinhema: Deodápolis, Glória de Dourados, Jateí, Vicentina, Fátima do Sul, Angélica, Ivinhema, Nova Alvorada do Sul, Novo Horizonte do Sul, Rio Brilhante, Caarapó, Dourados, Itaporã, Naviraí, Juti, Ponta Porã, Sidrolândia e Campo Grande	646.474
Glória de Dourados	Rádio Paiguás Jota FM 95.5	Glória de Dourados. Jateí, Deodápolis, Culturama (distrito de Fátima do Sul) e Guassulândia (distrito de Glória de Dourados)	9.992
Ivinhema	Rádio Piravevê Jota FM 98.1	Ivinhema, Deodápolis, Angélica, Nova Andradina e Naviraí	22.928
Selvíria	Rádio Jota 92.3 FM	Selvíria, Três Lagoas, Inocência e Aparecida do Taboado	162.142
Sidrolândia	Rádio Pindorama Jota FM 100.7	Sidrolândia, Dois Irmãos do Buriti, Maracaju, Terenos, Nova Alvorada do Sul e Campo Grande	144.877 habitantes
TOTAL			1.225.552

Fonte: IBGE (2014), informado pela emissora.

A programação das rádios é basicamente a mesma em quase todos os municípios. Entretanto, apenas as emissoras de Sidrolândia, Caarapó e Cassilândia produzem o programa jornalístico local, denominado Ronda da Cidade. Durante a apresentação do Ronda do MS, os repórteres dessas emissoras entram ao vivo com informações dos boletins policiais locais. As demais emissoras veiculam apenas o programa “Ronda do MS”, transmitido pela cabeça de Rede às 11h.

Quadro 5 - Programação das emissoras da Rede Jota

HORÁRIO	PROGRAMA	CATEGORIA
0h às 4h	Corujão da Jota	Musical
4 às 6h45	Raiz Sertaneja	Musical
7h às 7h50	Ronda da Cidade	Jornalismo Local
7h55 às 8h	Negócios e oportunidades	Prestação de serviços
8h às 11h	Bom dia Jota FM	Musical
11h às 12h	Ronda do MS	Jornalismo de rede Estadual
12h às 13h	Vinil da Jota	Musical
13h às 15h	Boa tarde Jota FM	Musical
15h às 20h	Rodeio da Jota	Musical
20h às 21h	Termômetro do Sucesso	Musical
21h às 22h	Voz do Brasil	Jornalismo de rede Nacional
22h às 00h	Amor sem fim	Musical

Fonte: Elaborado pela autora.

4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PROGRAMA RONDA DO MS

Para atingir o objetivo da presente dissertação, que é investigar se o conteúdo do programa radiojornalístico Ronda do MS contempla os municípios onde a Rede tem emissora, a metodologia aplicada será a Análise de Conteúdo (AC), proposta por Laurence Bardin (2016). A linha metodológica foi escolhida por sua característica híbrida, que permite à apuração utilizar dados quantitativos e qualitativos, além de ser um método que se ocupa basicamente da análise de mensagens. A autora define a análise de conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2016, p. 36).

Ainda de acordo com a autora, qualquer comunicação, ou seja, qualquer troca de significações de um emissor para um receptor deveria poder ser decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo. “A técnica de análise de conteúdo adequada ao domínio e ao objetivo pretendidos tem que ser reinventada a cada momento” (BARDIN, 2016, p. 36). A AC também é referenciada como um método de pesquisa que

Recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2010, p. 126-127).

A análise de conteúdo é um processo que conta com cinco etapas: a organização da análise, a codificação, a categorização, a inferência e o tratamento informático. A organização é composta por três fases: a pré-análise, que é a etapa de organização propriamente dita, que tem por objetivo “tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais” (Bardin, 2016, p. 125), momento da escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

A segunda fase é a da exploração do material, que é a aplicação sistemática das decisões tomadas. “Esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2016, p. 131). A terceira fase refere-se ao tratamento dos resultados obtidos e a interpretação desses

dados por meio de “operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise fatorial), que permitem estabelecer quadros e resultados” (BARDIN, 2016, p. 131). Com resultados significativos e fiéis, o analista então poderá propor inferências e fazer interpretações a respeito dos objetivos previstos.

A codificação do material, que corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto, se dá por recorte (escolha das unidades), agregação/classificação (escolha das categorias) e enumeração (escolha das regras de contagem) com o objetivo de atingir uma representação do conteúdo. Já a categorização, na análise de conteúdo, é a passagem de dados brutos a dados organizados, e tem como primeiro objetivo, de acordo com a autora,

Fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos. Na análise quantitativa, as inferências finais são, no entanto, efetuadas a partir do material reconstruído. Supõe-se, portanto que a decomposição-reconstrução desempenha determinada função na indicação de correspondências entre as mensagens e a realidade subjacente (BARDIN, 2016, p. 148-149).

A inferência é “o momento mais fértil da análise de conteúdo” (FONSECA JÚNIOR, 2015, p. 298) e está centrada nos aspectos implícitos da mensagem analisada, na identificação dos tipos de inferência presentes. Por fim, a quinta e última etapa consiste na utilização do computador para sistematizar os dados e desenvolver a partir daí as inferências.

Assim, a análise de conteúdo consiste em um instrumento adequado para a investigação do uso informativo da Rede Jota FM, por meio do conteúdo emitido pelo radiojornal “Ronda do MS”. Para tal, seguimos a orientação de Bardin (2016) a respeito das fases do processo: a organização da análise, a codificação, a categorização, a inferência⁴¹ e o tratamento informático. E para criar as categorias, foi preciso recorrer à classificação de gêneros e formatos.

4.1 Gêneros e formatos radiojornalísticos

A necessidade de classificar os gêneros existe desde a Grécia Antiga, quando Platão propôs uma classificação binária entre gênero sério, que incluía a epopeia e a tragédia, e gênero burlesco, do qual faziam parte a comédia e a sátira. “Platão, sem dúvida nenhuma, foi o primeiro cientista a estudar os gêneros, além de definir que todos os textos literários são uma narrativa de acontecimentos, sejam eles passados, presentes ou futuros” (MEDINA, 2001, p. 46).

⁴¹ Na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada (FONSECA JUNIOR; CORREA, 2015, p. 284).

No Brasil, a partir da década de 1960, o jornalista pernambucano Luiz Beltrão deu início aos estudos sobre os gêneros jornalísticos com três clássicos do assunto: *A Imprensa Informativa* (1969), *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinitivo* (1980), posteriormente aprofundados por José Marques de Melo na obra *Para uma Leitura Crítica da Comunicação* (1985), que analisa a questão do gênero nas origens do jornalismo brasileiro. Baseado em Bakhtin (1997), em Marques de Melo (2003; 2006) e em Bonini (2002; 2003; 2006), Costa (2010) identifica gênero jornalístico como:

Um conjunto de parâmetros textuais selecionados em função de uma situação de interação e de expectativa dos agentes do fazer jornalístico, estruturado por um ou mais propósitos comunicativos que resulta em unidades textuais autônomas, relativamente estáveis, identificáveis no todo do processo social de transmissão de informações por meio de uma mídia/suporte (COSTA *apud* MELO; ASSIS, 2010, p. 47).

Marques de Melo; Assis (2016) entendem que o trabalho jornalístico, organizado e normatizado conforme padrões preestabelecidos, subdivide-se em, pelo menos, dois estágios complementares: os gêneros e os formatos.

O campo da comunicação é constituído por conjuntos processuais, entre eles a comunicação massiva, organizada em modalidades significativas, inclusive a comunicação periodística (jornal/revista). Esta é estruturada, por sua vez, em categorias funcionais, como é o caso do jornalismo, cujas unidades de mensagem se agrupam em classes, mais conhecidas como gêneros, extensão que se divide em outras, denominadas formatos, os quais, em relação à primeira, são desdobrados em espécies, chamadas tipos (MELO, 2009, p. 35).

O surgimento e/ou a consolidação dos gêneros, de acordo com Melo; Assis (2016, p. 50), “são sempre respostas às demandas sociais, muitas das quais evidenciadas em momentos históricos datados, especialmente em períodos de crise ou de profundas transformações”. Os gêneros jornalísticos, de acordo com Medina (2001), servem para orientar os leitores, permitindo-os identificar as formas e os conteúdos dos mesmos. Servem, também, como um “diálogo entre o jornal e o leitor, pois é através das exigências dos leitores que as formas e os conteúdos dos jornais se modificam. Os gêneros servem ainda para identificar uma determinada intenção, seja de informar, de opinar, de interpretar ou de divertir” (MEDINA, 2001, p. 50).

Já os formatos são variantes dos gêneros, e a eles subordinados, ao mesmo tempo em que se desenvolvem segundo suas lógicas internas próprias e multiplicam potencialidades, ou seja, são a forma que emissores adotam para se manifestar e para fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas. Para Rabaça; Barbosa (1995, p. 279),

formato é “a estrutura de uma programação, geralmente representada graficamente por um esquema a ser seguido pelos roteiristas e programadores”. Já Ferraretto (2001, p. 61) afirma que formato é “uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das ideias”. Nesse sentido, o autor propõe uma divisão dos formatos em puros e híbridos, onde os primeiros englobam o informativo, musical, comunitário, educativo-cultural e místico-religioso, enquanto o segundo, os de participação do ouvinte, música, esporte e notícia.

Diante dos conceitos apresentados, nota-se que as definições de formatos diferem um pouco de acordo com o veículo ao qual está atrelado. Melo; Assis (2016) destacam que a identificação e classificação dos formatos vão surgindo conforme o próprio desenrolar da atividade. Para os autores,

Uma forma jornalística não surge do nada. Ela, em geral, é sinal do aprimoramento de um processo que tem raízes na própria constituição da imprensa, no século 17 [...]. É do tratamento primário da informação que as "sub-rotinas" dos gêneros se desdobram. Algumas conquistam validação. Outras, no entanto, desaparecem tão rápido quanto surgem. Nossa tarefa é observá-las constantemente, pois somente assim conseguimos vislumbrar a evolução do Jornalismo [...]. A própria “Classificação Marques de Melo” refere-se especificamente à imprensa brasileira, e, como indicado, espelha um recorte temporal – não que sua validade se perca em breve, mas sua pertinência deve ser monitorada e, quando necessário, devem ser acrescidos novos itens ao conjunto (MELO; ASSIS, 2016, p. 51-52).

Com relação à produção acadêmica em torno dos gêneros e formatos radiofônicos, observa-se que a literatura atual ainda é escassa, além de muito próxima das classificações de autores que analisam o jornalismo impresso e televisivo.

E, nesse sentido, considerando todas as mudanças proporcionadas pelos avanços tecnológicos e, conseqüentemente, pela convergência no contexto do rádio, a partir da classificação proposta por Marques de Melo (2006), que abarca os veículos de maneira geral, junto com a bibliografia existente sobre rádio, a pesquisadora Janine Lucht (2009), em sua tese de doutorado sobre gêneros jornalísticos, após uma extensa revisão bibliográfica sobre o tema, propõe uma classificação para gêneros radiojornalísticos no Brasil, a qual será adotada como referência nas análises.

Essa classificação difere de gêneros radiofônicos (classificação já existente proposta por Barbosa Filho, 2009), conforme explicação: “radiofônico ‘refere-se a todos os gêneros praticados no rádio’; e radiojornalístico apenas àqueles que contemplam os preceitos jornalísticos, a saber: imediatismo, instantaneidade, universalidade, proximidade, mobilidade”

(LUTCH, 2009, p. 36). Os gêneros radiojornalísticos podem ser: informativo; opinativo; interpretativo; utilitário e diversional, e cada gênero apresenta-se por meio de diversos formatos. Para Lucht (2009, p. 55-56), “formatos são os tipos de emissões que caracterizam determinado gênero jornalístico, obedecendo a critérios de estilo, conteúdo e estrutura”.

A autor também aborda outra questão a respeito da diferença entre formato e o que representa apenas o tipo de programa a ser exibido. Muitos dos formatos que a autora apresenta em sua classificação podem aparecer como um programa, ou como parte de outro. É o caso da entrevista, que pode servir de suporte para o repórter conseguir uma informação, ou pode ser o programa em si.

Quadro 6 - Classificação dos gêneros e formatos radiojornalísticos.

Gêneros	Formatos	
Informativo	Nota Entrevista Flash Boletim	Reportagem Notícia Manchete
Opinativo	Editorial Resenha Testemunhal Painel Ouvinte	Comentário Crônica Debate Charge eletrônica Rádio-conselho
Interpretativo	Coberturas especiais Biografia Enquete	Perfil Documentário radiofônico Divulgação técnico-científica
Utilitário	Trânsito Roteiro Cotação Indicador	Previsão do tempo Serviço de utilidade pública Necrologia
Diversional	História de vida <i>Feature</i> radiofônico (história de interesse humano) <i>Fait divers</i> radiofônico	

Fonte: Lucht (2009).

Lucht (2009) admite a existência de cinco gêneros jornalísticos: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. O radiojornal é o mais comum entre os tipos de programas noticiosos e, embora os gêneros informativo e utilitário prevaleçam em programas radiojornalísticos, o programa “Ronda do MS”, objeto dessa pesquisa, compreende também os gêneros opinativo e diversional.

