



**UFG**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (FIC)  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

HÉLDER SAMUEL DOS SANTOS LIMA

**A proximidade além do território:**  
a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense num cenário de  
multiplataformas

GOIÂNIA  
2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

## TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

### E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

#### 1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação     Tese     Outro\*: \_\_\_\_\_

\*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

**Exemplos:** Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

#### 2. Nome completo do autor

Hélder Samuel dos Santos Lima

#### 3. Título do trabalho

A PROXIMIDADE ALÉM DO TERRITÓRIO: A CONFIGURAÇÃO DO RADIOJORNALISMO SUL-MATO-GROSSENSE NUM CENÁRIO DE MULTIPLATAFORMAS

#### 4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

**[1]** Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

**a)** consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);

**b)** novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

**Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**



Documento assinado eletronicamente por **Hélder Samuel Dos Santos Lima, Discente**, em 27/06/2023, às 08:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Nelia Rodrigues Del Bianco, Usuário Externo**, em 27/06/2023, às 10:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3849400** e o código CRC **EC4628FF**.

---

HÉLDER SAMUEL DOS SANTOS LIMA

**A proximidade além do território:**  
a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense num cenário de  
multiplataformas

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG) como requisito à obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cidadania

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nelia Rodrigues del Bianco.

GOIÂNIA  
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Lima, Hélder Samuel dos Santos

A proximidade além do território: [manuscrito] : a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense num cenário de multiplataformas / Hélder Samuel dos Santos Lima. - 2023.

320 f.

Orientador: Profa. Dra. Nelia Rodrigues Del Bianco.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia, 2023.

Apêndice.

Inclui siglas, mapas, fotografias, gráfico, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. radiojornalismo local. 2. radiojornalismo regional. 3. radiojornalismo de proximidade. 4. radiojornalismo multiplataforma. 5. Mato Grosso do Sul. I. Del Bianco, Nelia Rodrigues, orient. II. Título.

CDU 007



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

**ATA DE DEFESA DE TESE**

Ata Nº **18/2023** da sessão de Defesa de Tese de **Hélder Samuel dos Santos Lima** que confere o título de Doutor em **Comunicação**, na área de concentração em **Comunicação, Cultura e Cidadania**.

Aos **vinte e dois dias de junho de dois mil e vinte e três**, a partir das **nove horas**, realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada **“A PROXIMIDADE ALÉM DO TERRITÓRIO: A CONFIGURAÇÃO DO RADIOJORNALISMO SUL-MATO-GROSSENSE NUM CENÁRIO DE MULTIPLATAFORMAS”**. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora, Professora Doutora **Nelia Rodrigues Del Bianco (PPGCOM/FIC/UFMG)** com a participação das demais componentes da Banca Examinadora: Professora Doutora **Ana Carolina Rocha Pessôa Temer (PPGCOM/FIC/UFMG)**, avaliadora titular interna; Professora Doutora **Sonia Virgínia Moreira (PPGCOM/UERJ)**, avaliadora titular externa; Professora Doutora **Daniela Cristiane Ota (PPGCOM/UFMS)**, avaliadora titular externa e Professora Doutora **Debora Cristina Lopez (PPGCOM/UFOP)**, avaliadora titular externa; com a participação de todas por **webconferência**. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese, tendo sido o candidato **aprovado** pelas suas componentes. Proclamados os resultados pela Professora Doutora **Nelia Rodrigues Del Bianco**, Presidenta da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelas componentes da Banca Examinadora, aos **vinte e dois de junho de dois mil e vinte e três**.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Nelia Rodrigues Del Bianco, Usuário Externo**, em 26/06/2023, às 16:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Debora Cristina Lopez, Usuário Externo**, em 26/06/2023, às 16:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Sonia Virginia Moreira, Usuário Externo**, em 26/06/2023, às 16:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Daniela Cristiane Ota, Usuário Externo**, em 26/06/2023, às 17:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Usuário Externo**, em 26/06/2023, às 17:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3848361** e o código CRC **972E0F87**.

---

**Referência:** Processo nº 23070.029896/2023-85

SEI nº 3848361

## AGRADECIMENTOS

*“Mas é preciso ter força, é preciso ter raça  
É preciso ter gana sempre”  
(Fernando Brant / Milton Nascimento)*

A conclusão desta tese representa um marco na minha trajetória de vida, por sintetizar mais um degrau alcançado na formação acadêmica. Já dizia a canção que eu acompanhava pelas ondas do rádio, durante a infância vivida em meados da década de 1990 no Portal do Pantanal: “Tudo pode ser, se quiser será. Sonhos sempre vêm para quem sonhar! ”.

E por acreditar nesse sonho, chego ao fim deste processo com a sensação de dever cumprido. O simbolismo desta etapa é ainda maior quando se é pioneiro na conquista de um título desta grandeza na estrutura familiar tanto paterna quanto materna. Ao findar este ciclo, faz-se necessário, porém, reconhecer todos aqueles que participaram desta e de outras jornadas percorridas até aqui.

A Deus pai e criador, que além da vida, nos concede dons e habilidades para que possamos cumprir com maestria a nossa missão neste plano terreno. Em especial, nesta etapa, por me conceder a coragem necessária e forças para lutar, mesmo diante de momentos de desânimo. A fé e a confiança em Deus e na virgem Maria, se configuraram como motivadores, capazes de tornar transponíveis os obstáculos durante o itinerário desta pesquisa.

À minha mãe, Zenilda Francisca dos Santos, minha maior incentivadora, que nunca mediu esforços para garantir o bem mais precioso que seus filhos poderiam alcançar: a Educação. Obrigado por acreditar em mim e estar presente em todos os momentos, sempre! Devo a ti, todas as conquistas pessoais e profissionais que alcancei até a atualidade.

De uma forma muito especial, agradeço à minha orientadora, professora Dra. Nelia Rodrigues Del Bianco, que me acompanhou durante a trajetória acadêmica na UFG. O resultado deste trabalho certamente se deve às contribuições, ensinamentos, compartilhamento de saberes e experiências desta reconhecida pesquisadora nos estudos de radiojornalismo no Brasil. Obrigado pelas pistas e por apontar caminhos!

Sentimento de gratidão também à professora Dra. Daniela Cristiane Ota que me apresentou o ambiente acadêmico ao me acolher como orientando no PPGCOM da UFMS em 2016. Sou grato por me motivar a seguir na pesquisa científica, mostrando-me a possibilidade de descortinar novos horizontes sobre este meio tão apaixonante que é o rádio.

Os sinceros agradecimentos são dispensados também às professoras Ana Carolina Temer e Sonia Virginia Moreira, pesquisadoras exemplares e de referência nos estudos de Comunicação, por darem contribuições riquíssimas na banca do Exame de Qualificação juntamente com a professora Daniela. Contribuições essas que foram essenciais para a conclusão desta pesquisa. Agradeço, sobretudo, à professora Debora Lopez, uma inspiração nos estudos de Rádio e Mídia Sonora, por aceitar participar da banca final de avaliação desta tese.

Aos professores que tive o privilégio de conviver e cursar disciplinas no PPGCom da UFG: Ângela Teixeira de Moraes, Magno Luiz Medeiros da Silva, Marli dos Santos, Rosana Maria Ribeiro Borges e, em especial, aos professores Luiz Signates de Freitas e Tiago Mainieri por possibilitarem o exercício do Estágio Docência nas disciplinas de Iniciação Científica e Teorias da Comunicação, as quais ministram, respectivamente, nos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da FIC.

Ao grupo “Terapia Doutorado”, formado pelas amigas Eva Márcia Arantes e Lígia Guimarães, grupo este que, mais do que acolhimento, me deu as mãos para que juntos pudessemos atravessar os vales e superar os percalços da pós-graduação. Foi um período atípico e desafiador no qual o isolamento social requereu, de cada um de nós, equilíbrio, sobretudo emocional, para que pudessemos concluir disciplinas, realizar Estágio Docência e cumprir as horas complementares necessárias à integralização curricular do curso.

Aproveito para ressaltar os agradecimentos à minha segunda casa, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), que, através de seus dirigentes, sobretudo com apoio incondicional da Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis (Proaes), aprovaram o afastamento integral para que eu pudesse ter dedicação exclusiva nas etapas da Pós-Graduação em nível doutoral.

Gratidão também aos radialistas, jornalistas e dirigentes das emissoras de radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul pela confiança e por aceitarem participar desta pesquisa. Sem o compartilhamento de informações e troca de conhecimentos, a elucidação do fenômeno não seria possível em sua magnitude.

Por fim, e não menos importante, agradeço àqueles que, cada um à sua maneira, colaborou com um ombro amigo, palavras de estímulo e conforto, acolhimento, vibrações positivas, troca virtual de materiais acadêmicos, empréstimo de livros físicos, compartilhamento de ideias e, até mesmo, companhia durante as viagens da pesquisa de campo: Paulo César Gavilan, Ingrid Queiroz, Luana Paraguassú, Mayara da Quinta, Jhayne Lima, Alan Milhomem, Ana Paula Banyasz, Elcio Santos, Pricilla Andrade, Bernadete Coelho, Mayara Jordana, Márcio Aquino e Elverson Cardoso.

Meu Mato Grosso do Sul

Andando pelos quatro cantos  
Desse nosso estado  
Eu pude descobrir  
O quanto a natureza é sabia  
E o que oferece pra gente sentir

Tem rios mata fauna e flora  
Que nos surpreende  
A cada renascer  
Do dia quando o sol levanta  
Como que chamando  
A gente pra viver

Se ouço Helena Meireles  
Zé Correia ou Zacarias Mourão  
Lembro de um baile na fazenda  
Sob um pé de cedro  
Como isso é bom

Mas se você quiser saber  
O quanto há de beleza  
Em nosso Pantanal  
Se deixe levar na poesia  
De Manoel de Barros  
Tudo é tão real

Meu Mato Grosso do Sul  
Meu canto é todo pra você  
Meu canto é pra cada cidade  
Pra cada poeta  
Cada amanhecer...

*(Carlos Fábio e Carlos Marinho)*

## RESUMO

LIMA, Hélder Samuel dos Santos. **A proximidade além do território:** a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense num cenário de multiplataformas. Goiânia, 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2023.

Por considerar a importância que a informação de proximidade representa para o exercício da cidadania no respectivo território, esta tese buscou descortinar a configuração do jornalismo local e regional praticado em emissoras de rádio sul-mato-grossenses. A fim de cumprir com os objetivos propostos, esta pesquisa ancorou-se nos aportes teóricos da Geografia da Comunicação, numa perspectiva interdisciplinar, a fim de compreender o fenômeno comunicacional de proximidade a partir das relações entre território, jornalismo e cidadania. Adota-se, portanto, a noção de proximidade proposta por Camponez (2002, 2012) e que se desdobra nos estudos de ciberjornalismo por Jerónimo (2015) e no rádio local português por Bonixe (2011, 2017, 2019), por se tratar de abordagens que aglutinam o local e o regional numa mesma concepção. A mobilização dos conceitos da Geografia, tais como território, região e local, possibilitou compreender que a dinâmica territorial, fortemente marcada pela diversidade nas dimensões social, econômica e política, incide diretamente na configuração do radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense no aspecto da estrutura empresarial, performance no ambiente multiplataformas e produção de conteúdo jornalístico. No aspecto metodológico, recorreu-se à triangulação metodológica a partir da articulação entre o método da cartografia associado à Análise de Conteúdo, e entrevista nas modalidades estruturada e semiestruturada. O método da cartografia permitiu construir o mapa da radiodifusão sonora sul-mato-grossense sob o aspecto da distribuição espacial, modelos de programação predominantes, e identificar estações pertencentes a grupos políticos, religiosos e integrantes de redes regionais. Na etapa qualitativa, no qual se recorreu às técnicas de entrevista e Análise de Conteúdo, foram investigadas emissoras comerciais representativas dos municípios integrantes de regiões de planejamento urbano de Mato Grosso do Sul: Campo Grande, Grande Dourados, Bolsão e Pantanal, situados nas porções centro-norte, sul, leste e oeste do território estadual. Os achados demonstram que o radiojornalismo sul-mato-grossense é marcado pela diversidade e pelo caráter heterogêneo, e sua configuração está associada às características do território em que as emissoras estão situadas. De uma forma geral, o conteúdo jornalístico veiculado é orientado para o território de proximidade ao contemplar os âmbitos local, regional e estadual, atendendo minimamente às necessidades de informação da localidade, porém nem sempre é capaz de mobilizar efetivamente as audiências para o exercício pleno da cidadania nos respectivos territórios. Mesmo em meio a esse cenário complexo e dinâmico, esta pesquisa define o radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense como resiliente, catalisador das demandas do território, capaz de alimentar as democracias em nível de base com informações essenciais para o seu quintal, porém é considerado analógico no ambiente multiplataformas, operando de forma rudimentar, sem aproveitar as potencialidades desses canais na produção, circulação e interação junto às audiências.

Palavras-chave: Radiojornalismo Local; Radiojornalismo Regional; Radiojornalismo de Proximidade; Radiojornalismo Multiplataforma; Mato Grosso do Sul.

## ABSTRACT

LIMA, Hélder Samuel dos Santos. **Proximity beyond territory**: the configuration of Mato Grosso do Sul radio journalism in a multiplatform scenario. Goiânia, 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2023.

Considering the importance that proximity information represents for the exercise of citizenship in the respective territory, this thesis sought to uncover the configuration of local and regional journalism practiced in radio stations in Mato Grosso do Sul. In order to fulfill the proposed objectives, this research was anchored in the theoretical contributions of the Geography of Communication, in an interdisciplinary perspective, in order to understand the communicational phenomenon of proximity from the relations between territory, journalism and citizenship. Therefore, the notion of proximity proposed by Camponez (2002, 2012) and which unfolds in the studies of cyber journalism by Jerónimo (2015) and in Portuguese local radio by Bonix (2011, 2017, 2019) is adopted, since it is a approaches that unite the local and the regional in the same conception. The mobilization of Geography concepts, such as territory, region and location, made it possible to understand that the territorial dynamics, strongly marked by diversity in the social, economic and political dimensions, directly affects the configuration of radio journalism in proximity to Mato Grosso do Sul in terms of business structure, performance in the multiplatform environment and production of journalistic content. In the methodological aspect, resorted to methodological triangulation from the articulation between the cartography method associated with Content Analysis, and interview in structured and semi-structured modalities. The cartography method made it possible to construct a map of Mato Grosso do Sul sound broadcasting in terms of spatial distribution, predominant programming models, and to identify stations belonging to political and religious groups and members of regional networks. In the qualitative stage, in which interview techniques and Content Analysis were used, commercial broadcasters representative of the municipalities belonging to the urban planning regions of Mato Grosso do Sul were investigated: Campo Grande, Grande Dourados, Bolsão and Pantanal, located in the central northern, south, east and west of the state territory. The findings demonstrate that Mato Grosso do Sul radio journalism is marked by diversity and heterogeneity, and its configuration is associated with the characteristics of the territory in which the stations are located. In general, the journalistic content conveyed is oriented towards the territory of proximity by contemplating the local, regional and state spheres, minimally meeting the information needs of the locality, however it is not always capable of effectively mobilizing the audiences for the full exercise of the citizenship in their respective territories. Even in the midst of this complex and dynamic scenario, this research defines Mato Grosso do Sul proximity radio journalism as resilient, a catalyst for the demands of the territory, capable of feeding democracies at the grassroots level with essential information for their backyards, but considered analog in the multiplatform environment, operating in a rudimentary way, without taking advantage of the potential of these channels in production, circulation and interaction with audiences.

Keywords: local radio journalism; regional radio journalism; proximity radio journalism; multiplatform radio journalism; Mato Grosso do Sul.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1</b> – Evolução dos veículos de Mídia no Brasil .....	46
<b>GRÁFICO 2</b> – Panorama dos Desertos de Notícias no Brasil .....	47
<b>GRÁFICO 3</b> – Classificação da programação das rádios comerciais de MS .....	182
<b>GRÁFICO 4</b> – Tipos de programas predominantes nas rádios comerciais de MS .....	183
<b>GRÁFICO 5</b> – Produção dos programas jornalísticos nas emissoras comerciais de MS .....	193
<b>GRÁFICO 6</b> – Veículos de Mídia em Mato Grosso do Sul.....	197
<b>GRÁFICO 7</b> – Tempo da família à frente da instituição radiofônica .....	211
<b>GRÁFICO 8</b> – Média de colaboradores nas rádios de MS .....	212
<b>GRÁFICO 9</b> – Média de jornalistas nas rádios de MS .....	214
<b>GRÁFICO 10</b> – Fontes de renda alternativas dos dirigentes das rádios de MS.....	217
<b>GRÁFICO 11</b> – Outros veículos de mídia do grupo nas rádios de MS .....	218
<b>GRÁFICO 12</b> – Fontes de financiamento das rádios de MS .....	219
<b>GRÁFICO 13</b> – Percentual equivalente a publicidade governamental nas rádios de MS .....	221
<b>GRÁFICO 14</b> – Percentual equivalente a publicidade do comércio local nas rádios de MS .....	222
<b>GRÁFICO 15</b> – Principais concorrentes das rádios de MS no território local .....	223
<b>GRÁFICO 16</b> – Âmbito territorial da informação no radiojornalismo de MS .....	230
<b>GRÁFICO 17</b> – Principais temáticas pautadas pelo radiojornalismo de MS .....	233
<b>GRÁFICO 18</b> – Origem da informação no radiojornalismo de MS .....	239
<b>GRÁFICO 19</b> – Formatos adotados no radiojornalismo de MS .....	244
<b>GRÁFICO 20</b> – Fontes de informação agendadas no radiojornalismo de MS .....	250
<b>GRÁFICO 21</b> – Rádios de MS no ambiente multiplataforma .....	254
<b>GRÁFICO 22</b> – Formas de contatar as fontes nas rotinas produtivas .....	259
<b>GRÁFICO 23</b> – Principais canais de interação nas rádios de MS .....	261
<b>GRÁFICO 24</b> – Instrumentos utilizados para medir a audiência .....	262

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>FIGURA 1</b> – Ecossistema de notícias norte-americano .....	33
<b>FIGURA 2</b> – Dimensões que incidem no jornalismo de proximidade.....	100
<b>FIGURA 3</b> – Síntese das etapas metodológicas da Pesquisa .....	139
<b>FIGURA 4</b> – Planejamento da Cartografia da Radiodifusão Sonora de Mato Grosso do Sul .....	142
<b>FIGURA 5</b> – Procedimentos na coleta de áudio dos programas jornalísticos para AC .....	146
<b>FIGURA 6</b> – Fluxo de construção do Mapa da Radiodifusão Sonora de MS.....	163
<b>FIGURA 7</b> – Total de emissoras de rádio em operação no Mato Grosso do Sul.....	164
<b>FIGURA 8</b> – Publicação do radialista Marçal Filho em suas redes sociais .....	185
<b>FIGURA 9</b> – Publicação do radialista Lucas de Lima em suas redes sociais .....	186
<b>FIGURA 10</b> – Publicação da jornalista Lia Nogueira em suas redes sociais.....	188
<b>FIGURA 11</b> – Emissoras que mantém regularidade no Twitter .....	256
<b>FIGURA 12</b> – Emissoras com performance considerável no Youtube.....	257
<b>FIGURA 13</b> – Layout das páginas da web de emissoras de Rádio de MS.....	258
<b>FIGURA 14</b> – Performance da Grande FM no Youtube e Facebook .....	264
<b>FIGURA 15</b> – Layout do site institucional da Grande FM .....	265
<b>FIGURA 16</b> – Performance da Difusora FM no ambiente multiplataformas .....	267
<b>FIGURA 17</b> – Performance da Morena FM no ambiente multiplataformas.....	269
<b>FIGURA 18</b> – Performance da Avenida 91 no Facebook e Instagram .....	270
<b>FOTOGRAFIA 1</b> – Fachada e placa de inauguração da Rádio Alvorada de Itaporã .....	173
<b>FOTOGRAFIA 2</b> – Unidade Móvel para reportagem externa da Grande FM de Dourados.....	216
<b>FOTOGRAFIA 3</b> – Fachada das emissoras de rádio avaliadas na etapa da AC .....	227
<b>MAPA 1</b> – Localização das emissoras a serem analisadas qualitativamente .....	27
<b>MAPA 2</b> – Regiões de Planejamento de Mato Grosso do Sul.....	130
<b>MAPA 3</b> – Cenário Geral da Radiodifusão Sonora de Mato Grosso do Sul .....	166
<b>MAPA 4</b> – Cenário da Radiodifusão Sonora Comercial de Mato Grosso do Sul .....	167

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1</b> – Síntese da pesquisa sobre Radiojornalismo de Proximidade.....	25
<b>QUADRO 2</b> – Síntese da classificação dos jornais por Milton Santos .....	82
<b>QUADRO 3</b> – Síntese da classificação dos jornais por Wilson Bueno.....	86
<b>QUADRO 4</b> – Regiões Intermediárias e Imediatas de Mato Grosso do Sul .....	124
<b>QUADRO 5</b> – Divisão regional proposta pelo Governo de Mato Grosso do Sul .....	131
<b>QUADRO 6</b> – Etapa de Análise de Conteúdo nos programas jornalísticos.....	144
<b>QUADRO 7</b> – Síntese das categorias para Análise de Conteúdo.....	148
<b>QUADRO 8</b> – Emissoras participantes da entrevista estruturada .....	156
<b>QUADRO 9</b> – Relação de profissionais que participaram da entrevista em profundidade.....	157
<b>QUADRO 10</b> – Síntese do percurso metodológico.....	159
<b>QUADRO 11</b> – Principais Redes de Rádio Regional em Mato Grosso do Sul.....	176
<b>QUADRO 12</b> – Programas Policiais nas rádios comerciais de Mato Grosso do Sul .....	194
<b>QUADRO 13</b> – Veículos de Mídia em Campo Grande .....	199
<b>QUADRO 14</b> – Veículos de Mídia em Dourados .....	203
<b>QUADRO 15</b> – Veículos de Mídia em Três Lagoas .....	206
<b>QUADRO 16</b> – Veículos de Mídia no AP Aquidauana – Anastácio .....	209

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1</b> – Mapeamento dos veículos jornalísticos no Brasil.....	46
<b>TABELA 2</b> – Concentração populacional e econômica dos principais municípios.....	128
<b>TABELA 3</b> – Dados da Radiodifusão Sonora em Mato Grosso do Sul.....	161
<b>TABELA 4</b> – Composição da amostragem da etapa de AC por emissora.....	228
<b>TABELA 5</b> – Âmbito territorial da informação por emissora de rádio analisada.....	231
<b>TABELA 6</b> – Performance das emissoras nas Redes Sociais.....	263

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
AERMS	Associação das Emissoras de Radiodifusão de Mato Grosso do Sul
AM	Amplitude Modulada
AP	Arranjo Populacional
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
CBN	Central Brasileira de Notícias
CNN	Cable News Network
CEP	Comitê de Ética e Pesquisa
CPDOC	Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil
FARCOM- MS	Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Estado do Mato Grosso do Sul
FM	Frequência Modulada
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
MCOM	Ministério das Comunicações
MS	Mato Grosso do Sul
NPR	National Public Radio
OM	Ondas Médias
OT	Ondas Tropicais
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PROJOR	Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo
RADCOM	Rádio Comunitária
REGIC	Regiões de Influência das Cidades
RCN	Grupo Rosário Congro Neto de Comunicação
RMC	Rede Matogrossense de Comunicação
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SIACCO	Sistema de Acompanhamento de Controle Societário
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFG	Universidade Federal de Goiás
UR	Unidades de Registro

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>20</b>
<b>PARTE I: A NATUREZA TEÓRICA DA PESQUISA</b> .....	<b>30</b>
<b>1 PANORAMA CONTEMPORÂNEO DO JORNALISMO LOCAL</b> .....	<b>31</b>
1.1 O CENÁRIO GLOBAL DO JORNALISMO.....	32
1.2 A MÍDIA BRASILEIRA EM NÚMEROS.....	44
1.3 O ESTADO DA ARTE NOS ESTUDOS DE JORNALISMO LOCAL .....	52
<b>2 O SUBSÍDIO DA GEOGRAFIA NA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO</b> .....	<b>63</b>
2.1 O TERRITÓRIO COMO CENTRO DE RELAÇÕES SOCIAIS.....	64
2.2 A REGIÃO: UM RECORTE ESPACIAL MARCADO PELA DIVERSIDADE.....	69
2.3 O LOCAL, ESPAÇO VIVIDO DE RELAÇÕES COTIDIANAS.....	72
2.4 A EMERGÊNCIA DAS REDES E A RECONFIGURAÇÃO DO TERRITÓRIO .....	77
<b>3 AS MÚLTIPLAS DEFINIÇÕES DE JORNALISMO LOCAL</b> .....	<b>81</b>
3.1 JORNALISMO DO INTERIOR: DE ARTESANAL À PEQUENA IMPRENSA .....	81
3.2 JORNALISMO SOB A PERSPECTIVA HIPERLOCAL .....	90
3.3 ENTRE O LOCAL E O REGIONAL: A QUESTÃO DA PROXIMIDADE.....	95
<b>4 O JORNALISMO NO RÁDIO</b> .....	<b>103</b>
4.1 UM BREVE RESGATE DO PERCURSO HISTÓRICO .....	103
4.2 O RADIOJORNALISMO EM CONTEXTOS LOCAIS E REGIONAIS .....	105
4.3 A CONJUNTURA MULTIPLATAFORMA .....	108
4.4 RADIOJORNALISMO, CIDADANIA E INTERESSE PÚBLICO.....	114
4.5 POR UMA COMPREENSÃO DO RADIOJORNALISMO VIÁVEL .....	119
<b>PARTE II: A MATERIALIDADE EMPÍRICA DA PESQUISA</b> .....	<b>121</b>
<b>5 O TERRITÓRIO DE ANÁLISE</b> .....	<b>122</b>
5.1 A DIVISÃO REGIONAL BRASILEIRA .....	122
5.2 A POSIÇÃO DE MATO GROSSO DO SUL NO CENTRO-OESTE BRASILEIRO.....	125
5.3 A REGIONALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO SUL-MATO-GROSSENSE .....	129
<b>6 O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA</b> .....	<b>136</b>
6.1 A TRIANGULAÇÃO METODOLÓGICA.....	137
6.2 O MÉTODO DA CARTOGRAFIA .....	139
6.3 A ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	143
6.4 A PESQUISA DE CAMPO E A TÉCNICA DA ENTREVISTA .....	150
<b>7 PANORAMA DO RÁDIO EM MATO GROSSO DO SUL</b> .....	<b>160</b>
7.1 ANÁLISE ESPACIAL DAS RÁDIOS DE MS .....	164
7.2 A PROPRIEDADE E OS VÍNCULOS POLÍTICOS .....	169
7.3 AS REDES DE RÁDIO REGIONAIS .....	175
7.4 O PERFIL DE PROGRAMAÇÃO NO RÁDIO DE MATO GROSSO DO SUL.....	179
7.4.1 Contexto Geral .....	179
7.4.2 O rádio palanque e os templos eletrônicos no rádio sul-mato-grossense.....	184
7.4.3 O conteúdo informativo nas emissoras de Mato Grosso do Sul.....	191
<b>8 RADIOJORNALISMO DE PROXIMIDADE NOS TERRITÓRIOS DE ANÁLISE</b> .....	<b>196</b>
8.1 UM ECOSSISTEMA MUDIÁTICO DINÂMICO E HETEROGÊNEO.....	196
8.1.1 O concorrido mercado de mídia na cidade morena.....	197
8.1.2 A paisagem midiática no polo regional do agronegócio .....	202
8.1.3 Os meios de comunicação na capital nacional da celulose .....	205
8.1.4 A pequena imprensa para atender às “cidades gêmeas” do Pantanal .....	207
8.2 ASPECTOS ESTRUTURAIS .....	210

8.3	SUSTENTABILIDADE E FONTES DE FINANCIAMENTO .....	218
8.4	O CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA .....	225
<b>8.4.1</b>	<b>O âmbito territorial da informação.....</b>	<b>229</b>
<b>8.4.2</b>	<b>As principais temáticas agendadas.....</b>	<b>233</b>
<b>8.4.3</b>	<b>A origem da informação veiculada.....</b>	<b>238</b>
<b>8.4.4</b>	<b>Os principais formatos adotados .....</b>	<b>243</b>
<b>8.4.5</b>	<b>As fontes de informação consultadas .....</b>	<b>249</b>
8.5	A QUESTÃO MULTIPLATAFORMA .....	252
<b>8.5.1</b>	<b>Percepções em meio a um cenário digital .....</b>	<b>258</b>
<b>8.5.2</b>	<b>Performance das rádios nas redes sociais .....</b>	<b>262</b>
8.6	LEITURAS E IMPRESSÕES DO RADIOJORNALISMO DE MS .....	270
<b>CONCLUSÃO.....</b>		<b>281</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>		<b>289</b>
<b>APÊNDICES .....</b>		<b>308</b>

## INTRODUÇÃO

A informação local do terceiro milênio deve ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que reporte o que ocorre no espaço onde o meio está localizado, no lugar de abrangência e que diga o que afeta e interessa aos habitantes daquela área, mesmo quando ocorre fora. As informações locais do terceiro milênio devem promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em locais de comunicação eficiente e locais de onde se exportam novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (GARCÍA, 2008, p. 34, tradução do autor)<sup>1</sup>.

