

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER Curso
de Bacharelado em Jornalismo

EDNA DOS SANTOS DE SOUZA ROCKE

**ANÁLISE SOBRE O ESPAÇO PARA A PRODUÇÃO
RADIOJORNALÍSTICA NA RÁDIO ATALÂNTICO SUL LTDA
93.3FM NO MUNICÍPIO DE SOMBRIO (SC)**

SOMBRIO
2022

EDNA DOS SANTOS DE SOUZA ROCKE

**ANÁLISE SOBRE O ESPAÇO PARA A PRODUÇÃO
RADIOJORNALÍSTICA NA RÁDIO ATALÂNTICO SUL LTDA
93.3FM NO MUNICÍPIO DE SOMBRIO (SC)**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do grau de bacharel em
Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientador: Prof. Ms. Larissa
Drabeski.

SOMBRIO - SC

2022



Curso de Bacharelado em Jornalismo
Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos vinte e quatro dias do mês de maio de dois mil e vinte e dois realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante do/a estudante Edna dos Santos de Souza Roche, portador do Registro Uninter 1733636 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade monografia, sob o título Análise sobre o espaço para a produção radiojornalística em Sombrio (SC) e orientação do/a professor/a Ms. Larissa Adryellen Drabeski, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Ms. Otacílio Evaristo Monteiro Vaz

Examinador/a 2: Ms. Roscéli Kochhmann

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 9,5

Sendo assim, considerou-se o/a estudante aprovada.

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a: *Larissa A. Drabeski*

Examinador/a 1: *[Assinatura]*

Examinador/a 2: *Roséli Kochhmann*

Estudante: *Edna dos Santos de Souza Roche*

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos primeiramente a Deus, por me fazer forte o suficiente para as lutas e não me deixar desanimar nas dificuldades encontradas.

Minha família que é tudo para mim, nela me abasteço diariamente. Meus agradecimentos aos meus pais, Valdeci de Souza, e Maria Lucia Dos Santos de Souza que me educaram para ser a mulher que hoje me tornei.

Ao meu esposo amado, Giancarlo Serafim Rocke e minha Filha Daiane dos Santos de Souza Rocke que suportaram minhas ausências de atenção enquanto estava focada nos estudos. Não há exemplo maior que o amor da nossa família.

Dedico a todos os jornalistas que fazem de seu ofício uma incontestável verdade. “Jornalismo de verdade deve defender aqueles que não possuem voz, não os calar ainda mais.” Anne With (s/a)

RESUMO

Este estudo busca analisar o espaço para a produção radiojornalística na rádio local Atlântico Sul Ltda 93.3FM, no município de Sombrio. Trata-se de pesquisa bibliográfica e documental selecionando-se referenciais que subsidiaram a discussão teórica com contribuições para fundamentar os objetivos do estudo, para identificar o tipo de jornalismo produzido na referida emissora. Quanto aos procedimentos técnicos a coleta de dados foi por meio da observação por um período de 20 dias na referida rádio. O rádio, embora ocupe o segundo lugar de audiência, atrás da televisão e antes da internet, vem perdendo a atuação do profissional do jornalismo devido a contextos trazidos pela tecnologia em redes, produções jornalísticas distribuídas pelas agências de notícias entre outros moldes igualmente adversos da atuação comprometida com a comunidade. A pesquisa documental e de observação realizada na Rádio Atlântico Sul Ltda 93.3FM, trouxe a realidade de que a rádio local vem perdendo a produção jornalística própria e, com isso, a memória, a cultura, o estreitamento de relações com a comunidade do lugar.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Radiojornalismo; Rádio Local; Memória.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –Município de Sombrio destacado no mapa de Santa Catarina.....	24
Figura 2 – Fachada da Rádio 93.3FM.....	26
Figura 3- Studio da Rádio 99.3FM.....	26
Figura 4 - Programa Correio Notícias.....	31
Figura 5 – Programa Revista 93.....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Roteiro de investigação.....	13
Quadro 2 - Diário de Campo.....	13
Quadro 3 – Categorias de Análise.....	15
Quadro 4 – A rádio local atual.....	21
Quadro 5 - Programação diária da Rádio 93.3 FM.....	30
Quadro 6 – Prática jornalística.....	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA	12
3 CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO E DO JORNALISMO	16
3.1. RÁDIO.....	17
3.2 O RADIOJORNALISMO E SUAS LIMITAÇÕES	18
4 O RADIOJORNALISMO NA RÁDIO LOCAL: LUGAR E MEMÓRIA	20
5 HISTÓRICO DA RÁDIO ATLANTICO SUL LTDA. 93.3 FM	24
6 ANÁLISE E DISCUSSÃO	28
6.1 CATEGORIA 1 – ESPAÇO PARA A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA.....	28
6.2 CATEGORIA 2 – ABERTURA PARA A POPULAÇÃO LOCAL.....	34
6.3 CATEGORIA 3 - IMPORTÂNCIA DO RADIOJORNALISTA NA RÁDIO LOCAL ENQUANTO ESPAÇO DE LUGAR E MEMÓRIA.....	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

O rádio, gradativamente, veio transformar a vida das pessoas em sociedade, possibilitando a informação a distância. Trata-se de um instrumento que não desapareceu mediante o surgimento de tecnologias mais avançadas, como a televisão e a internet, garantindo continuidade enquanto radiojornalismo de informação e entretenimento, e ocupa o quarto lugar na preferência dos brasileiros em relação “à penetração no total da população (61%), atrás da TV (87%), mídia *out-of-home* (88%) e mídia digital (88%) (MÍDIA DADOS DO BRASIL, 2021, p. 1).

No entanto, este meio se renova constantemente para romper suas limitações. “É pelo poder da tradição cultural oral que se converteu no meio dos afetos” (DEL BIANCO, 2018, p. 1).

Há que se mencionar, também, que o rádio tem adotado as formas de convergência, que consiste em um processo gerado pelo aperfeiçoamento de diversas tecnologias, ou ainda, pelas novas ferramentas tecnológicas oferecidas todos os dias (JENKINS, 2006, p. 26).

Uma pesquisa realizada pelo Kantar Ibope Media (2020), mostrou que mais da metade da população ouve rádio no Brasil, contabilizando 75%. Do total desses 75%, contabiliza 17% dos ouvintes que ouvem mais rádio ainda, quando iniciou o período de isolamento devido à pandemia do Covid-19. Em relação a ouvir rádio no trânsito em 2020, a pesquisa mostrou que essa baixou de 18% para 13%; no entanto, cresceu de 70% para 78% o total de ouvintes sintonizados em seus lares. A pesquisa Kantar (2020) mostrou também que alcança 81% dos ouvintes, que ainda ouvem em seu aparelho de rádio para seguir a programação e 23% via celular. De Janeiro a Junho de 2020, registraram-se 3,5 milhões de *tweets* sobre o meio rádio. No mês de março de 2020, houve um aumento de 77% na quantidade de *tweets* voltados ao rádio.

Portanto, a radiodifusão permanece na preferência de significativa parcela da população, cabendo mencionar a presença do jornalista neste tipo de mídia.

“A força do jornalismo numa emissora de rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local. [...] O jornalismo é uma das poucas

coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras” (CHANTLER & HARRIS, 1998, p. 21).

Embora a realidade da presença da televisão e da internet enquanto tecnologias mais atraentes durante disponibilização de imagens e estreitamento de relações por meio de redes sociais, por exemplo, a radiodifusão sonora permanece consolidada, atingindo elevados índices de audiência.

No entanto, paralelo à posição bem consolidada do rádio no cenário de preferência enquanto meio de comunicação, dentre os muitos recortes passíveis de serem analisados na relação jornalismo/rádio local, enquanto funcionária na Rádio Atlântico Sul Ltda 93.3 FM, incluindo a apresentação de um programa vespertino, o Revista 93, juntamente com outros colegas, optei pela abordagem do espaço ocupado pelo conteúdo jornalístico na programação da emissora pesquisada, quando considere trabalhos recorrentes na literatura deste estudo, como Sant’Anna (2008), Lima (1970) Zucoloto (2013) entre outros, que trazem a perspectiva de que este profissional vem, cada vez mais perdendo espaço e/ou atuando de forma indireta, como os recursos da internet e outros que constituem uma extensa lista e, sobretudo a presença contundente das agências de notícias.

Sobre as agências de notícias Sant’Anna (2008), cita que a fonte, ou seja, o “(cliente)” propõe profissionalismo, segurança e universalização da notícia, se beneficiando da existência de grupos de interesses diversos, o que permite proporcionar um noticiário variável às emissoras. Esta é uma condição em que a emissora recebe o material de forma gratuita, não sendo obrigado a utilizá-lo, mas também não será pago pela sua veiculação; como não é visto como um comercial não implica em remuneração (SANT’ANNA, 2008)

Diante deste contexto, formulei a questão de pesquisa: Que tipo de radiojornalismo a rádio local Atlântico Sul Ltda 93.3 FM, município de Sombrio, disponibiliza para a produção jornalística?

Este questionamento pode ser respondido a partir das hipóteses: No radiojornalismo local há espaço para a figura do jornalista, pois trata-se de um profissional que conhece os costumes locais e está próximo dos cidadãos. Há

abertura para a população geral engajando-se com a comunidade, oferecendo abordagens local, priorizando a proximidade, um dos princípios da noticiabilidade. O radiojornalista em sua atuação promove espaço de identidade, lugar e memória para a comunidade.