Ainda segundo Lucht (2009, p. 62), o gênero informativo é classificado como “aquele que se limita a narrar os acontecimentos, sem emitir qualquer tipo de juízo de valor, opinião ou interpretação”. Para Ferrareto (2001, p. 201), esse gênero “retrata o fato com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão como notícia”. No Quadro 8 são apresentados os formatos que compõem esse gênero, descritos por Lucht (2009), a partir da conceituação proposta por Marques de Melo e outros autores.

Quadro 7 - Descrição dos formatos do Gênero Informativo.

FORMATO	CONCEITO	DURAÇÃO
Nota	Um informe curto de um fato atual que ainda não foi concluído, informações que acabaram de chegar na redação e ainda vão ser confirmadas e ampliadas. É transmitido em frases diretas (LUCHT, 2015; BARBOSA FILHO, 2009; MARQUES DE MELO, 1992)	15” a 30”
Notícia	A nota ampliada. “É o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social (MARQUES DE MELO, 2003, p. 66)	30” a 1’
Reportagem	“Uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento[...] consegue ampliar o caráter minimalista e oportuniza [grifo nosso] aos ouvintes [...] uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado” (BARBOSA FILHO, 2009, p. 92)	3’ a 5’
Boletim	Matéria breve do repórter, composta da narração (seja ela escrita anteriormente, ou de improviso), sem a utilização de sonora ⁴² .	1’30” a 3’
Flash	Equivale ao lide da matéria. Tem, em média, de 15 a 30 segundos. É dado pelo repórter, porém não é assinado pelo mesmo. Seu nome aparece na cabeça lida pelo apresentador.	15” a 30”
Manchete	É o flash lido pelo locutor ou pela dupla de locutores. Equivale à cabeça da matéria ou ao lide da notícia, um resumo, normalmente apresentado nos radiojornais de hora em hora. O tempo varia de 5 a 15 segundos geralmente.	15” a 30”
Entrevista	É “uma das principais fontes de coleta de informação de um jornal e está presente, direta ou indiretamente, na maioria das matérias jornalísticas”. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 93)	Varia de 5’ a 30’

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Lucht (2009).

Em relação ao gênero opinativo, presente em menor número nesta pesquisa e apresentados no Quadro 9, de acordo com a classificação da autora, é composto pelos seguintes

⁴² No jargão jornalístico, os termos ‘sonora’ e ‘ilustração’ equivalem a entrevista.

formatos: editorial, comentário, resenha, crônica, testemunhal, debate, painel, charge eletrônica, ouvinte e rádio-conselho.

Quadro 8 - Descrição dos formatos do Gênero Opinitivo.

FORMATO	CONCEITO	DURAÇÃO
Editorial	De acordo com a maioria dos manuais, é o texto não assinado, que representa a opinião do veículo. O consenso das opiniões de diferentes núcleos da instituição. (MARQUES DE MELO, 2003)	1'30" a 3'
Comentário	O comentário revela ângulos obscuros da reportagem, seu alcance, circunstâncias e consequências. (MARQUES DE MELO, 1976)	1'30" a 3'
Resenha	Corresponde à apreciação de obras de artes e produtos culturais, por um especialista no assunto, como por exemplo um crítico de cinema. (MARQUES DE MELO, 2003)	1'30" a 3'
Crônica	Uma composição breve sobre as cenas do cotidiano. Situa-se na fronteira entre a informação de atualidade e narração literária (MARQUES DE MELO, 2003). No rádio, ganha espaço principalmente na narração dos momentos mais marcantes de uma partida de futebol. (LUCHT, 2009)	1'30" a 3'
Testemunhal	No rádio, o testemunhal é uma fala, geralmente do apresentador, que narra fato acontecido consigo e pode servir de alerta para outras pessoas. Parte do pessoal para o coletivo, como uma tentativa de humanizar a transmissão. (LUCHT, 2009)	1'30" a 3'
Debate	É a forma mais rica de apresentar aos ouvintes diversos pontos de vista sobre um determinado tema. (LUCHT, 2009)	Até 1 hora
Painel	Apresenta várias vozes a respeito de um tema, não necessariamente contraditórias, com o objetivo de oferecer ao ouvinte um quadro completo sobre o tema. (LUCHT, 2009)	Até 1 hora
Charge eletrônica	Crítica humorística de um fato ou acontecimento específico (MARQUES DE MELO, 1992). No rádio, substitui os desenhos caricatos por trechos e falas dos próprios personagens, aliados a músicas que façam referências ao tema. (LUCHT, 2009)	30" a 1'30"
Ouvinte	A participação dos ouvintes é uma das principais fontes de informação da emissora, que normalmente trazem informações do bairro, fazem denúncias e pedem providências das autoridades, além de comentar matérias ou falas dos apresentadores. (LUCHT, 2009)	Até 3'
Rádio-conselho	Popular em emissoras do interior, é um formato que depende de um apresentador disposto a ouvir e que tenha algo a oferecer. Normalmente o ouvinte encaminha uma dúvida e o apresentador contata um especialista para esclarecer o assunto. (LUCHT, 2009)	Até 5'

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Lucht (2009).

O gênero utilitário também é bastante usado nos radiojornais e muitas vezes confundidos com o informativo. Porém, Temer (2002) observou que apesar do serviço ser

considerado algo ‘menor’, esse tipo de assunto ocupa a maior parte do noticiário. É importante destacar que, mesmo com as mudanças tecnológicas, sociais e políticas, que acarretam alterações no comportamento da mídia, a informação permanece como a matéria-prima para cumprir a principal função social do rádio. E, em tempos de internet e rádio digital, por meio da prestação de serviços e utilidade pública, que envolvem educação, saúde, luz, água, esgoto, condições de trânsito e cidadania, o rádio se mantém na sociedade (KLOCKNER; BRAGANÇA, 2001). Os autores explicam a diferença entre utilidade pública e serviço:

A utilidade pública atende uma necessidade social, presta orientação para as pessoas, o que necessariamente não precisa ser imediato. Por exemplo, o pedido de sangue, documentos perdidos, carro roubado, enchentes, orientações de trânsito, falta de água e luz, agendamento de pagamento de imposto é utilidade pública. O serviço é constituído por orientações para a compra de material escolar mais barato, dicas de imposto de renda, etc. O rádio-serviço é, assim, uma categoria que engloba o oferecimento de informações de utilidade pública. [...] A utilidade pública é serviço, mas não podemos reduzir serviço a utilidade pública (KLOCKNER; BRAGANÇA, 2001, p. 153).

A prestação de serviços resgata um pouco da gênese do jornalismo, que, de acordo com a definição Beltrão (1976, p. 27 *apud* KLOCKNER; BRAGANÇA, 2001, p. 164), “é a divulgação de ideias, situações e fatos atuais, mas interpretados à luz do interesse coletivo e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”. Ou seja: o papel do rádio, além de informar, é também atuar na prestação de serviços à comunidade, preservando o vínculo com a realidade local.

Os formatos do gênero utilitário englobam trânsito, previsão do tempo, roteiro, serviço de utilidade pública, cotação, necrologia e indicador. No quadro 10 são apresentadas as descrições feitas por Lucht (2009), a partir dos conceitos de Marques de Melo:

Quadro 09 - Descrição dos formatos do Gênero Utilitário.

FORMATO	CONCEITO	DURAÇÃO*
Trânsito	Informação obrigatória no rádio moderno, principalmente nas grandes cidades, que têm um trânsito mais caótico, o rádio serve como principal fonte de informação para que os ouvintes possam escolher a melhor rota.	Até 1'30"
Previsão do tempo	Com a precisão da previsão do tempo, os boletins meteorológicos emitidos ao longo da programação proporcionam comodidade ao ouvinte, sobre o que esperar do clima aquele dia, e como se prevenir.	1' a 3'
Roteiro	Apresentam dados indispensáveis para o consumo de bens simbólicos, como a indicação de filmes e peças teatrais em cartaz na cidade. Emissoras populares costumam indicar o capítulo do dia da novela. (MARQUES DE MELO, 2006)	1'30" a 3'
Serviço de utilidade pública	Antes do telefone fixo ou celular, as pequenas cidades brasileiras comunicavam-se por meio do rádio. As informações eram passadas para o apresentador, que 'mandava os recados', "José avisa a mãe que o trem vai atrasar"; "Manoel vem visitar no próximo mês", e assim por diante. Hoje, esta realidade está bastante diferente, embora não seja impossível encontrarmos no Brasil adentro muitas localidades que ainda dependem do chamado 'rádio-poste'. Porém, hoje, a prestação de serviços ganhou <i>status</i> e conquistou inclusive grandes emissoras, tanto AM quanto FM. São as notas sobre 'o que funciona no feriado', 'data limite para entrega da declaração do imposto de renda', 'solicitação de doadores de sangue', etc.	30" a 1'30"
Cotação	Informações sobre as cotações da bolsa de valores e das principais moedas estrangeiras (dólar e euro). De grande importância também sobre pregões nos Estados Unidos e na Europa. Dependendo do público-alvo e da segmentação da emissora, pode também cobrir o preço de grãos e da arroba do boi gordo.	1' a 3'
Necrologia	Informa sobre a morte de uma pessoa, dando detalhes sobre onde e quando ocorreu, em que idade, qual foi a causa. Inclui uma pequena biografia ou perfil. Dependendo da causa da morte e da relevância da personalidade, deve-se dedicar maior espaço para esclarecer as circunstâncias em que ocorreu o fato. Não confundir com anúncios pagos de convites para enterro e/ou missa de sétimo dia.	30" a 1'
Indicador	É representado por aquelas matérias que ajudam o público a apreciar melhor determinados bens de consumo. São, portanto, as avaliações feitas pela redação de determinado tipo de produto ('nós testamos', ou 'quanto custa'). No rádio, o indicador configura-se como matérias em que a equipe de reportagem sai às ruas, por exemplo, para comparar o preço do combustível nas bombas de diferentes postos de abastecimento.	1'30" a 3'

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Lucht (2009).

4.2 Etapas da pesquisa

O estudo foi iniciado a partir de uma pesquisa exploratória concomitante à pesquisa bibliográfica e cumprimento dos créditos exigidos pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM – UFMS). Nesta etapa, de março de 2019 até março de 2020, realizou-se o contato inicial com os proprietários do Grupo Feitosa. Essa primeira fase do trabalho serviu para a definição do *corpus* e a um melhor aprofundamento na revisão bibliográfica sobre a temática, bem como à reestruturação do projeto, uma vez que no decorrer da pesquisa houve o desmembramento do Grupo. Some-se a isso, o início da pandemia da COVID-19⁴³ e a instauração de isolamento social no país, inclusive no Mato Grosso do Sul, fatos que impossibilitaram novos contatos presenciais e outras visitas à emissora, anteriormente planejados.

Foram feitas duas visitas aos proprietários: a primeira em abril de 2019, quando foi realizada a primeira entrevista, com Enrico Feitosa, diretor do Grupo Feitosa, ocasião em que informou a respeito da separação do Grupo. A segunda visita aconteceu seis meses depois, a Nelson Feitosa, proprietário da Rede Jota FM, como passou a chamar a sua parte do Grupo.

Em março de 2020 foi realizada entrevista com Nelson Feitosa, ocasião em que o proprietário forneceu várias informações sobre a história do grupo familiar, do início até a divisão entre as famílias. Após essa entrevista, os demais contatos não puderam mais ser presenciais, em razão da pandemia. Nesse período também foi realizada a revisão bibliográfica. Todos esses procedimentos completaram-se entre o segundo semestre de 2019 e primeiro de 2020.

Para a análise da programação radiojornalística, foram elencadas duas categorias principais: o radiojornalismo local e o global na esfera local. Na primeira categoria partiu-se da conceitualização de Zuculoto (2012, p. 162) a respeito de rádio local.

aquele que foca quase toda sua programação em informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região, é o que ouvimos principalmente nas pequenas e médias emissoras que não integram redes ou que participam no máximo de redes regionais.

Com base nesta definição, buscou-se verificar se os programas analisados produzem jornalismo local, e de que forma a notícia global é inserida na programação. Procurou-se

⁴³ A pandemia de COVID-19 no Brasil teve início em 26 de fevereiro de 2020, após a confirmação de que um homem de 61 anos de São Paulo que retornou da Itália testou positivo para o SARS-CoV-2, causador da COVID-19.

observar se a programação jornalística local sofre interferências da internet como plataforma de captação e difusão de informações.

4.3 Procedimentos da análise

A partir da escuta dos áudios do programa “Ronda do MS”, produzido pela cabeça de rede em Campo Grande e veiculado nos nove municípios onde a empresa tem emissoras, esta pesquisa investigou, por meio da análise da estruturação do programa, se as notícias veiculadas contemplam o dia a dia destes e se o conteúdo produzido contempla essas localidades.

O *corpus* compreendeu a análise de áudios gravados de cinco programas, durante uma semana, entre os dias 05 e 09 de outubro de 2020, com o objetivo de suprir as necessidades por exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência que todo objeto de estudo deve expressar na análise de conteúdo.