O posicionamento do pesquisador Xosé López García traz uma reflexão singular acerca da importância que a informação de âmbito local representa para o território de proximidade. Num cenário marcado pela globalização, em que o avanço de novas tecnologias estabelece uma nova ordem social marcada por intensa circulação de informação de caráter mundial, o local se reafirma como âmbito significativo na cobertura jornalística dos meios massivos.

No Brasil, um país de proporções continentais e assimetrias preponderantes, no qual o acesso à internet enfrenta inúmeros obstáculos, suprir a carência de informação jornalística local tem sido um dos principais desafios da mídia tradicional, especialmente para as estações de rádio que possuem alta capilaridade nos municípios brasileiros.

Mais do que trazer informações sobre a previsão do tempo ou mesmo noticiar as ocorrências policiais do município, cabe à mídia local atuar na produção de informação que atenda aos interesses e anseios da coletividade. A ausência de medicamentos na rede de atenção à saúde, o atraso na merenda escolar e a inexistência de iluminação pública e saneamento básico são algumas das situações corriqueiras que acometem diariamente o cotidiano de pequenas localidades, cuja ressonância tende a ser exclusiva por rádios locais.

Mesmo diante desse cenário de inúmeras possibilidades de cobertura, a carência de informação local no território brasileiro ainda representa um grande desafio para as instituições midiáticas como tem destacado os relatórios anuais do projeto Atlas da Notícia, realizado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com a Volt Data Lab. Embora o Atlas da Notícia (2022) tenha identificado uma leve redução nos municípios desassistidos por veículos jornalísticos locais, a ausência de mídia local em boa parte das cidades brasileiras ainda é preocupante.

---

<sup>1</sup> La información local del tercer milênio tiene que ser una información de calidad, plural, participativa, imaginativa, que explique lo que ocurre en la zona donde se asienta el medio, en la zona para la que informa y que cuente lo que afecta e interesa a los habitantes de ese ámbito, incluso cuando se produce fuera. La información local del tercer milênio debe promover la experimentación y convertir los escenarios de proximidade em lugares de comunicación eficiente y lugares de los que exportem nuevos lenguajes e formatos para la comunicación mundial (GARCÍA, 2008, p. 34).

Os números apresentados anualmente pelo Atlas da Notícia têm reforçado, inclusive, entre investigadores em Comunicação, a necessidade de se ampliar a discussão em torno de pesquisas que abarquem a complexidade da mídia local no território brasileiro, a fim de entender a sua configuração, propor caminhos alternativos para que se tornem sustentáveis e cumpram a sua missão social, que é assistir os territórios com informação local ou próximos à realidade na qual as audiências estão imersas.

Diante do exposto, a pesquisa proposta apresenta como **objeto** o radiojornalismo local, definido nesta tese como radiojornalismo de proximidade a partir da concepção teórica dos pesquisadores Carlos Camponez (2002, 2012), Pedro Jerónimo (2015) e Luís Bonixe (2011, 2017, 2019). A opção por uma investigação voltada para a compreensão do jornalismo local brasileiro a partir da mídia radiofônica encontra-se **subsidiada**, inicialmente, pela capilaridade e centralidade midiática que o rádio mantém no território nacional, totalizando mais de dez mil outorgas<sup>2</sup>, das quais 4.597<sup>3</sup> delas possuem programação jornalística (MCOM, 2023; ATLAS DA NOTÍCIA, 2022).

Desse modo, é possível observar, a partir do cruzamento de dados do Painel de Outorgas do Ministério das Comunicações (MCom) com os indicadores do Atlas da Notícia, que, no Brasil, menos da metade dos canais de radiodifusão sonora, na modalidade comercial, ou 43% do total, possuem conteúdo jornalístico na programação. Aqui se faz necessário enfatizar que não estão sendo levados em consideração os critérios de qualidade no exercício do jornalismo nestas estações.

Por outro lado, estima-se que esses números se tornariam majoritariamente superiores se houvesse, por parte da agência reguladora, uma fiscalização mais efetiva no cumprimento da legislação vigente quanto às obrigações no que tange à programação jornalística nas estações de rádio no Brasil. O cenário estabelecido demonstra, neste caso, a fragilidade do Estado brasileiro em assegurar o cumprimento do percentual mínimo destinado à informação jornalística nas emissoras<sup>4</sup>.

Mesmo assim, diante do quadro de composição do ecossistema midiático brasileiro apresentado pelos dados do Atlas da Notícia e pela abrangência inquestionável que o rádio

---

<sup>2</sup> Os dados do Painel de Outorgas de Rádio e TV do MCom em março de 2023, apontam 10.533 emissoras em todo o Brasil. Os dados, porém, correspondem ao total de outorgas e não a emissoras, de fato, em funcionamento.

<sup>3</sup> Os dados do Atlas da Notícia são adotados nesta tese apenas como parâmetros iniciais para catalogar o número de estações jornalísticas catalogadas no território nacional. A prudência se deve, principalmente, pelo quantitativo de emissoras duplicadas, sobretudo no estado de Mato Grosso do Sul.

<sup>4</sup> De acordo com o art. 28 do Decreto 52.795/1963, que regulamenta o serviço de radiodifusão brasileiro, as emissoras devem, obrigatoriamente, destinar, no mínimo, cinco por cento de sua programação diária para transmissão de serviço noticioso (BRASIL, 1963). Considerando emissoras que possuem programação durante as 24 horas diárias, o mínimo de conteúdo jornalístico a ser disseminado diariamente, é de 1 hora e 12 minutos.

possui no território nacional, considera-se pertinente propor uma investigação que vise compreender a configuração do radiojornalismo local na sociedade contemporânea, motivada não somente por sua penetração, mas, principalmente, pela centralidade que o meio ainda possui nas cidades do interior brasileiro.

Na região Centro-Oeste, por exemplo, o meio ainda mantém protagonismo, sendo considerado o principal veículo jornalístico para a maioria das localidades. Essa região tem apresentado o maior percentual de municípios cobertos por veículos locais de conteúdo jornalístico. O estado de Mato Grosso do Sul, em específico, apresenta a melhor distribuição de empresas noticiosas, contemplando 90% dos municípios (WERDEMBERG, 2022). O indicador tem relação, sobretudo, com a ampla cobertura radiofônica na quase totalidade do território, como será detalhado adiante.

No que diz respeito à penetração junto aos públicos, embora os principais institutos de pesquisa de mídia não tenham incluído em seus levantamentos as localidades do interior brasileiro, faz-se pertinente ressaltar os dados do Kantar Ibope Media (2022), por colocar o meio com 83% de audiência nas 13 regiões metropolitanas pesquisadas, um aumento de 3 pontos percentuais em relação ao ano de 2021. A pesquisa revelou ainda que 56% dos ouvintes confiam no rádio para se manterem informados (KANTAR IBOPE, 2022).

No levantamento de 2019, o mesmo instituto revelou que 70% dos entrevistados consumiam notícia no rádio, sendo que a maioria, representada por 93% dos entrevistados, afirmou ter preferência pelos noticiários locais, um percentual que corrobora a necessidade de as rádios locais apostarem no jornalismo como alternativa à predominância musical na grande maioria das estações. Em territórios situados às margens dos grandes centros brasileiros e distantes do eixo Rio-São Paulo, o consumo radiofônico pode ser ainda mais significativo, principalmente motivado pelo vínculo de proximidade que o rádio local mantém junto às audiências.

Outro dado considerável que o Kantar Ibope Media evidenciou no levantamento de 2022, diz respeito ao crescimento significativo na credibilidade que o rádio alcançou como veículo de informação jornalística no Brasil. De acordo com o instituto, a confiança no meio cresceu 20% entre 2017 e 2022, considerando os ouvintes que buscam se manter informados (KANTAR IBOPE MEDIA, 2022).

Neste sentido, convém destacar que, aliado a estes fatores de confiança e credibilidade que o veículo mantém nos territórios locais, observa-se que a internet, mídia que tem avançado consideravelmente por meio dos portais *online* noticiosos, ainda encontra uma série de resistências para se consolidar no território brasileiro.

O cenário digital é impactado diariamente por limitações de natureza econômica, que dificultam o acesso; culturais, cognitivas e, sobretudo, de ordem técnica, uma vez que a banda larga ainda não é unânime nas localidades interioranas. De acordo com Dornelles (2013, p.68), para que o jornalismo local se consolide no ambiente *online*, faz-se necessário que o Brasil resolva os “problemas relacionados à qualidade do sinal da internet disponibilizado à população”, que, segundo ela, é inferior ao padrão de países europeus e dos Estados Unidos.

Por sua vez, a televisão, liderada pelo grupo Globo, atingindo 98,37% dos municípios brasileiros com suas 123 emissoras exibidoras, embora seja considerada uma mídia de abrangência nacional (NEGÓCIOS GLOBO, 2021), não é capaz de contemplar a totalidade do território brasileiro em sua cobertura jornalística diária, ainda que as afiliadas à rede tenham contribuído com material regional para a circulação nos principais telejornais da emissora.

Nos estados, as emissoras de TV regionais, em sua grande maioria, priorizam nos programas jornalísticos a cobertura de acontecimentos motivados nas capitais ou de territórios de maior expressão política e econômica, não suprimindo, desta forma, a carência de informação de proximidade de pequenas localidades<sup>5</sup>. Conforme Peruzzo (2005, p.71), ainda que haja espaço reservado para a produção de programas locais, este é “pequeno em relação ao número total de horas que ela fica no ar”.

Uma vez destacada essa série de **argumentos** acerca da opção pela mídia rádio, cabe acrescentar o reduzido número de investigações em nível doutoral no campo da Comunicação que tem se debruçado sobre a configuração do jornalismo praticado nesse veículo. Na revisão do estado da arte que ora se apresenta na construção desta tese, observou-se que o radiojornalismo apareceu como tema central em quatro dissertações defendidas entre 2011 e 2020 em universidades brasileiras. Soma-se a isso a necessidade de avançar nas pesquisas sobre a compreensão do jornalismo local em estados considerados “periféricos” ou “interioranos”, pois estão situados às margens de grandes centros urbanos formados pelos eixos Rio-São Paulo, onde se concentram as grandes corporações midiáticas nacionais.

Esta pesquisa adota, portanto, como **corpus empírico**, as estações de rádio comerciais do estado de Mato Grosso do Sul. Essa unidade federativa foi escolhida como representativa, pois, além de integrar a Região Centro-Oeste do Brasil, pouco explorada nas pesquisas de mídia local no cenário brasileiro, apresenta a 6ª maior extensão geográfica, estando entre os dez

---

<sup>5</sup> Nas afiliadas da Rede Globo em Mato Grosso do Sul, por exemplo, configuram-se como produções jornalísticas regionais: o MS1, o MS2 e o Bom dia MS que somados, totalizam pouco mais de três horas dentre as 24 horas de programação diária da emissora.

estados com menor densidade demográfica do país, e o menor contingente populacional e número de municípios, dentre os que integram a macrorregião (IBGE, 2021a, 2022).

As especificidades desse estado brasileiro, marcado por relações culturais, econômicas e de natureza físico-espacial fronteiriça com países latinos, como o Paraguai e Bolívia, bem como a vocação econômica fomentada pelo agronegócio e por indústrias de papel e celulose, o tornam um terreno fértil de investigação para se compreender a dinâmica comunicacional desenvolvida por instituições midiáticas locais e regionais desse território.

Cabe aqui acrescentar que a seleção do corpus empírico levou em consideração a abrangência que o rádio possui nesta unidade federativa em específico. Ao todo, são 170 emissoras nas modalidades comerciais, comunitárias e educativas distribuídas em 74 dos 79 municípios sul-mato-grossenses, abrangendo 93% do território estadual (LIMA; DEL BIANCO, 2022).

Nesta investigação, parte-se do princípio de que a cobertura radiojornalística se configura numa fonte primordial de acesso à informação, tornando-se imprescindível para o exercício pleno da cidadania no respectivo território. Posto isso, o radiojornalismo pode contribuir para a redução dos desertos de notícia, objeto de investigação nos Estados Unidos por Abernathy (2014, 2016, 2020) e incorporado no Brasil pelo Projor.

Uma das inquietações centrais é entender a configuração do radiojornalismo local a partir do vínculo estabelecido com o território que lhe é próximo, identificando se o conteúdo informativo das emissoras investigadas contempla a realidade local, mas buscando compreender, principalmente, em que medida os contextos políticos e econômicos incidem nessa configuração.

Além de tentar compreender de que maneira a proximidade geográfica encontra ressonâncias nos programas jornalísticos das emissoras, pretende-se identificar em que medida a informação jornalística atende ao interesse público da coletividade, e se o conteúdo jornalístico veiculado é capaz de estabelecer condições mínimas para o exercício da cidadania no respectivo território de abrangência.

Soma-se a esses questionamentos, avaliar como as emissoras de rádio local têm se apresentado no ambiente multiplataforma e que uso ela faz das potencialidades de ferramentas digitais na rotina produtiva de construção noticiosa e na circulação de conteúdo. Em que medida, portanto, o rádio local, num território situado às margens dos grandes centros, pode ser considerado expandido e hipermidiático como propõem Kischinhevsky (2016) e Lopez (2010)?

Dessa forma, foi elencado como **objetivo geral** desta investigação buscar compreender a configuração do radiojornalismo de proximidade contemporâneo a partir da análise de

emissoras locais do estado de Mato Grosso do Sul. Para entender essa configuração, foram elencados os seguintes **objetivos específicos**:

- a) Identificar se, e como, o território de proximidade é repercutido no conteúdo dos programas jornalísticos das emissoras analisadas;
- b) Observar em que medida a informação agendada pelas emissoras remete a assuntos de interesse público e se a informação de proximidade é capaz de contribuir para o exercício da cidadania no respectivo território.
- c) Investigar em que medida as condições socioeconômicas e políticas do território onde estão situadas, incidem na estrutura e condicionam o conteúdo jornalístico veiculado pela emissora.
- d) Avaliar se o radiojornalismo de proximidade das estações de Mato Grosso do Sul, pode ser considerado hipermediático e expandido a partir da sua performance de circulação de conteúdo nas plataformas.

No Quadro 1 abaixo, apresenta-se uma síntese de como esta pesquisa tem sido pensada e articulada.

**QUADRO 1** – Síntese da pesquisa sobre Radiojornalismo de Proximidade

<b>A pesquisa se propõe a</b>	Estudar a configuração do radiojornalismo de proximidade a partir de emissoras situadas nas principais regiões do estado de Mato Grosso do Sul.
<b>Para</b>	Identificar de que forma a proximidade geográfica se manifesta no conteúdo jornalístico das emissoras analisadas; e em que medida essa informação jornalística remete a assuntos de interesse público.
<b>Com a finalidade de</b>	Compreender as relações existentes entre as condições socioeconômico e políticas do território e a configuração da emissora e do conteúdo que vai ao ar na programação jornalística.
<b>O que permitirá</b>	Avaliar se a configuração deste modelo de radiojornalismo local sul-mato-grossense, de alguma forma, contribui para o exercício da cidadania no território de proximidade.

**Fonte:** quadro adaptado de Booth, Colomb e Williams (2005).

A partir do delineamento dos objetivos, esta pesquisa apresenta como **hipótese** central o fato de que as emissoras de rádio, embora apresentem programas jornalísticos que contemplem a realidade do território no qual estão inseridas e tenham importância significativa para a cobertura noticiosa do respectivo território, não contribuem para a construção da cidadania<sup>6</sup> na respectiva localidade, motivadas por interferências de naturezas múltiplas, seja pelos vínculos estabelecidos com os agentes políticos e econômicos locais e regionais que afetam diretamente a autonomia editorial da emissora; seja através da especificidade econômica e social do território que integram.

Aponta-se ainda como **hipótese** um cenário em que as emissoras, embora imersas no ambiente multiplataforma e se configurem como hipermediáticas e expandidas, pouco exploram as potencialidades digitais tanto na interação com as audiências quanto na produção do conteúdo noticioso, resultado das limitações de natureza estrutural e de pessoal, face às dificuldades de sustentabilidade econômica e financeira.

Inicialmente, cabe ressaltar que o corpus empírico de análise desta pesquisa foi formado pelas 91 estações comerciais em operação, excetuando-se, neste caso, as educativas e comunitárias, que apresentam naturezas e finalidades distintas, obedecendo às legislações específicas. O escopo metodológico está estruturado a partir da triangulação metodológica, que recorreu às etapas de cartografia, análise de conteúdo, questionário estruturado com dirigentes ou representantes das emissoras e entrevista em profundidade com profissionais diretamente envolvidos nos processos de produção jornalística.

A fim de apresentar o panorama inicial da configuração do radiojornalismo sul-matogrossense, recorreu-se ao método da cartografia a partir da construção do inventário das estações por localidade. A partir dos mapas, foi possível identificar também as estações que se dedicam ao conteúdo jornalístico em sua grade diária de programação, a relação de propriedade com agentes da política local e regional e a formação das redes regionais radiofônicas.

O questionário estruturado com os dirigentes das emissoras possibilitou identificar dados básicos de cada estação relativos à estrutura organizacional, perfil de programação na ótica dos dirigentes, ferramentas de interação e recursos de tecnologia, bem como saúde e sustentabilidade do modelo de negócio empregado.

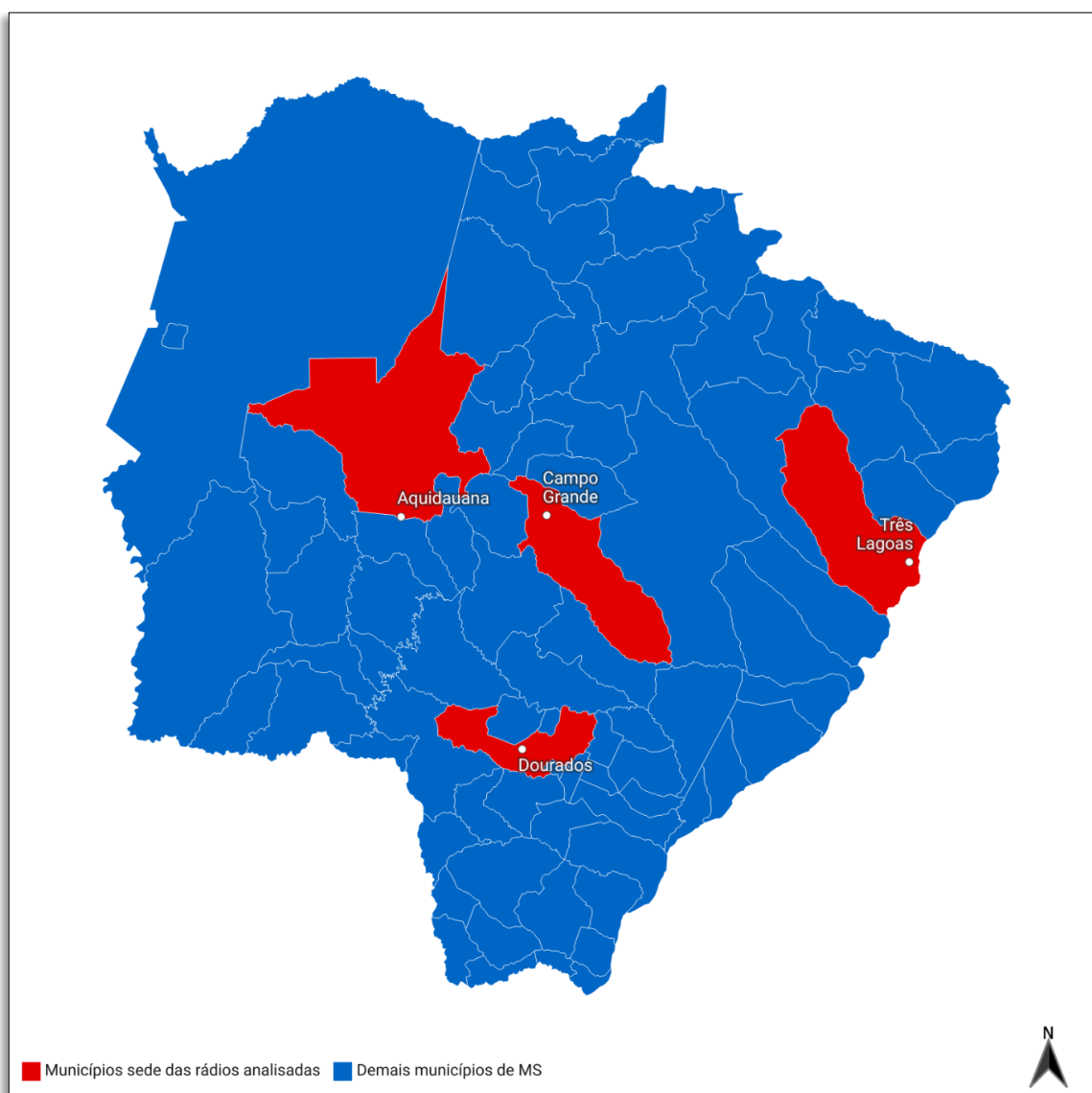
Na análise mais pormenorizada, relativa à qualidade do conteúdo jornalístico colocado em circulação, recorreu-se a análise de conteúdo em quatro emissoras representativas de quatro dentre as nove regiões geográficas de Mato Grosso do Sul. A investigação de emissoras em

---

<sup>6</sup> A definição teórica de Cidadania que subsidia este estudo, será oportunamente detalhada no capítulo 4 a partir das relações estabelecidas com o objeto central de análise: o radiojornalismo de proximidade.

contextos distintos, foi essencial para que fosse possível observar as variações provenientes das especificidades em termos de geografia, estrutura política e de veículos de mídia em cada território. As emissoras selecionadas foram recortadas com base no seguinte critério: integrar as principais regiões geográficas nas porções centro-norte, sul, oeste e leste; apresentar programa jornalístico com periodicidade de cinco dias semanais e duração mínima de uma hora diária, sendo produzido pela equipe da própria emissora. Foram descartadas da análise qualitativa, as emissoras que integram redes de rádio nacional ou regional, cuja programação jornalística é retransmitida da cabeça de rede, geralmente com pouca vocação para o território de proximidade.

**MAPA 1** – Localização das emissoras analisadas qualitativamente



**Fonte:** elaborado pelo autor no Datawrapper (2023).

Considerando-se, portanto, os critérios estabelecidos, chegou-se ao seguinte corpus empírico da etapa qualitativa: Morena FM de Campo Grande na região Centro-Norte; Grande FM de Dourados na região Sul; Difusora FM de Três Lagoas na região leste e Avenida 91 de Aquidauana na porção oeste no Pantanal, municípios que integram as principais regiões de planejamento urbano proposta pelo Governo de Mato Grosso do Sul, representando a heterogeneidade do cenário da radiodifusão sonora no estado.

O percurso de investigação da pesquisa é traçado por diversas fases que estão detalhadas em cada parte desta tese. A **Parte I**, intitulada “*A natureza teórica da pesquisa*”, é formada por quatro capítulos com um arcabouço teórico que sustenta e norteia esta investigação. Parte-se de um panorama do jornalismo local no Capítulo 1, no qual se detalha o cenário mundial do campo a partir de pesquisas internacionais constantes nos relatórios do *The News Deserts* da Universidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos, e *Digital News Report*, da Universidade de Oxford, na Inglaterra. Neste capítulo, o panorama do jornalismo brasileiro é discutido a partir dos dados extraídos do projeto Atlas da Notícia, mantido pelo Projor, juntamente com uma revisão sistemática do estado da arte a partir de estudos realizados em universidades brasileiras entre 2010 e 2019.

No Capítulo 2, buscou-se, por meio da interdisciplinaridade entre a Geografia e Comunicação, entender o papel que o território ocupa na configuração do radiojornalismo de proximidade. Esse capítulo é permeado por leituras e abordagens dos principais elementos definidores da Geografia, tais como: território, região e lugar que dão sustentação teórica a esta pesquisa, além de uma breve discussão em torno da emergência das redes no território de proximidade, que acabam por afetar a configuração midiática nas respectivas localidades.

Na sequência, o Capítulo 3 traz as principais correntes teóricas que buscam definir o jornalismo desenvolvido em localidades às margens dos grandes centros a partir das leituras de jornalismo do interior, hiperlocal, local, regional e de proximidade. Na tentativa de buscar aprofundar as discussões em torno da concepção de proximidade, adaptada para o radiojornalismo, o Capítulo 4 traz abordagens portuguesas sobre o radiojornalismo local e regional à luz dos estudos de Bonix (2011, 2017, 2019) em diálogo com os pesquisadores brasileiros Comassetto (2007) e Lopez (2010). Apresenta-se, ainda, a perspectiva contemporânea de radiojornalismo em meio a um cenário multiplataformas a partir de leituras de Del Bianco (2005, 2012), Kischinhevsky (2016) e Cebrián Herreros (2011); bem como uma articulação do radiojornalismo com a questão da cidadania e da noção de interesse público.