Diante das questões acima, este estudo parte do objetivo geral de analisar o espaço para a produção radiojornalística na rádio Atlântico Sul Ltda 93.3FM no município de Sombrio(SC). Para situar a realidade atual da profissão neste meio. Os objetivos específicos elencados foram: (1) Apresentar as características do rádio e do radiojornalismo; (2) Listar as razões para a ausência do radiojornalista na rádio local; (3) Relacionar o radiojornalismo local enquanto atividade de comunicação imprescindível para a informação e entretenimento priorizando a proximidade, um dos princípios da noticiabilidade; (4) Identificar a importância do radiojornalista na rádio local enquanto promotor de identidade, lugar e memória.

Discorrer sobre o espaço ao radiojornalista nas rádios locais implica em aprofundamento importante enquanto contribuições para o exercício da profissão, pois uma expressiva quantidade de municípios de pequeno porte, têm na emissora de rádio o único meio que produz e transmite os conteúdos locais.

A fundamentação teórica trouxe referenciais que permitiram o aprofundamento das características do rádio e do radiojornalismo; o rádio enquanto veículo de comunicação de massas e suas características; o rádio e suas limitações pontuando a televisão e a internet enquanto tecnologias mais atraentes; o radiojornalismo na rádio local enquanto lugar de memória pela intrínseca relação que pode gerar na comunidade local.

Para a pesquisa a bibliográfica, busquei referências de Ortriwano (1985), que traz em sua obra, conteúdo imprescindível sobre o rádio, traçando considerações sobre este meio, suas características e seu papel de informação. Também registrase as contribuições de autores como Lima (1970) e Zucoloto. (2013), entre outros. Destaco o autor Sant'Anna (2008), Doutor em Ciência da Informação e da Comunicação, da Universidade de Rennes – 1, França, com a publicação,

Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas, publicada no referido ano (2008); sua dissertação disponibiliza importantes considerações acerca do cenário das rádios locais atuais focando na presença massiva das agências de notícias em detrimento de um jornalismo local próprio. Ainda neste capítulo busquei subsídios de Cebrian Herreros (2006), Meditsch (2001), Castells (2003/2001), e outros autores, bem como os dados da Mídia Dados do Brasil (2021) Kantar Ibope Media (2020), trouxeram valiosas contribuições para o estudo que, expondo e argumentando acerca da introdução das agências de notícias nas rádios.

Apresento também o estudo de Comasseto (2006), intitulado, O rádio local da nova ordem global, situando a problemática da falta do jornalista nas rádios locais em detrimento da forte produção de agências que suprem as emissoras de todo tipo de programação.

A presença das agências de notícias, portanto, como confirmei durante a produção deste estudo por meio dos autores referenciados, vem sendo cada vez mais utilizada nas rádios, mediante oferta de extenso material que inclui textos e rádio reportagens prontas para a divulgação: entrevistas com personalidades, boletins radiofônicos ou mesmo cobertura completa de um determinado evento. (estruturas para a produção e difusão de rádio *releases*).

O referencial teórico contemplará dois tópicos e respectivos subtópicos, destacando o rádio enquanto serviço, bem como as características do rádio e do jornalismo, considerando também as limitações do radiojornalismo.

O segundo tópico do referencial teórico intitulado, O radiojornalismo na rádio local: lugar e memória enquanto atividade de comunicação imprescindível para a informação e entretenimento das massas, será subsidiada por conteúdos que demonstram a importância do radiojornalista nas emissoras locais, mesmo diante da presença maciça de grandes corporações de mídia.

O terceiro tópico, Análise e Discussão, aborda a pesquisa documental e a de observação realizada na Rádio Atlântico Sul Ltda 93.3 FM, relacionando-a à pesquisa bibliográfica por meio das contribuições de autores referenciados, possibilitando organizar os resultados em categorias.

2 METODOLOGIA

O período de observação realizado contemplou o período de 1 a 28 de fevereiro de 2022, totalizando 20 dias úteis; desses, 27 horas de observação em programas correspondendo a 12 dias; e duas horas diárias na coleta de materiais, durante 8 dias.

Realizei pesquisa documental e de observação, que possibilitaram a análise sobre o espaço para a produção jornalística na Rádio Atlântico Sul Ltda FM 93.3, no município de Sombrio (SC), objetivo deste estudo.

Na pesquisa documental centrei minha busca em jornais (considerando que a Rádio FM 93.3 também produz diário impresso utilizado na rádio para divulgação de notícias); meios eletrônicos utilizados (portais e outros) para seleção/checagem de notícias veiculadas em programas. Segundo Moreira (2008, p. 270) a análise documental, “[...] costuma ser utilizada no resgate da história de meios de comunicação, personagens ou períodos. As fontes mais comuns são os acervos de impressos (jornais, revistas, catálogos, almanaques).”

A observação é uma estratégia que se configura em um instrumento importante para coletar informações em pesquisas sociais, que tem permitido descrições minuciosas de lugares, objetos, situações, interações, aproximando o pesquisador dos contextos e das pessoas, no trabalho de campo, o que permite

também a descrição minuciosa de culturas e situações sociais vivenciadas no cotidiano investigado (SANTOS; ARAÚJO; BELLATO, 2016).

Busquei material disponíveis no portal da Rádio Sul Atlântico Ltda 93.3 FM, e no Portal C1, pertencente à emissora, utilizados na divulgação de notícias, considerando, pelo menos um trimestre – de dezembro de 2021 a fevereiro de 2022. Além das notícias que constam no Portal C1 da emissora, pesquisei gravações de programas e entrevistas.

Para a pesquisa documental e de observação elaborei um roteiro (conforme quadro 1) contendo as questões que ofertassem respostas com o objeto de estudo - tipo de jornalismo e espaço para a produção jornalística, contemplando o número de jornalistas formados, atividades internas e externas, utilização de agências de notícias, coberturas de eventos, produção de matérias, programação em rede, autonomia para produção, interação do ouvinte com os programas, envolvimento com moradores locais via entrevistas e outras formas conforme o quadro abaixo:

Quadro 1 – Roteiro de investigação

Alcance em cidade, região, estado.
Número geral de funcionários.
Número de formados/formandos em Jornalismo*
Agências de notícias utilizadas pela rádio.
Se há produção própria de notícias.
Quem coleta as notícias para o rádio, caso usarem “notícias prontas de portais”, jornais, outros.
Tipo de notícias preferidas pelos ouvintes.
Se há cobertura ao vivo em eventos dos variados tipos (solidários, policiais, e comercial).
A rádio produz matérias próprias com a população geral? (cultural, interessantes, curiosidades, etc...).
Há reuniões sobre a rádio, quais assuntos são tratados.
há alguma programação de rede? Ou em rede?
Programa de maior interação do ouvinte com o programa e por quê.
Há programas de debates que têm maior interação do ouvinte.
Tem quem faça a produção dos programas de entrevistas? Como é feita?
Tem número bom de anunciantes?
Programas diários, da semana, apresentação, formação dos que fazem o programa tal; (Ótima, Boa, ruim)

Fonte: Autora (2022)

Acompanhei o cotidiano das pessoas: repórteres e apresentadores dos programas, coletando informações gerais e também específicas sobre o espaço que a rádio pesquisada disponibiliza para a produção jornalística.

.Selecionei os programas da rádio que apresentam maior interação com o ouvinte: Correio Notícias (7h às 10h); Correio Repórter (10h às 12h) e Revista 93 (14h às 18h), totalizando 27 horas.

Para tanto, utilizei um registro inspirado no Diário de Campo de Lopes (1993) para cada dia de cada programa, contendo o nome do programa; horário, nome (fictício) do apresentador ou apresentadores observados; nome do observador/pesquisador e processos de produção jornalística utilizados pelos apresentadores, a interação do ouvinte com o programa ouvinte exposto no quadro abaixo.

Quadro 2 - Diário de Campo

Programa Correio Notícias	
Horário - 7h às 10h	
Data – 15/02/2022	
Local – Rádio Atlântico Sul 93.3 FM	
Observado – Apresentador/a “B”	
Observador – Édna Santos de Souza Rocke	
Descrição	Comentários

Fonte: Adaptado de Lopes (1993)

O Diário de Campo é um relato escrito daquilo que o pesquisador ouve, vê, experiencia e pensa no decorrer da coleta de dados (LOPES, 1993).

Sobre os procedimentos, especificamente, na pesquisa qualitativa, esta “não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques (GODOI, 1995, p. 21). Os dados qualitativos coletados no campo de pesquisa - a rádio local Atlântico Sul 93.3 FM – foram coletados por meio da documentação e da programação para identificar o espaço para a produção jornalística, que subsidiaram na promoção do diálogo com os autores referenciados na sessão da análise de dados.

A reunião do corpus do trabalho considerando a problemática, os objetivos, a hipóteses, bem como a pesquisa bibliográfica, a documental e a de observação formam um conjunto imprescindível para a elaboração das categorias. Moraes e Galiuzzi (2005), asseguram que as categorias podem ser criadas antes ou durante o processo de análise; antes porque, necessariamente, as hipóteses (fenômenos) de pesquisa são elencadas no início da pesquisa; e as categorias que surgem durante a análise são as novidades criadas e as leituras anteriores que podem ser confrontadas.

Para a análise dos dados coletados (bibliográficos e documentais), após a seleção e organização dos materiais realizei a análise crítica dos documentos, com vistas na produção de desdobramentos. Neste momento a caracterização, a descrição e as anotações do pesquisador subsidiarão a análise. (MOREIRA, 2008).

Após, elaborei as categorias de análise, no Quadro 3. A categoria 1 identifica o espaço para a produção jornalística local em virtude a presença maciça das agências de notícias. A categoria 2 identifica se há abertura para a população utilizar o meio rádio estabelecendo contato com a comunidade. A categoria 3 identifica relação do jornalista com a identidade, o local e memória em suas práticas jornalísticas.