Na delimitação do conteúdo a ser estudado, as unidades de registro podem ser tanto a palavra quanto a frase, o tema, o parágrafo ou o texto inteiro. Nesta análise, as unidades de registro foram definidas como unidades de informação. Na análise categorial proposta, por meio da qual se toma em consideração a totalidade do texto, é preciso classificar e recensear tais itens de sentido segundo sua frequência de presença ou de ausência. Dentre as possibilidades de categorização da análise de conteúdo – semântica, sintática, léxica e expressiva –, optou-se por identificar e buscar os temas (semântica) para verificar a diferenciação de importância dada a cada um.

Para a aplicação das ferramentas da análise foi preciso definir as categorias de verificação que se fizeram pertinentes ao estudo. Dessa forma, foram definidas cinco categorias para a análise do conteúdo jornalístico dos programas radiofônicos: relação de proximidade geográfica da informação (municipal, estadual, nacional); gêneros radiojornalísticos; formatos radiojornalísticos; municípios contemplados e temas/frequência abordados.

Quadro 10 - Universo da Pesquisa.

Emissora: Jota FM	Periodicidade	Horário	Número de programas
Jornal Ronda do MS	Segunda a sexta.	Das 11h às 12h	5
Total		5 horas de gravação	5

Fonte: Elaborado pela autora.

4.4 Análise dos programas Ronda do MS: 05 a 09 de outubro de 2020

O programa, apresentado pelo proprietário da Rede Jota, Nelson Feitosa, está estruturado da seguinte maneira: transmissão do Hino de Mato Grosso do Sul seguido da vinheta de apresentação da emissora, que cita os municípios onde atua e, na sequência, a frase: “as principais notícias da sua Cidade, do Estado, do Brasil e do mundo. A participação do ouvinte com a chicotada⁴⁴ do dia. Está no ar, interatividade, descontração e prestação de serviço no jornal Ronda do MS”.

Após a vinheta o apresentador inicia o programa, informa o número do celular para a participação do ouvinte e traz, diariamente, o que se comemora naquele dia. Após essa introdução, faz a leitura de algumas manchetes e chama os repórteres que entram ao vivo para informar o boletim de ocorrência das imediações. São três entradas diárias: Rodrigo Andrade (Sidrolândia), Rosa Barros (Ivinhema) e Vander Ferreira (Grande Dourados), intercaladas com notas, notícias, manchetes e participação de ouvintes. No período analisado foram identificadas 118 notícias, distribuídas da seguinte forma:

Quaro 11 - Distribuição das informações durante a semana.

DIA DA SEMANA	QUANTIDADE
SEGUNDA-FEIRA	37
TERÇA-FEIRA	10
QUARTA-FEIRA	24
QUINTA-FEIRA	31
SEXTA-FEIRA	16
TOTAL	118

Fonte: Elaborado pela autora.

Percebeu-se um número maior de notícias na segunda-feira em razão do número de ocorrências policiais contemplar também o final de semana; entre elas, um acidente automobilístico, em que veículos e vítimas foram carbonizados. Essa informação ocorre num contexto de muito calor e queimadas no Estado, o que desperta no apresentador um questionamento sobre ‘a não-obrigatoriedade do uso do extintor nos automóveis’. Na terça, Nelson propõe uma enquete sobre o tema, fato que acarreta num maior número de participação de ouvintes, superando o número de notícias apresentadas naquele dia.

⁴⁴ Chicotada: quando o ouvinte entra em contato durante o programa para dar uma bronca em alguma pessoa ou instituição.

A enquete continua durante a semana, permeada por notícias de queimadas e acidentes com fogo. Na quarta e na quinta-feira, o número de informações e participações ao vivo se mantém equilibrado e na sexta, por motivo do início da veiculação da propaganda eleitoral nas emissoras, o programa tem duração de 40 minutos, o que justifica o número menor de informações e participações. A seguir, apresenta-se o quadro sintético⁴⁵ com a classificação das informações veiculadas quanto ao gênero, formato e proximidade geográfica.

Quadro 12 – Classificação das unidades de informação.

Dia 01	Gênero	Formato	Proximidade geográfica
Segunda-feira 05/10/2020 37 unidades de informação	08 Opinativos	2 Serviços de utilidade pública	15 Municipal
	03 Utilitários	8 Boletins policial	18 Estadual
	01 Diversional	6 Notas	03 Nacional
	25 Informativos	1 Ouvinte	01 Fronteira
		1 Meteorologia	
		6 Comentários	
		1 Testemunhal	
		1 Notícia	
		1 outro	
Dia 02			
Terça-feira 06/10/2020 10 unidades de informação	5 Informativos	3 Manchetes	8 Municipal
	4 Opinativos	2 Ouvintes	2 Estadual
	1 Utilitário	2 Comentários	
		1 Roteiro	
		2 Boletins policial	
Dia 03			
Quarta-feira 07/10/2020 24 unidades de informação	15 Informativos	5 Manchetes	12 Municipal
	06 Opinativos	5 Comentários	10 Estadual
	03 Utilitários	6 Boletins policial	02 Nacional
		4 Notas	
		2 Serviços	
		1 Roteiro	
		1 Testemunhal	
Dia 04			
Quinta-feira 08/10/2020 31 unidades de informação	24 Informativos	05 Manchetes	19 Municipal
	05 Opinativos	01 Ouvinte	11 Estadual
	02 Utilitários	04 Comentário	01 Fronteira
		11 Boletins policial	
		06 Notas	
		01 Serviço de utilidade pública	
		02 Notícias	
		01 Temperatura	
Dia 05			
Sexta-feira 09/10/2020 16 unidades de informação	4 Opinativo	3 Nota	10 Municipal
	9 Informativo	3 Comentário	03 Estadual
	3 Utilitário	3 Serviço de Utilidade pública	03 Interestadual
		2 Manchete	
		5 Boletim	

⁴⁵ Os quadros completos podem ser conferidos no apêndice deste trabalho.

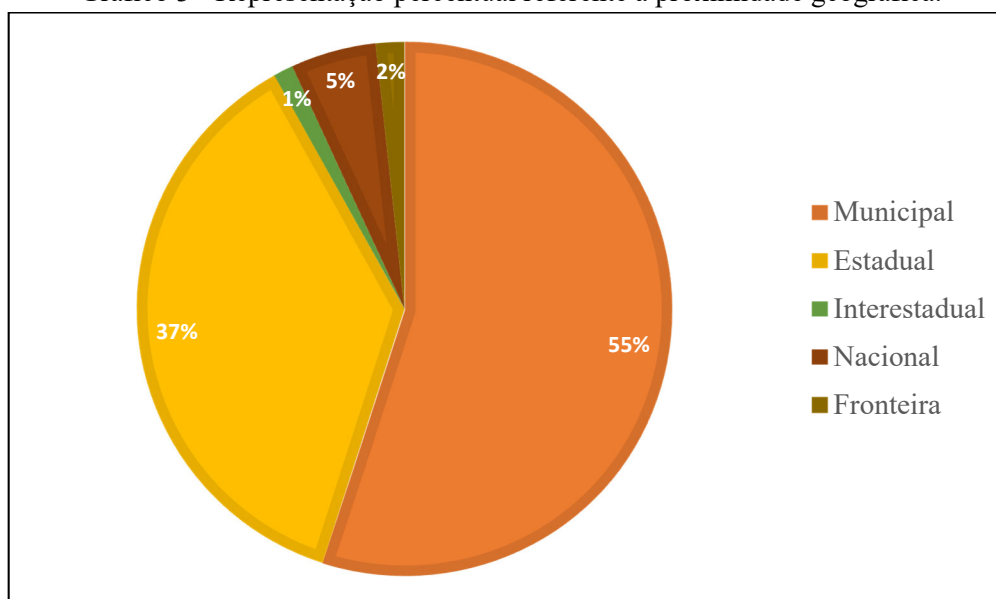
Com relação a proximidade geográfica das unidades de informação, percebe-se uma predominância de informações locais e estadual (Quadro 13 e Gráfico 3), o que denota um certo foco do programa Ronda MS em veicular notícias relacionadas as localidades onde possui emissoras.

Quadro 13 - Notícias por Proximidade Geográfica.

PROXIMIDADE GEOGRÁFICA	NÚMERO
Municipal	64
Estadual	43
Interestadual	3
Nacional	6
Fronteira	2
Total	118

Fonte: Elaborado pela autora.

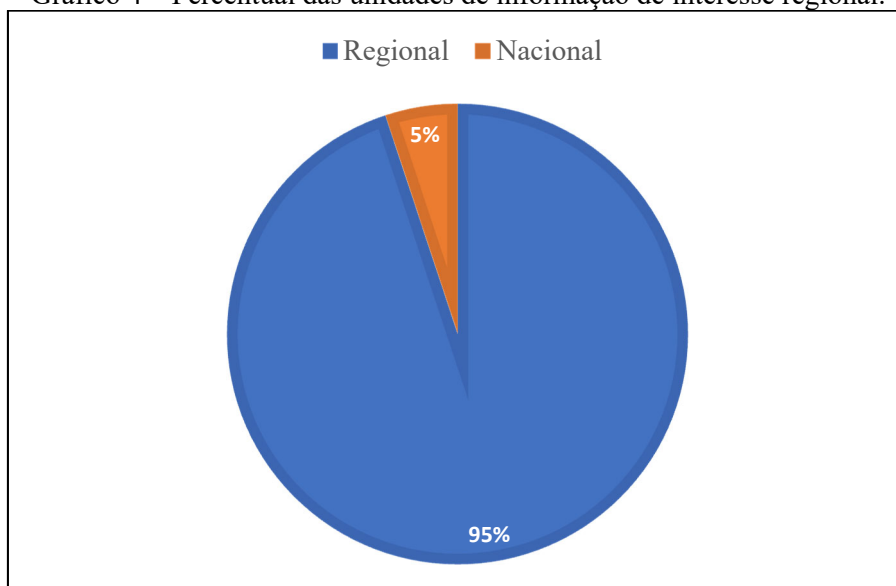
Gráfico 3 - Representação percentual referente à proximidade geográfica.



Fonte: Elaborado pela autora.

Zuculoto (2012) enfatiza que uma emissora local é aquela que foca quase toda sua programação em informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região. Nesse sentido, as informações municipais, estaduais, interestaduais (que fazem divisa com MS e são alcançadas pelas emissoras) e de fronteira (nesse caso, o município Pedro Juan Caballero/PY) mapeadas neste trabalho foram consideradas de interesse regional. Somadas, essas unidades de informação representam um número significativamente superior ao de veiculação de notícias nacionais e internacionais, conforme Gráfico 4.

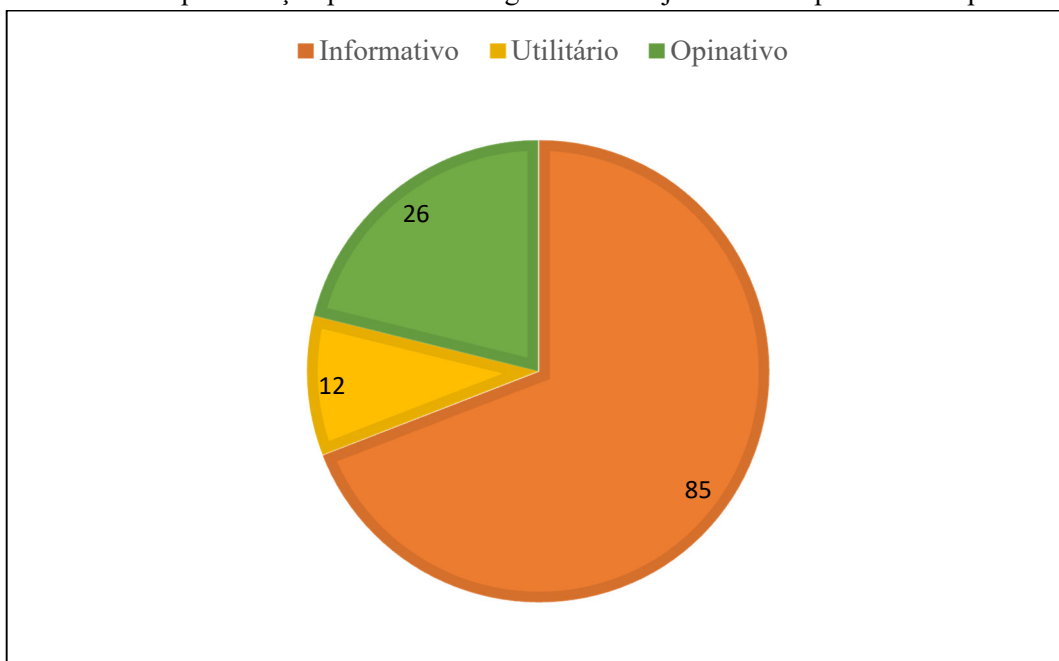
Gráfico 4 – Percentual das unidades de informação de interesse regional.



Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre as unidades informacionais encontradas, destacaram-se três gêneros jornalísticos. O gênero informativo obteve o maior número de registros: 79; seguido pelo opinativo (26) e utilitário (12). Os demais gêneros não foram encontrados no *corpus*. A representação percentual pode ser verificada no Gráfico 5.

Gráfico 5 - Representação percentual dos gêneros radiojornalísticos presentes no período.