A **Parte II** desta tese, intitulada *Materialidade empírica da Pesquisa*, também é formada por quatro capítulos e busca trazer detalhes da pesquisa desenvolvida nesta etapa

doutoral no território de análise, o estado de Mato Grosso do Sul. Assim, o Capítulo 5, incumbiu-se de apresentar a contextualização acerca da divisão regional brasileira e a posição que Mato Grosso do Sul ocupa na região Centro-Oeste. Por fim, a divisão regional de Mato Grosso do Sul é revista a partir das classificações propostas pelo IBGE e pelo Governo do Estado, dando pistas sobre aspectos culturais, geográficos, econômicos e sociais do território a ser analisado.

No Capítulo 6, são delineadas as etapas metodológicas desta pesquisa no qual há a síntese do trajeto percorrido, a partir da recorrência à triangulação de métodos subsidiada no método da Cartografia, Análise de Conteúdo, questionário estruturado e entrevista em profundidade, com dirigentes e demais profissionais envolvidos no processo produtivo jornalístico das rádios locais. Neste capítulo, detalham-se também os percalços durante a coleta de dados na pesquisa de campo e os entraves de ordem institucional que atrasaram esta etapa.

Os dois capítulos finais, foram reservados para apresentar, detalhar e discutir os achados desta investigação em nível doutoral. Os dados levantados com o subsídio do método da cartografia estão demonstrados no Capítulo 7, no qual se apresenta o inventário que culminou na construção dos mapas da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul.

Os mapas posicionam os desertos radiofônicos e os territórios considerados bosques, além de auxiliar na identificação dos grupos que controlam as emissoras a partir de seus vínculos políticos e religiosos, bem como a formação das redes regionais de rádio. A cartografia permite também, traçar um panorama geral de programação no rádio sul-mato-grossense, identificando as emissoras que possuem conteúdo jornalístico genuíno local, conveniente para a análise que se propôs.

Por fim, o Capítulo 8 dispõe os achados na pesquisa qualitativa, fornecendo elementos capazes de caracterizar o radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense. A análise empreendida neste capítulo, busca compreender a configuração desse radiojornalismo a partir da infraestrutura empresarial das estações, saúde e sustentabilidade do modelo de negócio por meio das receitas captadas com publicidade, nível de produção, qualidade do conteúdo jornalístico e performance no ambiente multiplataformas.

**PARTE I: A NATUREZA TEÓRICA DA PESQUISA**

## 1 PANORAMA CONTEMPORÂNEO DO JORNALISMO LOCAL

A pandemia de Covid-19<sup>7</sup>, iniciada em dezembro de 2019, em Wuhan, na China, pode ser considerada um divisor de águas para o jornalismo. Parafraseando uma célebre frase do presidente do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva, “nunca antes na história”, a informação responsável e de qualidade se tornou tão essencial para a sociedade como nos últimos anos.

Considerada, até então, uma incógnita para as autoridades de saúde em nível internacional, a pandemia reacendeu na sociedade a necessidade de buscar nos meios de comunicação, informações verdadeiras e confiáveis contidas em narrativas construídas a partir de recomendações científicas. Assim, a informação se tornou uma das principais armas na guerra contra o coronavírus.

Se, por um lado, o jornalismo cumpria seu papel social de informar, o cenário de incertezas em relação à doença e seus desdobramentos, propiciou a formação de um território sombrio nas redes sociais, onde imperou a propagação de informações falsas e enganosas, teorias da conspiração, entre outras.

Essa infinidade de conteúdos fabricados com o intuito de confundir e desinformar a sociedade civil configurou num cenário definido como “poluição da informação” em nível global (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Com ampla penetração junto às audiências, pela rapidez na circulação e disseminação massiva em canais digitais, essas informações romperam fronteiras geográficas e territoriais sendo acessadas também nas pequenas localidades.

Embora a centralidade deste estudo não esteja focada no cenário de desinformação pelo qual a sociedade global tem vivenciado, considera-se pertinente mencionar esse panorama a fim de ressaltar a importância que a informação jornalística, sobretudo em tempos de crise humanitária, tem para a sociedade, principalmente para os cidadãos que habitam as pequenas localidades, em países subdesenvolvidos ou emergentes.

Mas, cabe aqui enfatizar que não é somente num momento pandêmico que o jornalismo local se torna imprescindível. No Brasil, um país de proporções continentais com assimetrias de natureza físico-espacial, sociais e econômicas, em que a desigualdade é preponderante, faz-se necessário o exercício de um modelo de jornalismo local para além de simples porta voz dos direitos de indivíduos que coabitam determinados territórios.

---

<sup>7</sup> A pandemia de Covid-19 causada pelo vírus Sars-CoV-2 configurou-se numa crise sanitária mundial com impactos na saúde pública, economia, sociedade e bem-estar. No Brasil, o primeiro caso foi confirmado em fevereiro de 2020 e espalhou-se rapidamente por todo o território nacional. As altas taxas de mortalidade registradas no país foram motivadas, em grande parte, pela inércia do Governo Federal e do Ministério da Saúde na época, em adotar medidas de biossegurança, por desacreditar especialistas em Saúde, recomendar tratamentos ineficazes, negligenciar a compra de vacinas, bem como desestimular a imunização em massa.

Neste sentido, entende-se nesta pesquisa, que o jornalismo local, denominado aqui como de proximidade, conforme será visto adiante, visa assumir a uma função que vai além de guardião da democracia, mas se torna protagonista no espaço local, na medida em que assume uma postura de vigilância e torna transparente as ações do poder constituído pressionando os representantes da esfera política a solucionar problemas de ordem pública que afetam a localidade.

Neste capítulo, será delineado o cenário do jornalismo em nível global, tomando-se como referências os estudos desenvolvidos sobre o jornalismo local na Universidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos (ABERNATHY, 2014, 2016, 2020); e na Universidade de Oxford, no Reino Unido, por pesquisadores que têm se dedicado a estudar o mercado do jornalismo em 46 países de 6 continentes em nível global (NEWMAN, 2021).

Na sequência, o panorama dos veículos de mídia no Brasil será discutido sob a luz dos dados apresentados pela pesquisa do Atlas da Notícia, desenvolvida pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). Nos subcapítulos finais, se apresentará uma breve Revisão do Estado da Arte acerca de pesquisas brasileiras desenvolvidas nos últimos dez anos relacionadas ao jornalismo local no país.

## 1.1 O CENÁRIO GLOBAL DO JORNALISMO

É praticamente unânime, entre pesquisadores de Comunicação em nível global, uma inquietude em relação às adversidades pelas quais o jornalismo tem enfrentado nas últimas décadas. O agravamento da crise no campo, motivada pelo avanço das tecnologias digitais, tem afetado diretamente a mídia local em seu prestígio, credibilidade, influência e certamente financeiramente, uma vez que esses elementos são indissociáveis.

Nos Estados Unidos, há uma evidente angústia resultante do fechamento de jornais impressos. Desde 2004, o *Center for Innovation and Sustainability in Local Media* da *Hussman School of Journalism and Media* na Universidade da Carolina do Norte acompanha o fechamento dos periódicos locais por meio do projeto denominado *The News Deserts*, em português “Desertos de Notícia”, coordenado por Penelope Muse Abernathy. Os pesquisadores que integram o grupo vêm acompanhando o destino dos jornais norte-americanos com levantamento de dados nos anos de 2004, 2014, 2016, 2017, 2018 e 2020.

Ao todo, já foram elaborados quatro relatórios a partir do mapeamento de mídia impressa local norte-americana. O mais recente, denominado “Desertos de Notícias e jornais

fantasmas: as notícias locais sobreviverão?” (2020, tradução nossa<sup>8</sup>), tem destacado que o fechamento dos jornais em *counties*<sup>9</sup> dos Estados Unidos ocasiona um cenário de ausência de notícia local que pode resultar em implicações políticas, sociais e econômicas significativas para a sociedade e para a democracia.

Conforme Napoli *et al.* (2016, p.1, tradução nossa), em algumas comunidades norte-americanas, “o jornalismo local está essencialmente em colapso, com o declínio e (em muitos casos) desaparecimento de meios de comunicação tradicionais, deixando enormes lacunas não preenchidas<sup>10</sup>”. Com extensão territorial de proporções continentais, assim como o Brasil, os Estados Unidos têm uma população de 330 milhões de habitantes e possuíam, no último levantamento publicado em 2020, pouco mais de 6.700 periódicos ante os quase 9 mil identificados em operação no ano de 2004.

**FIGURA 1** – Ecossistema de notícias norte-americano



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023) adaptado de Abernathy (2020).

<sup>8</sup> News Deserts and ghost newspapers: will local news survive?

<sup>9</sup> Os *counties* representam os condados norte-americanos que correspondem à divisão geográfica e administrativa de determinado estado. Estes condados formam governos locais que centralizam o gerenciamento dos serviços públicos das cidades que os integram. Na prática, possuem equivalência aos municípios brasileiros.

<sup>10</sup> In some communities, local journalism is essentially collapsing, with the decline and (in many cases) disappearance of traditional news outlets leaving massive unfilled gaps.

Conforme observado na Figura 1, o ecossistema jornalístico norte-americano foi categorizado e organizado, na ótica de Abernathy (2020), por meio de uma pirâmide formada pelos seguintes níveis: jornais não diários, jornais locais diários de portes médio e pequenos, jornais étnicos (considerados jornais locais ou da comunidade). Estes, junto aos citados anteriormente, totalizam 6.576 títulos; 157 jornais regionais ou metropolitanos; e, por fim, três títulos categorizados como jornais nacionais<sup>11</sup>.

Na categorização proposta pela pesquisadora, os jornais que formam a base da pirâmide são pequenos diários, além de semanários e jornais étnicos que informam residentes em comunidades de pequeno e médio porte sobre acontecimentos que dizem respeito à comunidade em que estão inseridos, além de contextualizar localmente questões nacionais, como a pandemia de Covid-19, por exemplo.

Já os jornais regionais ou metropolitanos priorizam reportagens investigativas e analíticas que acabam pressionando a esfera política local, estadual e mesmo nacional a formular políticas necessárias à solução dos problemas dessas localidades. Além disso, segundo Abernathy (2020, p. 13, tradução nossa), esses diários “conectam moradores de comunidades em uma área de um estado com aqueles de partes distantes do estado, ajudando-os a se unirem para resolver problemas estaduais”.

Os jornais nacionais, considerados *The New York Times*, *Wall Street Journal* e *USA Today*, apresentam circulação superior e leitores *online* na ordem de milhões de pessoas e apresentam modelo de negócio, em escala de cobertura e alcance, bem distinto dos jornais locais ou regionais/metropolitanos.

Entre 2004 e 2019, a pesquisa coordenada por Abernathy registrou 2.100 jornais extintos nos Estados Unidos. Como pano de fundo desse fechamento das empresas jornalísticas, 1.800 localidades que, até 2004, tinham ao menos um impresso jornalístico local, passaram a se configurar, a partir de 2020, em **desertos de notícias** por não registrarem mais periódico local algum. Assim, o conceito de deserto de notícias, na ótica de Abernathy (2020, p.18, tradução nossa), é sintetizado por “uma comunidade, seja rural ou urbana, onde os residentes têm acesso muito limitado ao tipo de notícias e informações confiáveis e abrangentes que alimentam a democracia no nível de base”.

Abernathy (2020) argumenta que a mídia local é considerada, historicamente, a principal fonte de notícias e informações que auxiliam a sociedade civil e, principalmente, o governo na tomada de decisões relacionadas às questões locais importantes, como educação,

---

<sup>11</sup> The New York Times, Wall Street Journal e USA Today.

saúde, meio ambiente, e eleições. A autora relata que jornais metropolitanos e regionais, além de circulação reduzida nas pequenas localidades, raramente cobrem territórios periféricos, situados no interior dos condados norte-americanos.

Para reforçar o argumento da importância que o jornal local apresenta para os *counties* ou condados norte-americanos, a pesquisadora reforça que os demais veículos tradicionais como o rádio e a TV, também ignoram a cobertura noticiosa local, uma vez que 20% das estações de televisão licenciadas do país e mais da metade das estações de rádio não possuíam programas de notícias locais (ABERNATHY, 2014, online). A pesquisadora acrescenta que dentre as estações que apresentavam conteúdo jornalístico local, a maioria o fazia de forma ínfima, priorizando notícias de esportes, informações sobre clima e trânsito, que ocupavam 40% do tempo total de transmissão nos noticiários da televisão local. Segundo ela,

[...] menos de 40% dos residentes nos Estados Unidos vivem onde podem receber notícias de rádio. Enquanto a *National Public Radio* cobre relativamente notícias nacionais, internacionais e regionais, poucas estações de rádio públicas fornecem reportagem local em mercados de pequeno e médio porte (ABERNATHY, 2016, p.61, grifo nosso, tradução nossa)<sup>12</sup>.

Dentre as rádios comerciais norte-americanas, 60% delas têm diariamente até 30 minutos de notícias locais. Em geral, o noticiário radiofônico repercute informações sobre os próximos eventos e entrevistas com autoridades e celebridades locais. Mesmo entre as emissoras públicas, o cenário é desanimador.

Ainda que cada estado conte com estações públicas de transmissão, boa parte retransmite conteúdo informativo produzido por outras estações, assim, “69 por cento das estações NPR<sup>13</sup> que relatam oferecer notícias locais, muitas delas não produzem reportagens originais, mas apenas coletam e leem notícias relatadas por outros meios de comunicação” (ABERNATHY, 2020, p.68, tradução nossa<sup>14</sup>).

Embora teça críticas em relação à programação jornalística, a pesquisadora reconhece que o rádio se configura num meio essencial de informações em locais onde o acesso à banda

---

<sup>12</sup> Fewer than 40 percent of U.S. residents live where they can receive all-news radio. While National Public Radio covers national, international and regional news, relatively few public radio stations provide extensive local reporting in small and mid-sized markets.

<sup>13</sup> National Public Radio.

<sup>14</sup> 69 percent of NPR stations report that they offer local news, many of these stations don't produce original reporting, but merely gather and read news reported by other outlets.

larga é rudimentar, “especialmente em mercados remotos de pequeno e médio porte, o rádio é fundamental nas notícias locais” (ABERNATHY, 2020, p.50, tradução nossa)<sup>15</sup>.

Na obra *Saving Community Journalism*, Abernathy (2014) trata os jornais locais numa perspectiva que associa a uma definição de comunitário ou da comunidade, algo similar ao que, no Brasil e em outros países do mundo, tem se confundido com o jornalismo local. Embora voltado para o entorno, ao promover a cobertura de questões de comunidades negligenciadas, o jornalismo da comunidade, na perspectiva norte-americana, acaba contribuindo para um “cenário de mídia muito mais rico e diversificado e uma democracia mais inclusiva”.

Além de definir a agenda para o debate sobre questões públicas, os jornais comunitários podem desempenhar um papel crítico na promoção e nutrir um senso coeso de comunidade geográfica. Mesmo em uma era digital, ainda navegamos por várias fronteiras geográficas políticas, econômicas e sociais diariamente (ABERNATHY, 2014, online, tradução nossa)<sup>16</sup>.

Numa defesa ímpar do papel do jornalismo local, com ênfase sobretudo nos impressos, Abernathy (2016) destaca a responsabilidade que apresenta na definição da agenda local, esclarecimentos acerca de necessidades da esfera civil e no estabelecimento de questões cruciais a serem debatidas pelos cidadãos, ajudando-os no direcionamento de decisões sobre políticas públicas. Para a pesquisadora, “quanto mais bem informados os cidadãos de uma comunidade, melhores eles tomarão as decisões cotidianas que podem melhorar a sua própria qualidade de vida e a de seus vizinhos”<sup>17</sup> (ABERNATHY, 2016, p.67, tradução nossa).

No entanto, esse modelo de jornalismo voltado para a localidade tem sofrido reveses, fruto do avanço das tecnologias digitais de informação e comunicação não somente nos Estados Unidos, mas no âmbito global. Para a autora, “a missão histórica crítica e única dos jornais – de informar e educar o público em vez de apenas maximizar o lucro – atualmente está em perigo”, por conta da destruição criativa ocasionada pela internet (ABERNATHY, 2014, online, tradução nossa)<sup>18</sup>.

---

<sup>15</sup> Especially in more remote small and mid-sized markets, radio is critical in local news.

<sup>16</sup> In addition to setting the agenda for debate on public issues, community newspapers can play a critical role in fostering and nurturing a cohesive sense of geographic community. Even in a digital age, we still navigate multiple political, economic, and social geographic boundaries on a daily basis.

<sup>17</sup> [...] the better informed a community’s citizens, the better they will be in making everyday decisions that could enhance their own and their neighbors’ quality of life.

<sup>18</sup> [...] the critical and unique historic mission of newspapers—informing and educating the public instead of just maximizing profit—is now in jeopardy.

Para Abernathy (2014), a destruição criativa, termo que ela adotou do economista Joseph Schumpeter<sup>19</sup>, minou o modelo de negócio tradicional da mídia, principalmente o jornalismo local. Para ela, além de desviar leitores, a internet acabou afugentando anunciantes. A autora explica que a internet impactou “os jornais tanto pelo lado do custo quanto pelo lado da receita” ao trazer para o ambiente digital os classificados e ameaçar os anúncios do varejo local. “Além disso, a Internet treinou os leitores para que não paguem nada por notícias e informações que podem acessar digitalmente”<sup>20</sup> (ABERNATHY, 2014, online).

Desde o início do século XXI, o jornalismo local em nível global tem enfrentado um período de transição, a partir do estabelecimento das novas formas de jornalismo digital, que resultou num cenário em que as receitas têm diminuído drasticamente interferindo na lucratividade do negócio midiático. Com a redução nos lucros, empresários do setor adotaram medidas para garantir a sustentabilidade da instituição midiática como a redução ou eliminação da circulação, no caso do jornal impresso, e corte de pessoal no departamento de jornalismo que se aplica aos demais veículos de mídia como o rádio e a TV.

Nos Estados Unidos, ao menos 55 milhões de exemplares entre 2004 e 2019 deixaram de circular no formato impresso e ao menos 36 mil jornalistas foram demitidos (ABERNATHY, 2020). Contudo, esse cenário não é exclusivo da realidade estadunidense. Em Portugal, o número de veículos jornalísticos locais declinou de 1.153 para 790 no intervalo entre 1998 e 2016 (GONÇALVES; JERÓNIMO; CORREIA; 2021).

De acordo com Schulz (2021), os cortes e demissões, e o fechamento de títulos de longa data têm se tornado habitual em nível mundial. Para a pesquisadora, o cenário é “preocupante porque a mídia local e regional pode desempenhar um papel crítico na informação dos cidadãos e na sustentação dos processos democráticos” (SCHULZ, 2021, p.43, tradução nossa)<sup>21</sup>. Por outro lado, o enxugamento das redações, com cortes na equipe de jornalistas locais, impacta na pluralidade de fontes, visibilidade para os cidadãos locais e gera um déficit democrático no nível local (GONÇALVES; JERÓNIMO; CORREIA; 2021).

O quadro marcado pela perda de anunciantes que migram para grandes plataformas associado à redução de ao menos 22 milhões de leitores, tem impactado na sustentabilidade e viabilidade financeira dos periódicos nos Estados Unidos. Para fazer frente a esse cenário, um

---

<sup>19</sup> O economista e cientista político Joseph Alois Schumpeter sugeriu o termo “destruição criativa” diante do surgimento de uma nova tecnologia capaz de substituir, subsumir e tornar obsoleta a indústria existente.

<sup>20</sup> In addition, the Internet has trained readers to expect to pay nothing for news and information they can access digitally.

<sup>21</sup> This is troubling because local and regional news media can play a critical role in informing citizens and underpinning democratic processes.

aspecto que tem se desenhado no cenário midiático norte-americano, como alternativa menos dolorosa ao fechamento dos jornais, tem sido a incorporação de periódicos locais por jornais de maior circulação e mais estruturados economicamente.

Aumento e consolidação de grandes redes, apoiadas por empresas de capital privado e fundos de investimento livre, correndo para se fundir com as últimas empresas de capital aberto sobreviventes e formar megacadeias com centenas de jornais, e gestão focada no retorno dos acionistas sobre o dever cívico do jornalismo (ABERNATHY, 2020, p.8, tradução nossa)<sup>22</sup>.

Mesmo que seja uma estratégia positiva que, em certa medida, impede o fechamento do jornal local e a formação de desertos de notícia, a incorporação por grandes conglomerados afeta e põe em xeque a credibilidade do jornal local, considerando que a prioridade passa a ser a lucratividade ou o retorno financeiro que estes possam oferecer aos investidores. “Como a lucratividade substituiu a missão cívica do jornalismo em muitos jornais, a confiança na mídia local diminuiu” (ABERNATHY, 2020, p.9, tradução nossa)<sup>23</sup>.

Uma alternativa que os empresários do setor têm adotado é promover a migração do impresso para o digital. Em torno de 100 jornais, que eram editados na modalidade impressa em 2004, migraram apenas para a modalidade *online* no levantamento de 2020 da Universidade da Carolina do Norte. Ao longo do tempo, os sites locais diminuíram o impacto e o alcance perante as audiências locais ou foram incorporados ao site de jornais sobreviventes, agravando ainda mais o cenário de demissão de jornalistas e ampliando os territórios considerados desertos noticiosos, uma vez que os veículos jornalísticos regionais nem sempre conseguem cobrir acontecimentos em territórios menores.

A ausência de organização de notícias locais fez com que a desinformação, fenômeno acentuado na última década no mundo, ganhasse fôlego junto às audiências das pequenas cidades. As redes sociais, blogs e demais páginas na internet “muitas vezes se tornaram a mídia padrão para ler, ver e compartilhar notícias - bem como boatos e fofocas - exacerbando as divisões políticas, sociais e econômicas em uma nação polarizada” (ABERNATHY, 2020, p.10, tradução nossa)<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> Consolidation also increased, with the largest chains, backed by private equity firms and hedge funds, racing to merge with the last surviving publicly traded companies and form mega-chains with hundreds of newspapers, and management focused on shareholder return over journalism’s civic duty.

<sup>23</sup> As profitability has superseded journalism’s civic mission on many newspapers, trust in local media has declined.

<sup>24</sup> often have become the default media for reading, viewing and sharing news – as well as rumor and gossip – exacerbating political, social and economic divisions in a polarized nation.

A polarização, inclusive, tende a ser minimizada quando os jornais locais priorizam notícias e artigos de opinião voltados para o contexto local. Na pesquisa que desenvolveram nos Estados Unidos, Joshua Darr, Mathew Hitt e Johanna Dunaway (2021, p.3, tradução nossa) demonstraram que “os jornais locais podem retardar o aumento da polarização afetiva e social por meio de um novo foco de suas páginas de opinião sobre questões locais. Quando a política nacional foi eliminada, as vozes locais e as preocupações estaduais preencheram a lacuna”<sup>25</sup>. Por outro lado, afirmam os autores: “se o noticiário local falha, o noticiário nacional o substitui e polariza o comportamento eleitoral”<sup>26</sup> (DARR; HITT; DUNAWAY, 2021, p.5, tradução nossa).

Para além da contribuição democrática na localidade, durante a pandemia de Covid-19, ficou perceptível a importância que o jornalismo local tem na disseminação de informações verdadeiras e confiáveis. Mais do que informar e reportar os fatos baseados em evidências científicas a partir de informações oficiais e alimentadas por especialistas, o jornalismo contemporâneo pode reencontrar sua missão ao atuar numa frente visando ao descrédito e ao combate à desinformação.

A pandemia de coronavírus nos lembrou, mais uma vez, da vital importância das notícias locais. O interesse e a apreciação pelas notícias locais aumentaram nos últimos meses, à medida que os residentes das cidades e comunidades rurais procuraram informações precisas, confiáveis e abrangentes sobre o que está acontecendo em seus próprios bairros (ABERNATHY, 2020, p.53, tradução nossa)<sup>27</sup>.

A décima edição do *Digital News Report 2021*<sup>28</sup> – relatório de pesquisa sobre questões que afetam o campo midiático em 46 de países de 6 continentes – elaborado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism* da Universidade de Oxford na Inglaterra, revela que a pandemia de Covid-19 tem lançado uma “nuvem negra” sobre a indústria de mídia acentuando o fim dos jornais impressos, algo já observável nas pesquisas de Abernathy (2020) nos Estados Unidos e pela equipe do Atlas da Notícia no Brasil, como será apresentado adiante.

---

<sup>25</sup> we show that local newspapers can slow the rise of affective and social polarization through a refocusing of their opinion pages on local issues. When national politics was eliminated, local voices and state-level concerns filled the gap.

<sup>26</sup> if local news fails, national news replaces it and polarizes voting behavior.

<sup>27</sup> The coronavirus pandemic has reminded us, yet again, of the vital importance of local news. Interest in and appreciation for local news has surged in recent months, as residents in cities and rural communities have searched for accurate, reliable and comprehensive information about what is occurring in their own neighborhood.

<sup>28</sup> Em que pese os relatórios do *Digital News Report* tenham sido atualizados em 2023, ano de defesa desta tese, optou-se por manter os dados divulgados no relatório de 2021 e os dados preliminares de 2022, por referirem-se ao período no qual esta pesquisa encontrava-se em desenvolvimento.

No entanto, se por um lado a crise tem se acentuado no campo midiático, a pesquisa da Reuters revela que a pandemia de Covid-19, em alguns países, tem resultado num cenário de confiança no jornalismo, embora ressalte que essa confiabilidade nas notícias não seja um quadro unânime no território global.

O levantamento da Reuters revela que 44% dos entrevistados em seis continentes e 46 mercados afirmaram confiar na maioria das notícias, revertendo as quedas no índice de confiabilidade identificadas em pesquisas anteriores e realizadas pelo mesmo instituto. A Finlândia apresenta o mais alto índice de confiança geral, com 65%, e os Estados Unidos apresentaram o nível mais baixo, com 29%, motivada, sobretudo, pela polarização política acentuada nas eleições presidenciais de 2020 (NEWMAN, 2021).

Na América Latina, o Brasil apresenta o melhor índice de confiança chegando ao patamar de 54%, seguido pela Colômbia e Peru, com 40%, México, com 37%, Chile e Argentina, com 36%. Na Europa, após a Finlândia, os maiores índices de confiança foram registrados em países como Portugal 61%, Dinamarca e Países Baixos 59%; e os menores indicadores de confiabilidade perante as audiências foram aferidos na França, Hungria e Eslováquia, que possuem 30% cada (NEWMAN, 2021).

A migração de boa parte dos jornais impressos para o ambiente digital, segundo a pesquisa da Reuters, foi estimulada durante a pandemia de Covid-19. Com a decretação de *lockdown* em diversos países do globo, a distribuição dos periódicos impressos tornou-se inviável, acelerando ainda mais o processo de digitalização.

Com relação à TV, observou-se um aumento no consumo de notícias em 2021, em meio às restrições impostas pela pandemia. Os dados reafirmaram “a importância de um meio que é acessível, fácil de consumir, atinge uma ampla faixa demográfica e é principalmente confiável” (NEWMAN, 2021, p.11, tradução nossa)<sup>29</sup>.

Mesmo diante do aumento de consumo de notícias e melhores índices de confiabilidade, a pesquisa revela um paradoxo, uma vez que se observou, em nível global, uma estagnação quanto ao interesse das audiências por conteúdo jornalístico. Em 24 mercados pesquisados pela Reuters, desde 2016, a proporção de pessoas muito ou extremamente interessadas em notícias oscilou de 63% para 58%.

---

<sup>29</sup> The importance of a medium that is accessible, easy to consume, reaches a wide range of demographics, and is mostly well trusted.