Quadro 3 – Categorias de Análise

Categorias	Descrição
------------	-----------

Espaço para a produção radiojornalística.	Presença massiva das tecnologias que dominam o radiojornalismo com a presença de agências que ofertam textos e rádio reportagens prontas para as emissoras local.
Abertura para a população local na programação.	Forma recorrente os programas contam com entrevistados locais, cuja abordagem é bem variada: temáticas culturais, esportivas, saúde, política, negócios/comerciais, entre tantas outras.
Importância do radiojornalista na rádio local enquanto identidade, lugar e memória.	Enfrentamento diante da evidente transformação do jornalismo de rádio vigente que unifica a notícia, os programas e os próprios jornalistas locais em detrimento de uma ação verdadeiramente identitária desses profissionais.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Reuniu-se, portanto, neste tópico destinado aos procedimentos metodológicos o percurso que possibilitou a execução deste estudo, a partir da questão problema, hipóteses e objetivos elencados.

3 CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO E DO JORNALISMO

Ao reportar-se ao rádio e ao radiojornalismo logo emerge a ideia de comunicação, assim definida: “Comunicação vem do latim *communis*, comum, a

ideia de comunhão, comunidade” (MARQUES DE MELO (1975, p. 14). Neste contexto, a história do rádio está vinculada à comunicação vindo transformar a vida das pessoas em sociedade, pois possibilitou a informação a distância e estreito relacionamento com a comunidade, especialmente com a comunidade local.

Juntamente aos interesses religiosos e político-partidários, o rádio também tem elo fortemente voltado ao interesse comercial, incentivando a formação de redes, especialmente das FMs, contabilizando, hoje, aproximadamente 30% do setor radiofônico brasileiro. “vantajoso sob o ponto de vista econômico, pelo fato de uma emissora cabeça-de-rede produzir a programação retransmitida pelas demais praticamente sem custos” (AVVALONE JORGE, 2004).

Neste contexto:

Rede é um conjunto de nós interconectados. [...] equipes para a cobertura jornalística e equipamentos móveis gerando, transmitindo e recebendo sinais na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação. (CASTELLS, 2003, p.566)

De fato, o sistema de redes traz contribuições para a modernização do rádio porque favorece a especialização de determinadas áreas, como abranger um volumoso público que consolida emissoras que atuam com notícias ou gêneros musicais específicos.

No entanto, as redes dificultam para uma rádio independente do interior, já que sua abrangência é limitada e têm público variado reduzido. Assim, ao abrangerem mais regiões não se identificam “com as comunidades locais, ignorando sua cultura e não discutem seus problemas” (COMASSETO, 2006, p. s/n).

Diante do exposto, é válido refletir acerca do que acontece na cidade, enquanto papel do radiojornalismo, objeto deste estudo, considerando-se que o rádio traduz exatamente a noção de proximidade, de vínculo com a comunidade. Para tanto, vale conhecer as características do rádio e do jornalismo para equacionar sua relação com a rádio local.

3.1.RÁDIO

Mesmo antes do rádio firmar-se como veículo de comunicação de massa e, portanto, ainda não recebia reconhecimento como tal, é possível listar suas características: linguagem oral, a instantaneidade, o próprio imediatismo, a sensorialidade que despertava, então, a imaginação da audiência (ZUCOLOTO, 2013).

Destaca-se, no entanto, que devido à precariedade técnica e dos recursos tecnológicos muitas destas características não foram exploradas, o que acontece somente mais tarde com o avanço das estruturas e propriedades radiofônicas. Dentre estas características não exploradas está o imediatismo de comunicação em tempo real no radiojornalismo porque a notícia, conforme visto, era emitida a partir de cópia dos jornais impressos, associada à improvisação, amadorismo. Mais tarde com a construção do rádio como nova mídia é adquirida linguagem própria, mas, sem espontaneidade, ou sejam a notícia vai sendo modificada, mas, continua vinda “dos meios existentes” (ZUCOLOTO, 2013, p. 27-28).

Assim, é válido ressaltar as novas características decorrem de componentes tecnológicos, mas, também pelo avanço dos recursos e tecnologias. Assim, além da necessidade de identificar o perfil da rádio é preciso acompanhar sem tréguas as transformações que ocorrem com vistas a efetivação da sua comunicação.

Atualmente são sete as características do rádio: O imediatismo, a instantaneidade, a interatividade, a mobilidade, a oralidade, a penetração e a sensorialidade (ORTRIWANO, 1985). Neste amplo e valioso contexto, outros atores corroboram com Ortriwano, como Barbosa Filho (2003), mesmo que em outras palavras, tais como: “construção de imagens, capacidade de falar para multidões e/ou para cada indivíduo, velocidade, caráter transfronteiriço, simplicidade, baixo custo, efemeridade, música, surpresa, interferência” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 44-45). O autor, reforça que tais características facilitam a mediação entre o locutor e o ouvinte.

3.2 O RADIOJORNALISMO E SUAS LIMITAÇÕES

A definição de radiojornalismo pauta-se na informação dos fatos “transmitidos por meio de relatos radiofônicos, [...] interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (LIMA, 1970, p. 67).

Diante do exposto, a definição do radiojornalismo coaduna com as principais características do jornalismo que são:

[...] a relação e orientação para os acontecimentos do presente; a difusão como a divulgação em grande escala do trabalho jornalístico; a fidelidade dos fatos apresentando os problemas da atualidade com simplicidade, e de forma precisa e correta a partir, necessariamente, pela evidência dos acontecimentos; a periodicidade considerando o acompanhamento de forma contínua dos diversos fatos que condicionam a realidade social; a rapidez que define a transmissão imediata dos fatos presentes, “determinando uma reação do público diante do acontecimento em questão e a universalidade que condiciona o vasto campo dos problemas sociais cobertos pelo jornalismo”. (ORTRIWANO, 1985, pp. 78-81)

Embora as características do jornalismo sejam de extrema importância e dotadas de intencionalidades voltadas à informação coerente e competente, seu avanço no Brasil sofreu várias barreiras considerando-se que o rádio, conhecido como uma das maiores tecnologias já inventadas pelo homem na área da comunicação, passou por diversas transformações, sobretudo, devido às novas tecnologias, como a televisão e a internet, conforme já mencionado. A televisão porque o rádio perdeu milhares de profissionais atraídos pelas imagens produzidas pelo aparelho. A internet pelas facilidades oferecidas, atraiu o interesse das pessoas e das empresas de comunicação (GOMES, 2017).

No entanto, embora este cenário que remete a tecnologias extremamente abrangentes, o rádio permanece em segundo lugar na preferência das pessoas, logo atrás da televisão..

Outro dado importante na referida pesquisa é a de que o rádio possibilita que o meio ganhe destaque ao planejar a mídia em mercados locais. Neste contexto,

O rádio apresentou no 1ª semestre de 2020 um total de mais de 5.200 anunciantes, distribuídos em mais de 6.200 marcas. Desses, 2.700 anunciantes são exclusivos, veiculando publicidade somente no meio. Para marcas exclusivas, esse número chega a 3093. Foram 2232 novos anunciantes no meio durante o período, ou seja, que não haviam feito publicidade em rádio no 1ª semestre de 2019. Para novas marcas, esse número chega a 2924. (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020, p. 1).

Mesmo o rádio sendo o segundo veículo midiático mais utilizado pelos brasileiros, poucos jornalistas nele atuam deixando uma lacuna na produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios, que se traduz no entendimento das “narrativas do jornalismo do interior, seus processos e propósitos é [...] compreender uma narrativa nova do mundo [...]” (TEMER, 2013, p. 321). As causas desta lacuna são: baixa remuneração, falta de perspectiva de ascensão profissional, utilização de materiais prontos advindos das agências de assessorias de imprensa (SANT’ANNA, 2008).

Neste cenário expressivo em número de emissoras de rádio no Brasil, a produção radiofônica jornalística brasileira é carente, fato este que motivou a realização da pesquisa. Diante de emissoras que utilizam conteúdos produzidos por rádio agências das fontes torna o rádio refém de conteúdos de fontes melhor estruturadas, vindo a alterar a história brasileira do radiojornalismo.

Diante de todas as informações coletadas sobre o papel do rádio e do jornalismo em sua trajetória histórica busca-se contemplar o capítulo seguinte com informações acerca da rádio local e, por conseguinte, o jornalista local.

4 O RADIOJORNALISMO NA RÁDIO LOCAL: LUGAR E MEMÓRIA

Embora haja uma permanente ideia contemporânea com vistas à eliminação de distâncias em seus diferentes âmbitos, o lugar físico e próximo é o que oferece às pessoas a realidade do pertencimento. “[...] a grande maioria das pessoas nas sociedades tradicionais, bem como nas desenvolvidas, vive em lugares e, portanto, percebe seu espaço com base no lugar” (CASTELLS, 2001, p. 447).

O lugar tem importantes reflexões nos trabalhos do geógrafo Milton Santos que faz uma interessante abordagem quando diz que se a instantaneidade das comunicações promove um cenário homogêneo do espaço global, se por meio desta comunicação traz a ideia de que o lugar esteja em todo lugar, por outro lado, oferta:

estímulos para que cada lugar, na busca de sobrevivência e de individualidade, procure se diferenciar o mais que possível dos demais. Em outras palavras, a tendência à abolição do lugar enquanto singularidade reforça justamente a busca desta última. (SANTOS, 1994, p. 176)

É inegável que o lugar esteja diretamente relacionado pelas referências pessoais, portanto, que passem pelas memórias do lugar em que se vive ou viveu, como os vizinhos, o bairro, as cidades, os espaços.