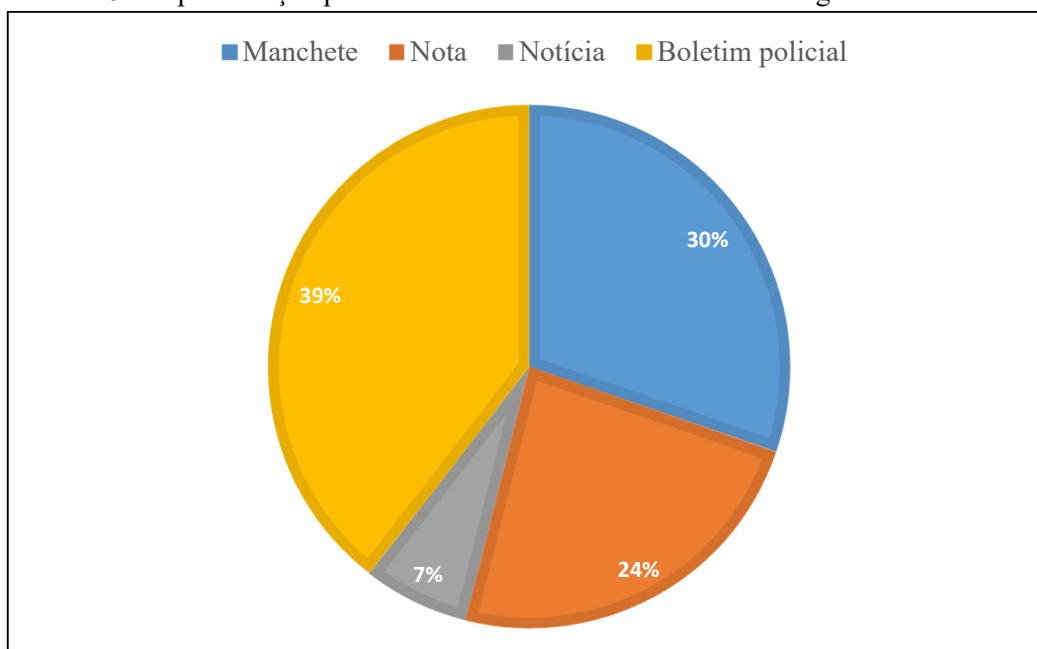


Fonte: Elaborado pela autora.

Embora o gênero informativo e seus respectivos formatos representem o maior número de registros identificados, considerou-se importante analisar também os formatos dos gêneros opinativo e utilitário que, somados, representam 31% do total de unidades de informação presentes no *corpus*.

Entre os formatos do gênero informativo encontrados, destacam-se o boletim policial, dessa forma conceituado por tratar-se apenas da leitura do documento, com 32 ocorrências; seguido da manchete, com 25 aparições; da nota, com 18 e, por fim, da notícia, com apenas quatro registros. No período analisado, não foram identificados outros formatos referentes a esse gênero. Abaixo, a representação percentual desses registros.

Gráfico 6 - Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero Informativo.



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir das leituras dos manuais de rádio, artigos, teses e dissertações sobre a temática, acreditava-se que o gênero utilitário ocuparia a posição de segundo lugar, em número de ocorrências, já que, na própria definição da função social do veículo, de acordo com Barbosa Filho (2009, p. 49), o rádio, “desde sua gênese vem se firmando como um serviço de utilidade pública”. Porém, ficou para o gênero opinativo essa posição, que obteve a ocorrência de 26 unidades informativas.

O gênero opinativo, de acordo com Lucht (2009), de maneira simplificada, pode ser considerado como aquele que comenta um fato ou uma decisão, expondo a opinião da empresa. E, embora esse gênero seja composto por dez formatos (a partir da classificação de Lucht,

2009), apenas o comentário, com 20 manifestações, o ouvinte, com quatro, e o testemunhal, com dois registros, foram encontrados nesta pesquisa.

Nesse sentido, Lopez (2007) avalia que a oferta cada vez mais constante e intensa de informações gera até para os comunicadores uma confusão do que seria a opinião e do que seria a informação no jornalismo.

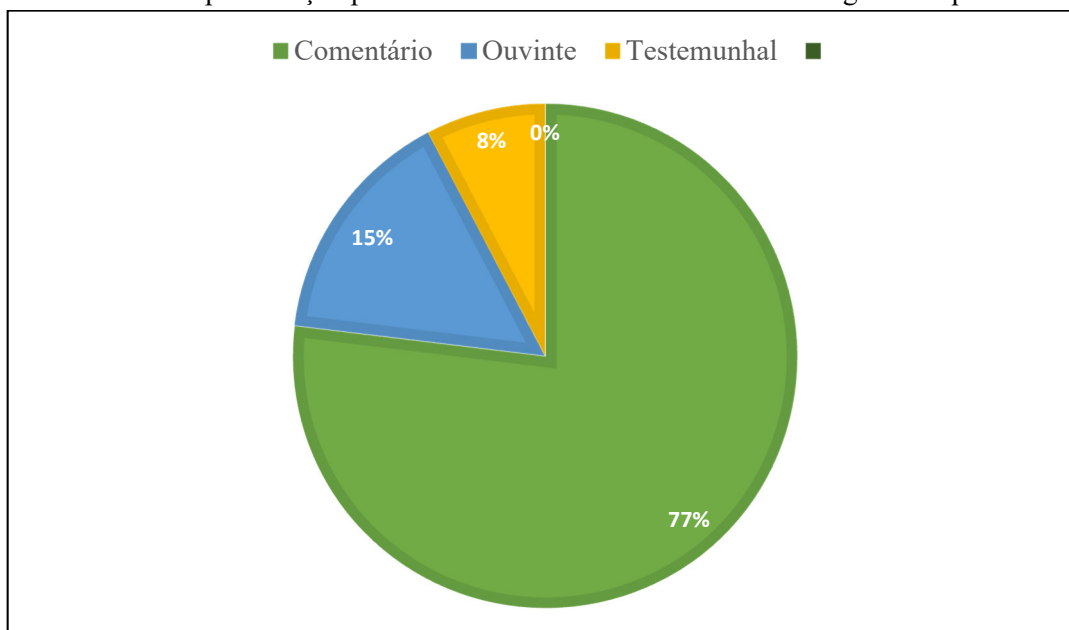
O rádio, por trabalhar caracteristicamente com o improviso, diversas vezes traz opiniões travestidas – de maneira intencional ou não – de informação. Na sociedade atual, ambiente de grande volume de dados e acontecimentos sendo transmitidos, a opinião passa a ter um valor de verdade atrelado a si. No rádio, meio de comunicação que tem o som como seu único suporte, essa opinião, muitas vezes passa despercebida como tal, sobrepujando a força do fato (LOPEZ, 2007, p. 8).

Foi possível constatar que, diante da falta de profissionais na equipe do programa, que é elaborado e apresentado por uma única pessoa, não é possível realizar a apuração e muito menos a construção das informações veiculadas, fato evidenciado na quantidade de notas, manchetes e boletins policiais lidos durante o programa, provenientes de sites de notícias e de fontes oficiais. Nesse sentido, o comentário, que serve para esclarecer ou complementar pontos obscuros de uma notícia, foi um formato utilizado para complementar e explicar essas informações.

A participação do ouvinte, que será abordada adiante, é bastante presente nas emissoras de rádio, fontes de pautas, denúncias e sugestões importantes para a comunidade. Nesses casos, o apresentador pode aprofundar os temas, buscar fontes especialistas para falar sobre o assunto e cobrar autoridades.

Outro formato presente no corpus foi o testemunhal. O apresentador, em duas ocasiões, usou um fato que aconteceu consigo para ilustrar as pautas. Numa delas, o apresentador conta que foi criticado por tratar os termos queimada e incêndio como sinônimos, e aproveitou para esclarecer à população a diferença entre eles.

Gráfico 7 - Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero Opinativo.

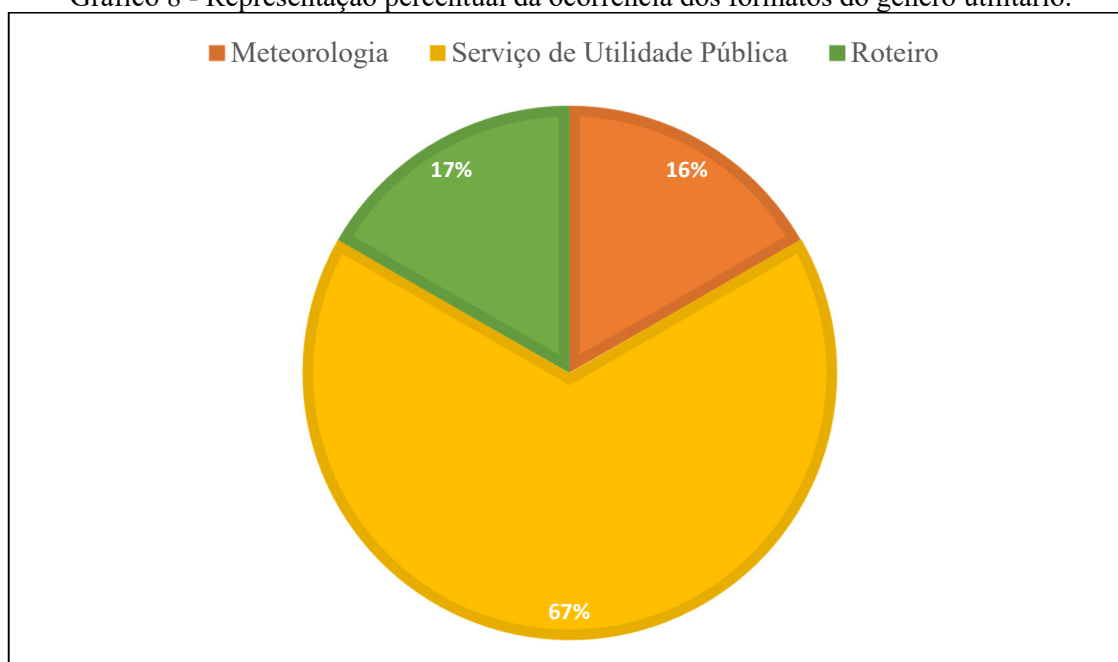


Fonte: Elaboração da autora.

Considerado ‘menor’, o gênero Utilitário, caracterizado pelas informações a respeito do trânsito, previsão do tempo, o que acontece no fim de semana, prazos para entrega do imposto de renda, abertura de concursos, entre outros, costuma ocupar boa parte dos noticiários.

Porém, no *corpus* analisado, foram encontradas apenas oito unidades de informação do formato serviço de utilidade pública, seguido por duas de roteiro e duas de meteorologia, correspondendo a 11% da programação. A autora constatou que esse número de ocorrências pode ter sido pequeno pelos seguintes fatores: em primeiro lugar, por tratar-se de um programa direcionado a municípios pequenos, com baixa densidade demográfica, a ocorrência de eventos acaba sendo menor, assim como o trânsito, que nessas localidades pode ser considerado tranquilo e não gera a necessidade de informações sobre fluxos e caminhos alternativos. No caso da previsão do tempo, como os programas analisados foram transmitidos durante o período de seca e altas temperaturas, não houve novidades nesse sentido.

Gráfico 8 - Representação percentual da ocorrência dos formatos do gênero utilitário.



Fonte: Elaboração da autora.

A próxima categoria analisada refere-se aos municípios contemplados pelas informações. Embora a Rede esteja fisicamente presente em nove municípios, as emissoras atingem vários municípios e distritos do Estado. Dos 79 municípios de Mato Grosso do Sul, 27 deles foram citados num total de 46 unidades de informação, o que dá uma média de 2 notícias para cada município. Também foram citados dois municípios do Estado de São Paulo, que fazem divisa com Mato Grosso do Sul, e identificadas duas notícias contemplando o município paraguaio de Pedro Juan Caballero, vizinho de Ponta Porã. Todas as localidades contempladas estão no raio de alcance da Jota FM.

Os municípios identificados com maior número de registros, foram: Caarapó, com sete unidades; Nova Andradina, Selvíria e Sidrolândia, com quatro cada; Amambai, Aparecida do Taboado, Campo Grande, Cassilândia e Ivinhema, com três unidades cada uma. Os demais tiveram um ou dois registros, conforme pode ser observado na tabela abaixo. Dos municípios contemplados, além de Campo Grande, onde fica a cabeça de rede, sete sediam emissoras da Rede Jota⁴⁶. Apenas Deodápolis e Glória de Dourados, ambas situadas na região da Grande Dourados, não foram contemplados com notícias nesse período. Entretanto, a emissora situada em Deodápolis abrange os seguintes municípios contemplados com informações: Nova Alvorada do Sul, Juti, Itaporã, Naviraí, Dourados e Ponta Porã. É importante ressaltar que, em relação a Glória de Dourados, esse município está localizado ao lado de Deodápolis,

⁴⁶ A Rede Jota tem um total de nove emissoras no Mato Grosso do Sul.

abrangendo basicamente os principais municípios dos arredores e alguns distritos, como: Jateí, Deodápolis, Culturama (distrito de Fátima do Sul) e Guassulândia (distrito de Glória de Dourados).

De todos os municípios identificados, apenas Aquidauana, situado na mesorregião do Pantanal, não faz parte do alcance estimado pela Rede, conforme representado neste trabalho, na Figura 4, que apresenta o mapa das microrregiões de Mato Grosso do Sul.

Quadro 14 - Registro dos municípios contemplados com unidades de informações.