O declínio no interesse pelas notícias convencionais continua sendo um grande desafio em um momento em que as sociedades enfrentam um conjunto de ameaças existenciais à saúde e à prosperidade. O desafio para as empresas de mídia é como reengajar esse interesse sem emburrecer ou recorrer ao sensacionalismo, o que, por sua vez, pode prejudicar a confiança (NEWMAN, 2021, p.13, tradução nossa)<sup>30</sup>.

No Brasil, a queda de consumo de notícias em jornais impressos é proeminente desde 2016, passando de 40% para 12% em 2021, índice significativamente maior do que em Portugal, onde o consumo de notícias em periódicos impressos foi reduzido de 47% para 27% (NEWMAN, 2021).

Para superar o cenário de dificuldades econômicas, imposto pela tecnologia e agravado durante a pandemia de Covid-19, instituições jornalísticas têm apostado em *paywalls*, cuja tentativa é captar recursos a partir de assinaturas digitais, formação de associações e doações que visam à redução da dependência de publicidade, algo que também pode ser incorporado por mídias como o rádio e a TV a partir da criação de conteúdo exclusivo, como *podcasts* em aplicativos próprios.

No entanto, como revela a Reuters, a captação de receitas alternativas à publicidade convencional, apresenta índices mais expressivos em países nórdicos, como a Noruega, chegando a 45% da receita total, meta improvável de ser atingida em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento como o Brasil, onde boa parte da população vive em condições econômicas precárias e dispõe de recursos limitados para subsidiar despesas básicas de sobrevivência.

A pesquisa do Instituto Reuters traz dados interessantes sobre questões relacionadas à mídia local. Os dados revelam uma relação de apego à comunidade local e às notícias que dizem respeito àquela realidade, atribuindo valor ao jornalismo local. Conforme identificado, há uma retroalimentação entre a mídia local e as comunidades de proximidade. Assim, ao mesmo tempo em que o ecossistema de mídia local pode criar vínculos com a comunidade no qual está inserido, esse vínculo pode resultar em demandas por notícias dessa localidade.

Questionados sobre que assuntos locais se informaram recentemente, 53% dos entrevistados pelo Instituto Reuters disseram ter buscado notícias sobre o Coronavírus ou outras informações de saúde, 50% buscaram previsões meteorológicas locais e, praticamente, um terço

---

<sup>30</sup> Decline in interest in mainstream news remains a huge challenge at a time when societies are facing such a set of existential threats to health and prosperity. The challenge for media companies is how to re-engage that interest without dumbing down or resorting to sensationalism, which in turn can damage trust

procurou por notícias sobre política local (32%), figurando em terceiro lugar no ranking temático de preferência das audiências locais (SCHULZ, 2021).

A preferência dos entrevistados por notícias sobre a Covid-19, embora justificável diante da proporção que a pandemia tomou em nível global em 2020, ao mesmo tempo em que ressaltou a importância da mídia local, possibilitou que os veículos se reinventassem, de modo a cumprir com a missão social do jornalismo, que é informar de forma responsável e transparente, reconquistando as audiências do território de proximidade.

Outros temas foram elencados pelos entrevistados na pesquisa da Reuters como interesse de busca no jornalismo local: notícias sobre criminalidade (26%), trânsito (26%), economia local (25%), vagas de emprego (25%), educação (19%), habitação (18%), esporte local (16%), anúncios locais (15%), prestação de serviço (12%), etc. (SCHULZ, 2021).

Na pesquisa da Reuters, os veículos da mídia tradicional, formados por jornais, rádio e TV locais, foram apontados como os preferidos para se informar sobre política local, crime, economia, coronavírus, esporte local. Os periódicos impressos também são valorizados como espaços de publicação de classificados, nascimentos e óbitos, embora estes tenham sido desagregados e transferidos para plataformas digitais, sites e aplicativos especializados, nas áreas de informações sobre clima, vagas de emprego, habitação, entre outras (SCHULZ, 2021).

Levando-se em consideração as singularidades geográficas, territoriais, políticas e econômicas de cada nação, o levantamento sobre o consumo de notícias locais do Instituto Reuters aponta para um cenário de diversidade. Na Alemanha, as pessoas evitam recorrer às redes sociais em busca de informações, sendo supridas, geralmente, pelas emissoras regionais de rádio, que integram o serviço público de radiodifusão. Já nos Estados Unidos, a TV local é considerada a melhor fonte para a política local e informações sobre Covid-19 (SCHULZ, 2021).

No contexto mundial, o relatório do Instituto Reuters aponta que, embora a mídia local tradicional ainda mantenha a preferência das audiências para determinados assuntos, a centralidade do passado encontra-se abalada pelo acirramento da competitividade, fomentado pela tecnologia. Assim, observa-se que o valor da mídia tradicional local e regional está cada vez mais confinado a um pequeno número de assuntos, como política local e crime (NEWMAN, 2021).

No ecossistema midiático local, congregam na atualidade, além da mídia tradicional, sites especializados e aplicativos de *smartphones* que têm sido priorizados pelas audiências na maioria dos assuntos que antes eram destacados pelo jornalismo local. Desta forma, “outros sites e mecanismos de pesquisa da Internet são considerados os melhores para uma série de

outras informações locais, incluindo clima, moradia, empregos e "coisas para fazer" (NEWMAN, 2021, p.17, tradução nossa)<sup>31</sup>.

Uma tentativa que as instituições midiáticas em nível global têm buscado, a fim de minimizar a concorrência acirrada das plataformas digitais, é criar canais nas redes sociais visando atingir uma fatia maior de audiências. No relatório da Reuters, fica evidente que há um nicho de mercado a ser explorado, uma vez que há públicos que se informam pelas redes sociais. Assim, perfis no *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, *Snapchat*, *Tik Tok*, dentre outros, têm sido uma realidade em empresas jornalísticas no âmbito mundial, já que o foco é engajar suas marcas nessas mídias, ainda que o acesso a notícias nessas redes, nem sempre sejam intencionais, considerando que elas priorizam conteúdos voltados para o entretenimento.

O relatório da Reuters reforça que as instituições de mídia devem buscar adaptar conteúdo e linguagem jornalística nesses canais considerados informais, a fim de engajar pessoas com pouco interesse em notícias, sobretudo os jovens que, raramente, acessam diretamente sites ou aplicativos de notícias. Além disso, é necessário convencer editores de que as redes sociais podem oferecer retorno razoável sobre o investimento (ANDI, 2021).

Mesmo diante das incertezas do modelo de negócios no jornalismo em âmbito global, a ocupação de espaços no ambiente digital pode ser uma das alternativas para estancar a crise que tem afetado as mídias com o distanciamento dos públicos e anunciantes. No prognóstico que a Reuters traçou para o cenário da mídia global em 2022, o relatório *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*<sup>32</sup> adianta que o desafio do jornalismo é “reengajar aqueles que se afastaram das notícias – bem como construir relacionamentos mais profundos com consumidores de notícias mais regulares” (NEWMAN, 2022, p.5, tradução nossa)<sup>33</sup>.

Dentre as principais metas estabelecidas em 2022 por editores de jornalismo em nível global está a alocação de recursos para a produção de *podcasts* (80%); fomento de boletins informativos por e-mails, as famosas *newsletters* (70%); desenvolvimento de formatos de vídeo digital (63%); estratégias que ajudam a fidelizar audiências e atrair novos assinantes. Além disso, uma das metas é prosseguir reportando notícias no *Twitter* e no *Facebook*, porém, priorizando mídias como o *Tik Tok*, *Instagram* e *YouTube*, nas quais se encontram as audiências mais jovens (NEWMAN, 2022).

---

<sup>31</sup> [...] other internet sites as the best place to access weather or local jobs information, along with social media for recommendations about ‘things to do’.

<sup>32</sup> Em português: Jornalismo, Mídia e Tecnologia: tendências e previsões.

<sup>33</sup> A key challenge for the news media this year is to re-engage those who have turned away from news – as well as to build deeper relationships with more regular news consumers.

No subcapítulo a seguir, será apresentado o cenário do jornalismo local no Brasil, realidade que, resguardadas as dimensões econômicas, políticas e sociais do território nacional, apresenta, em certa medida, algumas similaridades ao que tem sido observável no contexto mundial.

## 1.2 A MÍDIA BRASILEIRA EM NÚMEROS

As dificuldades impostas globalmente ao jornalismo local, também podem ser observadas na realidade brasileira. Da mesma forma que nos Estados Unidos e em países europeus, o fechamento de jornais impressos e a demissão de profissionais é uma realidade no cenário midiático nacional. Soma-se a isso, também, a redução de anunciantes e o distanciamento das audiências, formação de conglomerados, e, no caso do rádio, a redução ou inexistência de programação jornalística em algumas emissoras é cada vez mais perceptível.

Em territórios do interior brasileiro, os reflexos da crise jornalística tendem a ser mais impactantes. Além da agravante crise fomentada pela demissão de jornalistas, ocorre a precarização do trabalho entre aqueles que se mantêm nas redações, acumulando multifunções e incorporando atribuições de áreas próximas, como a publicidade e o *marketing*. No caso das audiências, acentua-se o cenário da desinformação que traz reflexos imensuráveis para a democracia a partir da disseminação de conteúdo falso, o que resulta num cenário de polarização política (MICK; CHRISTOFOLETTI; LIMA, 2021).

No intuito de voltar-se para essas questões e propor soluções para a crise no campo, ao longo dos últimos anos, inúmeros investigadores têm se debruçado na tarefa de compreender a configuração da mídia local brasileira. Parcela significativa das investigações realizadas, no entanto, foram construídas de forma isolada, a partir de estudos de caso empíricos, análises do conteúdo jornalístico, mapeamento da realidade por estado ou região do país, estudos comparados a partir de uma dualidade entre a mídia local do interior e a dos grandes centros.

Em 2017, o Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com Volt Data Lab, numa iniciativa pioneira, encetou nas macrorregiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) o mapeamento da mídia local em todo o território nacional, o qual culminou no denominado “Atlas da Notícia”. A iniciativa inspirada no *America’s Growing News Deserts*, da *Columbia Journalism Review*, também se assemelha ao projeto denominado *The News Deserts* do *Center for Innovation and Sustainability in Local Media*, desenvolvido na Universidade da Carolina do Norte, Estados Unidos.

Dentre as principais diferenças entre a pesquisa do Atlas da Notícia e o *The News Desert Project*, está a abrangência que o levantamento brasileiro possui. Enquanto nos Estados Unidos o mapeamento está centrado apenas em jornais impressos, no Brasil a iniciativa do Projor inclui veículos *online*, rádio e TV, em particular por conta da capilaridade que os dois últimos possuem no território nacional representando 42,6%<sup>34</sup> das empresas jornalísticas do país. Essa diferença nos dois levantamentos pode ser justificada pelo maior acesso que há nos Estados Unidos aos jornais impressos, enquanto no Brasil a audiência predominante é para o rádio e TV, já que há uma tradição de baixa leitura de jornais impressos (SILVA, 2013).

Inclui-se, também, a natureza das mídias no território norte-americano com a prevalência de jornais comunitários (embora a característica seja muito próxima de pequenos jornais locais brasileiros com fins lucrativos). No Brasil, esse cenário é formado por emissoras de rádio e TV predominantemente comerciais. Dentre as semelhanças, destaca-se a configuração dos desertos que tanto nos EUA quanto no Brasil são evidentes em pequenas localidades (MOREIRA; DEL BIANCO; MARTINS, 2021).

Embora o Atlas da Notícia catalogue todos os veículos midiáticos estabelecidos nos municípios brasileiros, são considerados na categorização apenas aqueles que apresentam viés jornalístico. Assim, a metodologia empregada pelo Projor classifica os territórios locais em desertos, semidesertos ou não desertos, a depender do quantitativo de veículos locais que cada território possui. São classificados, portanto, como **desertos** os municípios em que não foram mapeados nenhum veículo jornalístico. Os **semidesertos** ou **quase desertos** são formados por municípios em que foram mapeados entre um e dois veículos jornalísticos; e os **não desertos** são municípios que apresentem três ou mais veículos jornalísticos locais.

Desde a primeira edição, publicada em 2017, até a mais recente de 2022, o Atlas da Notícia tem constatado no Brasil um cenário semelhante ao que tem sido observado em outros países. A tendência mundial evidencia que há um movimento cada vez mais acentuado na migração de boa parte dos jornais impressos para o ambiente digital, principalmente entre 2019 e 2022, conforme pode ser observado na Tabela 1.

---

<sup>34</sup> Dados do Atlas da Notícia de 2022. Disponível em: <<https://www.atlas.jor.br/dados/app/>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

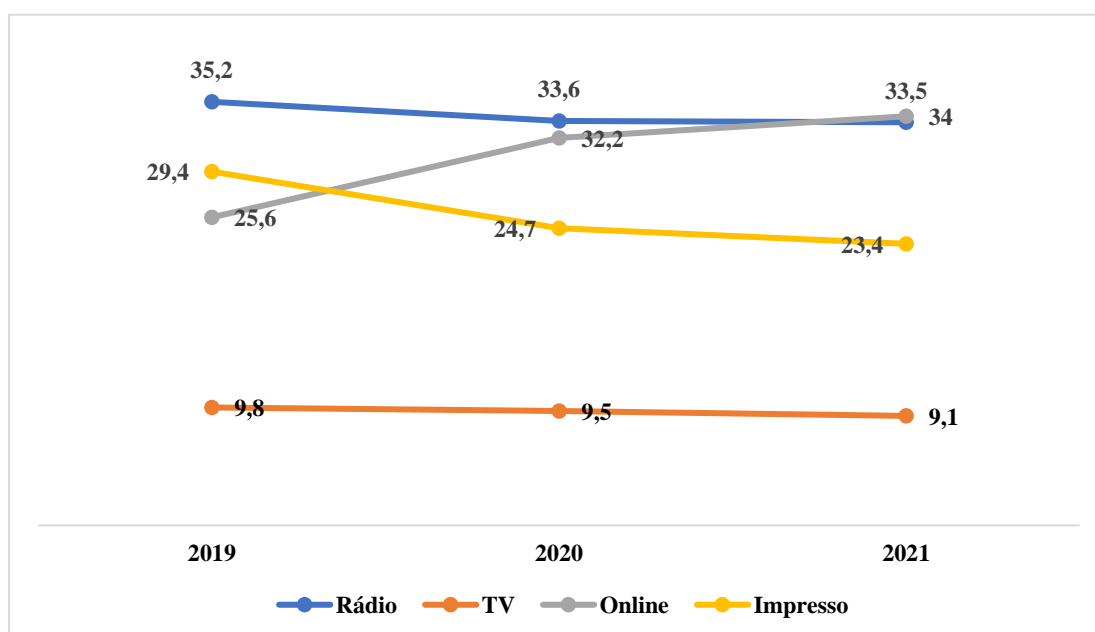
**TABELA 1** – Mapeamento dos veículos jornalísticos no Brasil

Tipo de Mídia	Quantitativo (2019)	Percentual (2019)	Quantitativo (2021)	Percentual (2021)	Quantitativo (2022)	Percentual (2022)
<b>Rádio</b>	4.205	35,2%	4.403	33,6%	4.597	33,5%
<b>Online</b>	3.062	25,6%	4.221	32,2%	4.670	34,0%
<b>Impresso</b>	3.524	29,4%	3.229	24,7%	3.214	23,4%
<b>TV</b>	1.162	9,8%	1.239	9,5%	1.246	9,1%
<b>TOTAL</b>	11.953	100%	13.092	100%	13.727	100%

Fonte: elaborado pelo autor com dados do Atlas da Notícia (2019, 2021, 2022).

Compilada com dados das últimas três edições do Atlas da Notícia, pode-se observar que as emissoras de rádio jornalísticas mapeadas passaram a representar 33,5% do universo de veículos brasileiros, uma redução de quase 2% no percentual total, ainda que mais de trezentas novas emissoras tenham sido catalogadas como jornalísticas no período.

Apesar da redução, os dados do Atlas da Notícia de 2022, constantes na Tabela 1, indicam que as estações de rádio jornalísticas mantêm a cobertura ampla e maciça no território brasileiro ainda que haja ligeira vantagem para os veículos digitais 4.670 (34%). No cenário televisivo, os números mostram que as TV jornalísticas abertas sofreram redução ínfima no período, totalizando 0,7% no contexto geral dos veículos jornalísticos nacionais, mesmo que, em termos numéricos, o total de emissoras jornalísticas mapeadas tenha se expandido.

**GRÁFICO 1** – Evolução dos veículos de Mídia no Brasil

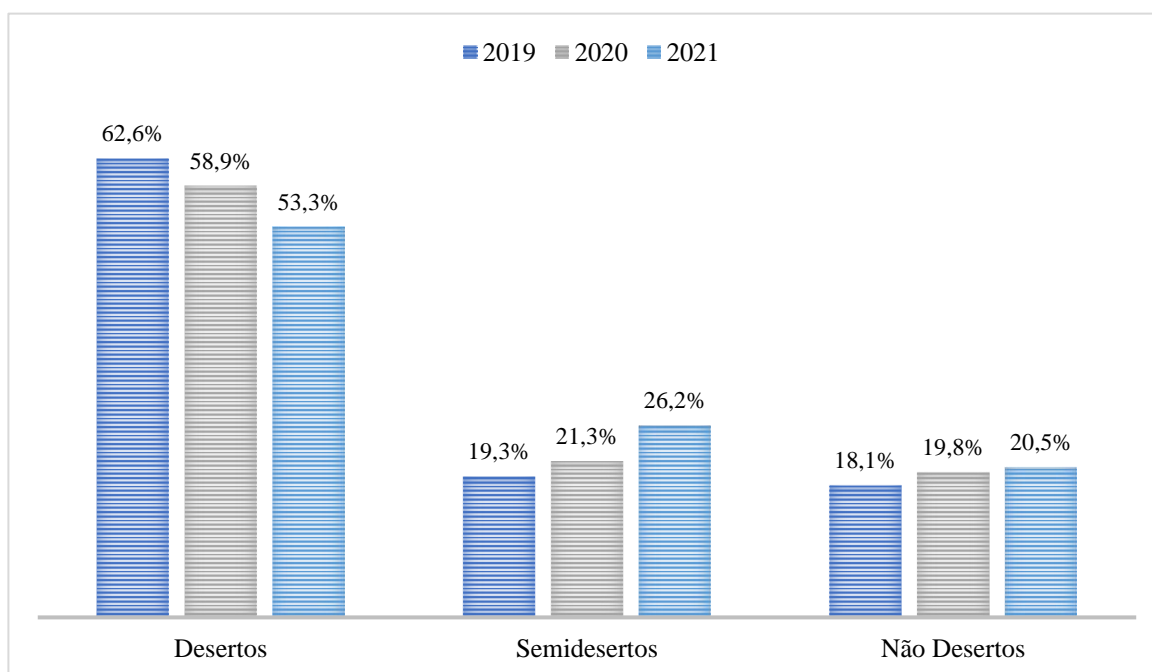
Fonte: elaborado pelo autor com dados do Atlas da Notícia (2019; 2020; 2021).

Conforme pode ser visualizado no Gráfico 1, os impressos foram reduzidos a 3.214 títulos passando a representar 23,4% do total de veículos jornalísticos mapeados no Brasil ante os 3.429 registrados em 2019 (29,4%), ou seja, uma redução de 6%, o que equivale a mais de 200 títulos. O fenômeno de redução no número de jornais impressos no Brasil acompanha a ordem global estabelecida de acelerada transformação digital no ecossistema midiático.

É interessante observar também que a pesquisa do Atlas registrou um acumulado de 685 veículos fechados em 2022, sendo 448 impressos, 198 *online*, 10 emissoras de TV e 29 emissoras de rádio (ATLAS DA NOTÍCIA, 2022). Embora o número pareça preocupante, o número de fechamentos foi superado pela expansão significativa dos veículos jornalísticos na modalidade *online*. Esse indicativo também foi aferido pela pesquisa da Universidade de Oxford, constante no *Digital News Report* de 2021, sobre o cenário brasileiro.

Com o crescimento de iniciativas no segmento digital, observa-se que o número de municípios considerados desertos tem se reduzido lentamente no mapeamento do Atlas. Em 2019, havia 3.487 cidades consideradas desertas, sendo 3.280 em 2021, e 2.968 cidades em 2022. Assim, o número de localidades consideradas desertos de notícia, oscilou de 62,6% em 2019 para 58,9% em 2021 e 53,3%, em 2022, uma redução de, praticamente, 10% dos territórios, conforme pode ser observado no Gráfico 2.

**GRÁFICO 2** – Panorama dos Desertos de Notícias no Brasil



**Fonte:** elaborado pelo autor com dados do Atlas da Notícia (2019; 2020 e 2021).

Os semidesertos passaram de 1.074 (19,3%) em 2019 para 1.187 (21,3%) em 2021 e 1.460 (26,2%) em 2022. Já os não desertos saíram de 1.009 (18,1%) em 2019 para 1.103 (19,8%) em 2021. O maior índice foi registrado em 2022, quando 1.142 localidades foram categorizadas como não desertos de notícia, o que equivale a 20,5% dos municípios brasileiros.

No entanto, quando se analisa o contingente populacional, observa-se que a redução de cidadãos brasileiros vivendo em desertos ou quase desertos foi de 30,9% para 29,6% em 2021 e 28,8% em 2022, ou seja, uma redução tímida, bem aquém das necessidades de informação no território nacional. Em números absolutos, o Atlas revela que, em 2022, mais de 29 milhões de brasileiros vivem em desertos de notícia e, praticamente, 32 milhões em semidesertos, o que equivale a pouco mais de um quarto da população.

Ainda que haja uma redução lenta e gradual dos desertos de notícias no Brasil, resultante do crescimento dos veículos jornalísticos na modalidade *online*, os dados do Atlas apontam que mais da metade dos municípios brasileiros (53,3%) não possui veículo jornalístico local cadastrado, tornando a população dessas localidades desassistidas da informação em nível de base. Ao reconhecer a crescente participação de iniciativas digitais no ecossistema midiático local, Fontoura e Lüdtke (2021, p.79) ressaltam ser necessário olhar para a redução dos desertos de notícia com cautela.

Se, por um lado, é possível perceber uma vitalidade e renovação do ambiente informacional, com mídias mais diversas e conectadas às populações, o Atlas também aponta para uma situação precária do jornalismo, com o fechamento de operações tradicionais e de maior porte, e o surgimento de muitas iniciativas individuais, principalmente na forma de blogs (tradução nossa)<sup>35</sup>.

O levantamento de 2022 do Atlas também deixa evidente uma marca do sistema midiático brasileiro: a concentração de veículos nas macrorregiões Sudeste e Sul, que não por acaso, apresentam 53% e 17,2% respectivamente de participação no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro dentre as grandes Regiões do País (IBGE, 2021b). De acordo com o Atlas da Notícia, a Região Sudeste possui 4.628 veículos (33,7%) e a Sul 3.478 veículos (25,3%), ou seja, juntas as duas regiões concentram praticamente 60% do mercado midiático brasileiro (ATLAS DA NOTÍCIA, 2022).

---

<sup>35</sup> If, on the one hand, it is possible to perceive a vitality and renewal of the information environment, with media more diverse and connected to the populations, the Atlas also points to a precarious situation in journalism, with the closure of traditional, larger operations, and the emergence of many individual initiatives, mainly in the form of blogs.

Detentora do maior número de estados brasileiros e a segunda em termos populacionais<sup>36</sup>, a região Nordeste possui 2.581 veículos cadastrados no Atlas da Notícia, o que corresponde a 18,8% do total. Na sequência, vem a região Centro-Oeste com 1.941 veículos jornalísticos (14,1%) e, por fim, a região Norte com 1.106 veículos mapeados (8,1%). (ATLAS DA NOTÍCIA, 2022).

A partir dos dados, é possível observar que a concentração midiática é predominante na região Sudeste, onde os grupos de mídia considerados “nacionais” possuem suas sedes em estados como São Paulo e Rio de Janeiro. A pesquisa do Atlas da Notícia, além de evidenciar essa concentração, revela um Brasil desigual também no acesso à informação local.

Além de localidades em que a instituição jornalística local seja inexistente, há que se considerar que o acesso à internet nas localidades interioranas brasileiras não é unânime. De acordo com o relatório do Instituto Reuters, a penetração da internet no Brasil chega a 71% da população (CARRO, 2021). O “Relatório de Acompanhamento do Setor de Telecomunicações - Serviço de Comunicação Multimídia – Banda Larga Fixa”, elaborado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), aponta que, no segundo semestre de 2021, o país registrou 41,4 milhões de acessos de banda larga (ANATEL, 2021a). O crescimento registrado representa pouco mais de dois milhões de acessos em relação ao primeiro semestre do ano, quando foram registrados 39,1 milhões de acessos de banda larga no Brasil (ANATEL, 2021a).

No entanto, para um país com população estimada em mais de 213 milhões de habitantes (IBGE, 2021a), observa-se que o número de acessos à banda larga não contempla nem metade da população nacional, o que faz com que a mídia local tradicional, como o impresso e, principalmente, o rádio, ainda se mantenha como essencial em muitas localidades. A internet móvel, por exemplo, registrou mais de 253 milhões de acessos em 2021, um aumento de 8,22% em relação a 2020<sup>37</sup> (ANATEL, 2021b).

Em 2021, a pandemia de COVID-19 também trouxe reflexos para o mercado brasileiro da mídia tradicional, acelerando a migração de jornais impressos para a modalidade digital e reduzindo a circulação dos dez jornais mais vendidos, com queda de 9,2% no número de leitores. Por outro lado, a taxa de crescimento no acesso digital em 2021 chegou a 64%, reforçando a atratividade que o jornalismo *online* apresenta para as audiências (CARRO, 2021).

---

<sup>36</sup> A população estimada em 2021 na região Nordeste pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é de 57.667.842 habitantes, atrás apenas da região Sudeste com 89.632.912 habitantes (IBGE, 2021a).

<sup>37</sup> O relatório da Anatel demonstra que Mato Grosso do Sul possui 88% da população coberta com telefonia móvel na modalidade 3G ou 4G (ANATEL, 2021b).

Dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) apontam que, em 2021, houve uma redução média de 12,8% na circulação dos jornais impressos, porém com tendência de alta nos últimos cinco anos do jornalismo digital, um crescimento de 5,8% e pouco mais de um milhão de assinantes (YAHYA, 2022). É importante destacar que, embora o jornalismo digital tenha avançado no Brasil e no mundo no contexto da pandemia de Covid-19, Carro (2021) afirma que a televisão aberta ainda se mantém como o principal veículo de comunicação no cenário midiático nacional, mantendo estável a participação no mercado publicitário em 51,9%.

O consumo de informação jornalística no rádio local não foi aferido pela pesquisa da Reuters, mas há relatórios do Kantar Ibope Media entre 2019 e 2022 que indicam que o meio ainda mantém importância significativa dentro do ecossistema midiático local. Além disso, há de considerar que embora no cenário nacional o rádio enquanto meio convencional ainda esteja numericamente atrás das iniciativas digitais<sup>38</sup>, a metodologia do Atlas da Notícia inclui na modalidade *online*, além de ciberjornais, rádios nativas na web, *podcasts* e canais do *YouTube* (FONTOURA; LÜDTKE, 2021), reforçando cada vez mais a concepção de um modelo de rádio que busca operar em multiplataformas e de forma expandida (KISCHINHEVSKY, 2016).