Nesse contexto a memória seria: [...] a formação de imagem necessária para os processos de constituição e reforço da identidade individual, coletiva e nacional. [...] processo psicossocial de representação de si próprio, que reorganiza simbolicamente o universo das pessoas, das coisas, imagens e relações, pela legitimidade que produz. A memória fornece quadros [...] de intercâmbio social. (MENESES, 1992, p. 22)

Diante do exposto, as pessoas compartilham necessidades, vínculos, valores, sentimentos, dificuldades, reclamações, reivindicações, se organizam e,

muito raramente excluem da memória a sensação de enraizamento num lugar (BOURDIN, 2001). Nesta direção, em se tratando de rádio local, “a proximidade geográfica e cultural, elementos básicos para definir o que é notícia é desconsiderada” (GALTUNG; RUGE, 1993, p. 65).

Assim, o espaço local deve contemplar e reforçar estes padrões de memórias por meio dos veículos locais e serem reconhecidos enquanto oportunidade, pois o espaço local consiste em “alternativa aos veículos que, por suas limitações, técnicas e estruturais, correm o risco de sucumbir à crescente expansão dos meios globais” (COMASSETO, 2006, p. 81). O autor refere-se, sobretudo à rádio local pois a considera acessível, identifica-se com o público e traz consigo a história do local.

A rádio local é definida por Cebrián Herreros (2001b, p. 146):

A rádio local é uma emissora de programação especializada dentro de uma concepção generalista de enfoque geral sobre tudo o que concerne à localidade em que está situada. Uma rádio que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. Está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior e que tenha repercussões na vida da comunidade.

De um modo geral, à rádio local também compete cobrir os acontecimentos e temáticas acerca dos problemas de sua região de abrangência, bem como o entretenimento voltado à música e ao esporte, prestar serviços e utilidade pública.

No entanto, este estudo que busca analisar o espaço para a produção radiojornalística local suscita conhecer o diagnóstico das rádios locais atuais, os quais Sant’Anna (2008), descreve com propriedade:

Quadro 4 – A rádio local atual

Falta do jornalista	Diagnóstico atual	Consequências
Inserção gratuita de notícias nas emissoras	Agências fornecem textos e rádio reportagens prontas para a divulgação: entrevistas com personalidades, boletins radiofônicos ou mesmo cobertura completa de um determinado evento. (estruturas para a produção e difusão de rádio releases).	Elimina a necessidade de um jornalista para redigir, narrar ou editar.

	Não há fiscalização da Anatel no cumprimento da programação jornalística mínima de 5%.	Sem a obrigação da regionalização da produção, entre os grandes grupos, que têm melhores condições econômicas de contratação, predomina o sistema de redes nacionais.
	Os informativos são produzidos centralizadamente, em especial em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Elas atuam com cabeças-de-rede e a programação padronizada é transmitida via satélite para todo o país.	Em todo o Brasil, sem exceção, se ouve, praticamente, o mesmo jornalismo. O método dispensa grandes quantidades de profissionais nas rádios periféricas que se limitam basicamente a retransmitir a programação da metrópole.
	Custo zero para as rádios locais que podendo contar com o prestígio de ter um correspondente em Brasília, é o prestígio de ter uma informação coletada por um profissional capacitado, com imediatismo e foco adequado.	Além da aquisição de espaços, os movimentos social e sindical brasileiros operam, cerca de, 5 mil rádios de baixa potência, muitas sem autorização legal.
	A fonte (cliente) propõe profissionalismo, segurança e universalização da notícia, se beneficiando da existência de grupos de interesses diversos, o que permite proporcionar um noticiário variável às emissoras.	A emissora recebe o material gratuitamente, sem obrigação de utilizá-lo, e também nada receberá por sua veiculação. Ele não é visto como um comercial e, portanto, não implica em remuneração.

Fonte: Adaptado de Sant'Anna (2008).

O quadro 4 traz apenas alguns dados da extensa lista que vem, literalmente, substituindo o exercício pleno da rádio local enquanto produção rádio jornalística. Destaca-se que este cenário de produção das agências, como se não bastasse seus efeitos negativos na rádio local, ainda são produzidos a partir do olhar de dado ator social, que é a fonte que concebe a respectiva emissora como um cliente. Estas fontes requerem capilaridade para sua atuação, quanto maior o número de consumidores – a rádio local – melhor (SANT'ANNA, 2008).

Todo este cenário ameaça os meios locais. Entretanto, a crise no rádio também é decorrente de um amadorismo visto nas emissoras, o que sugere um

repensar sobre como fazer a rádio local (MEDITSCH, 2001). A rádio perdeu qualidade, recorrendo a programações apelativas, abordagens pessoalizadas, sensacionalismos, situações caracterizadas por situações violências, entre outras.

“A grande novidade surgida na nossa profissão foi quando o repórter começou a gastar sola de sapato, batendo de porta em porta em busca de histórias inéditas para contar” (WAGNER, 2018, p. 1). Assim, seguindo as palavras de Wagner (2018), estudiosos da radiodifusão sinalizam que este meio local “não conseguirá fugir ao profissionalismo, à especialização das equipes e à oferta de conteúdo diversificado, que atenda às preferências e necessidades dos ouvintes” (COMASSETO, 2006, p. 82).

Diante do exposto há que se reordenar o espaço para a produção radiojornalística de forma a contemplar os ouvintes nas rádios locais. A proximidade com o ouvinte é um dos valores mais importantes em se tratando do radiojornalismo que as emissoras locais possam ofertar para ficar em contato com a comunidade, pois o ouvinte, na sua maioria, prefere estar conectado com acontecimentos ao seu redor em detrimento de notícias de países distantes. Sobre esta afirmação, todo relato é melhor recebido quando a pessoa “conhece o local” (JORGE, 2006, p. 07).

De fato, o jornalismo de rádio local promove uma identificação com a cidade, diferente de notícias de ordem globalizadora: “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).

De fato, o rádio vive um novo contexto em que as transmissões em cadeia e em rede e a busca de conteúdos na Internet são realidade. No entanto, há necessidade de “insistir no local, no desenvolvimento do entorno imediato, nas culturas do próximo que interessam a todos que vivem em uma comunidade determinada” (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 65). Da mesma forma de entendimento

É essencial no radiojornalismo atentar-se nos acontecimentos ao redor, porque “notícias obtidas na esquina são tão ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo” (CHANTLER; HARRIS, 1998, p. 21).

No que envolve o mercado de trabalho na rádio local, conforme visto, amplia as vagas no segmento do jornalismo das fontes (fora das redações), mas, em contrapartida inibem a ampliação da oferta de trabalho nas redações tradicionais (SANT'ANNA, 2008). Refazer o espaço de produção radiojornalística na rádio local consiste em um desafio em uma realidade a qual se prioriza temáticas nacionais e internacionais em detrimento nos acontecimentos do lugar, da cidade.

5 HISTÓRICO DA RÁDIO ATLÂNTICO SUL LTDA. FM 93.3

O município de Sombrio localizado na Região Sul do território brasileiro é um dos quinze¹ que pertencem à Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense (AMESC), incrustado às margens da BR 101, fazendo limite ao Sul, a 30 km da fronteira do Rio Grande do Sul, e, ao Norte, com a capital catarinense, Florianópolis, que se localiza a 240 quilômetros. Ao Leste limita-se com o Balneário Gaivota e ao Oeste, com Jacinto Machado.

Figura 1 –Município de Sombrio destacado no mapa de Santa Catarina

¹ O Municípios pertencentes à Amesc são: Passo de Torres, Praia Grande, São João do Sul, Santa Rosa do Sul, Balneário Gaivota, Sombrio, Morro Grande, Timbé do Sul, Meleiro, Turvo, Ermo, Araranguá, Balneário Arroio do Silva e Maracajá.



Fonte: Imagem *online* (2020)

O nome “Sombrio” desperta muita curiosidade em seus próprios moradores e, sobretudo, nos visitantes, sendo que a tradição oral contempla duas versões: a primeira é que por ser um município com figueiras em abundância, formando um refrescante abrigo do forte sol de verão, os viajantes paravam debaixo delas para um merecido descanso após percorrer muitas léguas. A segunda versão é a de que diante do “movimento das águas do rio da Laje”, identificavam a área de repouso como sendo ‘sombra do rio’, que evoluiu para Sombrio: local da sombra sobre o rio (FARIAS, 2000, p. 31).

Além do rio – rio da Lage - outro imenso volume de água doce - a Lagoa de Sombrio - desafiou a coragem e instigou a curiosidade do primeiro morador do município, João José Guimarães, descendente de portugueses, que deixou o Norte do Rio Grande do Sul, em busca do Morro Sombrio. (COELHO, 2003, p. 237).

Hoje o município tem 30 mil habitantes e tem sua economia predominante a agricultura. Tem importante polo industrial de confecção com exportações para o exterior e também se destaca o setor moveleiro. O comércio é bem diversificado, assim como serviços de profissionais liberais.

No turismo, ressalta-se as Furnas. De beleza ímpar, as furnas de Sombrio cortadas pela BR-101, compostas por quatro grutas são procuradas por turistas brasileiros e estrangeiros para apreciar, acender velas ou simplesmente fazer uma prece silenciosa, em busca de pedidos ou agradecimentos por graças alcançadas, pois a furna principal tornou-se uma espécie de santuário, abrigando imagens de santos da igreja católica e de religiões ligadas ao candomblé.

Nessa gruta de dezessete metros de entrada e 1.118 metros quadrados de área, é cercada por uma natureza exuberante, conservando matas nativas onde os índios carijós se abrigavam para espreitar as canoas que deslizavam pela Lagoa de Sombrio, outro grande atrativo turístico.

A Igreja Matriz Santo Antônio de Pádua que faz parte do conjunto arquitetônico religioso e cultural. O Calçadão de Sombrio foi obra de autoria do artista Jones Cesar Araújo (2003), sendo possível, por meio da arte remontar-se a aspectos culturais presentes no mosaico em azulejo, bem como esculturas de resina e estruturas de ferro, bancos e outros elementos em madeira, que contam a história local, tomando os dois lados da rua.