MUNICÍPIOS DE MS CONTEMPLADOS COM NOTÍCIAS	NÚMERO DE NOTÍCIAS POR MUNICÍPIOS
Água Clara	2
Amambaí	3
Anastácio	2
Aparecida do Taboado	3
Aquidauana	1
Aral Moreira	1
Caarapó	7
Campo Grande	3
Cassilândia	3
Chapadão do Sul	1
Coronel Sapucaia	1
Dourados	2
Douradina	1
Inocência	1
Ivinhema	3
Itaporã	1
Juti	1
Naviraí	1
Nova Alvorada do Sul	1
Nova Andradina	4
Paranaíba	1
Ponta Porã	2
Ribas do Rio Pardo	1
Rio Brilhante	1
Rochedo	1
Selvária	4
Sidrolândia	4
Total	56

Fonte: Elaborado pela autora.

Também vale ressaltar que outros três municípios de fora de Mato Grosso do Sul apareceram nas unidades de informação analisadas nesta pesquisa. Os municípios foram: Ilha Solteira (SP), com três notícias; Pedro Juan (PY), com duas notícias; e Santa Fé do Sul (SP) com uma publicação.

Como o programa não tem uma divisão sistemática de editorias, para a análise temática optou-se pela seleção das palavras-chave que representam os assuntos mais abordados no período, entre eles: acidente, 15 vezes; eleições e crime, com 13 aparições cada; drogas, incêndio e Covid-19, com nove, sete e seis, respectivamente; extintor, calor e governo, cinco vezes cada.

Os três assuntos mais abordados justificam-se, no caso das eleições, por sua proximidade; e acidente, crime e drogas, pela prevalência de conteúdos policiais no programa, coletados diretamente dos boletins de ocorrência da polícia. Decidiu-se por separar as temáticas crime (assalto, agressão e assassinato) de drogas (tráfico e apreensão) para evidenciar a ocorrência desse tipo de crime no Estado.

Cabe ressaltar que Mato Grosso do Sul, mantém o Departamento de Operações de Fronteira (DOF)⁴⁷, instituição subordinada à Secretaria de Segurança Pública do Estado, que é responsável pelo combate aos crimes de narcotráfico, furto e roubo de veículos, de cargas em propriedades rurais, golpe do seguro e outros crimes específicos na região de fronteira.

A recorrência da palavra incêndio, que apesar de significados diferentes, nesse caso engloba as queimadas, também pode ser justificada pelo contexto climático⁴⁸, assim como pelos acidentes envolvendo fogo que foram noticiados, que geraram uma enquete sobre o tema.

Embora o tema Covid-19 fosse constante nos noticiários, no período analisado não foi o de maior destaque. Foram seis ocorrências do tema, considerando o contexto de pandemia. Acredita-se que, em razão das queimadas ocorridas na região do Pantanal, que foram manchetes nacionais e internacionais e da proximidade das eleições de prefeitos e vereadores, o tema tenha sido ofuscado.

Em relação aos assuntos calor e extintor, ambos têm relação com o tema incêndio, mas optou-se por separá-los, pois, no caso do extintor, o tema foi resultado de uma enquete, um assunto específico. Já o tema calor, na maioria das vezes fazia referência aos cuidados necessários (hidratação, uso de protetor solar e chapéus), principalmente com idosos e crianças na época de altas temperaturas na região.

⁴⁷ O DOF atua em 53 (cinquenta e três) municípios do Estado, com a presença mais efetiva nos 730,8 quilômetros de fronteira seca, dos mais de 1500 quilômetros de fronteira com o Paraguai e com a Bolívia abrangendo, inclusive, uma extensa área rural.

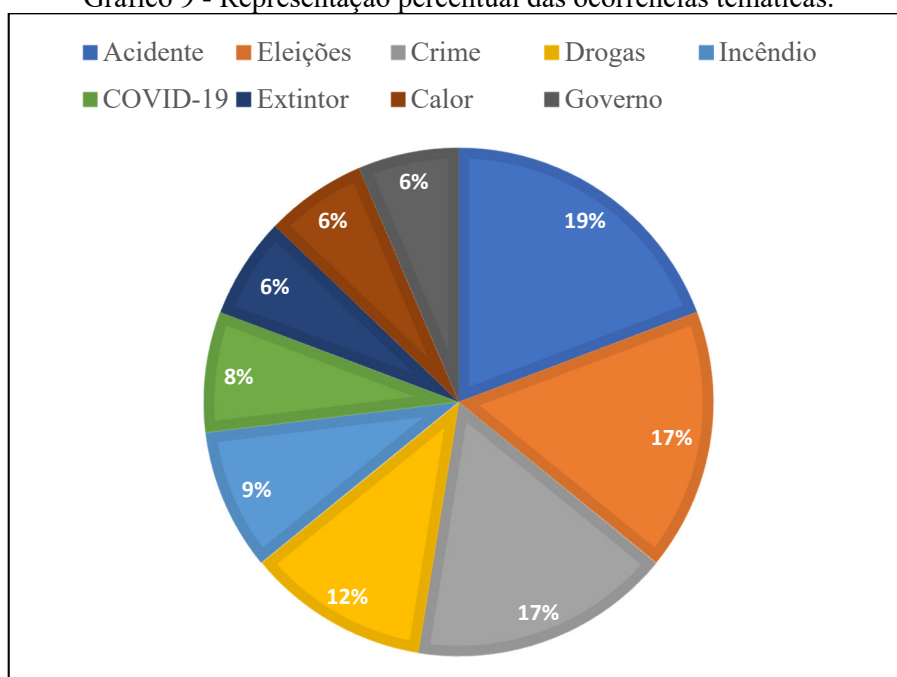
⁴⁸ Período de seca no Estado.

Quadro 15 - Recorrência temática.

PALAVRAS-CHAVE	QUANTIDADE DE NOTÍCIAS
Acidente	15
Eleições	13
Crime	13
Drogas	9
Incêndio	7
Covid-19	6
Extintor	5
Calor	5
Governo	5

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 9 - Representação percentual das ocorrências temáticas.

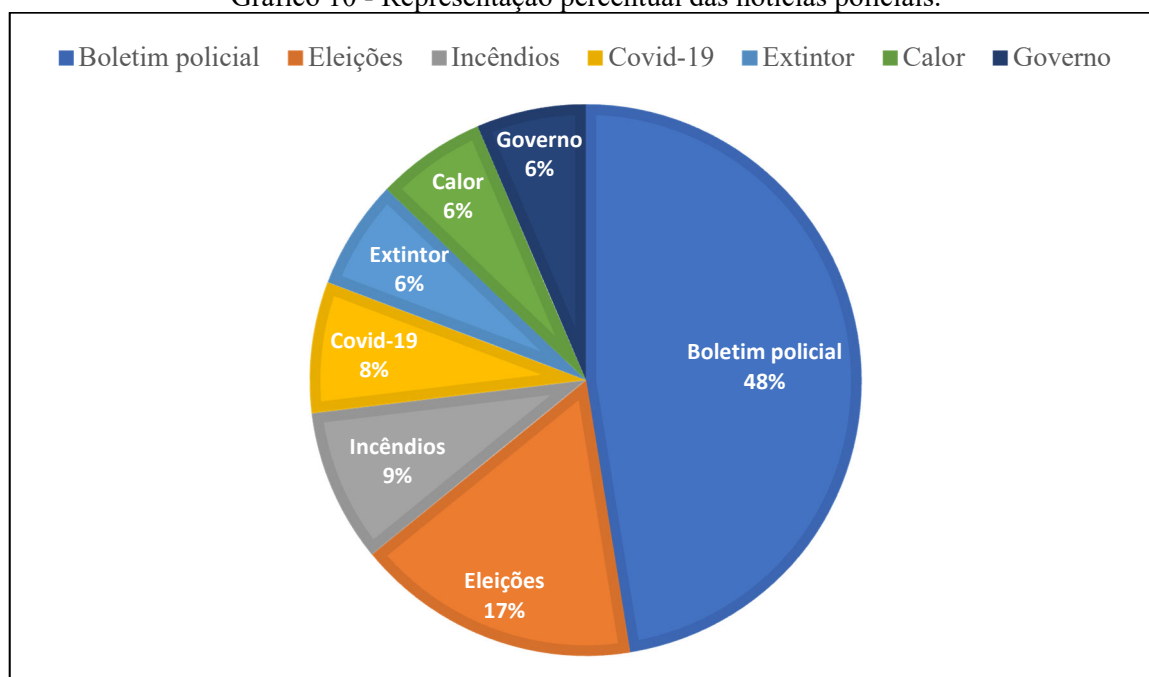


Fonte: Elaborado pela autora.

Entretanto, ao somar os assuntos: acidentes, crimes e drogas, todos oriundos de boletins policiais, essa temática resultaria em quase metade das unidades informativas do programa. Para Prado (2006), a temática policial é a principal atração de emissoras populares, com forte presença da interpretação eloquente do comunicador, como pode ser verificado nas análises. Termos como ‘elemento’ e ‘meliante’ são frequentes, assim como uso de adjetivos, como: ‘covardão’ e ‘vagabundo’ e de superlativos, como ‘gravíssimo’.

As informações dos boletins policiais são transmitidas, durante o programa, pelos radialistas das emissoras locais situadas nos municípios de Sidrolândia, Ivinhema, Caarapó e Paranaíba, esse último pelo próprio sargento da Polícia Militar do município.

Gráfico 10 - Representação percentual das notícias policiais.



Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar da valorização do profissional de jornalismo, a falta de pessoal nas pequenas emissoras é evidente e determinante na produção do conteúdo jornalístico. Considerando que o radiofônico é o setor midiático que menos recebe verbas publicitárias, o investimento em profissionais qualificados é escasso, ou mesmo nulo, realidade de muitas emissoras pequenas, como é o caso da Rede Jota, que não dispõe de equipe jornalística, fato que promove a utilização de materiais prontos disponibilizados por sites de notícias, assessorias de imprensa e fontes oficiais, como é o caso dos boletins policiais. Além disso, como esses municípios possuem, no seu dia a dia, poucos fatos que possam realmente ser caracterizados como notícias, os órgãos públicos se tornam os principais redutos de informações.

A internet também interfere na rotina produtiva dos jornalistas e radialistas na produção e difusão de notícias, tornando-se um dos principais instrumentos para a sobrevivência das emissoras de rádio, complementando e, muitas vezes, substituindo a forma tradicional de fazer jornalismo. “O jornalismo radiofônico tem que chegar aos indivíduos já não apenas através da sua forma tradicional. A rádio informativa está na Internet, nos dispositivos móveis, nas redes sociais e é aí que terá que continuar a ser importante para os cidadãos” (BONIXE, 2012, p. 30).

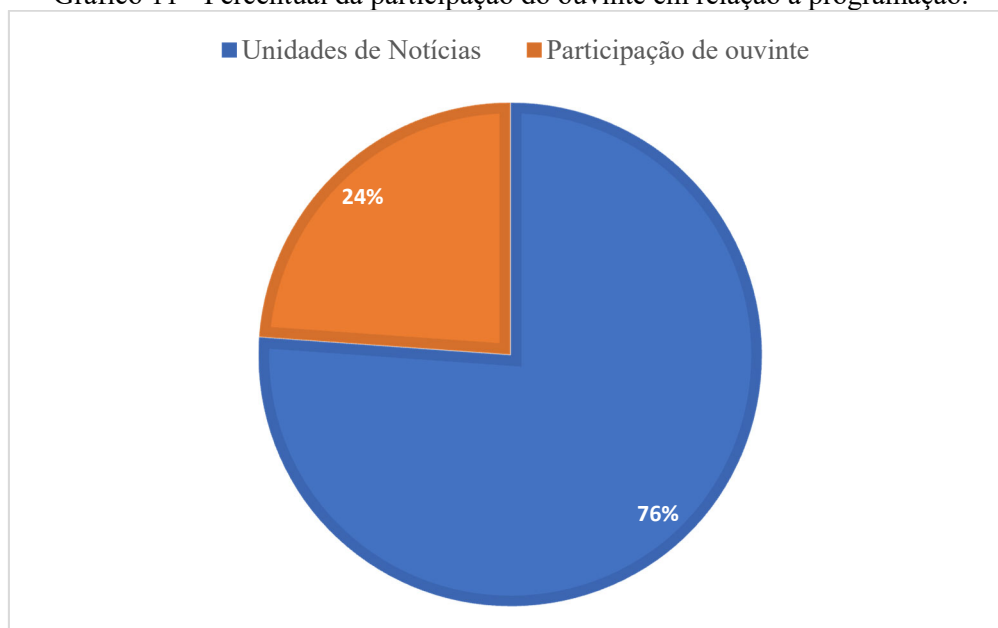
Mesmo não sendo um veículo hipertextual, já que o ouvinte precisa seguir a linha narrativa definida pelo comunicador, sem poder transitar livremente entre as informações, o rádio atende a duas das potencialidades do webjornalismo: a interatividade e a instantaneidade (LOPEZ, 2007).

A comunicação entre ouvinte e emissora, inicialmente por cartas e telefone, foi ampliada e fortalecida com o uso do telefone celular, que permite a inserção do ouvinte na programação, assim como a internet móvel, viabilizando outras formas de interação com o rádio, como a possibilidade de envio de mensagens de texto por meio de aplicativos para celular. Nesse sentido,

o rádio, interativo de nascença, fortalece a relação com o público. O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta do ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à internet, transforma-se em protagonista (JUNG, 2004, p. 68).