Enquanto veículo tradicional hertziano, o rádio ainda se configura como uma das mídias de maior penetração no território nacional, mantendo a proximidade com o território local para reafirmar sua identidade. Além disso, o levantamento mais recente do Atlas deixa evidente que em regiões remotas, a exemplo de alguns municípios da região Centro-Oeste, o rádio ainda é o meio de comunicação jornalístico de maior proeminência. Nesta região brasileira, o meio ainda segue líder absoluto totalizando 37,4% de iniciativas jornalísticas.

Em que pese esta pesquisa reconheça as virtudes do mapeamento anual realizado pelo Projor e recorra a esta base como ponto de partida, os dados devem ser vistos com cautela, principalmente pelo quantitativo de emissoras de rádio cadastradas que se encontram duplicadas, sobretudo no estado de Mato Grosso do Sul, como será detalhado posteriormente. Ressalta-se ainda que a metodologia adotada no levantamento do Atlas da Notícias, formada por contribuições abertas, participação de voluntários e colaboradores recrutados pelo Projor, pode resultar em dados imprecisos ou mesmo desatualizados.

---

<sup>38</sup> Na edição publicada em 2022, o Atlas da Notícia aponta para a liderança de iniciativas jornalísticas na modalidade *online* totalizando 172 empreendimentos ante 166 emissoras de rádio jornalísticas em Mato Grosso do Sul. Porém, quando se analisa a localização das iniciativas *online*, percebe-se que estas contemplam apenas 57 cidades do estado. Além disso, destes 172 veículos *online*, ao menos sete são portais de notícias vinculados à emissoras de rádio. Por este motivo, reforça-se o argumento de que o rádio ainda é o meio de maior abrangência e cobertura jornalística no território sul-mato-grossense.

Não obstante, outra crítica que se faz necessária a esta abordagem meramente quantitativa da pesquisa realizada pelo Atlas da Notícia, diz respeito à qualidade do conteúdo que estes veículos mapeados têm disponibilizado às audiências. Por esse motivo, os parâmetros que categorizam os territórios brasileiros como desertos ou não, são frágeis, o que requer análise profunda que seja capaz de mensurar a qualidade do conteúdo de proximidade que é disseminado localmente. No mapeamento que faz dos jornais locais norte-americanos, Abernathy (2020) reconheceu as limitações do levantamento quantitativo realizado anualmente. Segundo ela, o levantamento busca averiguar quais jornais locais prestam jornalismo de serviço público.

Este relatório identifica a quantidade, mas não busca avaliar a qualidade das notícias geradas pelos veículos de comunicação locais, etapa que exigiria uma análise aprofundada do conteúdo. Recomendamos isso como uma etapa de pesquisa adicional para qualquer pessoa que queira determinar a saúde do ecossistema de notícias local em uma região específica (ABERNATHY, 2020, p.114, tradução nossa)<sup>39</sup>.

É inegável que os extensos levantamentos, tanto do Atlas da Notícia quanto do *The News Deserts*, têm seus méritos. Soma-se a isso, a inviabilidade e a complexidade de se fazer uma investigação acerca do conteúdo de todos os veículos mapeados no território nacional. Porém, é importante registrar que pesquisas complementares como esta, servem como instrumento para compreender não somente a configuração da mídia local, mas, ao mesmo tempo trazem à tona uma reflexão pertinente sobre a categorização do Atlas, afinal defende-se que a simples existência de veículo jornalístico em determinada localidade não pode ser considerada como elemento definidor de não deserto noticioso.

A qualidade do conteúdo midiático colocado em circulação perante as audiências deve ser um critério considerado e mensurado a partir de três indicadores propostos por Napoli *et al.* (2016): originalidade do conteúdo; conteúdo sobre o local; e necessidades de informação da localidade. Nesta pesquisa, este último indicador é compreendido a partir da informação de interesse público capaz de mobilizar o exercício da cidadania

Cabe ressaltar que a escolha por investigar a configuração do radiojornalismo no estado de Mato Grosso do Sul, conforme já mencionado, se dá pelo fato desse território se configurar numa das unidades federativas que possui um dos menores índices de desertos de notícia do

---

<sup>39</sup> This report assesses the quantity, but not the quality of news generated by local news outlets, a step that would require in-depth analysis of the content. We recommend this as an additional research step to anyone seeking to determine the health of the local news ecosystem in a specific region.

País identificado pelo Projor, o que desperta questionamentos e instiga a descobrir se, de fato, o radiojornalismo tem contribuído para minimizar a carência de informação nesta localidade.

Os indicativos desta tese mostram que o estado de Mato Grosso do Sul possui cobertura radiofônica que abrange praticamente a totalidade do território. Esse indicador, no entanto, deve ser analisado com previdência, uma vez que apenas 48 localidades de 79 possuem estações comerciais, como será apresentado oportunamente no Capítulo 7. A maior cobertura radiofônica no estado se dá por rádios comunitárias, cuja natureza, marcada por limitações de ordem econômica, tende a inviabilizar a prática jornalística resultando em desertos noticiosos.

No tópico a seguir, será apresentado o panorama dos mais recentes estudos de jornalismo local no Brasil e as principais contribuições para o campo da Comunicação, com ênfase para o radiojornalismo, considerando-se a representatividade que o rádio, enquanto veículo de comunicação, possui no cenário midiático nacional.

### 1.3 O ESTADO DA ARTE NOS ESTUDOS DE JORNALISMO LOCAL

A fim de compreender a configuração do radiojornalismo local brasileiro na atualidade, faz-se necessário recorrer a estudos acadêmicos da última década que apontem em que fase de evolução na qual se encontram as investigações no campo. Além de situar o estágio de pesquisas acerca da temática elencada, a revisão do estado da arte possibilita identificar lacunas que pesquisadores deixaram em suas investigações, de modo que possam ser supridas ou complementadas a partir de novas abordagens.

Conforme Noronha e Ferreira (2000, p.191), a revisão do estado da arte busca analisar produções acadêmicas que consideram a área temática num recorte de tempo que possibilita ao pesquisador “uma visão geral ou estado da arte sobre um tópico específico”, favorecendo o surgimento de novos métodos e perspectivas, além da identificação de subtemas com maior ou menor ênfase nas pesquisas realizadas. Moreira (2004) acrescenta que a construção do estado da arte, além de permitir a retomada dos discursos de outros pesquisadores, não deve se restringir somente à visualização, mas sim estar acompanhada de um olhar crítico.

Serve para posicionar o leitor do trabalho e o próprio pesquisador acerca dos avanços, retrocessos ou áreas envoltas em penumbra. Fornece informações para contextualizar a extensão e significância do problema que se maneja. Aponta e discute possíveis soluções para problemas similares e oferece alternativas de metodologias que têm sido utilizadas para a solução do problema (MOREIRA, 2004, p. 23).

A construção do estado da arte acerca deste objeto, abarcou também os estudos de jornalismo e mídia local, que investigaram empiricamente o fenômeno sob o âmbito do telejornalismo, ciberjornalismo e no jornalismo impresso, afinal, o rádio convive e integra esse ecossistema midiático dinâmico e complexo.

No Brasil, dentre as obras consideradas essenciais por este pesquisador no debate acerca da configuração do jornalismo local brasileiro, na última década, destacam-se *Imprensa do Interior* organizado por Francisco de Assis (2013), com artigos de 14 pesquisadores de diversas regiões brasileiras; *Territórios do Jornalismo*, de autoria de Sonia Aguiar (2016); *Brasil e suas mídias regionais*, de Pâmela Pinto (2017); e *O negócio da mídia do interior*, de Jacqueline Deolindo (2019). No âmbito dos estudos de Rádio e Mídia Sonora, destaca-se a obra de 2007 de Leandro Ramires Comasseto, intitulada *A voz da aldeia: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global*, que traz um panorama do rádio local no oeste do estado de Santa Catarina.

Também se recorreu às produções acadêmicas, tais como teses e dissertações constantes no catálogo da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que continham como palavras-chave jornalismo local, jornalismo de proximidade, radiojornalismo local, radiojornalismo regional, mídia local, mídia regional, deserto de notícias.

Ao todo, levantou-se na fase exploratória desta pesquisa dez teses e 54 dissertações catalogadas no período estabelecido entre 2010 e 2019. Para fins de análise e leitura inspeccional, optou-se pelas produções com maior proximidade temática com o objeto em questão: radiojornalismo local/regional/de proximidade ou produções que abordavam o jornalismo local/regional/de proximidade e suas variações tais como telejornalismo, ciberjornalismo.

Posto isto, observou-se que, dentre as dissertações mapeadas, quatro apresentavam relação direta com a temática da pesquisa em desenvolvimento: *Radiojornalismo e Internet: um estudo da Rádio Catarinense AM da Cidade de Joaçaba*, de Marlon Sandro Lesnieski (2012); *O Radiojornalismo local em pequenas emissoras: um estudo das Rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM*, de Bárbara Avrella (2014); *Processos de produção em radiojornalismo: um estudo sobre a construção da notícia local nas rádios CBN Natal e CBN João Pessoa*, de Jeferson Rocha (2015) e *Panorama do Radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do Sul do Maranhão - Mapeamento, Rotinas Produtivas e Produtos Jornalísticos*, de Nayane Cristina Rodrigues de Brito (2017).

Numa proposta de investigação semelhante à desenvolvida por Lopez (2010), que estudou as rotinas produtivas num contexto de convergência tecnológica em emissoras *all news* do eixo Rio-São Paulo, Lesnieski (2012) enfatiza a necessidade de observar o fenômeno numa

emissora que tem representatividade social para a cidade de Joaçaba, no interior do estado de Santa Catarina.

Dessa forma, a *práxis* tradicional do radiojornalismo é tensionada a partir do uso de novas tecnologias de comunicação no ambiente produtivo, e se conclui que as rotinas na rádio local em questão foram pouco impactadas pelo uso da internet e das redes sociais. O estudo reconhece, no entanto, que a internet auxiliou o rádio local na captação de fontes e na amplificação da produção noticiosa da emissora, ainda que teça críticas quanto ao aproveitamento das potencialidades que a internet oferece ao radiojornalismo.

Além de historicizar a configuração do rádio local catarinense, numa época em que as redes sociais ainda buscavam se consolidar e os dispositivos móveis ainda não eram tão presentes entre as audiências, Lesnieski (2012) traz, como contribuição principal para o campo dos estudos do radiojornalismo, a demonstração de que o fenômeno da convergência causa alterações distintas no rádio local, devido às singularidades que cada emissora apresenta, embora não tenha destacado os elementos geográficos, econômicos e políticos do território que incidem nesta configuração.

Outra pesquisa considerada relevante para os estudos de radiojornalismo local foi a desenvolvida por Bárbara Avrella (2014), que deu ênfase à análise da produção e programação radiojornalísticas de duas estações do noroeste do Rio Grande do Sul: Luz e Alegria AM, de Frederico Westphalen, e Seberi AM, de Seberi. Assim como Lesnieski (2012), as estações investigadas por Avrella (2014) também adotaram a internet como facilitador no processo produtivo dos conteúdos jornalísticos locais, tanto no aspecto de checagem quanto na captação de informação.

Avrella (2014) identificou positivamente que as estações analisadas ainda mantêm um modelo de radiojornalismo que privilegia o conteúdo local e regional, proveniente de uma infinidade de fontes de informação. No aspecto negativo, a autora observou um cenário de crise no âmbito do radiojornalismo local gaúcho, com predomínio da técnica do *gillette-press*<sup>40</sup> nas redações com captação de conteúdo de fontes secundárias ou baseados em releases institucionais; parte da programação vinculada à rede de rádio regional, baixa participação das audiências e órgãos públicos como os principais anunciantes, o que tende a impactar na autonomia editorial da emissora.

---

<sup>40</sup> Técnica comum utilizada no radiojornalismo brasileiro na década de 1930, na qual os radiojornais eram produzidos com âncoras fazendo a leitura de conteúdo noticioso publicado em periódicos impressos. No cenário digital do jornalismo, algumas emissoras recorrem a técnica do *gillette-press*, porém através da captura de conteúdos publicados em portais de notícia na internet.

Assim como Lesnieski (2012), Avrella (2014) demonstra a importância que as emissoras estudadas representam para o território na qual estão inseridas, sob o aspecto da informação jornalística. No entanto, deixa lacunas ao não estabelecer relações entre as localidades no que diz respeito às singularidades que o território apresenta, o que, de certa forma, pode incidir na configuração do radiojornalismo praticado nessas emissoras.

Os processos de produção em radiojornalismo em emissoras locais, situadas em capitais de estados, foram alvo de investigação de Jeferson Rocha (2015) na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Além de estarem situadas em contextos distintos, as emissoras analisadas das cidades de João Pessoa e Natal são afiliadas à Central Brasileira de Notícias (CBN), vinculadas ao Grupo Globo de Comunicação.

A principal contribuição da pesquisa de Rocha (2015) foi demonstrar que, mesmo em estações situadas em capitais de estados, a produção radiojornalística pode apresentar características de produção semelhante ao observável em rádios locais de cidades interioranas como identificaram Lesnieski (2012) e Avrella (2014): quadro reduzido de profissionais que atuam em múltiplas funções, recorrência à técnica do *gillette-press*, predomínio de fontes oficiais. Embora aponte os vínculos diretos estabelecidos entre a CBN Natal e a política regional, através dos sócios que ocupam cargos eletivos, essa relação não foi explorada enfaticamente na análise de Rocha (2015), tornando-se, assim, uma lacuna a ser preenchida na compreensão do fenômeno no radiojornalismo potiguar.

No Maranhão, o panorama do radiojornalismo foi descortinado por Brito (2017) ao mapear emissoras comerciais, educativas e comunitárias estabelecidas em 49 municípios da região sul-maranhense. A extensa pesquisa desenvolvida, procurou traçar um perfil jornalístico do rádio sul-maranhense a partir da análise do conteúdo e da observação das rotinas produtivas em sete emissoras representativas da região elencada no estudo.

Uma das principais contribuições de Brito (2017), foi promover uma investigação cartográfica *in loco*, o que tornou o trabalho referência para identificar quais estações, de fato, estão em operação nas localidades investigadas, considerando-se que os dados oficiais da radiodifusão no Brasil, disponibilizados pela Anatel e Ministério das Comunicações (MCOM), nem sempre estão atualizados, não retratando, em muitos casos, a realidade.

No campo mais amplo do jornalismo local, embora não retrate diretamente o objeto que se pretende investigar, que é o radiojornalismo de proximidade, foram levantadas as produções que englobam o cenário do jornalismo impresso local, como *O local e o global: fatores que definem a pauta em dois jornais do oeste de Santa Catarina*, de Carla Algeri (2011); no ciberjornalismo regional em *O 'Glocal' no Ciberjornalismo Regional: Análise dos Sítios de*

*Webnotícias de Dourados*, de José Milton Rocha (2014) e *Ciberjornalismo de proximidade e desenvolvimento: uma análise sobre três casos do interior paulista*, de Marcelo de Oliveira Volpato (2019). No âmbito do telejornalismo, mapeou-se a dissertação *O Telejornal local “a serviço” do cidadão: um estudo do Jornal Anhanguera 1ª edição*, de Jordânia Bispo Rocha (2018).

Algeri (2011) buscou identificar os critérios de noticiabilidade predominantes em dois jornais locais do oeste catarinense: Diário do Iguaçu, de Chapecó, e o Diário do Oeste Catarinense, de Concórdia; elencando a proximidade como valor-notícia a ser analisado. O que se observa na pesquisa de Algeri (2011), é uma tentativa de desmistificar preceitos de que o jornalismo local deve apenas relatar assuntos paroquiais de seu entorno. Assim, a pesquisadora apresenta dados que demonstram que é possível o preenchimento do vazio comunicacional deixado pelo “jornalismo de referência” ao contextualizar assuntos de outros âmbitos (global-nacional-regional), mas que afetam o cotidiano da localidade.

Na pesquisa empírica, mais do que identificar as principais temáticas abordadas nos jornais selecionados, fica clara a estratégia positiva que o jornalismo local pode assumir ao interpretar informações de âmbitos externos à sua área de abrangência, trazendo o enfoque para a realidade local. Para reforçar o argumento, a autora adota de Camponez (2002) a noção de proximidade, que vai além do aspecto geográfico. Na concepção de Algeri (2011, p.130), “a proximidade é muito mais que uma questão geográfica. Envolve a cultura, a afetividade e a conexão de pessoas com o seu local e ao mesmo tempo com o que está distante”.

Ainda que a pesquisadora tenha observado um cenário no qual a imprensa se apresenta “amarrada” aos interesses econômicos e políticos, em grande parte justificada pela escassez de mercado anunciante e pela configuração da política local, chegou-se à conclusão de que os jornais locais são comprometidos com a comunidade ao pautar informações que sejam de interesse daquele território, ou seja, ainda que haja uma articulação entre o global-local, as informações colocadas em circulação apresentam teor de proximidade com as audiências.

Outro que trabalha numa perspectiva semelhante à de Algeri (2011) é o pesquisador José Milton Rocha (2014), que traz como questão central em sua pesquisa a verificação sobre os cibermeios de Dourados, no estado de Mato Grosso do Sul, articulam a relação global-local em sua cobertura diária. A principal contribuição da pesquisa de Rocha (2014), é apresentar a catalogação e registro histórico de 20 sites jornalísticos de um território pouco explorado nas pesquisas em Comunicação, e revelar que, embora imersos neste fluxo comunicacional de ordem global, os portais de notícias de Dourados priorizam os assuntos de ordem local/regional,

principalmente assuntos de bairros, distritos numa perspectiva hiperlocal de cobertura noticiosa diária.

No mapeamento e categorização das notícias, Rocha (2014) aponta que as potencialidades do ambiente digital são mais bem exploradas em portais com estruturas econômicas mais robustas. Além disso, o pesquisador reconhece a dependência que a mídia douradense possui em relação à verba publicitária proveniente de órgãos públicos ao mapear o percentual publicitário que cada veículo recebe do setor público.

Como lacuna na investigação sobre os ciberjornais douradenses, destaca-se uma análise qualitativa do conteúdo, no intuito de mensurar a relação implícita (ou mesmo explícita) entre a publicidade oficial de órgãos públicos e o conteúdo noticioso divulgado pelos portais analisados. Quantitativamente, identificou-se um percentual significativo de notícias provenientes de assessorias de imprensa locais e regionais.

Ainda no que diz respeito às dinâmicas no ciberjornalismo local brasileiro, a tese de Volpato (2019) buscou identificar as transformações e os modelos de conteúdo adotados por jornais impressos do interior paulista nas cidades de Bauru, Campinas e Sorocaba que migraram para o formato digital. A conclusão à qual o autor chega, é que o processo de transição para o *online* está sendo marcado por incertezas e adaptações.

A pesquisa revela que a cultura do impresso ainda é preponderante, com replicação da linguagem no digital e subutilização das potencialidades do meio na internet. O pesquisador ressalta também, não haver um modelo único estabelecido de ciberjornalismo de proximidade, considerando que vários elementos condicionam a configuração dos jornais estudados, tais como:

Contexto de fundação, intenções e foco de trabalho, tipo de gestão, cultura organizacional, equipes, infraestruturas, modelos de negócios, tecnologias disponíveis etc. é que condicionam o escopo e atuação de um jornal local. Múltiplas são as formas de atuação na prática de coletar, tratar, difundir e publicar conteúdos jornalísticos, o que contribui, sobremaneira, para complexificar o fenômeno (VOLPATO, 2019, p.136).

Além disso, Volpato (2019) identificou que o ciberjornalismo de proximidade no interior paulista, a partir dos casos analisados, apresenta práticas de produção muito próximas do que se observa na “grande mídia”, na qual impera um modelo difusionista e descritivo com percentual significativo de conteúdo replicado de agências de notícias. Mesmo reconhecendo a proximidade com o território de abrangência, os ciberjornais locais apresentam limitações com predominância para o conteúdo de âmbitos nacional/internacional, em sua maioria dissociados

da realidade local, sem impacto ou publicados sem contextualização, o que vai na contramão do observado por Algeri (2011) nos jornais locais do oeste catarinense e por Rocha (2014) nos ciberjornais do interior de Mato Grosso do Sul.

No âmbito do telejornalismo local, a pesquisadora Jordânia Bispo Rocha (2018) em sua dissertação intitulada *O Telejornal Local “A Serviço” do Cidadão: um estudo do Jornal Anhanguera 1ª edição*, busca identificar de que maneira a cidadania se fez presente no conteúdo das edições do telejornal Anhanguera 1ª edição, exibido na TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo no estado de Goiás. Essa investigação foi selecionada para análise pela ênfase que traz ao aspecto da cidadania, que é indissociável da comunicação e do jornalismo local.

Assim, observa-se que a principal contribuição da pesquisadora foi, justamente, articular uma discussão entre jornalismo local e cidadania, no qual o jornalismo, pelas potencialidades que lhe são intrínsecas, pode se configurar num aliado essencial na construção da cidadania do respectivo território de abrangência. Mesmo que tenha identificado a presença de pautas que abordam temas vinculados à noção de cidadania, Rocha (2018) chega à conclusão de que esta tem sido uma estratégia comercial da emissora, visando se aproximar do público-alvo, no intuito de aumentar os índices de audiência.

Segundo Rocha (2018), a cidadania se apresenta como pano de fundo do conteúdo jornalístico sempre vinculada à noção de direitos, em sua grande maioria, voltados a problemas de infraestrutura urbana que carecem de atenção do poder público. Ao vincular a questão da cidadania à noção de cidadãos portadores de direitos, o telejornal acaba por priorizar os problemas da coletividade articulados à noção de interesse público, porém, essa postura editorial acaba por limitar a articulação entre cidadania e jornalismo, que, na visão da pesquisadora, está restrito apenas à função de informar, quando, na realidade, poderia instruir, educar.

A configuração do radiojornalismo de proximidade, no qual esta tese se debruça, tende a considerar as pautas que ressoam problemas da coletividade e que estão articulados à noção de interesse público, como basilares para o modelo de jornalismo praticado em rádio, uma vez que a prestação de serviços sempre foi um dos aspectos marcantes do rádio local.

Outra crítica apontada por Rocha (2018) diz respeito à estratégia do Jornal Anhanguera 1ª edição de produzir um telejornal dito “comunitário”, ao possibilitar a participação da comunidade na sugestão de pautas enviadas à redação por meio de aplicativo próprio ou e-mail. Rocha (2018) assume a perspectiva comunitária idealizada por Peruzzo (2005), na qual a participação efetiva da comunidade se dá durante todo o processo de produção noticiosa, e não apenas como mero agente que contribui eventualmente para a sugestão de conteúdo.

Deve-se reconhecer, no entanto, que a emissora de TV faz parte de um conglomerado de comunicação de natureza comercial. Por isso, a produção jornalística obedece a uma lógica empresarial, o que inviabiliza automaticamente a participação da comunidade, de forma efetiva, no processo de produção do conteúdo, prática que não se aplica às instituições midiáticas hegemônicas.

Para se compreender o fenômeno da mídia local brasileira em sua amplitude e ancorada na complexidade que o meio apresenta, Pâmela Ribeiro Pinto (2015) e Jacqueline Deolindo (2016) buscaram o suporte da geografia para compreender as dinâmicas na qual o sistema midiático está imerso através das teses *Mídia Regional Brasileira: Características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul* e *Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense*.

Numa extensa cartografia das instituições midiáticas das regiões Norte e Sul do Brasil, que envolveu jornais impressos, emissoras de rádio e TV, Pinto (2015) buscou sistematizar os grupos midiáticos por estado que integram as duas grandes regiões brasileiras supracitadas. Mais do que uma síntese do mercado de mídia nessas regiões, a principal contribuição da pesquisadora foi apontar a relação estabelecida entre as empresas de referência nacional e os diferentes mercados distribuídos ao longo das regiões geográficas (Norte e Sul); perpassando também pelos vínculos que apresentam com atores políticos dessas regiões.

Pinto (2015) argumenta que as perspectivas superlocal e relacional assimétrica de definição da mídia regional não são mais suficientes para descrever o sistema midiático brasileiro marcado por forte heterogeneidade numa articulação entre, o que ela define como subsistemas regionais (formado pelos sistemas de mídia das cinco grandes regiões brasileiras) e o subsistema nacional (formado pelos sistemas de mídia de referência situados nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília).

Ao fazer o mapeamento da mídia no interior fluminense, Jacqueline Deolindo (2016) analisa de forma minuciosa a economia dos jornais diários e sites de notícias, que ela denomina como firmas de mídia, tentando investigar como se configura a estrutura de mercado, a conduta, desempenho social e financeiro. Como questões norteadoras, Deolindo (2016) analisa se o modelo de negócios da mídia do interior adota a mesma dinâmica das firmas que compõem a “grande mídia” e como estão estabelecidas empresarial e financeiramente. A pesquisadora parte da hipótese de que as firmas mais estruturadas economicamente estão situadas em localidades centrais e de referência para a região; já as menores, por estarem situadas às margens dessa centralidade, ou seja, do centro urbano de influência, são menos competitivas e apresentam, portanto, dificuldades de sustentabilidade no mercado.

Para mensurar a “correspondência entre o nível do centro e a ordem dos produtos e serviços de mídia”, a autora constrói um quadro teórico referencial ancorado na pesquisa da Região de Influências das Cidades (REGIC)<sup>41</sup>, desenvolvida pelo IBGE. Esse quadro teórico “define a hierarquia dos centros urbanos brasileiros e delimita as regiões de influência a eles associados” (REGIC, 2022, online). Assim, Deolindo (2016, p.191) consegue inferir que a distribuição espacial das firmas de mídia é estabelecida por três elementos determinantes: urbanização, economia e cultura. Logo,

[...] as cidades com maior número de empresas de mídia em sólido funcionamento são as que 1) registram grande densidade populacional, organização, condições e modos de vida típicos da cidade, 2) uma economia mais dinâmica, com mercado consumidor consolidado ou emergente e/ou 3) uma tradição na produção e circulação de produtos jornalísticos.

Com o subsídio da Teoria das localidades Centrais do geógrafo alemão Walter Christaller, Deolindo (2016, p.196) observou que “há uma relevante concentração espacial de serviços de mídia de mais alta ordem em poucos centros regionais com características demográficas e econômicas mais complexas”, embora reconheça que as firmas de mídia estão distribuídas ao longo do território fluminense, não sendo prevalentes num só espaço.

A pesquisadora ressalta, por meio dos achados de sua investigação, que a localização é fator relevante na consolidação da mídia em termos econômicos e estruturais, mas não deve ser vista como determinante, uma vez que há firmas de mídia saudáveis competindo com empresas de mídia precárias, ambas situadas numa mesma localidade. Segundo ela, há também firmas mais estruturadas situadas em cidades de baixa hierarquia.