Foi nesta cidade, Sombrio, que a Rádio Atlântico Sul Ltda FM93.3, com o *slogan* “A Rádio que tem fãs” - se popularizou como a “93.3FM”, forma como se refere a maioria das pessoas. Trata-se de uma emissora de radiodifusão autônoma, não ligada a nenhum outro veículo de comunicação. A emissora foi postulada junto ao Ministério das Comunicações em 2001, e sua instalação se deu em 2010.

Figura 2– Fachada da Rádio 93.3FM

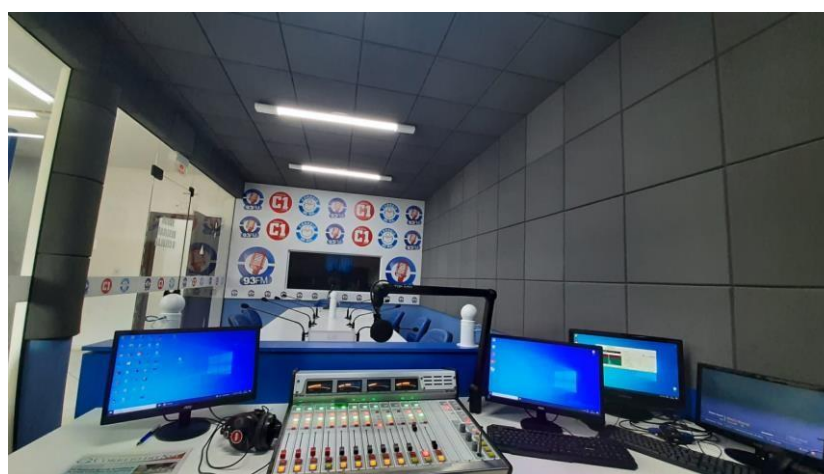


Fonte: Rádio 93.3 FM (2022)

Em sua grade, a Rádio 93.3 FM busca aliar uma diversificada programação musical a programas jornalísticos de conteúdo e entretenimento, sempre com foco nas questões regionais. Sua cobertura se estende do Extremo Sul Catarinense ao Litoral Norte Gaúcho, município de Torres (RS), além da serra gaúcha e catarinense, macrorregião compreendida por mais de 50 municípios.

A Rádio FM93.3 tem sede no município de Sombrio, Estado de Santa Catarina, localiza-se na Rua João José de Guimarães, n.130, bairro Centro, município de Sombrio.

Figura 3- Studio da Rádio 99.3FM



Fonte: Rádio 93.3 FM (2022)

Em relação aos referenciais estratégicos, a emissora, em sua Missão busca “Colaborar para o desenvolvimento sustentável e o aprimoramento econômico, social e cultural das comunidades de sua área de abrangência, pautada na ética e na defesa dos valores humanos” (RADIO 93.3FM)

Em sua Visão busca “Ser reconhecida como referência em radiodifusão em sua área de abrangência, no que diz respeito a execução de músicas de qualidade, e veiculação de matérias jornalísticas com credibilidade total.” (RÁDIO 93.3FM)

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Este estudo tem o objetivo de analisar o espaço para a produção jornalística em Sombrio. Para tanto, realizar a análise da produção jornalística da rádio requer reunir elementos destacados sobre rádios locais, sua relação com os ouvintes, as nuances culturais e vida em comunidade, traçando, assim tópicos para comparar a coleta de informações no período de observação com a produção teórica.

Sendo assim, serão analisados os dados qualitativos, o que, segundo André e Lüdke (1986, p.45), significa trabalhar “todo o material obtido durante a pesquisa, ou seja, os relatos das observações, [...] as análises de documentos e as demais informações disponíveis”.

Diante do exposto, toda escolha que o pesquisador faz em sua pesquisa é também uma escolha que terá consequências para a análise dos dados. A proximidade da pesquisadora com o objeto de pesquisa permite conhecer as construções diárias de radiojornalismo; entretanto, foi possível identificar componentes intrínsecos que antes não se encontravam visíveis resultado do distanciamento que a pesquisa oferece.

Diante do exposto, o cruzamento das informações do referencial teórico e da pesquisa possibilitam o estabelecimento das categorias de análise em relação ao radiojornalismo na Rádio 99,3FM: Espaço para a produção jornalística; Abertura para a população local; Importância do radiojornalista na rádio local enquanto espaço de lugar e memória. A seguir apresenta-se a análise de cada uma delas.

6.1 CATEGORIA 1 – ESPAÇO PARA A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Essa categoria parte do pressuposto amplamente abordado neste estudo acerca da presença massiva das tecnologias que dominam o radiojornalismo e, exige acompanhamento das transformações que vieram para permanecer em

termos de comunicação. Este cenário de radiojornalismo vem acompanhado de agências que ofertam textos e rádio reportagens prontas para as emissoras local (entrevistas com personalidades, boletins radiofônicos ou mesmo cobertura completa de um determinado evento, e sem qualquer custo para a rádio local, que formam, efetivamente, estruturas para a produção e difusão de rádio). Este material é produzido em grandes centros - São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, são cabeças-de-rede e a programação padronizada é transmitida via satélite para todo o país.

É nesse contexto que essa categoria analisará o espaço que a rádio local Atlântico Sul Ltda 93.3FM disponibiliza para a produção jornalística.

Atualmente, como amplamente abordado neste estudo, há a disponibilização de agências de notícias de grandes centros que fornecem conteúdos prontos e gratuitos enviados para as rádios locais. Assim, além das agências de grande porte a Rádio 93.3FM, também divulga notícias de portais, nacionais/internacionais, regionais e locais¹.

O Portal Correio – PC₁ – é o site de notícias identificado pelos locutores como o produtor das notícias veiculadas na Rádio 93.3FM, entretanto, na realidade não se confirma este procedimento. Dentre os diversos terrenos de mídia a imprensa de meio rádio é a que mais se utiliza de informações pré-produzidas pelas fontes. “Um dos motivos talvez esteja no próprio formato tecnológico”, pois para as fontes é fácil e barato produzir e difundir rádio reportagens, os chamados rádio releases” (SAN’ANNA, 2008, p. 77).

Como dito, a emissora local em questão, em suas transmissões radiofônicas se apropria dos conteúdos jornalísticos de outros portais, mas, sinaliza serem de produção própria.

Diante do exposto e remetendo-se ao problema de pesquisa que questiona que tipo de radiojornalismo é produzido na emissora pesquisada, pode-se afirmar que não é diferente da maciça parte das emissoras que atualmente adotam o

¹ Jornal Amorim, Jornal Volta Grande, 4oito, Engeplus, G1 Santa Catarina, G1 Rio Grande do Sul, Nsc, Agência Brasil, Brasil 61, CNN Brasil, Gazeta Esportiva e outros.

“jornalismo de agências de notícias” em detrimento do radiojornalismo com espaço para produção própria do jornalista (AGUIAR, 2017, p. 160).

O jornalismo de agência de notícias hoje confere status de modalidade profissional que disponibiliza seu suporte de texto. Anteriormente, o conteúdo era enviado às emissoras de rádio via telegrama, depois o Telex e, hoje as tecnologias

digitais transmitem “o texto escrito que é, de fato, o cerne do jornalismo das agências de notícias” (AGUIAR, 2017, p. 161).

Na Rádio 93.3FM, não é diferente, pois há um jornalista formado e dois em processo de formação, mas não exercem o radiojornalismo efetivamente na coleta de notícias, prevalecendo o conteúdo de agências e, sobretudo de portais regionais, o que confere uma impressão de produção própria, mas, como bem reflete Aguiar (2017, p. 162) é um conteúdo divulgado e tratado como “tempo real”, caracterizado por “recente como parâmetro e a velocidade como princípio”, mas, na realidade não é”.

Atualmente, a Rádio 93.3FM conta com 17 colaboradores, incluindo a recepção. Dentre os funcionários, o diretor da Rádio, jornalista formado, tem um programa matinal, juntamente com mais dois apresentadores.

Toda a programação é transmitida em tempo real pelas redes sociais, permanecendo no ar durante os anúncios comerciais, modelo este recorrente nas rádios que utilizam a convergência.

Quadro 5 - Programação diária da Rádio FM93.3

Programa	Horário	Apresentação	Audiência *
Música Sertaneja	5h às 7h	Apresentador A	Boa
Correio Notícias	7h às 10h	Apresentador B	Boa
Correio Repórter	10h às 12h	Apresentador C Apresentador D Apresentador A	Razoável

Grenal	12h às 14h	Apresentador D	Ruim
Revista 93	14h às 18h	Apresentador E, Apresentador F Apresentador G Apresentador H	Boa
Grenal	18h às 18h	Em rede	Ruim
Voz do Brasil	18h às 19h	Em rede	Ruim
Bola em Jogo	20h às 22	Apresentador D	Boa
Músicas Gaúchas	Finais de semana terceirizado pelo apresentador	Apresentador A	Boa

Fonte: Autora (2022)

Dentre os programas apresentados no Quadro 5, destaca-se o programa Correio Notícias, considerado o “horário nobre” (grifo meu) da Rádio 93.3FM, muito popular, o qual a Apresentadora B, sem formação em jornalismo (é pedagoga), além de entrevistas e notícias gerais, de forma original dá ênfase a notícias policiais do município e região, utilizando um linguajar bem popular, ao gosto do homem simples e de grande parte da cultura da zona rural.

Expressões como “Ah...uma ‘coça de pau’ (surra) neste sem vergonha, neste bandido que não respeita a própria mulher!”. É assim que a apresentadora vai contando as notícias, tecendo comentários verdadeiros, mas, em tons que variam da indignação aos jocosos. Pelo celular e redes sociais ela recebe uma chuva de comentários positivos sobre sua peculiar apresentação.