Quando observada a participação do ouvinte na construção das notícias do Ronda do MS, registrou-se um número expressivo de 37 participações, que equivale a 24% do conteúdo da programação, quantidade que não pode ser ignorada. Esse tópico, que apesar de não fazer parte das categorias pré-definidas, além de não ser configurado como unidades de informação, foi acrescido à análise por reforçar a característica de interatividade do rádio. A representação percentual da participação de ouvintes é apresentada no Gráfico 11.

Gráfico 11 - Percentual da participação do ouvinte em relação à programação.



Fonte: Elaborado pela autora.

As participações dos ouvintes no período analisado são oriundas, diretamente, de oito das nove localidades que mantêm sede de emissora do grupo, com exceção de Cassilândia, que

abrange também o município de Inocência, de onde foi registrada uma participação. Os demais contatos vieram de municípios próximos, inclusive Ilha Solteira – SP, que faz divisa com Mato Grosso do Sul, confirmando o alcance do programa. O município com maior número de participações registradas foi Sidrolândia, com 13 contatos, via telefone e mensagens por aplicativos. O município, como já mencionado, foi palco do início da Rede Jota, anteriormente Radio Pindorama AM, e hoje FM 100,7.

É importante ressaltar que diariamente, no início do programa, o apresentador cita e agradece a audiência de diversos distritos e assentamentos alcançados pela emissora. A presença do distrito de Culturama, localizado em Fátima do Sul e do assentamento Estrela, em Jaraguari durante a programação reforça a abrangência citada pela emissora, assim como reafirma os conceitos de proximidade, sentido de pertencimento e identidade, relacionados à comunicação local, referenciados no Capítulo 2 deste trabalho.

Quadro 16 - Participação de ouvintes.

MUNICÍPIOS	QUANTIDADE DE PARTICIPAÇÕES DOS OUVINTES
Aparecida do Taboado	2
Caarapó	1
Coronel Sapucaia	2
Deodápolis	2
Glória de Dourados	2
Grande Dourados	1
Ilha Solteira	1
Inocência	1
Ivinhema	3
Maracaju	3
Nova Alvorada do Sul	2
Selvília	1
Sidrolândia	13
Total: 13	Total: 34
DISTRITOS	QUANTIDADE DE PARTICIPAÇÕES
Assentamento Estrela (Jaraguari)	2
Culturama – distrito de Fátima do Sul	1
Total: 2	Total: 3

Fonte: Elaborado pela autora.

Os assuntos mais citados pelos ouvintes foram: a enquete sobre a não-obrigatoriedade do porte de extintor nos automóveis, com 15 participações; as ‘chicotadas’ (termo usado no programa, quando o ouvinte entra em contato para dar uma bronca em alguma pessoa ou autoridade), com sete registros; seguido pelos abraços, com seis; solicitações/reclamações, com cinco e sobre os acidentes da semana, com quatro registros. As chicotadas e os abraços, embora

não tenham relação com as unidades de informação, são assuntos que aproximam os ouvintes do locutor.

Quadro 17 - Assuntos abordados pelos ouvintes.

ASSUNTO	NÚMERO
Acidente	4
Abraços	6
Chicotadas	7
Enquete/extintores	15
Solicitações/reclamações	5
TOTAL	37

Fonte: Elaborado pela autora.

Após cruzar os dados apresentados, foi possível constatar que a Rede Jota FM, por meio da transmissão do programa radiojornalístico “Ronda do MS”, cumpre o papel de veicular notícias de interesse local, observado pelo número de notícias veiculadas, classificadas como de interesse municipal e regional, no âmbito estadual, relevante para todos os municípios que, somadas, atingem o percentual de 95% das unidades de notícias.

Em relação à temática, observou-se que os assuntos policiais estão presentes em 48% do programa, o que revela que, uma vez que essas informações são provenientes dos Boletins Policiais, as mesmas não são apuradas e nem construídas pela equipe do programa. Isso significa que a falta de tempo, de pessoal e de notícias mais relevantes acontecendo nesses arredores contribuem para esse resultado.

As demais temáticas abordadas também não são autorais, mas retiradas de *sites* e *releases* de fontes oficiais, como informou o proprietário. Porém, essa questão é compensada pelo apresentador quando utiliza do gênero opinativo para ampliar, explicar e contextualizar as informações apresentadas.

O radialista também utilizou como recurso de aprofundamento o formato enquete, do gênero interpretativo, para propor uma reflexão em relação à temática incêndio, recorrente no período. A enquete permaneceu no ar de terça a sexta-feira, o que resultou em um número importante de participação de ouvintes, representando 24% do programa.

A enquete não consta nas tabelas de classificação de gêneros e formatos por não ser possível quantificá-la com a mesma metodologia usada nos demais, uma vez que esteve presente durante toda a semana, com o mesmo assunto. Porém, mesmo à parte da classificação, foi reconhecida como importante estratégia usada pelo apresentador para chamar a atenção dos ouvintes e, assim, ampliar a interação.

Embora as unidades de notícias apresentadas não tenham autoria do apresentador, por falta de profissional jornalista e de tempo, como já mencionado, os recursos utilizados para atingir seu público-alvo revelaram que a função social de informar a população foi cumprida, por meio da priorização do interesse coletivo, com a divulgação de informação local, do uso de linguagem informal, porém acessível a esse público, e da perspicácia de usar temas recorrentes, propondo uma enquete.

Dessa forma, é possível concluir que o conteúdo do programa analisado preserva as características essenciais do rádio, veículo utilizado com instrumento de diálogo e atento às demandas do público, como: a linguagem oral, o baixo custo, a instantaneidade, a mobilidade, a penetração, a interatividade e a sensorialidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perto de completar 100 anos no Brasil, o rádio, que já viveu momentos de glória e sobreviveu às ameaças de extinção pelo surgimento das novas tecnologias, ainda faz parte do cotidiano de milhões de brasileiros, em locais urbanos e rurais. Diante da nova ordem global estabelecida, que conecta o mundo todo em tempo real, o rádio, mesmo com sua importância reduzida diante dos reflexos causados pela globalização, sobressai como o veículo mais apropriado para atingir e registrar os acontecimentos de ordem local, uma vez que sua principal característica continua sendo a da proximidade com a comunidade.

A chegada da internet, assim como a das transmissões por satélite colaboram para o desenvolvimento das redes radiofônicas, o que permite a reprodução de conteúdo produzido pela estação cabeça de rede às emissoras afiliadas e para sua expansão global. Após o mapeamento das redes de emissoras que atuam no Mato Grosso do Sul, identificamos algumas situações em que o conteúdo proveniente da rede interferiu na programação local, como é o caso da Rádio Difusora Pantanal FM, situada no município de Corumbá (MS) e importante veículo para a região pantaneira. Porém, o único radiojornal veiculado pela emissora, o “Jornal Primeira Hora” é uma retransmissão da Rádio Bandeirantes de São Paulo, que veicula apenas notícias nacionais ou de São Paulo, ignorando totalmente as informações de interesse local.

A Rede Jota FM foi escolhida como objeto deste estudo por ser o maior grupo de mídia radiofônica do Estado, e o programa ‘Ronda do MS’ por ser o único programa jornalístico veiculado pela cabeça de rede para as emissoras afiliadas. Para alcançar o objetivo principal, de verificar a presença de notícias locais no programa que atendam aos interesses dos municípios onde localizam-se as emissoras afiliadas e os objetivos específicos propostos, de investigar de que maneira a informação é produzida, organizada e emitida diariamente; verificar se as notícias veiculadas contemplam o dia-a-dia desses municípios, quantificar e categorizar, por meio da análise de conteúdo da estrutura do programa, o número, os gêneros e formatos que mais se destacam, este estudo incluiu, no desenvolvimento de seu percurso, uma revisão bibliográfica acerca da temática pesquisada; a realização de entrevistas com radialistas e jornalistas de rádio atuantes no Estado e com o apresentador do programa e proprietário do Grupo e a análise dos conteúdos selecionados. Dessa forma foi possível a comunicação entre o material teórico-bibliográfico e os objetos empíricos.

Foram identificadas 118 unidades de informação; dessas, a maioria voltada para o interesse regional, considerando assim, as notícias municipais, estaduais, interestaduais e de fronteira, que, juntas, somam 112 registros, o que representa 95% do total. Apenas seis foram

classificadas de abrangência nacional. Tanto as informações referentes à fronteira como aos municípios que fazem divisa com o Estado foram consideradas relevantes e incluídas nas análises pela proximidade com os municípios sul-mato-grossenses.

Esse primeiro resultado responde à pergunta que norteou essa pesquisa: os veículos situados nos municípios do interior de Mato Grosso do Sul são contemplados com notícias locais, ou apenas com a reprodução de notícias de âmbito nacional? Esse questionamento surgiu a partir do que diz respeito ao sentido de local, frente à realidade globalizada, sugerida por Comassetto (2007, p. 209): “É fato que as transformações imprimidas ao tempo e ao espaço, por ocasião das novas tecnologias de informação, encurtaram distâncias, ampliaram relações e negócios em escala planetária e fizeram tudo parecer muito próximo”. Nesse sentido, foi possível constatar que, mesmo nesse cenário globalizado, as questões próximas não perderam sua importância.

A partir desse resultado, o próximo passo foi a investigação dos gêneros presentes. E, contrariando as expectativas da pesquisadora, que acreditava que além do informativo, o utilitário seria o segundo gênero predominante, por ser mais usual no radiojornalismo, o gênero opinativo apresentou um número 50% maior que o utilitário. Explica-se: diferente do que é realizado pela grande imprensa, a transmissão da informação local faz uso de narrativas próprias, adequadas ao local de onde se narra e ao público ao qual se dirige. E, nesse sentido, o gênero opinativo, foi utilizado por meio dos formatos: comentário, testemunhal e ouvinte.

Isso revela que a ausência de profissionais qualificados aliada à sobrecarga de trabalho contribuem para a redução da cobertura ou mesmo da apuração de fatos/eventos externos, e fazem com que a produção radiojornalística do programa seja dependente de informações pré-produzidas, tanto pelos releases encaminhados pelas assessorias de imprensa das fontes oficiais quanto por meio de sites jornalísticos regionais, estaduais ou nacionais, o que demanda uma complementação informativa, ou mesmo a contextualização da informação, pelo apresentador, como ressalta Lucht (2009, p. 140) ao explicar que esses formatos surgem “como forma de ilustrar e/ou explicar melhor determinado assunto”.

O gênero informativo obteve 68% das unidades de informação e, entre os formatos, destacam-se o boletim policial, com 32 ocorrências; seguido da manchete, com 25 aparições; da nota, com 18 e, por fim, da notícia, com apenas quatro registros. Ao cruzar os dados dessa categoria com os principais assuntos abordados no período, entre eles: acidente, eleições, crime, drogas, incêndio e Covid-19, é possível constatar que, se somados, os assuntos: acidentes, crimes e drogas, todos oriundos de boletins policiais, essa temática resultaria em quase metade

das unidades informativas do programa. Isso demonstra, mais uma vez, que as informações oriundas de fontes oficiais são maioria na programação.

Porém, independente da origem, pode-se dizer que as unidades de informação contemplam todos os municípios que sediam as afiliadas da emissora, assim como os que estão no raio de alcance da emissora, o que revela a preocupação com os interesses dessas localidades. O gênero utilitário teve apenas 12 ocorrências de unidades de informação. Diante desses dados, é possível fazer a seguinte reflexão: se, por um lado, há poucos eventos (ou pouca apuração) ocorrendo nas pequenas localidades, por outro há uma grande participação de ouvintes durante o programa, que passam a ser fontes de sugestões de pautas, reclamações e solicitações.

Sobre a participação de ouvintes, que inicialmente não fazia parte das categorias propostas, decidiu-se por analisá-las ao perceber o número significativo de participações, conforme exposto no capítulo anterior. Esse número representa o equivalente a 24% do conteúdo da programação e reforça o que foi abordado anteriormente: a população local é fonte de informação. Ela quer ouvir não apenas o que ocorre nas instituições públicas do município, mas também sobre o buraco na rua, sobre as eleições de diretores de escolas municipais e estaduais, sobre as campanhas de vacinação e tudo aquilo que envolva diretamente a sua comunidade e região e seja por ele comprovado.

A participação popular também teve uma participação expressiva a respeito da enquête realizada durante a semana, mobilizando boa parte do tempo da programação. Em termos de quantidade de participações de ouvintes em comparação ao número de unidades de informação levantadas no período analisado, as participações representam 24% da programação estudada.

A emissora analisada possui características de reprodutora de conteúdo e não de geradora de informações jornalísticas com mais profundidade. Porém, apesar da ausência de produção própria e, levando em consideração que quanto mais distantes da Capital, menos infraestrutura de informações locais esses municípios dispõem, a emissora cabeça de rede, produtora do programa em questão, cumpre com o compromisso de veicular notícias provenientes das afiliadas. Das nove, três entram ao vivo diariamente, provenientes das regiões de Sidrolândia, Ivinhema e Grande Dourados. Essas notícias, mesmo que originadas dos boletins policiais, já que essas emissoras também não dispõem de equipe jornalística, tratam de eventos que ocorrem nas proximidades.