O que se pode observar em comum nas investigações de Pinto (2015) e Deolindo (2016), é a busca por uma definição para a mídia local e regional que supere as abordagens estabelecidas por outros pesquisadores, nas quais há uma dualidade entre a supervalorização da mídia local como ressoante da voz da sociedade nas pequenas localidades versus a uma configuração de inferioridade em relação à mídia “nacional”, considerada de referência e padrão de qualidade, situada nas metrópoles nacionais, tais como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

Embora as autoras tenham buscado distanciamento das abordagens até então recorrentes nos estudos de mídia local, numa ótica de supervalorização ou de inferioridade em relação à “grande mídia”, observa-se que estas abordagens ainda encontrem ressonância em

---

<sup>41</sup> O relatório mais recente da pesquisa Regiões de Influência das Cidades – REGIC encontra-se disponível para consulta em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101728\\_folder.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101728_folder.pdf)>. Acesso em: 09 fev. 2022.

estudos recentes sobre a configuração da mídia local no interior brasileiro, conforme pode ser observado principalmente em Algeri (2011), Lesnieski (2012), Rocha (2014), Avrella (2014), Rocha (2015), Volpato (2019). Além disso, faz-se necessário reconhecer que, inegavelmente, o modelo de comunicação, estabelecido nos grandes centros, influencia “o país por inteiro nas formas de produção, gestão e apresentação”, de suas mídias locais (FADUL; MOREIRA; 2019, p.7).

Embora não contemplada na revisão do estado da arte por ter sido defendida recentemente, a tese de Thays Assunção Reis (2022)<sup>42</sup> traz um olhar interessante para o jornalismo praticado em cidades médias, elencando como corpus de análise, o município de Imperatriz, no estado do Maranhão, e mais 18 localidades do entorno.

Além do mapeamento da infraestrutura da mídia local/regional, a pesquisadora investigou a produção e o consumo de notícias nesses municípios, e a função que o jornalismo exerce em contextos regionais. Pelas considerações de Reis (2022), a cidade de Imperatriz, considerada de porte médio no contexto brasileiro, exerce influência regional em seu entorno no campo jornalístico por apresentar serviços midiáticos especializados de mais alta ordem.

Dentre as contribuições da pesquisadora está a definição de **notícias polarizadoras**, que abarcam conteúdo dos âmbitos local e regional, e a denominação de **jornalismo de influência regional**, o modelo praticado em Imperatriz. Esse modelo, além de dar cobertura para assuntos do cotidiano da região, exerce influência e intermedeia fluxos informativos gestados em outros centros urbanos (REIS, 2022).

Dessa forma, o que se percebeu num primeiro momento, é a inexistência de pesquisas que apontem um panorama do radiojornalismo local no Centro-Oeste brasileiro, sobretudo no âmbito do caçula estado de Mato Grosso do Sul, que foi fundado em 1977, a partir do desmembramento de Mato Grosso. A maior parte das pesquisas sobre o radiojornalismo busca identificar as fragilidades e deficiências, mas sem apontar soluções em meio a um cenário permeado por dificuldades de múltiplos fatores, incluindo o convívio do jornalismo e dos meios massivos com o avançar da tecnologia.

A abordagem de Pinto (2015) é relevante ao fornecer pistas e apontar caminhos que despertam novas formas de se observar o fenômeno comunicacional nas mídias local e regional. O aspecto da heterogeneidade, sobretudo, é o elemento essencial a ser considerado, principalmente porque assimetrias econômicas e sociais podem ser observáveis num mesmo território.

---

<sup>42</sup> A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão.

No âmbito do radiojornalismo, ainda que não retratem especificamente o âmbito local, as produções de Lopez (2009, 2010); Kischinhevsky (2016) e Chagas (2019, 2020) indicam uma tendência de estações radiofônicas, localizadas em grandes centros urbanos, cada vez mais imersas e integradas ao ambiente da convergência tecnológica, sendo definidas como rádios hipermidiáticas ou expandidas. Porém, dada a realidade cultural, econômica, social e política do território sul-mato-grossense, esse panorama tende a ser diferenciado.

Posto isso, esta tese se propôs a realizar uma investigação efetiva que busque compreender a configuração do radiojornalismo local em emissoras situadas no território de Mato Grosso do Sul e que discuta a importância que esses veículos apresentam para o território de proximidade em que estão inseridos. O objetivo é ir além do que foi identificado nas pesquisas que até aqui se propuseram a descortinar.

Compreender o que essas emissoras se propõem a dizer em sua programação jornalística diária é essencial, porém requer compreensão relacionada à complexidade da dinâmica territorial no aspecto político-econômico e social. Soma-se a isso a observação dos vínculos estabelecidos com agentes políticos, econômicos e instituições religiosas, que podem se fazer presentes no conteúdo de forma implícita ou mesmo explícita.

Outro aspecto determinante para esta investigação é verificar se o modelo de radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense, a partir dos conteúdos, é capaz de estabelecer condições mínimas para o exercício da cidadania na respectiva localidade, por meio de informações que remetam à noção de interesse público, basilar ao exercício do jornalismo.

Por fim, cabe avaliar se o radiojornalismo de proximidade pode, na contemporaneidade, ser considerado hipermidiático e expandido nas pequenas localidades a partir do aproveitamento ou não das ferramentas de convergência tecnológica de produção, transmissão e interação com os públicos; algo até identificado em estudos anteriores, mas que requer atualização já que a dinâmica do ecossistema midiático se renova, diariamente.

## 2 O SUBSÍDIO DA GEOGRAFIA NA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

A compreensão do modelo de radiojornalismo local desenvolvido num estado periférico como Mato Grosso do Sul, requer o entendimento de conceitos básicos provenientes da Geografia que ajudarão a entender a complexidade do fenômeno em questão. Desde 2009, quando foi estabelecido o grupo de pesquisa Geografias da Comunicação na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a área de conhecimento tem sido o alicerce de muitas investigações que procuram descortinar a configuração da mídia de territórios situados às margens dos grandes centros urbanos brasileiros.

Embora com objetos próprios, Geografia e Comunicação se interrelacionam e são interdependentes, como bem avaliou o professor José Marques de Melo (2012). Para o pesquisador, ambas as áreas precisam trabalhar em colaboração mútua, posto que a Geografia requer da Comunicação a difusão e a atualização, para que possa se fazer conhecer.

Já a Comunicação precisa do suporte da Geografia para “distribuir conteúdos, provocar sensações, emocionar, surpreender” (MELO, 2012, p.7). Na opinião dele, os elementos partilhados tanto pela Geografia quanto pela Comunicação são as dimensões de espaço e tempo. Nesse sentido, à medida que “a Comunicação encurtou o mundo, reduzindo o espaço. A Geografia acelerou o homem, escasseando o tempo” (MELO, 2012, p.7).

Na concepção de Silva (2018), a convergência entre Geografia e Comunicação vai além da possibilidade de encurtar o espaço e acelerar o tempo, como defendeu Melo (2012). Para o geógrafo, a otimização do movimento se configura como outra possibilidade comum a ambos os campos do conhecimento. Desta forma, a Geografia trabalha para “reconceituar espaço, tempo e movimento, e a comunicação, por ampliar grandemente a capacidade de encurtamento de espaço, aceleração do tempo e otimização do movimento ao passar dos simples aparelhos elétricos para a eletrônica e o satélite” (SILVA, 2018, p.22). Na sociedade atual, marcada, sobretudo, pela maciça presença de dispositivos móveis, a questão da mobilidade se torna cada vez mais inevitável.

Como bem revelam os autores, a interface entre a Geografia e a Comunicação, mais do que pertinente, se faz necessária, considerando que os acontecimentos reportados pelo jornalismo, e mesmo as trocas simbólicas a partir do processo comunicacional, se dão num território complexo, dinâmico e permeado por singularidades, no qual o local e o global se confrontam, se complementam, e por vezes se sobrepõem.

No prefácio da obra “10 anos: o percurso do grupo Geografias da Comunicação no Brasil”, Fadul e Moreira (2019) explicam que as pesquisas realizadas pelo grupo, na interface

entre a Comunicação e a Geografia, inicialmente retratavam os fenômenos comunicacionais nas zonas urbanas com prioridade para metrópoles e capitais de regiões ou estados, avançando posteriormente para as pequenas localidades. O modelo estabelecido como referência nas corporações midiáticas dos grandes centros repercutia na configuração midiática do interior brasileiro.

Na visão das pesquisadoras, a descentralização das pesquisas acerca do jornalismo local no eixo Rio-São Paulo se mostra pertinente, uma vez que são nas pequenas localidades (neste caso em específico um estado periférico e relativamente novo como Mato Grosso do Sul) que se apresenta um território a ser explorado e “um mundo a ser compreendido, analisado, apreendido”. Assim, compreender o fenômeno comunicacional, a partir das pequenas localidades, possibilita “entender por inteiro, e dá pistas para o domínio das outras escalas” (FADUL; MOREIRA, 2019, p.7-8).

Nesta tese, um dos desafios é interpretar os conceitos-chaves a partir dos subsídios fornecidos pela geografia, tais como território, região e, sobretudo, o local, a fim de repensar a importância que a proximidade representa para o jornalismo na sociedade contemporânea, a qual se apresenta cada vez mais conectada e global. Neste capítulo, além de revisitar esses conceitos, buscar-se-á estabelecer uma discussão em torno dos impactos que a mundialização acarretou aos âmbitos local/regional.

## 2.1 O TERRITÓRIO COMO CENTRO DE RELAÇÕES SOCIAIS

Como será visto mais adiante, há uma multiplicidade de abordagens que buscam delimitar e definir o modelo de jornalismo praticável em localidades situadas em contextos interioranos. No entanto, o elemento generalizante, nas concepções propostas, leva em consideração o espaço geográfico no qual as instituições midiáticas estão inseridas.

Assim, a noção de território ganha relevância também na contextualização de características intrínsecas à configuração do jornalismo de proximidade e porte das instituições midiáticas em determinadas localidades. Mas, quais são, de fato, as dimensões espaciais delimitadas pela Geografia que interessam à pesquisa em Comunicação? O que há em comum nas leituras de território? E o local e a região? Quais as condicionantes destes na configuração do radiojornalismo de proximidade?

Historicamente, a noção de território ou configuração territorial, como assim prefere denominar Santos (2006), esteve associada ao conjunto de formações naturais que fisicamente caracterizavam determinada área. De acordo com o pesquisador, no decorrer do tempo, com a

implantação de estradas, plantações, construções diversas que culminaram no surgimento das cidades, fez com que a configuração territorial passou a ser “resultado de uma produção histórica e tende a uma negação da natureza natural, substituindo-a por uma natureza inteiramente humanizada” (SANTOS, 2006, p.39).

Na concepção do autor, a configuração territorial é “dada pelo conjunto formado pelos sistemas naturais existentes em um dado país ou numa dada área e pelos acréscimos que os homens superimpuseram a esses sistemas naturais”, ou seja, além dos elementos naturais, o pesquisador reforça a importância dos elementos artificiais que associados aos primeiros resultam na configuração do território (idem).

Além disso, Santos (2006) faz questão de esclarecer que configuração territorial não pode ser confundida ou vinculada à noção de espaço, “já que sua realidade vem de sua materialidade”. O espaço, por sua vez, “reúne a materialidade e a vida que a anima”. Para ele, a configuração territorial, embora formada pela existência material própria, necessita da existência real que “somente lhe é dada pelo fato das relações sociais” (idem, p.38-39).

A partir de uma extensa revisão acerca das definições que melhor sintetizam o conceito, Stürmer (2017) tensiona a relação entre espaço e território. O pesquisador reconhece haver um entrelaçamento entre as delimitações de território e espaço. Para ele, “o território vem do espaço, forma-se a partir dele e, assim, é posterior a ele”, servindo-lhe de matéria-prima (STÜRMER, 2017, p.85)

Não obstante reconheça as relações sociais como precípuas na formação do território, Stürmer (2017) afirma que estas, porém, estão imersas num campo de poder, uma vez que o território corresponde a um espaço apropriado por um ator que interveio anteriormente na sua natureza. Nesse sentido, o exercício do poder é determinante na definição de território na visão do autor. Assim, o território “tem como pressuposto a existência de um poder – que irá se impor, ocupar, fixar limites, vigiar fronteiras, organizar e adotar ordenamentos, enfim, gerir o território” (STÜRMER, 2017, p.85).

Para o geógrafo Marcelo José Lopes de Souza (2000), a partir dessas relações de poder que incidem na definição e delimitação, historicamente, a noção de território esteve, em gênese, associada a um conceito de carga ideológica que remetia a uma ideia de Estado-Nação (Território Nacional). O autor explica que, durante muito tempo, o território foi concebido como “aquele sobre o qual o aparelho de Estado exerce sua soberania”, o que exigiu de teóricos do campo a construção de “um conceito em que se não confundissem a projeção espacial do poder (as fronteiras e a malha territorial) e os objetos geográficos materiais, e no qual uma fonte de poder (e com ela determinadas escalas) não fosse hiperprivilegiada” (SOUZA, 2009, p.62-63).

Pensado inicialmente nos estudos da Geografia Política, o território era concebido como espaço concreto apropriado e ocupado por grupos sociais que tendem a gerar raízes e construir identidades (SOUZA, 2000). A partir dessa linha de raciocínio, o autor pontua que a compreensão de determinados grupos sociais requer o estabelecimento de relações com o território, pois a identidade sociocultural do grupo é formada a partir das conexões que são mantidas com o espaço concreto, formado por objetos naturais e objetos construídos ou modificados socialmente.

Na tentativa de esclarecer interpretações errôneas cunhadas anteriormente, Souza (2009) reitera que a definição de território, proposta por ele em meados da década de 1990, está subsidiada na dimensão política cuja ênfase recai sobre as relações de poder, embora não descarte contemplar as dimensões culturais e econômicas (SOUZA, 2009). Essa abordagem que compreendia o território a partir de uma visão mais flexível, não descoladas das dimensões política e cultural da sociedade (id., 2000), compara o território a um campo de forças, (id., 2009), no qual se reconhece a importância da materialidade espacial, embora não a considere como sinônimo de território. Para o autor, território:

[...] é, obviamente, um aspecto, uma dimensão do espaço social, e ele depende, de várias maneiras, da dimensão material do espaço; mas ele é, em si mesmo, intangível, assim como também o poder é impalpável, como relação social que é. O poder é uma relação social (ou, antes, uma dimensão das relações sociais), e o território é a expressão espacial disso. A existência do território é impossível e inconcebível sem o substrato espacial material, da mesma maneira que não se exerce o poder sem contato com e referência à materialidade em geral; ao mesmo tempo, porém, o território não é redutível ao substrato, não devendo ser com ele confundido (SOUZA, 2009, p.66).

A mídia, inclusive, e o jornalismo como prática social, atuam como mediadores deste campo de forças no qual as relações sociais se estabelecem. O autor acrescenta que o território como “campo de forças” é formado por “uma teia ou rede de relações sociais que, a par de sua complexidade interna, define, ao mesmo tempo, um limite, uma alteridade: a diferença entre “nós” (o grupo, os membros da coletividade ou “comunidade”, os insiders) e os “outros” (os de fora, os estranhos, os outsiders). (SOUZA, 2000, p.86).

Compreende-se, a partir dessa concepção do autor, que os territórios apresentam singularidades que os distinguem dos demais. Essa necessidade de buscar a alteridade, inclusive tem se acentuado a partir da emergência do fenômeno da globalização. Com o surgimento das redes, tanto de transporte quanto de informação e comunicação, os territórios se expandiram para além dos limites e fronteiras físicas.

Para Stürmer (2017), a noção de território emerge em contraposição ao fenômeno da globalização nos anos 1990. De acordo com o pesquisador, o território se tornou “alvo de atenção, pois, ao se falar de globalização e fragmentação, do global e do local ou da escala global e da escala nacional, a referência ao território é quase que obrigatória” (STÜRMER, 2017, p.82).

Outro geógrafo brasileiro que tem se debruçado nos estudos sobre o território é Rogério Haesbaert. A partir de um apanhado sobre as principais abordagens de território, o autor identificou três vertentes básicas: jurídico-política, culturalista e econômica. Na jurídico-política, as abordagens priorizam as relações de poder na configuração do território, como identificado anteriormente (RAFFESTIN, 1993; STÜRMER, 2017). Nessa vertente, o “território é visto como um espaço delimitado e controlado, através do qual se exerce um determinado poder, na maioria das vezes visto como o poder político do Estado” (HAESBAERT, 2003, p.13).

Já na vertente culturalista, o território é evidenciado “como produto de apropriação/valorização simbólica de um grupo sobre o seu espaço” (HAESBAERT, 2003, p.13). Por fim, a vertente econômica, segundo o autor, dá ênfase à dimensão espacial das relações econômicas na qual se observa colisão de interesses de classes, neste caso, representados pela dualidade entre operários e os representantes do capital.

O território envolve sempre, ao mesmo tempo [...], uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de 'controle simbólico' sobre o espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta de caráter político-disciplinar: a apropriação e ordenação do espaço como forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos (HAESBAERT, 1999 apud HAESBAERT, 2003, p.14).

Pela concepção de Haesbaert (2003), observa-se que o aspecto cultural se configura num elemento que demarca o território e exerce um poder simbólico, cujo intuito é assegurar o domínio dos limites do espaço, tanto físico quanto identitário. No entanto, com o fenômeno da mundialização acentuado na Era Moderna, o pesquisador afirma que os territórios passaram a se configurar como territórios-rede, cada vez mais integrados mundialmente, sobretudo pelas redes de comunicação que se estabeleceram ao longo dos anos.

Partindo de uma abordagem que privilegia a dimensão cultural na definição de território, Turra Neto (2015, p.55) defende que este “não pode apreendido pela consideração exclusiva da materialidade do espaço, devendo levar em consideração as relações sociais que se projetam sobre o espaço”. Ao enfatizar as relações sociais como essenciais na formação do território, o

geógrafo refuta constructos teóricos que afirmam que o território surge a partir do uso e apropriação do espaço, conforme defendem teóricos que se orientam pela vertente jurídico-política cuja base está assentada nas relações de poder.

Para Turra Neto (2015), o território é construído a partir das relações que se dão entre os homens e a materialidade, entre si e os outros (que não integram o território particular). Um dos aspectos estruturantes do território é seu caráter heterogêneo, através do qual coexistem num mesmo lugar a diversidade social, cultural e econômica. Nesse cenário, a comunicação se torna essencial na demarcação das identidades e no estabelecimento de relações entre grupos distintos.

Ao ser atravessado pela comunicação, o território se configura num “lugar de trocas simbólicas, ritualizado, numa geografia que transforma o espaço num lugar do social e do político” (LAMIZET apud CAMPONEZ, 2002, p.271). Para o autor, cada território possui dimensões espaciais e temporais próprias que reforçam a natureza singular que apresenta.

No caso específico dos territórios cuja dimensão escalar é reduzida, a comunicação se manifesta por meio do jornalismo de proximidade, ferramenta essencial que tende a “condicionar as formas de expressão de uma comunicação de massa [...] a uma escala mais restrita e comunitária” (CAMPONEZ, 2002, p.108), reforçando as relações próximas, os laços de pertencimento e as trocas simbólicas.

A perspectiva de território adotada nesta tese o considera como centro de ações e relações sociais permeadas pela diversidade, como defende Turra Neto (2015), sem desmerecer a vertente jurídico-política, mas pelo contrário, reconhecendo-se a importância que a formação espacial, marcada por limites e fronteiras, possui na configuração do território.

O entendimento que se tem, portanto, é de um modelo de território delimitado por uma área geográfica específica, cuja materialidade, associada à diversidade nas dimensões cultural, social, econômica ou política, demarque diferenças em relação aos demais. É necessário pontuar ainda que, embora o território busque reforçar suas peculiaridades, este encontra-se fragmentado e imerso no amplo território global no qual se relaciona economicamente, culturalmente e comunicacionalmente por meio da mídia.

Assim, compreende-se que a globalização, por meio do território totalizante, imprime transformações no território local ofuscando suas singularidades ao estabelecer uma ordem econômica, política, cultural e informacional cada vez mais homogênea e padronizada. Os territórios, no entanto, são formados por comunidades de lugar e regiões que têm se levantado contra esse fenômeno, buscando reforçar os laços identitários no âmbito local e regional como será discutido posteriormente.

## 2.2 A REGIÃO: UM RECORTE ESPACIAL MARCADO PELA DIVERSIDADE

Uma vez apresentadas as definições de território, e selecionada a abordagem que mais se aproxima desta proposta de investigação acerca do radiojornalismo de proximidade, faz-se necessário resgatar teoricamente as definições de região, inicialmente vistas, numa concepção escalar, como recorte espacial, cuja função é distinguir e ordenar o território. Embora no âmbito do jornalismo as definições de local e região figurem como dimensões escalares que coexistem em determinados espaços onde o jornalismo de proximidade é praticado, na perspectiva geográfica, esses conceitos tendem a apresentar outros contornos.

De acordo com Santos (2006), o lugar e região são termos marcados por ambiguidade de sentido. Assim, quando se fala em região, esta pode estar associada à noção de lugar, uma vez que são expressões que servem para designar diferentes extensões geográficas.

Estabelecer um conceito para região, conforme Haesbaert (1999, p.17), requer rigor teórico “que restringe seu significado, mas aprofunda seu poder explicativo”. Para a construção do conceito, o autor afirma ser necessário problematizar a questão das escalas e de fenômenos sociais específicos como as identidades regionais e os regionalismos políticos, “que produzem a diversidade geográfica do mundo” (idem).

Num percurso que resgata o surgimento do termo região, Gomes (2000, p.50) revela que este foi usado pioneiramente na Antiguidade Clássica, pelo Império Romano, como uma necessidade do momento histórico. Naquele contexto, a região foi estabelecida para designar áreas “subordinadas às regras gerais e hegemônicas das magistraturas sediadas em Roma”. Essa concepção pioneira dá ênfase às relações de poder que são determinantes para a configuração da região, ou seja, percebe-se que a aceção do termo está associada a um recorte espacial no qual há diversidade social, cultural e espacial, porém, respeitando a hierarquia de um poder que é centralizador. De acordo com o autor, ainda que os governadores locais das regiões detivessem certa autonomia na condução do território, eles “deviam obediência e impostos à cidade de Roma” (GOMES, 2000, p.51)

Pela abordagem teórico-quantitativa, a aceção de região correspondia “a um processo de classificação de unidades espaciais segundo procedimentos de agrupamento e divisão lógica com base em técnicas estatísticas” (CORRÊA, 2000, p.20). Nas correntes teóricas da Nova Geografia, porém, a região assume a responsabilidade de promover a organização espacial, sendo compreendida como “forma matricial da organização do espaço terrestre e cuja característica básica é a demarcação territorial de limites rigorosamente precisos” (MOREIRA, 2007, p.56).

Conforme Gomes (2000, p.53), há, no senso comum, dois sentidos que remetem à noção de região. A primeira delas a vê enquanto referência de “um conjunto de área onde há o domínio de determinadas características que distingue aquela área das demais”. O outro sentido atribuído, vê a região como unidade administrativa, sujeita a um recorte ou divisão, “pelo qual se exerce frequentemente a hierarquia e o controle na administração dos Estados”.

Em busca de uma definição científica que supere as definições do senso comum, várias correntes teóricas propuseram novos olhares para definir região. Através de uma leitura pelo ângulo da geologia, a região era vista como um elemento da geografia física, pela qual os objetos naturais seriam preponderantes na delimitação do espaço regional (GOMES, 2000). Não por acaso, várias divisões territoriais no Brasil foram demarcadas por componentes da bacia hidrográfica.

Esse olhar para o aspecto físico na delimitação das regiões culminou no conceito de regiões naturais. Sob essa perspectiva, a natureza influencia e molda o desenvolvimento da sociedade, sendo a região o epicentro em que a influência se manifesta. Gomes (2000), porém, explica que o ambiente não é capaz de explicar a complexidade do fenômeno, já que as formas de civilização, gêneros de vida e a intervenção humana na natureza devem ser consideradas na delimitação da região geográfica.

Além da descrição das características físicas, a definição de região deve incluir a estrutura da população e as atividades econômicas. A partir da concepção clássica da Geografia, a região se configura como a materialidade da inter-relação entre o homem, a cultura e a natureza, sendo considerada a “forma localizada das diferentes maneiras pelas quais esta interrelação se realiza” (GOMES, 2000, p.62).

O viés descritivo e particular da Geografia Clássica suscitou inúmeras críticas em torno da definição de região. Pensadores do campo passaram a defender o estabelecimento de critérios explícitos, uniformes e gerais na divisão regional, pondo em xeque as abordagens descritivas que se aproximavam das definições elaboradas pelo senso comum. Denominada como **análise regional**, a nova perspectiva vê a região como uma classe de área, resultante de uma classificação geral “que divide o espaço segundo critérios ou variáveis arbitrários que possuem justificativa no julgamento de sua relevância para uma certa explicação” (GOMES, 2000, p.63).

A perspectiva da análise regional culminou em duas categorias de regiões: as homogêneas e as funcionais ou polarizadas. As abordagens que tipificam uma região como homogênea buscam subsídios em variáveis estruturantes do espaço sendo observadas as frequências e magnitudes dessas variáveis estatisticamente mensuradas. Assim, integram as regiões homogêneas os espaços que apresentam características mais próximas da uniformidade.

Já nas regiões funcionais, “a estruturação do espaço não é vista sob o caráter da uniformidade espacial, mas sim das múltiplas relações que circulam e dão forma a um espaço que é internamente diferenciado” (GOMES, 2000, p.64). Por meio dessa abordagem, as cidades são constituídas como centros de organização espacial detendo uma influência perante os menores centros urbanos. Assim se formam as “regiões polarizadas” ou “regiões de influência”, formadas por um “espaço tributário, organizado e comandado por uma cidade” (idem).

Toda região possui um centro que a estrutura, e a manifestação mais concreta dos níveis de integração territorial em uma determinada região é a consolidação de sua rede urbana. Na verdade, pode-se ir além disso: o próprio estágio de desenvolvimento da rede urbana revela os níveis de integração produtiva e financeira de uma região (EGLER, 2000, p.215-216)

A classificação em regiões funcionais pode ser visualizada no estudo de Regiões de Influências das Cidades (Regic), realizado pelo IBGE no Brasil desde 1972. Além de construir um quadro de referência da rede urbana brasileira, o estudo tem como objetivo estabelecer hierarquias, apontar os vínculos entre as cidades e delimitar a área de influência dessas cidades (IBGE, 2020).

Um dos indicadores que incidem na organização espacial brasileira é a presença dos meios de difusão de informação, como jornais impressos, domínios de internet, emissoras de rádio e, principalmente, as sedes das redes e afiliadas de emissoras de TV. O Regic revela que, por representar um ativo do capitalismo, se configura numa “variável-chave para a hierarquização das Cidades e estabelecimento de redes urbanas”. Além disso, o estudo afirma que tanto a produção quanto o acesso à informação dependem “de redes fundadas em objetos técnicos específicos, a partir de Cidades dotadas de centralidade” (IBGE, 2020, p.119).

A abordagem enfatiza a troca de fluxos de mercadorias e serviços na região funcional priorizando e integrando a vida econômica. No entanto, essa organização espacial por meio das regiões funcionais além de hierarquizar as localidades, visa a um planejamento espacial urbano cujo interesse é atender ao capitalismo, acentuando a desigualdade da localidade.