Sobre essa proximidade:

A rádio, apesar de se tratar de um meio de comunicação social enquadrado numa lógica de comunicação de massas, tem historicamente um papel de relacionamento íntimo e próximo com o público em geral. A voz e as suas componentes identitárias contribuem para a constituição de representações culturais com as quais o ouvinte pode, ou não, sentir-se identificado (ALVES, 2014, p. 1).

Essa relação de identificação com o público por meio da linguagem é bastante positiva, e traz, de fato, ouvintes que não perdem um dia sequer o seu programa preferido, como eles mesmos confirmam. “É frequente relacionar o hábito

de escuta de rádio com uma rotina, tanto ao nível do horário de escuta como da preferência de uma própria estação” (ALVES, 2014, p. 1).

Figura 4: Programa Correio Notícias



Fonte: Rádio 93.3 FM (2022)

Lembrando que o escopo deste estudo aborda que tipo de jornalismo é produzido na Rádio 93.3FM, como toda a equipe que atua na locução de seus respectivos programas, a apresentadora do Correio Notícias, além das notícias policiais as quais inicia seu programa, também apresenta outros tipos de notícias que coleta em portais locais, regionais e nacionais. No entanto, como participa da rádio desde seu início tem larga experiência e competência, interessa-se pelos acontecimentos diários e realiza entrevistas com pessoas de diferentes áreas, comércio, cultura, saúde, entre outras temáticas, sempre buscando, na medida do possível, associação entre as notícias coletadas e o entrevistado.

Importante ressaltar que a emissora não disponibiliza de um produtor para convidar entrevistados, quem faz a produção são os próprios apresentadores.

O outro programa, Correio Repórter, traz abordagens a temáticas variadas, conduzido por três apresentadores, dentre estes o jornalista diretor da rádio (Apresentador B) com vasta experiência trata de uma gama de assuntos e, com recursos de linguagem que atende ouvintes de diferentes culturas. O espaço para a produção jornalística neste programa obedece ao mesmo critério do Correio Notícias que, pela capacidade profissional do apresentador e conhecimento acerca

dos acontecimentos local/regional/mundial consegue fazer um programa a partir de notícias de portais e afins, acrescentando eventuais entrevistas e debates a partir da notícia. No entanto, a audiência é razoável.

O programa Revista 93, tem extenso horário no período vespertino (14h às 18h). Dentre os quatro apresentadores, está a pesquisadora deste estudo, formada em jornalismo. Trata-se de um programa de variedades, trazendo notícias e discussões de diferentes temáticas: tempo, horóscopo, música, esporte, entrevistas, informações em geral.

Figura 6 – Programa Revista 93



Fonte: Rádio 93.3 FM (2022)

Da mesma forma que os programas citados (Correio Notícias e Correio Repórter), das notícias do dia ou da semana e/ou acontecimentos recentes, seus apresentadores também buscam a complementação da informação com entrevistas e comentários. Trata-se de um programa que atrai um público mais jovem, que entre outras temáticas disponibiliza espaço para música/cantores e comentários sobre artistas internacionais e nacionais, promovendo um conteúdo interessante para a respectiva faixa etária.

Destaca-se que a produção também é de responsabilidade de seus apresentadores, assim como convite a entrevistados.

6.2 CATEGORIA 2 - ABERTURA PARA A POPULAÇÃO LOCAL

As observações dos principais programas da emissora pesquisada me permitiram a constatação de que de forma recorrente os programas contam com entrevistados locais, cuja abordagem é bem variada: temáticas culturais, esportivas, saúde, política, negócios/comerciais, entre tantas outras.

Neste contexto, por tratar-se de uma rádio de pequeno porte, os programas selecionados para a análise trazem moradores locais, que, coadunados com as principais notícias do dia/semana, eventos e outros, possibilitam acrescentar, discutir e informar a população.

Observei que, embora esta utilização sistemática de notícias de outras agências/portais, a Rádio 93.3FM, em contrapartida, também produz matérias próprias com a população local a partir da coleta das notícias mais veiculadas no município, região e mundo de forma recorrente, como já mencionado. Ou seja, a emissora não produz a notícia, mas a utiliza abrindo espaço para conteúdos cultural, de curiosidades e temáticas variadas que julgar interessante e, principalmente, “abre as portas” para quem desejar fazer parte em um dos programas. Também há franca disposição para campanhas solidárias e afins.

Esta abertura para receber moradores locais ou próximos da cidade é entendida como um processo importante de identificação que, de fato, é partilhado

culturalmente entre o emissor e o receptor – locutor e ouvinte – que se fortalecem, estreitam laços.

Assim, considero importante esta relação de presença constante para entrevistas realizadas pelos apresentadores, pois incentiva a comunidade e perceber sua identidade. A Rádio 93.3FM em tempos de convergência das mídias, consegue manter esta importante interação.

A empatia entre emissor e receptor fortifica-se essencialmente ao nível do discurso e das suas formas. O sotaque do locutor é um exemplo deste argumento; as posições sociais são definidas entre comunicador e audiência sobre as representações simbólicas do sotaque – e respectiva demarcação territorial, definidora de pertença regional, nacional ou até mesmo transcontinental (ALVES, 2014, p. 5)

De fato, a comunidade aprecia a participação em entrevistas:

O sentido de contar histórias, enviar cumprimentos, recados, votar, rir, fazer confidências, participar num concurso, emocionar-se, queixar-se dos serviços públicos, denunciar o mau trato de um funcionário público, inscreve-se dentro do conjunto de atividades, interesses e preocupações da vida doméstica, familiar ou afetiva (WINOCUR, 2007, p. 19).

As citações de Alves (2014) e de Winocur (2007), traduzem a questão de a rádio local assumir com competência a sensação de familiaridade junto ao ouvinte, pois partilha dos desabafos, alegrias, queixas, esquecendo do caráter público da comunicação “pois naquele momento em particular encontra-se mais próximo do consultório de um psicólogo do que de uma praça pública” (ALVES, 2014, p. 5).

A autora (2014), sintetiza que a intimidade emissor/receptor, assume três papéis distintos: Emoção (WINOCUR, 2002); realização de uma estratégia de fidelização do ouvinte potencializando-a; e a audiência (GELLER, 2000); a afetividade que possibilita a ressignificação individual de cada ouvinte de rádio de acordo com sua cultura e cognição (RODERO, 2010).

Lembrando que o objetivo deste estudo é analisar o espaço para produção jornalística local, é possível, neste tópico, perceber que embora a utilização sistemática de material pronto veiculado pelas agências e portais, reforça-se que

os apresentadores demonstram criatividade em trazer entrevistas a partir destas notícias.

Dentre representantes da setores da sociedade estão as entrevistas comerciais. A Rádio 93.3FM conta com um bom número de anunciantes. As entrevistas comerciais fazem parte da programação quando a condução dos apresentadores pode torná-las interessante. Um anunciante busca a rádio ou é convidado para falar de seu negócio. A pesquisa de observação registrou que são as vendedoras de anúncios quem realizam o convite para este tipo de entrevista.

Neste contexto, quando foi emitido o primeiro documento para a radiodifusão, em 1930, pelo presidente Getúlio Vargas, o rádio brasileiro já estava comprometido com os “reclames” - os anúncios daquele tempo, como forma de garantir sua sobrevivência (ORTRIWANO, 1985). No ano seguinte, 1932, o presidente autoriza a publicidade de rádio, cujo conceito, então, era de que rádio é audiência que passou a aumentar sistematicamente, atraindo anunciantes (MORAES,1996). Nesse momento, a rádio se popularizou, ficou mais barato e assim, permanece até os dias atuais, como meio de lazer, utilidade e diversão. As propagandas de rádio, habitualmente são as mais baratas, anunciando pequenos estabelecimentos (MORAES,1996; ORTRIWANO, 1985).

A Rádio 93.3FM traz este tipo de programa, entrevistando seus anunciantes. Durante o período de observação, percebeu-se que a condução do apresentador na entrevista é fator chave, podendo ou não, torná-la interessante. Do mesmo modo, o entrevistado que discorre com fluidez, conta a história de seu negócio e/ou serviços, profissão liberal, tornando a abordagem prazerosa.

A título de informação, Roquette-Pinto foi contra a emissora comercial, ele já previa as transformações que isso causaria no rádio. Mas, é válido mencionar que a publicidade foi a responsável pelo crescimento do meio rádio: os anúncios receberam novos perfis e melhor produção (MORAES,1996; TAVARES,1990).

Por meio dos programas de variedades iniciou uma transformação que reuniu “fórmulas, técnicas e homens que exerciam grande influência sobre os ouvintes, estabelecendo conceitos e ditando moda. Não se duvidava mais do

grande poder e capacidade de mobilização popular do rádio” (MORAES,1996, p. 58)

A pesquisa documental coletada possibilitou a constatação que no auge da pandemia do Covid 19, muitas entrevistas foram realizadas pela Rádio 93.3FM, com profissionais da Saúde Pública local/regional, incluindo psicólogos, acometidos do vírus, debates sobre vacinas (ou não) e tiveram uma excelente recepção e ainda prosseguem.

Vale, ainda considerar que a Rádio 93.3FM, além de cobertura em eventos ou em atos solidários como mencionado e além de transmitir toda sua programação em estúdio pelos meios da internet, também realiza cobertura de eventos por meio de *lives*. Este recurso, faz parte das possibilidades de convergência das rádios, vindo somar de forma muito receptiva aos ouvintes/espectadores, que podem, então, ver seus locutores, opinar e até interagir.