A partir das análises dessas informações, é possível concluir que, apesar do jornalismo praticado pela emissora ser deficitário, a programação do Ronda do MS prioriza as temáticas locais e regionais, privilegiando assuntos que estejam ligados à sua audiência, atendendo às necessidades da comunidade local, o que pode reafirmar que o rádio continua sendo o principal

veículo de comunicação local, especialmente por conta das características intrínsecas ao meio como o imediatismo, o baixo custo, a utilidade pública e a simultaneidade.

REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, Penélope M. **O deserto de notícias em expansão**. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, UNC Hussman School of Journalism and Media, 2018. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/>. Acesso em: 20 abr. 2021.
- AGUIAR, S. **Territórios do Jornalismo**: Geografias da mídia local e regional do Brasil. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.
- ALVES, R. C. Radiojornalismo e a linguagem coloquial. *In*: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.
- ANATEL. **Sistema de Controle de Radiodifusão-SRD**. Brasília, 2017. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/srd/Consultas/ConsultaGeral/TelaListagem.asp?SISQSmodulo=5243>. Acesso em: 12 abr. 2020.
- ASSIS, F. de. **Imprensa do Interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.
- ATLAS DA NOTÍCIA. **Mapeando o jornalismo local no Brasil**. Projor. [São Paulo], 2020. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 12 abr. 2020.
- AVRELLA, B. **O radiojornalismo local em pequenas emissoras: um estudo das rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM**. 2014. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- AVRELLA, B. O rádio em Amplitude Modulada: trajetória e possibilidades. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 11., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Alcar, 2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/11o-encontro-2017/gt-historia-da-midia-sonora/o-radio-em-amplitude-modulada-trajetoria-e-possibilidades/view>. Acesso em: 12 abr. 2020.
- BARBEIRO, H. Prefácio. *In*: PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.
- BARBOSA FILHO, A. **Gêneros Radiofônicos**: Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 set. 2020.
- BUENO, W. C. O preconceito contra o jornal do interior. *In*: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

CABRAL, E. D. T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural**: análise das estratégias dos grandes conglomerados. Fundação Casa de Rui Barbosa Setor de Pesquisa em Políticas Culturais, Rio de Janeiro, 2019.

CABRAL, E. D. T. Políticas de comunicação e de cultura acessíveis à sociedade: o projeto EPCC. *In*: CABRAL, E. D. T. (org.). **Desafios das políticas de comunicação**. São Cristóvão: ULEPACC-Brasil, 2019.

CABRAL, E. D. T. Entre políticas e o marco legal: a comunicação em xeque. **Revista Eptic**, Sergipe, v. 22, n. 1, p. 29-43, jan./abr. 2020.

CAMPELO, L. N; LIMA, N. C. Programa “Banca de Sapateiro” e o Radiojornalismo contemporâneo: novas formas de produção jornalística a partir das tecnologias digitais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: SBPJor, 2019. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/view/2053>. Acesso em: 12 abr. 2020.

BONIXE, L. Internet e Participação: o renascimento da rádio local como espaço de debate público. *In*: **Jornalismo de Proximidade**: limites, desafios e oportunidades. Covilhã: LabCom Books, 2012.

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de Proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CAMPONEZ, C. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. *In*: CORREIA, J. C. (org.). **Jornalismo de Proximidade**: limites, desafios e oportunidades. Covilha: Labcom Books, 2012, p. 35-48.

CASTELLS, M. A era da informação: economia, sociedade e cultura. *In*: **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 1.

CASTRO, J. A. História do rádio no Brasil. **Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão**, Brasília, 2014. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23526-historia-do-radio-no-brasil>.

CHANTLER, P.; HARRIS, S. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

COMASSETTO, L. R. O rádio local na era das redes. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/21603087055150134267477352316300045702.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

COMASSETTO, L. R. **A voz da aldeia**: O rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global. Florianópolis: Insular, 2007.

COSTA, T. R. C. A mundialização da cultura e os processos de homogeneização e formação da cultura global. **Universitas: Relações Internacionais**, Brasília, v. 2, n. 1, 2005.

CORREIA, J. C. **Jornalismo e espaço público**. Covilha: Livros LabCom, 1998.

COSTA, L. A. C. Outros gêneros em jornais regionais. *In*: MELO, J. M.; ASSIS, F. **Gêneros Jornalísticos do Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

DEL BIANCO, N. R. Remediação do radiojornalismo na era da informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2., 2004, Salvador. **Anais...** Salvador: SBPJor, 2004. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

DEL BIANCO, N. R. Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet. *In*: FIDALGO, A.; SERRA, P. **Campos da Comunicação**. Covilhã: Universidade Beira do Interior, 2005. Disponível em: <https://labcom.ubi.pt/ficheiros/ACTAS%20VOL%204.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

DEL BIANCO, N. R.; PRATA, N. Rádio, mobilidade e ubiquidade: análise do projeto de inclusão *mobile* digital da ABERT. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 41, n 1, 2018. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/3046/2122>. Acesso em: 20 abr. 2020.

DORNELLES, B. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

DORNELLES, B. O localismo nos jornais do interior. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, set./dez. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2010.3.8191>. Acesso em: 20 abr. 2020.

DORNELLES, B. O futuro do jornalismo em cidades do interior. *In*: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

DUVAL, A. R.; HAUSSEN, D. F. Redes radiofônicas e produção local: um estudo de caso. *In*: MOREIRA, S. V.; DEL BIANCO, N. R. (orgs.). **Desafios do Rádio no século XXI**. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

FADUL, A. Decadência da cultura regional: a influência do rádio e da TV. *In*: MELO, J. M. (org.). **Comunicação/incomunicação no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1976.

FERNANDES, M. L. **A força do jornal do interior**. Univali: Itajaí, 2003. p. 62 – 181.

FERNANDES, M. L. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. *In*: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

FERRARETTO, L. A. **O Veículo, a história e a técnica**. 2ª ed., Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, L. A. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. *In*: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 7., 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom, 2007.

FERRARETTO, L. A.; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, 2010.

FERRARETTO, L. A. Da segmentação à convergência: apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. **Revista Comunicação e Sociedade**, São Paulo, Universidade Metodista de São Paulo, v. 36, n. 1, 2014.

FERRARETTO, L. A. Rádio contemporâneo: o modelo de negócio e o poder de referência do meio sob tensão. **Revista Eptic**, Sergipe, v. 21, n. 2, mai./ago. 2019.

FONSECA JUNIOR, W. C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2015.

FORNARI, E. **O “incrível” Padre Landell de Moura**. Biblioteca do Exército: Rio de Janeiro, 1984.

GAMBARO, D. **A instituição social do rádio: (Re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático**. 2019. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-23072019-105047/publico/DanielGambaro.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

GOFFMAN, E. A Fala do rádio: um estudo dos percursos dos nossos erros. In: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (orgs.). **Teorias do Rádio: Textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008. v. II.

HERREROS, M. C. **Modelos de rádio, desarrollos e innovaciones**. Madrid: Ed. Frágua, 2007.

HERREROS, M. C. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Ed. Gedisa, 2001.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

JANUÁRIO, S. B. B. Relação interdisciplinar entre a ciência da informação e a ciência da comunicação: o estudo da informação e do conhecimento na biblioteconomia e no jornalismo. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 7, n. 2, jan./jun. 2010. p. 151-165.

JUNG, M. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e Mídias Sociais: Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas Digitais de Comunicação**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, M. *et al.* A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa. **IINTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 40, n. 3, set./dez. 2017.

KLÖCKNER, L.; BRAGANÇA, M. A. Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet. *In*: MOREIRA, S. V.; DEL BIANCO, N. R. (orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

LEITE, C. M. C. **O lugar e a construção da identidade: os significados construídos por professores de Geografia do Ensino Fundamental**. 2012. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

LIMA, H. S. S. **A migração do rádio AM para FM em Mato Grosso do Sul: um estudo comparado das Rádios Caçula e Difusora Pantanal**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2018.

LIMA, H. S. S.; OTA, D. C. Rádio AM e a questão local: uma análise da programação da Difusora Matogrossense de Corumbá (MS). *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 19., 2017, Cuiabá. **Anais eletrônicos...** Cuiabá: Intercom, 2017. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2017/lista_area_DT07.htm. Acesso em: 20 abr. 2020.

LIMA, H. S. S.; OTA, D. C. Mídia local em Mato Grosso do Sul e o mapeamento dos desertos de notícias. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais eletrônicos...** Joinville: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1639-1.pdf>.

LIMA, V. A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

LOPEZ, D. C. Estudar radiojornalismo na era digital: uma revisão metodológica. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 5., 2007, Sergipe. **Anais...** Sergipe: SBPJor, 2007.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: Tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

LÓPEZ GARCÍA, X. **Ciberperiodismo en la proximidad**. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2008.

LUCHT, J. M. P. **Gêneros Radiojornalísticos: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo**. 2009. 173 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/881/1/Janine%20Marques%20Passini.pdf>. Acesso em: 25 set. 2019.

MANCEBO, D. Globalização, cultura e subjetividade: discussão a partir dos meios de comunicação de massa. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 18, n. 3, dez. 2002. p. 289-295. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722002000300008&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 31 jul. 2020.

MCLEISH, R. **Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MCLUHAN, Marshall. Rádio: o tambor tribal. *In: Os meios de comunicação: como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDINA, J. L. B. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista Symposium**, p. 45-55, 2001.

MEDITSCH, E. **Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica**. Palestra à Licenciatura em Jornalismo da Universidade de Coimbra, 9 de novembro de 1995.

MEDITSCH, E. **Jornalismo e construção social do acontecimento**. Florianópolis: Insular, 2010.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2007.

MELO, J. M. **Jornalismo e Memória**. São Paulo: Editora UMESP, 1997.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MELO, J. M. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MELO, J. M. ASSIS, F. (orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MELO, J. M. ASSIS, F. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. São Paulo: Intercom, 2016.

MELO, I. A. Um jornalismo de proximidade. **Observatório da Imprensa**. ed. 427, Campinas, 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>. Acesso em: 31 jul. 2020.

MOREIRA, S. V.; DEOLINDO, J. S. Mídia, cidade e “interior”. **Revista Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, 2013.

MOREIRA, S. V. Tecnologia e legislação para o rádio do século XXI. *In: MOREIRA, S. V.; DEL BIANCO, N. R. (orgs.). Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

NEHMY, R. M. Q.; PAIM, I. Repensando a sociedade da informação. **Perspect. cienc. inf.**, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, p. 9 - 21, jan./jun. 2002.

OLIVEIRA, D. A. M. **A cultura na imprensa regional: os casos do litoral e do interior**. 2012. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2012.

ORTIZ, R. Um outro território. In: BOLAÑO, C. R. S. (org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ, 1999.

ORTRIWANO, G. S. **A Informação no rádio**: Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, p. 66-85, 2003.

OTA, D. C. **A informação jornalística em rádios de fronteira: a questão da binacionalidade em Ponta Porã-Pedro Juan Caballero e Corumbá-Puerto Quijaro**. 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PóscomUmesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, jan./jul., 2005.

PERUZZO, C. M. K. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99061099541813324499037281994858501101.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.

PERUZZO, C. M. K.; VOLPATO, M. O. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. **Libero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. de 2009.

PINTO, P. A. Mídia regional: nem menor, nem maior, um elemento integrante do sistema midiático do Brasil. **Ciberlegenda**, n. 29, p. 95-107, dez., 2013.

PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRADO, M. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 2012.

PRATA, N. M. M. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. 2008. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

PRATA, N. M. M. Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio. In: CONGRESSO NACIONAL DA HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/r0138-1.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2020.

PRATA, N.; AZI, I. Panorama do rádio em Barbacena: uma análise da produção jornalística das rádios locais. **Revista Tecer**, Belo Horizonte, v. 10, n. 18, p. 39-53, 2017.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Editora Ática, 1998.

- RADDATZ, V. L. S. **Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global**. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- REZENDE, A. L.; SANTIAGO, G. **PRA-7: A primeira rádio do interior do Brasil**. Ribeirão Preto: São Francisco Gráfica e Editora, 2005.
- SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. 1ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- SANTOS, M. C. **A importância do noticiário local de rádio em tempos de globalização: uma análise da opinião dos ouvintes da Rádio Itatiaia**. 2010. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local) – Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, 2010.
- SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1994.
- SILVA, M. P. A imprensa do interior no jogo de escalas: os jornais do centro-oeste paulista e a questão local em foco. In: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- SILVA, K. M. F. C. **A construção da notícia no rádio e as novas rotinas produtivas: um estudo da Rádio Jornal de Pernambuco**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.
- SOUSA, J. P. **Comunicação regional e local na Europa Ocidental: Situação geral e os casos português e galego**. Coimbra, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2020.
- TEMER, A. C. R. P. **Notícias & serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.
- TEMER, A. C. R. P. Muito além da grande mídia: razões e racionalizações do jornalismo do interior. In: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do interior: Conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- ZUCULOTO, V. R. M. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.
- ZUCULOTO, V. R. M. As transformações da notícia de rádio na fase pós-televisão. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 1, jan./jun. 2004.