Na visão de Santos (2006), a região representa “suporte e a condição” para que as relações globais (principalmente as relações econômicas) se manifestem, configurando-se como um espaço de conveniência para o capital. Para Gomes (2000, p.65),

Ao assumir a dinâmica de mercado como pressuposto da organização espacial, estes modelos “naturalizariam” o capitalismo, como a única forma possível de conceber o desenvolvimento social, ao mesmo tempo; em que trabalhavam para a manutenção do *status quo* de uma sociedade desequilibrada e desigual.

Outro crítico da perspectiva funcionalista, Rogério Haesbaert (1999, p.22) afirma que essa abordagem tende a negligenciar “a dimensão específica do vivido”. O autor afirma ainda que tal perspectiva estabelece “um padrão de medida como referência para, em função dele, situar cada região”, o que tende a acentuar as desigualdades regionais.

Tomando como exemplo a mídia brasileira, a abordagem funcionalista, na qual há uma hierarquização entre as localidades onde as mais estruturadas exercem influência sobre as demais, pode ser visualizada no campo do jornalismo. No cenário midiático brasileiro, as grandes corporações nacionais, situadas nas metrópoles nacionais como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, possuem relativa influência na prática jornalística desenvolvida nos contextos interioranos, principalmente em emissoras de rádio e TV que operam em rede.

Ao se espelharem no modelo considerado de referência nacional, esse jornalismo regional privilegia o modelo geral e universalista em detrimento de suas particularidades regionais. Na sociedade contemporânea, marcada por relações que obedecem a uma ordem global-local, a concepção de região, tanto na Geografia, como propõe Haesbaert (1999), quanto na Comunicação, deve reconhecer a relação particular-geral e singular-universal do território a ser analisado. Para o geógrafo, a região é formada a partir da articulação das dimensões políticas, econômicas e culturais, uma vez que “o espaço regional é ao mesmo tempo um espaço de reprodução econômica, *locus* de representação política (efetiva ou almejada) e um espaço de identidade cultural” (HAESBAERT, 1999, p.29), espaços estes sujeitos à intervenção dos objetos técnicos representados pela mídia.

Nesta tese, a concepção que se adota de região corresponde a uma circunscrição territorial, marcada fortemente pela diversidade econômica, política, cultural e de dimensão natural, na qual as características particulares e marcadas por singularidades históricas e de tradição que demarcam a identidade regional, convivem de forma integrada com as generalidades e universalidades oriundas da mundialização. No campo da Comunicação e do jornalismo, não faz sentido olhar para a região sem considerar as manifestações de ordem global que incidem nesse recorte espacial delimitado, ainda que haja correntes defendendo o local e a região como espaços de resistência ao caráter homogeneizante da globalização, como será discutido a seguir.

### 2.3 O LOCAL, ESPAÇO VIVIDO DE RELAÇÕES COTIDIANAS

Nesta tese, assim como a região, o local é um dos conceitos-chave, para aprender a configuração do radiojornalismo de proximidade de Mato Grosso do Sul. Posto que na

Geografia, há autores que associam local e lugar como termos sinônimos, correspondentes a recortes espaciais do território, esta pesquisa vai além e os compreende a partir da relação sincrônica que essas dimensões estabelecem com o global.

A partir de um olhar que privilegia o lugar como *locus* da pesquisa empírica, o professor Turra Neto (2015, p.55) busca defini-lo como conceito intermediário entre espaço e território. O lugar é percebido como um espaço que congrega diversas relações conflitivas ou convergentes, “onde a política é praticada, onde se negocia o cotidiano comum e a coexistência”. Segundo o autor, é no local que se observa a emergência dos territórios e “onde identidade e diferença se confrontam e se relacionam, mediadas pela materialidade, onde as diferentes formações de espaço negociam sua primazia e os sentidos atribuídos à materialidade e aos outros” (idem).

Em *A questão local*, o sociólogo francês Alain Bourdin (2001) afirma haver três correntes conservadoras definidoras do local. A primeira o vê como “uma circunscrição projetada por uma autoridade, em razão de princípios que vão desde a história a critérios puramente técnicos”. Já a segunda corrente caracteriza o local como espaço de proximidade marcado por encontros diários; e a terceira, por fim, o resume a um espaço formado por “especificidades sociais e culturais partilhadas” (BOURDIN, 2001, p.25).

Essas abordagens, alvo de crítica por Bourdin (2001), buscam apresentar o local como espaço de resistência à mundialização, operando de forma a contrapor a ordem econômica e cultural homogeneizadora. Observa-se, então, que as abordagens conservadoras, supervalorizam o local e o cercam numa redoma de vidro, desconectando-o do contexto mundial. Bourdin (2001, p.92, grifo do autor) reforça, no entanto, que “por mais fechada que seja uma tal aldeia, ela está totalmente “ligada” ao mundo”.

Ancoradas no localismo, as concepções conservadoras do local enfatizam o sentimento de pertença, a proximidade como produtora do vínculo social, o viver junto ao partilhar o mesmo cotidiano, características que visam demarcar diferenças entre o local e alhures. Para o autor, o local vai além de ser meramente um espaço de resistência contra a mundialização, uma vez que “a relação direta entre o local e o global não deve levar-nos a considerar nem que ela é unívoca estável, nem que nada exista entre ambos” (BOURDIN, 2001, p.122).

Ao reconhecer as transformações que a globalização impõe no espaço e no território, o geógrafo Milton Santos interpreta o lugar a partir de sua articulação com o global. Para o autor, o lugar “é um ponto do mundo onde se realizam algumas das possibilidades deste último. O lugar é parte do mundo e desempenha um papel em sua história” (SANTOS, 1988, p.13).

Na mesma linha de raciocínio de Santos (1988), Ana Fani Alessandri Carlos (2007) trabalha na definição de lugar a partir da articulação de suas particularidades históricas e o caráter universalista global. Para a autora, o lugar se apresenta “como o *ponto de articulação* entre a mundialidade em constituição e o local enquanto especificidade concreta, enquanto momento” (CARLOS, 2007, p.22, grifo da autora).

A concepção de lugar proposta por Carlos (2007) é a que mais se aproxima do entendimento que esta tese busca estabelecer para uma definição de radiojornalismo de proximidade. A geógrafa vê o lugar como espaço no qual as práticas cotidianas se materializam a partir do uso do espaço vivido. Para ela, é “no lugar que se desenvolve a vida em todas as suas dimensões” (CARLOS, 2007, p.17), sobretudo as interações sociais e a comunicação.

Na percepção da pesquisadora, ainda que a mundialização impacte na constituição do lugar, este se impõe e se constrói a partir de suas particularidades históricas como a língua, a cultura, a tradição e os hábitos que lhe são próprios. Por conseguinte, Carlos (2007) sugere que o local seja analisado por meio da tríade habitante-identidade-lugar. Sem mencionar explicitamente a relação de proximidade que pode ser estabelecida entre os habitantes que congregam a mesma identidade no respectivo lugar, a pesquisadora reforça as diferenças de percepção de local nas metrópoles e nas pequenas localidades.

O local das pequenas cidades é vivido, conhecido e reconhecido em todos os cantos. Há um senso de comunidade entre os seus habitantes que pode ser alimentado pela mídia de proximidade, sobretudo pelo rádio. Nessas localidades, os estabelecimentos comerciais “são mais do que pontos de troca de mercadorias, são também pontos de encontro” (CARLOS, 2007, p.18). Já nas metrópoles, o sentido de lugar como espaço vivido, se dá de forma parcial, devendo ser reduzido à dimensão dos bairros, pois as grandes cidades são marcadas por lugares vazios de sentido, nos quais triunfam as formas monumentais e não a vida.

Para Carlos (2007, p.18), “as relações de vizinhança, o ir às compras, o caminhar, o encontro dos conhecidos, o jogo de bola, as brincadeiras, o percurso reconhecido de uma prática vivida /reconhecida em pequenos atos corriqueiros”, estabelecem os laços de identidade numa relação entre habitante-habitante, e habitante-lugar, que podem ser facilmente observáveis nas pequenas localidades.

Dessa forma, o sentido que esta pesquisa atribui a lugar, está associado a uma noção de lugares vividos, nos quais se manifestam o cotidiano e o modo de vida do homem, uma vez que são nestes lugares que ele “se locomove, trabalha, passeia, flana” e, claro, se comunica, se informa. A partir da apropriação que o homem faz desses espaços, o lugar ganha “significado

dado pelo uso” (CARLOS, 2007, p.18), e, neste uso, como já mencionado, a informação está incluída.

O local, além do uso e de se portar como palco de ações corriqueiras do cotidiano, se configura num espaço de afirmação da identidade e do pertencimento. Para Bourdin (2001, p.33), “toda espacialidade exprime a pertença a um *nós*, que se constrói e se manifesta em recortes territoriais”. O autor acrescenta ainda que o local se configura como um espaço de referência e permite organizar a relação entre os de dentro e os de fora.

[...] um território local deve corresponder ao espaço de vida de uma comunidade ou de um conjunto das comunidades que o partilham, definindo-se aqui a comunidade por ao menos dois dos três fatores seguintes: fortes interações entre seus membros no cotidiano, proximidade dos modos e/ou estilos de vida, acentuadas referências comuns (identitárias, religiosas, sociais), bem como pela capacidade de exprimir esta proximidade em instituições coletivas. O conteúdo do território local é sua expressão, através do “viver junto” e dos interesses coletivos (BOURDIN, 2001, p.199).

Pela perspectiva de Ana Fani Alessandri Carlos (2007), a análise do lugar deve priorizar o cotidiano, entendendo que este é moldado por influências tanto de natureza local quanto global. No lugar, o cotidiano é a soma de inúmeras ações individuais a partir da conduta, da afetividade e dos modos de viver que são singulares a cada habitante.

A compreensão do lugar considera, portanto, as “práticas mais banais e familiares, o que incita pensar a vida cotidiana segundo a lógica que lhe é própria e que se instala no insignificante, no parcelar, no plural” (CARLOS, 2007, p.20). Essas práticas do cotidiano inclusive moldam o espaço local, a partir das formas de apropriação, utilização e ocupação num período específico. Ademais, a divisão social e técnica do trabalho resulta num cenário fragmentado e hierarquizado do espaço.

[...] a análise do lugar se revela — em sua simultaneidade e multiplicidade de espaços sociais que se justapõem e interpõem — no cotidiano com suas situações de conflito e que se reproduz, hoje, anunciando a constituição da sociedade urbana a partir do estabelecimento do mundial. O lugar é o mundo do vivido, é onde, se formulam os problemas da produção no sentido amplo, isto é, o modo onde em que é produzida a existência social dos seres humanos (CARLOS, 2007, p.20)

Partindo de uma noção que vê o mundo como uma totalidade, Milton Santos (2006, p.213) afirma que lugar e região são subespaços do global, porém dotados de especificidades e definições particulares. Neste sentido, embora imerso no global, o lugar “torna-se

exponencialmente diferente dos demais. A uma maior globalidade, corresponde uma maior individualidade”, o que Benko (1990) definiu como *glocalidade*.

Para Milton Santos (2006, p.218), “a localidade se opõe à globalidade, mas também se confunde com ela”, ou seja, embora o lugar busque demarcar diferenças, se contrapondo a ordem global a partir do reforço de sua identidade e singularidade, este espaço está cada vez mais entremeado no que é de fora, no estranho, que lhe é exterior.

Santos (2006, p. 218), afirma que embora o mundo tente se camuflar, sua existência é revelada nos lugares, espaços nos quais se superpõem dialeticamente e coexistem local e global, “onde tudo se funde, enlaçando, definitivamente, as noções e as realidades de espaço e de tempo”. Assim, o lugar e o global “tanto se associam, quanto se contrariam”, ou seja, por vezes defrontam ou mesmo confrontam, “graças à sua própria ordem” (SANTOS, 2006, p.225).

As práticas cotidianas do local, explicitadas neste subcapítulo a partir da leitura de lugar extraídas de Carlos (2007), encontram terreno fértil no radiojornalismo de proximidade. Nesta tese, consideram-se, no entanto, as influências de natureza global que incidem nesta configuração, seja por meio do avanço das tecnologias, que permitiu encurtar distâncias e reduzir o tempo de acesso às informações, ou mesmo pela ressonância que dado acontecimento de âmbito global possa ecoar na localidade que lhe é próxima.

Nesta pesquisa, as práticas do cotidiano se apresentam como um dos elementos significativos para a análise na configuração do radiojornalismo local e de proximidade. Aliás, como revelou Milton Santos, a garantia da Comunicação passa pelo “cotidiano imediato, localmente vivido”, que é formado pela reunião de seus elementos: homens, empresas, instituições, formas sociais e jurídicas, e formas geográficas (SANTOS, 2006, p.231).

Na sociedade contemporânea, marcada por uma infinidade de informações de ordem global disponíveis facilmente na tela do *smartphone*, esta tese defende como prioridade o retorno à localidade como uma das premissas do jornalismo, pois, conforme já mencionado, a informação de proximidade desperta interesse dos indivíduos.

Além de alimentar os habitantes com informações sobre práticas cotidianas da localidade, o jornalismo fortalece as identidades e as raízes históricas do lugar. O rádio, por sua natureza interativa, neste caso, pode se configurar num meio que amplia, empodera a comunicação e a interação com os membros da comunidade, criando um cenário de esfera pública perfeita para o pleno exercício da cidadania.

## 2.4 A EMERGÊNCIA DAS REDES E A RECONFIGURAÇÃO DO TERRITÓRIO

A emergência das redes no contexto global tem provocado rupturas substanciais na forma de organização da sociedade e do espaço, além de ter impactado no consumo de bens materiais e serviços. Se, no passado, as redes se estabeleciam majoritariamente nos grandes centros, na atualidade, elas têm avançado rumo às pequenas localidades, seja no campo da saúde, por meio de clínicas médicas-odontológicas ou farmácias; no ramo de supermercados através dos *atacarejos*; e, principalmente, no âmbito da comunicação, através dos conglomerados de mídia a partir das redes de rádio e TV.

Historicamente, conforme aponta Dias (2000), as redes surgiram como instrumento a fim de viabilizar a circulação de tecnologia, capitais e mercadorias, bem como favorecer a comunicação entre territórios. A construção de ferrovias e rodovias, a implantação da telegrafia, telefonia e teleinformática, além de reduzirem “o lapso de tempo, permitiu instalar uma ponte entre lugares distantes”, tornando-os “virtualmente aproximados” (DIAS, 2000, p.141).

Neste sentido, observa-se que as inovações no campo das telecomunicações e de transportes, desde a Revolução Industrial, foram fundamentais para a consolidação do capitalismo no mundo. Além de modificar a configuração dos territórios-nação, as linhas e redes técnicas, proporcionaram “maior velocidade na circulação de bens, de pessoas e de informações” (idem, p.142). Como características principais, as redes apresentam a instantaneidade e a simultaneidade, algo plenamente observável nas telecomunicações, sobretudo em estações de rádio que foram implementadas na década de 1920 no Brasil. As redes de telecomunicações, na visão de Dias (2000), “deram livre curso a todo um jogo de novas interações” (DIAS, 2000, p.150).

Para Milton Santos (2006) há duas perspectivas que definem a natureza das redes: uma que as define a partir do aspecto material; e outra que privilegia o aspecto social, na qual apresenta como finalidade, atuar na integração entre o material e o contexto social. Na perspectiva que privilegia o aspecto material, Curien (1988 apud SANTOS, 2006, p.176), as redes podem ser sintetizadas como:

[...] toda infraestrutura, permitindo o transporte de matéria, de energia ou de informação, e que se inscreve sobre um território onde se caracteriza pela topologia dos seus pontos de acesso ou pontos terminais, seus arcos de transmissão, seus nós de bifurcação ou de comunicação.

Na segunda perspectiva, Santos (2006) enfatiza que a rede, embora não se despreze a materialidade que a constitui, se torna social e política, a partir do momento em que a

materialidade passa a ser frequentada por pessoas e se porta como instrumento de circulação de mensagens e valores. Em que pese a implantação das redes de comunicações e transportes representar um marco global de integração entre os inúmeros pontos do território no mundo, cabe aqui enfatizar que estas foram estruturadas visando atender ao mercado de capitais que orienta e ordena a lógica social, ainda que haja benefícios substanciais a partir da consolidação destes.

Na era pós-moderna, que Santos (2006) denomina como período técnico-científico-informacional, o fenômeno da globalização, marcado por um cenário de efervescência contínua, fez com que a noção de Estado Territorial se tornasse obsoleta e passasse, na pós-modernidade, a se reconfigurar a partir de uma noção de “transnacionalização do território” (SANTOS, 2005).

Esse fenômeno da transnacionalização, globalização ou mundialização, como alguns autores preferem, se consolidou no âmbito global a partir do avanço da tecnologia. Segundo Moreira (2007), a partir da Revolução Industrial no século XVIII, a tecnologia industrial passou a intervir na distribuição, reconfigurando a organização geográfica da sociedade e dos espaços. Na transição entre os séculos XIX e XX, essa intervenção se amplia para uma escala planetária e atua no sentido de uniformizar os modos de vida e de produção.

Os espaços são globalizados em menos de um século sob um só modo de produção, que unifica os mercados e os valores, suprime a identidade cultural das antigas civilizações e traz com a uniformidade técnica uma desarrumação socioambiental em escala inusitada. Ao rearrumar os espaços sob um só modo padrão, a uniformidade de organização destrói e prejudica o modo de vida com que a humanidade se conhecia (MOREIRA, 2007, p.56).

Ao debater a configuração do local no âmbito da mundialização, como assim prefere denominar, Bourdin (2001) tece críticas a concepções teóricas que a enxergam apenas sob o aspecto negativo. Para o sociólogo francês, a mundialização “é um contexto de que ninguém é verdadeiramente dono, contexto ainda mal analisado, que produz uma “nova distribuição” com seus riscos, suas injustiças, mas igualmente suas vantagens e aberturas” (BOURDIN, 2001, p.10).

É inegável que na sociedade contemporânea, como bem expôs Bourdin (2001), não faz mais sentido a noção de proximidade/distância, considerando que o fluxo estabelecido globalmente tem aproximado pessoas e objetos desde o desenvolvimento em rede das comunicações e dos transportes, o que reconfigurou as noções de espaço e tempo. Conforme o autor, nos territórios em rede “não só as cidades se dissociam de seu território privilegiando a relação com outras cidades às quais elas estão ligadas por meio de redes”, mas há a formação

de novos territórios em rede no qual cada polo representa um ponto de cruzamento (BOURDIN, 2001, p.60).

Ao recorrer a Bakis (1993), Milton Santos afirma que as redes, numa concepção geográfica, apresenta três sentidos: a primeira que a vê a partir de uma polarização de atração e difusão de pontos, a exemplo das redes urbanas; a segunda como projeção abstrata representada pelos meridianos e paralelos na cartografia do globo; e, por fim, como projeção concreta de linhas de relações e conexões a exemplo das redes hidrográficas, redes ferroviárias, redes técnicas territoriais, redes de telecomunicações hertzianas (SANTOS, 2006).

No âmbito das comunicações, que é a que interessa para a investigação que se propõe, as redes têm se consolidado como ferramenta estratégica de integração, interligação entre os pontos de variados territórios e facilitador das relações entre os indivíduos, ainda que voltadas aos interesses econômicos e capitalistas que regem a sociedade contemporânea na atualidade, conforme já mencionado.

A mediação da mídia, neste caso, permite que o próximo e o distante estejam conectados. Além disso, por meio da TV, “as redes de satélites parecem unir todos os pontos do planeta, produzindo uma visão instantânea dos acontecimentos o que nos coloca diante de profundas mudanças de escala no que diz respeito ao espaço” (CARLOS, 2007, p.24). Para a pesquisadora, além de reduzir distâncias, as redes de comunicação permitem que o fluxo de informações se torne “contínuo e ininterrupto”, fazendo com o que o local se caracterize por sua relação com o global. Para a autora, “nesse novo contexto, o lugar se redefine pelo estabelecimento e/ou aprofundamento de suas relações numa rede de lugares” (CARLOS, 2007, p.21).

Conforme Martin Lu (1984 apud SANTOS, 2006), o objetivo integrador dos territórios pelas redes obedece a uma lógica funcional a fim de intensificar as especializações, ampliar a circulação de mercadorias e informações, valores e pessoas, e ampliar a disparidade entre os atores sociais, explicitando o viés econômico do fenômeno. Para Santos (2006), as redes atuam no sentido de ordenar e desordenar o território, integram, desintegram, destroem antigos recortes espaciais e constroem novos.

Quando ele é visto pelo lado exclusivo da produção da ordem, da integração e da constituição de solidariedades espaciais que interessam a certos agentes, esse fenômeno é como um processo de homogeneização. Sua outra face, a heterogeneização, é ocultada. Mas ela é igualmente presente. O fato de que a rede é global e local, una e múltipla, estável e dinâmica, faz com que a sua realidade, vista num movimento de conjunto, revele a superposição de vários sistemas lógicos, a mistura de várias racionalidades cujo ajustamento, aliás, é

presidido pelo mercado e pelo poder público, mas sobretudo pela própria estrutura socioespacial (SANTOS, 2006, p.188-189).

Nessa nova reconfiguração, o pesquisador trabalha com dois novos conceitos: "verticalidades" e "horizontalidades" que ajudarão a decifrar novos recortes do território dinâmico e complexo permeado por redes. As horizontalidades correspondem, na visão de Santos (2005, 2006), a recortes de contiguidades, ou seja, territórios vizinhos, próximos no qual há continuidade territorial, que, em certa medida, pode estar associada a uma evolução do conceito de região. Já as verticalidades remetem a "pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais" (SANTOS, 2005, p.256), que podem perfeitamente ser conectados pelas redes de informação e comunicação.

O geógrafo acrescenta que as redes "transportam as verticalidades, isto é, regras e normas egoísticas e utilitárias (do ponto de vista dos atores hegemônicos), enquanto as horizontalidades levam em conta a totalidade dos atores e das ações" (SANTOS, 2006, p.174). Para ele, o fenômeno das redes acentua o tensionamento entre o local e global, uma vez que este último é formado por racionalidade, ideologia, normas e objetos distantes da realidade que se impõe na localidade.

Nesse aspecto, a globalização é um fenômeno perverso que busca "reduzir as possibilidades de afirmação das formas de viver cuja solidariedade é baseada na contiguidade, na vizinhança solidária, isto é, no território compartilhado" (SANTOS, 2005, p.259). Embora haja uma tendência à verticalidade nos territórios locais por meio das redes, à serviço do capitalismo, Milton Santos (2005) defende a união horizontal entre as comunidades de lugar a fim de reconstruir "aquela base de vida comum susceptível de criar normas locais, normas regionais" (idem).

A partir desse olhar de Milton Santos, acredita-se que essa reconstrução pode se dar através da mídia local e de proximidade. Ainda que as redes de rádio e televisão tenham avançado rumo às localidades, e em Mato Grosso do Sul esse fenômeno seja plenamente observável, como veremos adiante, cabe ao jornalismo de proximidade auxiliar na reconstrução da base comum dos territórios, enfrentar a ordem global, e, por que não, contrapor as culturas dominantes.

### 3 AS MÚLTIPLAS DEFINIÇÕES DE JORNALISMO LOCAL

Este capítulo se debruça na compreensão da multiplicidade de abordagens acerca do modelo de jornalismo desenvolvido em territórios situados às margens dos centros urbanos. Hiperlocal, microlocal, local, microrregional, do interior/interiorano, pequena imprensa, regional, de proximidade, são termos utilizados corriqueiramente como síntese de uma tipologia de jornalismo local nos estudos brasileiros e internacionais.

Embora haja uma multiplicidade de definições acerca do modelo de jornalismo praticado em instituições midiáticas que não integram a “grande mídia”, esta tese buscará uma definição que melhor traduza a complexidade e a dinâmica do radiojornalismo praticado em localidades situadas no interior brasileiro.

Desta forma, este capítulo parte inicialmente de concepções que definem a imprensa do interior a partir das noções de quase artesanal e pequena imprensa. Num segundo momento, debruça-se sobre a concepção de jornalismo hiperlocal numa perspectiva colaborativa e voltada ao contexto digital. Em seguida, discute-se a questão das escalas na categorização do local/regional e a noção da proximidade como elemento preponderante na articulação do jornalismo de territórios interioranos. Por fim, apresentar-se-á a questão do radiojornalismo de proximidade.

#### 3.1 JORNALISMO DO INTERIOR: DE ARTESANAL À PEQUENA IMPRENSA

Muitos pesquisadores brasileiros preferem adotar a noção de **interior** na definição de um modelo de jornalismo local ou mesmo regional que se contrapõe ao modelo de referência praticado nos grandes centros, como metrópoles nacionais e capitais regionais. A discussão em torno da interiorização brasileira é histórica. Num primeiro momento, a noção de interior ou *hinterlândia* esteve associada a territórios distantes da região litorânea.

Nos estudos de Comunicação, a noção de interior é majoritariamente relacionada às mídias locais que se estabelecem em localidades que não as capitais. Para tanto, cabe enfatizar que o interior brasileiro pode ser entendido como territórios marcados pela diversidade econômica, social e cultural, com patrimônio paisagístico e estilo de vida particulares.

Na concepção de Assis (2013, p.14), territórios interioranos podem se estabelecer tanto na “parte interna das unidades federativas, quanto no litoral e na fronteira entre estados (províncias em alguns casos) ou na divisa de países”, o que, obviamente, tende a resultar em modelos de mídia distintos, mas não menos importantes que o jornalismo praticado em grandes

centros urbanos. Um dos pesquisadores pioneiros a estabelecer uma categorização do jornalismo brasileiro foi o geógrafo e jornalista Milton Santos. Em 1955, durante o *IV Congresso Nacional de Jornalistas* de Belo Horizonte, o autor propôs uma classificação funcional dos jornais brasileiros, para a qual os aspectos geográficos eram determinantes.

De acordo com o pesquisador, os jornais possuem uma área geográfica de influência, ou seja, “o seu raio de ação determinado, não só quantitativa como qualitativamente” (SANTOS, 2007, p.1). Essa relação de influência territorial também pode ser acrescentada tanto ao rádio quanto à TV, ainda que possuam limitações de abrangência de natureza legal ou mesmo tecnológica, ambos exercem influência nos territórios que lhe competem.

A partir da proposição de Santos (2007), levando-se em consideração o aspecto da funcionalidade, os impressos foram categorizados, portanto, em nacional ou supraestadual, por geralmente serem publicados na metrópole política ou econômica. Já os jornais estaduais, foram assim definidos, por serem produzidos nas capitais dos estados, consideradas “centro das pulsações do organismo político e administrativo”. Por fim, em menor escala, foram categorizados como regionais e locais os periódicos que estavam “cada vez mais interessados pelos problemas locais” (SANTOS, 2007, p.3).

**QUADRO 2** – Síntese da classificação dos jornais por Milton Santos

<b>Categoria</b>	<b>Âmbito de circulação</b>	<b>Perfil de Conteúdo</b>
<b>Nacional / Supraestadual</b>	Brasília e São Paulo; capitais estaduais e cidades contempladas por linhas aéreas.	Dedica-se à política nacional e econômica do país. Raramente enfoca questões regionais.
<b>Estadual</b>	o estado respectivo, podendo circular em outros estados.	Possui função regional com assuntos de interesse geral e política provincial.
<b>Regional</b>	circula em área respectiva.	Prioridade para fatos locais (dos municípios de abrangência) que se sobrepõem a fatos estaduais e nacionais.
<b>Local</b>	área restrita de interesses.	Destinado a interesses do lugar onde atua. Voltado à cobertura de problemas de natureza corriqueira e do cotidiano.