Embora a literatura seja enfática acerca da convergência ‘física’, existe uma outra “[...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2006, p. 28).

Durante o período de observação na Rádio 93.3FM, para elaboração desta pesquisa, percebeu-se que este momento proporcionado pela *live* é, efetivamente um momento de “cultura participativa”.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30):

De fato, ao acompanhar a reportagem da Rádio 93.3FM em um desses eventos em forma de *live*, observou-se que os participantes se esforçam para contribuir com o que está sendo reportado, se comunicando com a emissora. De fato, há uma interessante predisposição das pessoas em relação à participação das *lives* produzidas e, também são muito compartilhadas pelos participantes, quase imediatamente a sua entrada no portal, configurando a convergência em ação!

6.3 CATEGORIA 3 - IMPORTÂNCIA DO RADIOJORNALISTA NA RÁDIO LOCAL ENQUANTO ESPAÇO DE IDENTIDADE, LUGAR E MEMÓRIA.

Esta categoria é de extrema importância porque trata justamente de um enfrentamento diante da evidente transformação do jornalismo de rádio vigente que unifica a notícia, os programas e os próprios jornalistas locais em detrimento de uma ação verdadeiramente identitária desses profissionais. A relação jornalista e população local formam uma dupla de reforço à identidade individual, coletiva e nacional legitimando a importância, necessariamente do local e memória da cidade.

Se as agências de notícias e todo o aparato tecnológico unificado exclui a necessidade de um jornalista para redigir, narrar ou editar, esse cenário pode, em contrapartida, estimular este profissional para a atuação local, ao enraizamento, à identificação com o público e sua história local, reorganizando o universo dos moradores em relação ao pertencimento daquela comunidade.

Duas das hipóteses elencadas neste estudo respondem a este questionamento coadunando positivamente com o espaço do jornalista: No radiojornalismo há espaço para a figura do jornalista pois trata-se de um profissional que conhece os costumes locais e está próximo dos cidadãos”; e a outra hipótese “O radiojornalismo local oferece abordagens local, priorizando a proximidade, um dos princípios da noticiabilidade”.

A proximidade enquanto um dos critérios da noticiabilidade corresponde a um “valor-notícia fundamental da cultura jornalística” (TRAQUINA, 2005, p. 80).

Também Fernandes (2013, p. 6) destaca sobre o critério proximidade: “A proximidade é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia”, no entanto, o autor adverte que essa proximidade não se dá apenas no contexto geográfico, mas também “social e inclusive psicológica.”

É neste ponto que esta categoria busca sua análise, sendo que Fernandes (2013), questiona o que é importante ou interessante para o leitor em um jornal local? O leitor que reside longe dos grandes centros e, portanto, fora das grandes notícias no contexto político e econômico importantes, busca no cotidiano de sua cidade a essência do meio de comunicação local o que lhe promove de alguma forma uma interação.

Logo, o jornalista é quem promove esta interação sendo ele o condutor da notícia, cabendo-lhe observar que a sociedade é formada por comunidades simbólicas de participação que, efetivamente dão sentido à ação humana e à realidade social

O jornalismo é fruto do ser humano e de suas necessidades. As notícias só existem, em função das pessoas e de seus cotidianos; a maneira com a qual a ética e a moral conduzem suas atitudes, servem de balança para julgar o que é certo e errado. A sociedade é composta por grupos de pessoas, únicas e distintas, no entanto, ao olhar de um jornalista suas histórias são mais do que relatos subjetivos, são notícias, são acontecimentos (MICHEL; MICHEL., 2015, p. 4).

Desse modo, cabe ao jornalista a compreensão de que o meio de comunicação tem um “papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes” (ALSINA, 1996, p. 18). Diante do exposto é o jornalista o comprometido para coletar os acontecimentos e temáticas importantes e lhes conferir sentido voltado à comunidade local social e historicamente definida.

No entanto, a afirmação de Berger e Luckmann (1976) ilustra muito bem que a sociedade deve participar da dialética desse processo pois o ser social tem, necessariamente, que fazer parte dessa interiorização, subjetivação e exteriorização, objetivar os processos que trazem definição aos tipos de identidade,

ou seja, o conteúdo dessa construção social cuja iniciativa vem da prática do jornalista enquanto discurso, deve também, inserir o público nessas interações diárias (BERGER; LUCKMANN, 1976).

Nesta categoria que trata da importância do radiojornalista na rádio local enquanto espaço de lugar e memória, reporta-se a Izquierdo (2014), quando explica que a questão da memória é recorrente em diversificados tipos de estudo na contemporaneidade reconhecendo-a como essencial para a vida; no entanto, também o debate enfoca que vive-se atualmente em uma sociedade sem memória ao que Baumann (2011) sinaliza que pode ser decorrente das tecnologias ou das rápidas transformações que ocorrem e o excesso de informações nestes contidos e, sobre este cenário, Nora (2000), destaca que há uma necessidade cada vez maior de dispositivos de armazenamento de informações.

Sobre lugar e memória Candau (2002) assegura que as informações dadas pela memória auxiliam o indivíduo a entender sua identidade. Neste contexto, os lugares de memória estão, necessariamente, em conexão com a memória, por ter sido palco de um acontecimento ou ter relação indireta com este acontecimento (CANDAU, 2002). Tais lugares configuram-se nos âmbitos individual e/ou social da memória porque marcaram a vida da pessoa quando passa próximo ao local fazendo reviver lembranças; pode ainda, representar algo significativo para todo um grupo social. Memórias vão definir a identidade de cada um, dando-lhe um sentimento de pertencimento (HALBWACHS, 1992).

Abordado neste estudo a questão das tecnologias que tomaram conta da produção jornalística é apropriado citar Nora (2000), quando cita as tecnologias contemporâneas levam à necessidade das pessoas a armazenarem dados, memórias por meio de dispositivos, está havendo uma mudança dos indivíduos em relação ao passado, havendo necessidade premente de revista e revisitação acerca desta experiência, pois, segundo o autor (2000), são as narrativas de memória que oferecem a possibilidade de um retorno ao passado.

Neste contexto, os lugares de memória estão, necessariamente, em conexão com a memória, por ter sido palco de um acontecimento ou ter relação indireta com

este acontecimento (CANDAUI, 2002). Tais lugares configuram-se nos âmbitos individual e/ou social da memória porque marcaram a vida da pessoa quando passa próximo ao local fazendo reviver lembranças; pode ainda, representar algo significativo para todo um grupo social. Nora (2000), alude ao fato da necessidade de contextualizar-se o jornalismo e sua relação com o lugar e memória que se pauta na construção das identidades sociais, interações, e o jornalismo como um todo ocupa um papel central. O autor (2000) destaca que no universo das comunicações de massa em relação à produção de acontecimentos históricos “Imprensa, rádio, imagens não agem apenas como meios dos quais os acontecimentos seriam relativamente independentes, mas como a própria condição de sua existência.” (NORA, 1988, p. 181).

Sendo assim, o jornalismo é um elemento desse processo de constituição de identidades por meio de práticas narrativas para administrar o real. No entanto, sabe-se que o meio rádio vem modificando-se pelas razões apresentadas ao longo desse estudo em função das agências de notícias que vem ocupando a função do jornalista para essa aproximação com o lugar, a memória, a identidade, o pertencimento. Essa categoria tem a intenção de fundamentar o papel do jornalista na questão da memória. A Rádio 93.3FM não atua nessa direção haja vista, conforme explanação, que se insere no jornalismo de “agências”, sem reportagens de rua, sem propostas de uma reprogramação em seus objetivos, sua missão e visão. No entanto, o jornalista faz história, guarda o local, a memória e a identidade em sua prática jornalística representando a sociedade pois mesmo diante dos aparatos tecnológicos que o impedem de uma ação mais específica, exercem um trabalho legítimo, indicam com alguns autores, abaixo:

.Quadro 6 – Prática jornalística

Autor	Prática jornalística
Palácios (2010)	Memória em ato; presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado, constantemente recuperado.
Nora (1993; 1997)	Lugar de memória no arquivamento e na produção da memória contemporânea.
(Ribeiro, 1995; Barbosa, 1996; Enne, 2004).	Realidade construída como verídica e imparcial, ocupando espaço destacado.
Zelizer (2008).	Agentes de Memória, registram a história.

(Berkowitz, 2011).	Tornam o jornalismo legítimo por meio de comparações com o passado com o presente.
--------------------	--

Fonte: Adaptado de Michel e Michel (2015)

Diante do exposto, o jornalista está cumprindo essa relação local e memória pela própria natureza de seu ofício. Esta categoria que trata da prática do jornalista na rádio local enquanto aquele que resgata e promove a identidade, pertencimento ao lugar e memória traz, exatamente, uma das funções mais nobres deste profissional.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo em analisar o espaço disponibilizado para a produção jornalística na Rádio Sul Atlântico 93.3 FM, no município de Sombrio (SC), trouxe importantes contribuições em relação a essa discussão que vem sendo recorrente em publicações acadêmicas em virtude das emergentes agências de notícias.

A discussão teórica contemplou de forma ampla conteúdos elencados nos objetivos e hipóteses, iniciando por situar a importância do meio rádio nos meios de comunicação que, apesar de tecnologias como a televisão e a internet, segue configurando-se em um dos meios mais utilizados pelas pessoas, alcançando importante adesão com a possibilidade de convergência com suas tecnologias diversas.

No entanto, essa mesma tecnologia que ampliou o alcance das pessoas em ouvir rádio, também modificou a dinâmica do espaço do jornalista para a produção de notícias em detrimento da presença contundente das agências de notícias que produzem material diversificados para as rádios, excluindo o jornalista para esta função.