APÊNDICE A – Identificação das unidades de informação – Dia 01

Segunda-feira 05/10/2020		
Notícia/Local	Gênero/Formato	Proximidade geográfica
Acidente automobilístico –Douradina	Informativo/Boletim policial	Municipal
Acidente automobilístico com incêndio – Nova Alvorada do Sul	Informativo/Boletim policial	Municipal
Acidente automobilístico com incêndio – Sidrolândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
Campanha de vacinação contra poliomielite	Informativo/Manchete	Nacional
TCU manda vereadores de Selvíria devolverem dinheiro indevido	Informativo/Nota	Municipal
Comentário do apresentador a respeito do crime de manifestação partidária dos ouvintes (após participação de ouvinte)	Opinativo/ouvinte	Municipal
Acidente automobilístico – Ivinhema	Informativo/Boletim policial	Municipal
Apreensão de drogas – Nova Andradina	Informativo/Boletim policial	Municipal
Previsão de chuvas no MS	Utilitário – Meteorologia	Estadual
Padre comemora beatificação padroeiro da internet no MS	Informativo/Manchete	Estadual
Marcos Alex (MPE) removido de 38 procedimentos	Informativo/Manchete	Estadual
Autorização de forças nacionais/combate de incêndio no Pantanal	Informativo/Nota	Estadual
Afogamento – Rochedo	Informativo/Nota	Municipal
Denúncia produtos vencidos – Procon	Informativo/Manchete	Estadual
Apresentador ressalta a importância da vacinação na campanha contra a poliomielite	Opinativo/comentário	Nacional
AGEPEN/Golpe Covid-19	Informativo/Manchete	Estadual
Apresentador comenta a notícia: AGEPEN/Golpe Covid-19	Opinativo/comentário	Estadual
Alerta defesa civil/altas temperaturas/tempo seco podem causar incêndio	Informativo/Manchete	Estadual
Comentário do locutor a respeito das altas temperaturas	Opinativo/comentário	Estadual
Acidente automobilístico – Juti	Informativo/Boletim policial	Municipal
Prisão de traficante e apreensão de drogas em Naviraí	Informativo/Boletim policial	Municipal
Governador propõe brigada permanente para evitar queimadas	Informativo/Manchete	Estadual

Comentário do locutor a respeito da diferença entre queimada e incêndio e sobre a maneira como a imprensa retrata essa questão	Opinativo/Testemunhal	Estadual
Governo proíbe queimadas controladas	Informativo/Manchete	Estadual
Acidente automobilístico – Água Clara	Informativo/Manchete	Municipal
Campanha “leia para uma criança” – Correios	Utilitário /Serviço de utilidade pública	Nacional
Casa China anuncia que vai abrir (Paraguai)	Informativo/Nota	Fronteira
Justiça eleitoral dá prazo para candidato responder sobre ação criminal – Aquidauana	Informativo/Nota	Municipal
Número de casos de covid-19 no MS	Informativo/Nota	Estadual
Covid-19 no MS	Opinativo/Comentário	Estadual
Gravidez de Simone da dupla com Simaria	Diversional	Nacional
Comentário do locutor sobre as particularidades e costumes de cada região (fronteira, fuso-horário) e a legislação durante as eleições	Opinativo/Comentário	Estadual
Voluntários arrecadam alimentos para animais vítimas de queimadas no Pantanal	Utilitário/Serviço de utilidade pública	Estadual
Prisão/flagrante contrabando em Campo Grande	Informativo/Manchete	Municipal
Relato de golpe em lanchonete – Chapadão do Sul	Informativo/Boletim policial	Municipal
Candidaturas homologadas em Aral Moreira disponíveis no mural eletrônico	Informativo/Notícia	Municipal
Comentário do apresentador sobre mural eletrônico	Opinativo/Comentário	Estadual

APÊNDICE B – Identificação das unidades de informação – Dia 02

Terça-feira 06/10/2020		
Notícia/Local	Gênero/Formato	Proximidade geográfica
Prefeitura de Campo Grande publica contrato para pavimentação asfáltica	Informativo/Manchete	Municipal
Juiz de Dourados dá prazo para candidatos corrigirem irregularidades	Informativo/Manchete	Municipal
Prisão de jovem com objetos furtados – Nova Andradina	Informativo/Manchete	Municipal
Explicação do apresentador a respeito da notícia do TCU comentada por um ouvinte	Opinativo/Ouvinte	Municipal
A maioria dos carros novos não vem com extintor de incêndio	Opinativo/Comentário	Estadual
Aviso de sorteio de presentes para as crianças, pela emissora Jota FM de Caarapó	Utilitário/Roteiro	Municipal
Mulher incendeia, por ciúme, residência em Caarapó	Informativo/Boletim policial	Municipal
Casal preso por perturbação ao sossego em Caarapó	Informativo/Boletim policial	Municipal
Apresentador comenta pedido de ouvinte (iluminação pública)	Opinativo/Ouvinte	Municipal
Alguns municípios de MS têm mais eleitor que morador	Opinativo/Comentário	Estadual

APÊNDICE C – Identificação das unidades de informação – Dia 03

Quarta-feira 07/10/2020		
Notícia/Local	Gênero/Formato	Proximidade geográfica
Balanço das exportações no Brasil e no MS	Informativo/Manchete	Estadual
Estado de MS é o que mais apreende drogas no Brasil	Informativo/Manchete	Estadual
Vigilante executado com tiros – Nova Andradina	Informativo/Boletim policial	Municipal
Acidente automobilístico – Anastácio	Informativo/Boletim policial	Municipal
Ciclista é atropelado e morre em Sidrolândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
Morte no trânsito – Sidrolândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
TRT/MS nega recurso para manutenção de candidato à prefeitura de Campo Grande	Informativo/Notícia	Municipal
Selvíria tem investimento do governo em asfalto	Informativo/Manchete	Municipal
Governo entrega casas populares em Selvíria	Informativo/Manchete	Municipal
Revogação da lei que obrigava portar extintor de incêndio no veículo	Utilitário/Serviço de utilidade pública	Estadual
Apresentador propõe continuidade da enquête iniciada no dia anterior a respeito da revogação da Lei (extintor)	Opinativo/Comentário	Estadual
Acidente com moto em Ivinhema	Informativo/Boletim policial	Municipal
Homem é preso por descumprir medida protetiva em Caarapó	Informativo/Boletim policial	Municipal
Como participar do sorteio de brinquedos pela emissora de Caarapó (Dia das Crianças)	Utilitário/Roteiro	Municipal
Concurso Polícia Rodoviária Federal	Utilitário/Serviço de utilidade pública	Nacional
Governo Federal lança plano que vai mudar a aviação	Informativo/Manchete	Nacional
Alerta: risco de morte por calor excessivo. Cidades no rol das mais quentes do Brasil: Inocência, Aparecida do Taboado, Selvíria, Santa Fé do Sul (SP) e Ilha Solteira (SP)	Informativo/Nota	Estadual

Comentário do apresentador a respeito da nota sobre o calor excessivo	Opinativo/Comentário	Estadual
Apresentador comenta sobre hipótese de vereadores fazerem projetos para mudança de nome de ruas	Opinativo/Comentário	Estadual
Apresentador aborda novamente o assunto do extintor, compara com a legislação do Paraguai e Argentina em relação à segurança que a obrigatoriedade nesses países traz	Opinativo/Testemunhal	Estadual
Polícia Ambiental prende e autua pescador com excesso de cota em Anastácio	Informativo/Nota	Municipal
Apresentador opina a questão do pescador que excedeu a cota	Opinativo/Comentário	Municipal
Informe (governo do Estado) sobre o retorno das aulas presenciais apenas em 2021	Informativo/Nota	Estadual
Apresentador comenta sobre importância do isolamento social e demais cuidados durante a pandemia	Opinativo/Comentário	Estadual

APÊNDICE D – Identificação das unidades de informação – Dia 04

Quinta-feira 08/10/2020		
Notícia/Local	Gênero/Formato	Proximidade geográfica
STF julga inconstitucional Leis do MS que proibiram corte de luz elétrica	Informativo/Manchete	Estadual
No MS, por causa do calor, fotos de pessoas alimentando pássaros e animais com água e sorvete viralizam	Informativo/Nota	Estadual
Mão amiga: força-tarefa intensifica combate aos focos de incêndio no Pantanal do MS	Informativo/Manchete	Estadual
Quase 37% dos prefeitos de MS vão se reeleger por falta de concorrência	Informativo/Manchete	Estadual
Comentário do apresentador a respeito da ‘chapa pura’, quando não há concorrência	Opinativo/Comentário	Estadual
PRF aborda ambulância com falsos médicos/traficantes, em Ponta Porã.	Informativo/Nota	Municipal
Idoso encontrado morto em chiqueiro em Brasilândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
Suíte da notícia do dia anterior: vigilante executado a tiros em Nova Andradina	Informativo/Nota	Municipal
Agressão a idoso em assalto – Campo Grande	Informativo/Boletim policial	Municipal
Polícia prende homem vendendo drogas em casa com 9 crianças em Pedro Juan (PY), fronteira com Ponta Porã	Informativo/Boletim policial	Fronteira
Idosa encontrada morta em Campo Grande	Informativo/Boletim policial	Municipal
Cassilandense disputa vaga para o senado pelo MT	Informativo/Notícia	Municipal
Apresentador contextualiza e explica notícia anterior – Cassilândia	Opinativo/Comentário	Municipal
Motociclista ferida em acidente com caminhão baú em Ivinhema	Informativo/Boletim policial	Municipal
Suíte: polícia investiga suspeito pela morte de vigilante em Nova Andradina	Informativo/Boletim policial	Municipal
Temperatura	Utilitário/Temperatura	Estadual
PRF apreende quase meia tonelada de drogas em Coronel Sapucaia	Informativo/Manchete	Municipal

Traficante procurado pela Interpol é preso em Amambai	Informativo/Manchete	Municipal
Apresentador explica novamente razão da realização da enquete a respeito da não-obrigatoriedade de posse de extintor de incêndio nos automóveis. A enquete surgiu após acidente automobilístico com incêndio, na BR-060, com vítima carbonizada.	Opinativo/Comentário	Estadual
Idoso morre ao cair de ponte em Amambai	Informativo/Boletim Policial	Municipal
Polícia prende casal de facção criminosa em Caarapó	Informativo/Boletim policial	Municipal
PM prende homem por desacato e violência doméstica em Paranaíba	Informativo/Boletim policial	Municipal
Tentativa de homicídio por violência doméstica em Aparecida do Taboado	Informativo/Boletim policial	Municipal
PM registra três ocorrências de violência doméstica em 24 horas, em Cassilândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
Justiça homologa registros de candidatura em Aparecida do Taboado	Informativo/Notícia	Municipal
Apresentador comenta a notícia anterior e explica o termo “Juri Expeviant”, usado no Direito, que significa o direito de espernear	Opinativo/Comentário	Estadual
Lista de objetos sem identificação (extraviados ou roubados) será fixada em delegacias	Utilitário/Serviço de utilidade pública	Estadual
Golpe consulta espiritual (Mãe de Santo) via internet no MS. Delegacia responsável: Dourados	Informativo/Nota	Municipal
AL/MS aprova 3 projetos de Lei	Informativo/Nota	Estadual
Juíza defere candidaturas em Água Clara	Informativo/Nota	Municipal
Apresentador comenta dificuldade de receber auxílio emergencial, após contato de ouvinte	Opinativo/Ouvinte	Estadual

APÊNDICE E – Identificação das unidades de informação – Dia 05

Sexta-feira 09/10/2020		
Notícia/Local	Gênero/Formato	Proximidade geográfica
Apresentador alerta população sobre perigos da aglomeração no próximo feriado	Opinativo/Comentário	Estadual
Roubo em residência – Sidrolândia	Informativo/Boletim policial	Municipal
Acidente automobilístico em Ribas do Rio Pardo	Informativo/Boletim policial	Municipal
PRF apreende 120 kg de cocaína – Anastácio	Informativo/Boletim policial	Municipal
Cassilândia tem 4 candidatos à prefeitura	Informativo/Nota	Municipal
Informações sobre o início do programa eleitoral e candidaturas em Caarapó	Informativo/Nota	Municipal
DOF apreende veículo e drogas na MS-156, próximo a Amambai	Informativo/Boletim policial	Municipal
Sebrae está com inscrições abertas de cursos de empreendedorismo em: Ilha Solteira, Birigui e Guararapes (municípios de SP, que fazem divisa com MS e ouvem a Jota FM)	Utilitário/Serviço de Utilidade Pública	Interestadual
Apresentador comenta sobre situação da Covid-19 em Ilha Solteira - SP	Opinativo/Comentário	Interestadual
Procon notifica estabelecimentos comerciais de SP na região que escuta às transmissões da 92.3	Informativo/Manchete	Interestadual
Músico cai de moto e morre próximo a Itaporã	Informativo/Boletim policial	Municipal
JBS Abre vagas de trabalho em Ponta Porã	Utilitário/Serviço de Utilidade Pública	Municipal
Rio Brilhante tem 3 candidatos à prefeitura	Informativo/Manchete	Municipal
Informações sobre estabelecimentos fechados no feriado estadual	Utilitário/Serviço de Utilidade Pública	Estadual
Apresentador fala sobre taxas de contágio no Estado e alerta para que população redobre os cuidados durante o feriado	Opinativo/Comentário	Estadual
Morte do presidente do Rotary Clube por covid-19 em Nova Andradina	Informativo/Nota	Municipal