Nas rádios locais em cidades de pequeno e médio portes, essa perda do profissional do jornalismo na coleta de notícias *in locu* trouxe um esvaziamento de sua função original: a produção de notícias. O estudo aqui realizado em uma emissora de rádio local confirmou essa realidade, quando a meta da produção

jornalística é coletar informações enviadas pelas agências e/ou portais regionais e locais, cabendo a cada funcionário utilizá-las da forma que o aprover.

Os funcionários que atuam diretamente no portal da emissora pesquisada, o Poirtal C1, lançam mão de notícias prontas, modificando-as na escrita e assinando-as como se fossem originais. Os apresentadores dos programas, por sua vez, alcançam maior produtividade porque ao selecionarem notícias para seu programa as associam a entrevistas e comentários verbalizados, acrescentando valor a essa notícia.

A presença das agências de notícias, portanto, como visto durante a produção deste estudo por meio dos autores referenciados, vem sendo cada vez mais utilizada nas rádios, mediante oferta de extenso material que inclui textos e rádio reportagens prontas para a divulgação: entrevistas com personalidades, boletins radiofônicos ou mesmo cobertura completa de um determinado evento. (estruturas para a produção e difusão de rádio *releases*).

As categorias elencadas mostraram espaço para a produção radiojornalística trouxe observações de que embora a coleta de notícias se dê em agências, a criatividade e disponibilidade dos apresentadores conseguem tornar os programas mais atraentes. Também evidencia-se uma abertura para a população geral em forma de entrevistas, sejam estas comerciais ou não, lives, contato por aplicativos, mostrando que há este contato com a comunidade. Da mesma forma, em relação ao jornalista, a identidade, o local e memória, de acordo com autores referenciados, mesmo diante de não haver um espaço adequado para esta finalidade, as práticas jornalísticas por si só já se configuram em registros históricos que vão perpetuar-se na linha do tempo.

Diante do exposto, as hipóteses elencadas mostraram que há espaço para o jornalista na rádio pesquisada para o jornalista construir seu trabalho trazendo o conhecimento dos costumes local (primeira hipótese), embora a evidência da presença de agência de notícias. Alguns locutores transformam a notícia “pronta” em notícia local com criatividade.

A segunda hipótese conforma-se também, ao verificar-se que há um engajamento com a comunidade local priorizando a proximidade, um dos princípios da noticiabilidade, quando os radiojornalistas despertam o interesse da comunidade criando vínculos como a utilização de entrevistas com o morador local, que acontece com recorrência na rádio pesquisada.

A última hipótese elencada tratou do radiojornalista em sua atuação enquanto promotor de espaço de identidade, lugar e memória para a comunidade, o que também ocorre na referida rádio, criando também vínculos, mas revestidos de conteúdos de história, solidariedade, cultura e, por conseguinte, identidade da comunidade, por meio de entrevistas em diferentes temáticas.

Enquanto profissional da área, embora presencie essa utilização das agências de notícias por já atuar na rádio observada, também identifiquei que apesar dessa modalidade de notícias, é possível trabalhar com outras possibilidades e que pode, até partirem dessas notícias “prontas” que, se pode levar para o lugar, para a memória, o pertencimento, se aproximando da comunidade, fazendo com que o ouvinte sintam-se valorizado.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Pedro. Vozes da América: convergência digital, radiojornalismo e agências de notícias latino-americanas. **Rádio-Leituras**. Vol 8, Num. 02. Edição Julho – Dezembro 2017

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1996.

ALVES, Teresa Costa Alves. A afetividade na comunicação radiofônica: Do processo de produção de rádio à intimidade da relação locutor/ouvinte. **Revista Sonora** - IA ISSN 1809-1652 Nº 9, V. 5, 2014.

AVVALONE JORGE, Sonia Maria. Rádios FM: um contraponto entre as redes e as emissoras regionais paulistanas. In. BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Ângelo; BENETON, Rosana (org.). **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas de áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade **líquida**. **Rio de Janeiro**: Jorge Zahar Ed. 2011
BELTRÃO, Luiz. & QUIRINO, N.O. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade**. Editora Vozes Ltda., 1976, Petrópolis.

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Notas de campo**. In BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. *Investigação qualitativa em educação: uma introdução às teorias e aos métodos*. Porto: Porto Editora, 1994. p.150-75.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CANDAU, Joël. **Antropología de la memoria**. Buenos Aires: Nueva Vision, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

_____. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura - Vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

COMASSETTO, Leandro Ramires. s/a. **O rádio local na nova ordem global. Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. III No 1 - 1o semestre de 2006.

Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/LeandroComassetto.pdf>. Acesso em: 6 out. 2021.

_____. Ramires. **A voz da aldeia: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global**. Florianópolis: Insular, 2007.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001b.

_____, Mariano. **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones: Del diálogo y participación la interactividad**. Madrid: Fragua, 2007.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CORDEIRO, Paula. **A Rádio e as Indústrias Culturais**. Estratégias de programação na transição para o digital. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

DEL BIANCO, Nélia. **O rádio ainda é relevante na sociedade do século 21**. 2018. UNB Notícias. Disponível em: <https://noticias.unb.br/artigos-main/2086-oradio-ainda-e-relevante-na-sociedade-do-seculo-21>. Acesso em: 1 jan. 2021.

FARIAS, Vilson Francisco de. **Sombrio: 85 anos: natureza, história e cultura: para o ensino fundamental**. Sombrio: Ed do autor, 2000.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**. Porto Alegre. v. 17, n. 3, p. 173-180, setembro/dezembro, 2010.

FERNANDES, Mario Luiz. **A Força do Jornal do Interior**. Itajaí : Univali, 2003.

GELLER, V. & RYDER, T. (2000). **The Powerful Radio Workbook: The Prep, Performance & Post Production Planning**, Nova Iorque: Mi9 Street.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume1. Florianópolis: Insular, 2005.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mary H. **A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa:Veja, 1993, pp. 61-73.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GOMES, Adriano Lopes. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal, RN : EDUFRN, 2017.

IZQUIERDO, Ivan. **Memória**. Porto Alegre: Artmed, 1989; 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Cultura da convergência** : a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação / Henry Jenkins ; tradução Susana Alexandria. 2ª ed.. São Paulo: Aleph, 2009.

HALBWACHS, Maurice. **On Collective Memory**. Estados Unidos: The University of Chicago Press, 1992.

JORGE, Thaís de Mendonça. A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia a dia da imprensa. **UNirevista**. Brasília: vol.1, nº 3, 2006.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Rádio impacta 86% da população**: considerado ágil, e compreensível pelos ouvintes, o meio se destaca em planos de mídia regionais. (2018). Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/radio-impacta-86-dapopulacao-indica-estudo-da-kantar-ibope-media/>. Acesso em: 19 ago. 2021.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 26. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LIMA, Zita de Andrade. **Princípios e técnica de radiojornalismo**. Brasília: Inciform, 1970.

LOPES, M. J. M. **Les soins: images et réalités: le quotidien soignant au Brésil**. Paris: Université de Paris VII, 1993. Tese de Doutorado.

MARCONI, M; LAKATOS, E. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2008.

MAPA DE SANTA CATARINA. (2022). Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Sombrio#/media/Ficheiro:SantaCatarina_Municip_Sombrio.svg. Acesso em: 15 fev. 2022.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação social**: teoria e pesquisa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.

MENESES, U. T. B. de. A história, cativa da memória? Para um mapeamento da memória no campo das ciências sociais. In: **Revista do Instituto dos Estudos Brasileiros**. São Paulo, n. 34, 1992.

MICHEL, Jerusa de Oliveira; MICHEL Margareth de Oliveira Michel. O Jornalismo como memória – um estudo a partir do gênero reportagem “A Floresta das Parteias”. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da **Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MORAES, Francisco Rogério Barbosa. **Seis Décadas de Técnicas e Criatividade do Rádio Brasileiro** (Antes e Depois da TV) – 1996.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n.10, dez. 1993, p.7-28.

NORA, Pierre. *Entre mémoire et histoire: la problématique des lieux*. In: Les Lieux de Mémoires. Paris: Gallimard, 2000.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

MÍDIA DADOS DO BRASIL. 2021. Disponível em: <https://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/midia-dados-brasil-2021/>. Acesso em: 21 dez. 2021.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do C. *Análise Textual Discursiva*. Ijuí: Unijuí, 2005.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do C. *Análise Textual Discursiva*. Ijuí: Unijuí, 2005.

RODERO, E. (2009) 'Point of listening in a radio fiction: the eternal problem', *Observatorio (OBS*) Journal*, 10: 242- 252.

SANT'ANNA, Francisco. *Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas*. **Líbero**. Ano XI - nº 22. Dez 2008.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo*. São Paulo: Hucitec, 1994. VIDAL DE LA BLACHE. *Tableau de la géographie de la France*. Paris: Hachette.

SANTOS, Paula Renata Miranda dos Santos. ARAÚJO, Laura Filomena Santos de. BELLATO, Roseny. O campo de observação em pesquisa sobre a experiência familiar de cuidado. **Escola Anna Nery** 20(3) Jul-Set 2016.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio não Contou**. 1990.

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.

TRIVIÑOS, Antonio Nivaldo S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo, Atlas, 1987.

WAGNER, Carlos. **Repórteres, vocês lembram do "Gillette Press"?** 2018. Disponível em: <https://carloswagner.jor.br/blog/reporteres-voces-lembram-dogillette-press/>. Acesso em: 15 out. 2021.

Winocur, R. (2002) **Ciudadanos mediáticos**: *La construcción de lo público en la radio*, Barcelona: Editorial Gedisa.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Características do rádio e seus impactos no jornalismo radiofônico: iniciando um resgate histórico - da radiofonia pioneira à atualidade. **Intercom**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013.

Disponível

em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R81834-1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2021.