Fonte: adaptado de Santos (2007).

Assis (2013) refuta abordagens que trabalham a definição da mídia interiorana a partir das terminologias locais ou regionais. Para o autor, essas definições são limitantes uma vez que

a noção de local e regional também podem, por vezes, se referir à mídia de grandes centros urbanos. Dessa forma, Assis (2013) sustenta que as definições local/regional podem tanto servir de parâmetro para definir um veículo midiático de localidades dos rincões brasileiros, quanto podem ser atribuídas a veículos que atuam em determinados bairros de metrópoles nacionais ou mesmo capitais de estados.

Mesmo que se reconheça que a questão geográfica seja condicionante na caracterização do jornalismo do interior, Dornelles (2013, p.71) acrescenta que esse modelo de jornalismo é “reconhecido por outras características próprias, por serem do interior”. O que difere, porém, o jornalismo do interior da noção de local/regional, na concepção de Assis (2013), está associado à repercussão dos fatos.

No jornalismo do interior, esses fatos raramente despertam interesse das mídias dos grandes centros urbanos, exceto em casos de grande repercussão. Já no jornalismo local/regional, os fatos tendem a ganhar notoriedade com certa frequência ao atingir regiões amplas a partir da repercussão de instituições de mídia das capitais ou de maior âmbito. Em concordância com Assis (2013), Dornelles (2013, p.82) também destaca que o jornalismo do interior ressalta a cobertura de acontecimentos locais, “que em geral não têm espaço na grande mídia”.

Na década de 1960, Luiz Beltrão afirmava que o jornalismo interiorano brasileiro tinha como missão priorizar em sua cobertura “ideias, reivindicações e cultura das populações regionais” (BELTRÃO, 2013, p.25). De acordo com o autor, historicamente, os jornais do interior serviam ao interesse do local de abrangência que lhe competia, sendo essencialmente voltado para questões políticas, literárias e noticiosas.

No final da década de 1970, o pesquisador Wilson da Costa Bueno tentando estabelecer uma denominação para o fenômeno local do jornalismo, realizou um estudo comparado no qual evidenciou as características peculiares da imprensa da capital paulista, denominada por ele como “imprensa industrial”, e de municípios do interior do estado de São Paulo, classificada como “imprensa artesanal” (REIS, 2022).

Em capítulo publicado na obra *Imprensa do Interior*, Bueno (2013, p.45) atualizou a noção de imprensa artesanal, e ampliou a categorização da imprensa do interior, reclassificando os jornais do interior em *jornal local quase artesanal*, *jornal local estruturado* e *jornal regional*. Tanto o jornal local quase artesanal quanto o jornal local estruturado “têm como limite de circulação a cidade ou o município que mantém a sua sede”. Já o jornal regional, ao buscar influenciar determinada região, tem seu leque de cobertura e circulação ampliado para municípios próximos.

Embora haja aproximações com a classificação funcional dos jornais brasileiros de Santos (2007), a perspectiva de Bueno (2013) trabalha numa categorização que prioriza âmbitos menores do território nacional. Além disso, a categorização do pesquisador, leva em consideração a infraestrutura da empresa jornalística, as características do produto, e a relação que estabelece com a comunidade de proximidade.

No jornal local quase artesanal, em termos estruturais, observa-se um quadro com número reduzido de pessoal. A redação é enxuta e, em alguns casos, é formada apenas por sócios, ou por uma espécie de *equipe*<sup>43</sup> ou “faz tudo”. Assim, há o acúmulo de funções com a sobrecarga de trabalho que resulta em profissionais atuando na redação e, não raro, no departamento comercial.

Bueno (2013) acrescenta que os jornais quase artesanais se caracterizam pela inexistência de especialização e, geralmente, apresentam elevado percentual de profissionais sem formação superior. Há voluntários que prestam serviço em troca de visibilidade midiática. Geralmente, são pessoas que exercem função pública, o que compromete a cobertura jornalística. No entanto, a colaboração possibilita ao empresário soluções de ordem financeira e de relacionamento, pois “não há condições de remunerar jornalistas profissionais”, e possibilita “abrir espaço para amigos de casa” (BUENO, 2013, p.51).

No que tange à sustentabilidade, o jornal quase artesanal, ou mesmo o local que não está estruturado, sofre dificuldades por estar ancorado na propaganda oficial de órgãos públicos da localidade. Além do repasse de publicidade institucional, a receita desses periódicos é complementada com a realização de serviços gráficos e anúncio de classificados.

Em termos de conteúdo, dificilmente os jornais quase artesanais contextualizam informações nacionais e internacionais para os leitores locais. Conforme Bueno (2013, p.56), estes não apresentam distinção entre o conteúdo que é opinativo do informativo e, em geral, os títulos são adjetivados. Geralmente a periodicidade é semanal ou trissemanal, operando como “meras registradoras de fatos”, ainda que desvinculadas do critério de atualidade no jornalismo.

No nível intermediário entre o quase artesanal e o regional, encontra-se o jornal local estruturado. Por vezes, apresenta características do jornal regional, em outras do jornal local quase artesanal. Em síntese, tem como limite de circulação a cidade ou o município em que mantém a sua sede.

---

<sup>43</sup> Quando apenas uma pessoa acumula o máximo de funções possíveis numa empresa de mídia local. É importante destacar que estas funções deveriam ser distribuídas de acordo com a *expertise* e *know-how* de cada colaborador. Assim, é comum na mídia local que um único profissional, diante das limitações operacionais e gerenciais da empresa midiática, acaba assumindo a parte administrativa-financeira, comercial e a produção jornalística do veículo.

Por sua vez, o jornal regional apresenta estrutura econômica mais robusta do que os demais modelos anteriores, com características e estrutura próximas do observável na denominada “grande imprensa”. De acordo com Bueno (2013, p.48), em termos estruturais, apresenta organização administrativa com vários setores, divisão de cargos e funções, o que resulta na especialização das funções, o que possibilita “tratamento adequado das pautas específicas, e leva em conta o perfil e o interesse da audiência”.

Por serem, em sua maioria, sociedades anônimas dirigidas por integrantes da mesma família, tendem a formar grupos regionais de mídia, reunindo também emissoras de rádio, TV e veículos *online*. Há casos também em que a direção esteja “sob a responsabilidade de caciques políticos, comumente denominados de laranjas” (BUENO, 2013, p.53).

Com tiragem ampla e periodicidade diária, os jornais regionais apresentam número significativo de páginas, o que permite cobrir acontecimentos do município sede e daqueles do entorno no intuito de influenciar a região. Além disso, buscam ressignificar notícias nacionais e internacionais para o âmbito regional, ou mesmo aquelas de grande impacto.

Por captarem fontes de receitas diversas em empresas de grande e pequeno porte de atuação local, regional e, até mesmo, nacional, os jornais regionais apresentam sustentabilidade financeira mais saudável e planejamento empresarial mais bem estruturado, embora Bueno (2013, p.55) reforce haver “interesses políticos explícitos na mídia do interior como um todo”.

Historicamente, os partidos conservadores e controladores do poder político e econômico sempre mantiveram a hegemonia sobre o jornal, o rádio e a televisão. É através destes veículos e do controle do capital que as grandes oligarquias se revezam no poder (FERNANDES, 2003, p.114).

Entre as diferenças já elencadas, há algo em comum observável nas três subdivisões do jornalismo do interior. De acordo com Bueno (2013, p.57-58), ao registrar o cotidiano da localidade em que estão inseridos, essas iniciativas ocupam “o vazio deixado pela grande imprensa, que em virtude de sua amplitude de circulação não pode se ocupar do dia a dia das comunidades, limitando-se a retratar apenas fatos absolutamente relevantes”.

No quadro 3, apresenta-se uma síntese das características do jornalismo do interior com base na proposição de Bueno (2013) e destaque para o quase artesanal e regional. As características dos jornais locais estruturados não foram sistematizadas, pois estes assumem, em determinados contextos, características de ambos os modelos.

**QUADRO 3** – Síntese da classificação dos jornais por Wilson Bueno

Variáveis	Jornal local quase artesanal	Jornal Regional
<b>Estrutura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Não há divisão de trabalho com profissionais atuando em múltiplas funções;</li> <li>● Reduzido número de empregados limitados a 5 pessoas;</li> <li>● Conta com quadro de voluntários;</li> <li>● Salários próximos do mínimo nacional;</li> <li>● receitas provenientes da publicidade oficial ou de serviços gráficos;</li> <li>● sociedade limitada familiar;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estrutura funcional obedecendo a especialização próximo dos padrões da grande mídia;</li> <li>● grande número de colaboradores;</li> <li>● remuneração de acordo com piso da categoria;</li> <li>● diversidade de anunciantes com atração de empresas nacionais.</li> <li>● Propensos à formação de conglomerados (rádio, tv e <i>online</i>).</li> </ul>
<b>Produto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Periodicidade semanal ou trissemanal;</li> <li>● Limita-se a anúncios de classificados e dá destaque para campanhas publicitárias de órgãos públicos e publicações de atos oficiais;</li> <li>● Cobertura nacional e internacional praticamente ignoradas;</li> <li>● Títulos e matérias, em sua maioria, com teor opinativo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Número elevado de páginas;</li> <li>● Maior cobertura jornalística;</li> <li>● Periodicidade diária e tiragem proporcionalmente significativa;</li> <li>● Anúncios de médio e grande porte a partir de empresas locais, regionais e até nacionais;</li> <li>● Cobertura nacional e internacional ampliada;</li> <li>● Texto produzido sob as técnicas jornalísticas básicas e separação clara entre o editorial e o texto informativo;</li> </ul>
<b>Relação com a comunidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cumprem a função comunitária trazendo informações do local de abrangência, preenchendo o vazio da grande imprensa.</li> </ul>	

Fonte: elaborado pelo autor com base em Bueno (2013).

Desde meados da década de 1990, Dornelles (2013) tem se debruçado na compreensão da caracterização do modelo de jornalismo desenvolvido no interior, a partir da prática do jornalismo impresso de cidades interioranas do Rio Grande do Sul. Na investigação que realizou, a autora identificou que os jornais do interior “priorizam a divulgação de fatos locais,

de interesse da comunidade por onde circula, tendo como fonte os moradores da região, e com poucas declarações de autoridades estaduais ou federais” (DORNELES, 2013, p.81).

A partir da experiência de pesquisa no interior gaúcho, Dornelles (2013) identificou três modelos de jornalismo existentes a partir das características preponderantes observadas. Segundo ela, o primeiro tipo de jornais do interior opera mercadologicamente visando à lucratividade. Assim, sustenta-se a partir da comercialização de espaços publicitários e prioriza-se a cobertura de acontecimentos locais que não encontram ressonância na grande mídia, conforme já mencionado.

Esses podem ser identificados como um reproduzidor da lógica dos grandes meios de comunicação, principalmente no que se refere ao sistema de gestão e aos interesses em jogo. Explora o local enquanto nicho de mercado, ou seja, os temas e as problemáticas específicas da localidade interessam enquanto estratégias para se conseguir aumentar a credibilidade e a audiência, e conseqüentemente obter retorno financeiro (DORNELES, 2013, p.82).

No segundo modelo, embora apresente características similares ao primeiro, apresenta interesses distintos, sendo definido como jornal comunitário por “contribuir para a ampliação da cidadania e favorecer a participação popular; ocupando-se com questões relativas às desigualdades e movimentos sociais” (DORNELLES, 2013, p.82-83). De acordo com a pesquisadora, esses jornais atuam como agentes de cobrança e protagonistas em busca de resolutividade de problemas sociais da localidade.

Um outro perfil de jornalismo do interior observável por Dornelles (2013, p. 83) no Rio Grande do Sul apresenta vínculos explícitos com agentes políticos e econômicos da região. Segundo ela, o conteúdo dos periódicos, nesta modalidade, apresenta “matérias jornalísticas favoráveis a algumas correntes políticas, principalmente daquelas que estejam no exercício do poder”. Geralmente, há um silenciamento sobre os desmandos e negligência do executivo local, quando não há publicação de matérias pagas como se fosse conteúdo jornalístico isento.

Outra abordagem acerca do jornalismo do interior foi proposta por Mário Luiz Fernandes (2003) ao definir como “pequena imprensa”, a mídia impressa do estado de Santa Catarina. No início dos anos 2000, o pesquisador já identificava os vazios da informação em pequenas localidades catarinenses. Segundo ele, os jornais catarinenses estavam concentrados em municípios de maior porte e as cidades com menos de 20 mil habitantes, que representavam 80% das localidades de Santa Catarina no início dos anos 2000, se configuravam “num mercado pouco interessante até mesmo para a pequena imprensa”, apontando uma correlação direta entre

os índices econômicos e populacionais como preponderantes para o estabelecimento de jornais catarinenses (FERNANDES, 2003, p.104).

Numa perspectiva crítica, Fernandes (2003, p.109) apontou em sua pesquisa que “a falta de planejamento, o amadorismo administrativo e comercial, a falta de respaldo do mercado publicitário, até o comprometimento do conteúdo da linha editorial”, se configuravam como ameaças capazes de impactar a sustentabilidade da pequena imprensa.

Os fatores comercial e editorial são os dois pontos mais vulneráveis dos jornais do interior, e estão intrinsecamente relacionados. Sem um faturamento sólido, muitos não têm como investir na qualidade editorial, e sem um bom conteúdo editorial, por sua vez, não conseguem consolidar uma boa carteira de anunciantes e de assinantes. As consequências são mais ou menos previsíveis: com o faturamento limitado, a maioria fica à mercê das investidas dos detentores do poder político (FERNANDES, 2003, p.127).

No Brasil, o jornalismo interiorano na modalidade impressa nunca pôde contar com a venda dos exemplares para se tornar viável economicamente. De acordo Silva (2013), o país, de uma forma geral, não possui tradição de leitura o que torna mais difícil a captação de assinantes. No rádio e na televisão, esta captação torna-se ainda mais difícil, pois é da natureza do meio oferecer informação gratuita para as audiências. Assim, os veículos midiáticos das pequenas localidades, ao invés de buscar fontes de financiamento alternativas e novas estratégias de sustentabilidade, optam pelo caminho mais fácil recorrendo ao poder econômico e político constituído.

Para Silva (2013), a dependência midiática em relação a grupos políticos e econômicos são marcantes nos contextos regionais mais frágeis. Para o pesquisador, “quanto mais pobre a região, maior é a relação dos jornais com os poderes públicos governamentais. Com isso, a qualidade da informação jornalística fica cada vez mais comprometida” (SILVA, 2013, p.89).

Sobre a relação estabelecida entre a mídia e o poder público local, Fernandes (2003, p.127) ressalta que esta acaba por restringir “a autonomia para a prática de um jornalismo imparcial ou menos condescendente com este poder”. Outro aspecto identificado por Fernandes (2003, p.132) diz respeito à rivalidade editorial no campo político-ideológico da mídia de determinadas localidades.

[...] há veículos que declaram guerra aos prefeitos em oposição ideológica ou partidária. Há também aqueles que investem nesta postura oposicionista apenas enquanto não recebem apoio em forma de publicações legais ou de matérias pagas. A partir do momento em que a prefeitura libera alguns recursos, a posição do jornal se inverte.

No rádio do interior, como o coronelismo eletrônico impera e parte das concessões é dominada por agentes políticos, movimentos favoráveis e contrários à administração de determinadas localidades são perceptíveis nas narrativas do conteúdo noticioso diário.

Segundo Janaine Aires e Suzy Santos (2017, p.39), o coronelismo eletrônico diz respeito a uma característica do sistema midiático brasileiro pelo qual se observa um “compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários dos meios de comunicação”.

Desse modo, quando os opositores do grupo detentor da concessão da estação de rádio assumem o poder municipal, por exemplo, os programas jornalísticos tendem a atuar de forma crítica em relação à municipalidade. Porém, quando os *parceiros* assumem o poder, o jornalismo radiofônico tende a *passar pano* para os desmandos dos representantes do executivo ou legislativo municipal, situação também observável em impressos e portais *online*.

Outro aspecto marcante no jornalismo do interior, identificado por Beltrão (2013) na década de 1960, é a colaboração voluntária dos “intelectuais da terra” na produção jornalística, algo que através dos dispositivos móveis e demais ferramentas de Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) tem sido facilitado na atualidade.

Naquela época, os jornais do interior já apresentavam aspecto multifuncional, pois “o editor solitário é, ao mesmo tempo, repórter, redator, encarregado da publicidade, tipógrafo, impressor, chefe da circulação e, às vezes, até distribuidor” (BELTRÃO, 2013, p.28). Passados 60 anos desde a análise dos jornais interioranos no estado de Pernambuco, observa-se que a proposição de Beltrão (2013) permanece útil para o contexto do jornalismo do interior na sociedade contemporânea.

O perfil de profissionais multifunções ainda se faz observável em inúmeras instituições midiáticas brasileiras. Na pesquisa que desenvolveu sobre a “pequena imprensa catarinense”, Fernandes (2003) destaca que a polivalência está relacionada aos escassos recursos financeiros dos periódicos na contratação de pessoal.

Esta característica expõe o profissional a dois extremos: de um lado, a sensação de estar sendo explorado pelo patrão; e de outro, uma intrínseca autonomia interna no acompanhamento de todas as etapas de produção da notícia. A primeira questão fica evidente, quando se associa o acúmulo de funções aos baixos salários (FERNANDES, 2003, p.164).

Ainda que apresente natureza peculiar, o jornalismo do interior busca, em certa medida, incorporar o modelo vigente na denominada grande mídia. De acordo com Silva (2013), nos

jornais nordestinos, a partir da década de 1970, houve modernização dos parques gráficos e alterações no projeto visual, porém estes incorporaram o estilo de jornais do eixo Rio-São Paulo.

O fenômeno de replicação do modelo da grande mídia, também foi observado por Dornelles (2013, p.82) em jornais de cidades com mais de 100 mil habitantes, no interior do Rio Grande do Sul. Além de reproduzir as mesmas práticas de produção da notícia, “copiam até seus projetos gráficos”.

No rádio, na TV e mesmo nos veículos digitais, embora haja peculiaridades no contexto interiorano, a replicação do modelo preestabelecido pelas grandes corporações midiáticas parece ser a regra em muitas empresas midiáticas locais. Para Peruzzo (2005, p.81), essa tendência de reproduzir o modelo da grande-imprensa é comum na mídia local “ao imitar o estilo de tratamento da informação ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais”.

No caso específico da televisão, acrescenta a pesquisadora, há a “exigência de enquadramento nos padrões nacionais das grandes redes, que direcionam as temáticas e o modo de expressão, acabando por inibir o afloramento dos sotaques regionais e maior inserção de mão de obra local” (PERUZZO, 2005, p.72).

### 3.2 JORNALISMO SOB A PERSPECTIVA HIPERLOCAL

Ainda que a taxonomia dos modelos de jornalismo no mundo esteja subsidiada por uma questão de escalas, como evidenciou Aguiar (2019), a primeira impressão que se tem, quando se depara com as definições de jornalismo hiperlocal, é que esta se trata de uma perspectiva similar à de “superlocal”, objeto de crítica de Pinto (2015). Em certa medida, a associação desta abordagem à de supervalorização do jornalismo local pode fazer certo sentido, mas há outras nuances envolvidas nesta categorização do hiperlocal.

Há abordagens teóricas que remetem o modelo de jornalismo hiperlocal a uma noção de jornalismo alternativo, como um modelo emergente que tenta se desvencilhar do que tradicionalmente vem sendo publicado pela grande mídia. Assim, o jornalismo hiperlocal pode ser caracterizado a partir de um hibridismo em que os assuntos pautados priorizam movimentos cívicos e comunitários, assuntos públicos de âmbito estadual ou regional, ou até de menores âmbitos como cidades, bairros, distritos, aldeias, podendo ser assumido por vezes como jornalismo segmentado.

Flores Vivar (2015) mergulha no significado etimológico do prefixo hiper na tentativa de apresentar uma definição de *jornalismo hiperlocal*. Numa primeira interpretação, o hiperlocal está associado a uma ideia de superioridade deste modelo de jornalismo, conforme mencionado anteriormente. Já numa segunda abordagem, o pesquisador peruano radicado na Espanha busca relacionar o hiperlocal à noção de hipertexto, ou seja, texto no ambiente digital no qual se conectam inúmeras outras informações em diversos formatos, como som, imagens etc.

De forma sintetizada, a noção de jornalismo hiperlocal é construída pelo pesquisador a partir da junção dos significados do termo hiper, tanto numa perspectiva de valorização do local, quanto associado às potencialidades do ambiente digital. A definição de jornalismo hiperlocal tem como mote a noção de *hiperlocalismo*<sup>44</sup>, que pode ser resumida como “aquela informação que se refere-se a uma localidade territorial ou geográfica cuja representação é dada pelo uso de hipertexto (e sua variante hiperímídia), característica *sine qua non* de informações jornalísticas e não jornalísticas produzidas na Internet” (FLORES VIVAR, 2015, p.39, tradução nossa)<sup>45</sup>.

Com características similares a dos jornais alternativos e rádios comunitárias, esse modelo apresenta como singularidade, portanto, a emergência em ambientes digitais a exemplo de sites jornalísticos, blogs, *podcasts*, rádios na web, páginas e perfis em redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e mais recentemente através de iniciativas no *Instagram* e no *Tik Tok*. Por apresentar natureza genuinamente digital, agrupa as habilidades de transmissão e interatividade da internet, possibilitando engajamento das audiências na produção de conteúdo ou ativismo político resultante.

Dessa forma, as instituições de mídia hiperlocais podem ser definidas como “organizações de notícia cujo conteúdo deve ser original, baseados geograficamente e orientado para a comunidade; a partir de iniciativas nativas na web e destinadas a preencher lacunas de cobertura de um problema ou região; além de promover o engajamento cívico” (METZGAR; KURPIUS; ROWLEY, 2011, p.774, tradução nossa)<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> O hiperlocalismo é derivado da noção de localismo defendida por Dornelles (2013, p.70) e corresponde a “divulgação de fatos e acontecimentos de repercussão local, de interesse imediatos dos moradores que residem no município-sede do jornal”.

<sup>45</sup> El hiperlocalismo será aquella información que se refiere a una localidad territorial o geográfica cuya representación viene dada por el uso del hipertexto (y su variante hipermedia), característica *sine qua non* de la información periodística y no periodística que se produce en internet.

<sup>46</sup> Hyperlocal media operations are geographically-based, community-oriented, original-newsreporting organizations indigenous to the web and intended to fill perceived gaps in coverage of an issue or region and to promote civic engagement.

O engajamento que proporciona e a possibilidade de participação dos públicos na definição da agenda noticiosa faz com que muitos remetam o hiperlocal às iniciativas de jornalismo cívico. Porém, observa-se que a geografia é o elemento preponderante na definição desse modelo de jornalismo. Segundo Metzgar *et al.* (2011), a geografia define o quão longe o jornalismo vai em busca de notícias e quão ampla é sua audiência.

Na concepção de Magnoni e Miranda (2018, p.169), a geografia é determinante no jornalismo hiperlocal, pois “se concentra na cobertura de eventos de uma área geográfica específica: um bairro, uma cidade ou mesmo um Estado, embora os cidadãos que possam vir a discutir ou relatar o evento *online* possa estar fora dessa mesma área geográfica”.

Uma das principais contribuições que o jornalismo hiperlocal pode trazer para o cenário midiático contemporâneo é ajudar a minimizar a ausência de cobertura jornalística em localidades nas quais os veículos da mídia tradicional não estão presentes ou não dão cobertura a acontecimentos que ocorrem no âmbito localizado.

Ao favorecer a abordagem local, o jornalismo torna-se importante fomentador de práticas cidadãs. Uma vez que na infinidade das metrópoles a uniformidade de identidades parece mais latente, valorizar a localidade pode criar maneiras de sociabilização, principalmente nas regiões mais periféricas (MIRANDA; VICENTE; CARVALHO, 2015, p.56-57).

Mais do que informar os membros da comunidade sobre assuntos da localidade, os veículos midiáticos que atuam numa perspectiva hiperlocal, inevitavelmente, acabam posicionando essas localidades no âmbito global e apoiando a sustentabilidade dessas comunidades (BAINES, 2012).

Para Baldessar e Dellagnello (2013, p.55), o jornalismo hiperlocal tem impactado o ecossistema midiático das localidades “ao desafiar os filtros editoriais e econômicos das corporações de comunicação”, e por possibilitar aos públicos a superação de obstáculos de acesso e participação. Iniciativas deste modelo de jornalismo têm obtido êxito de tal maneira que estas têm sido incorporadas também por mídias corporativas de grande porte.

De acordo com Baines (2012), a mídia hiperlocal apresenta incumbências de ordem multifacetada ao gerar e reforçar as representações do lugar e das pessoas, ressaltando o sentimento de pertencimento dos que ali residem. Além de criar um espaço de engajamento cívico, social e cultural, o jornalismo hiperlocal pode promover interações econômicas ao abrigar espaços de publicidade. O pesquisador alerta, porém, que as comunidades locais podem ser vistas como mercadorias em potencial a partir de uma articulação entre as corporações midiáticas e os anunciantes.

Ao investigar o jornalismo em comunidades rurais da Grã-Bretanha, Baines (2012) observou que o hiperlocal tem despertado interesse, cada vez mais intenso, em representantes da mídia corporativa, como também mencionam Baldessar e Dellagnello (2013). Por considerar um nicho a ser explorado, o *The New York Times*, nos EUA, e o *Daily Mail*, na Grã-Bretanha, lançaram em 2009 sites hiperlocais a fim de atender leitores e mercado de anunciantes. São iniciativas voltadas para o subúrbio das metrópoles, pequenas cidades e vilarejos, mesmo que atualizadas de espaços distantes de sua circulação (BAINES, 2012).

Ainda que assuma uma postura colaborativa cada vez mais próxima das audiências, Baines (2012) destaca que é necessário haver equilíbrio na relação entre colaboradores-jornalistas e proprietários do veículo hiperlocal. Para ele, o controle do conteúdo pelo jornalista profissional é fundamental para que a colaboração de amadores seja bem-sucedida e se mantenha uma relação de confiança entre ambos.

A relação de reciprocidade entre mídia e comunidade também é defendida por Vidigal Rocha (2015). Ao aderir a efetiva participação das audiências, os veículos, além de ampliar a aproximação com os públicos possibilita a ampliação da pluralidade de informações. Mais do que priorizar o *hiperlocalismo*, o jornalismo hiperlocal deve “ser útil à sociedade e consequentemente à região na qual atua”, melhor orientando a comunidade de abrangência, produzindo conteúdo informativo original e inédito e contrapondo notícias de âmbito internacional e nacional, comuns em veículos tradicionais (VIDIGAL ROCHA, 2015, p.56-57).

Atuando em duas frentes definidas, editorial e comercial, o jornalismo hiperlocal no âmbito editorial, atua de forma a suprir as necessidades do público, oferecendo conteúdos segmentados e de forma direcionada. No aspecto comercial, o direcionamento é perceptível ao disponibilizar “produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor”, o que se torna um atrativo para anunciantes (CARVALHO; CARVALHO, 2014, p.73).

Embora as mídias convencionais tenham se apropriado do modelo de jornalismo hiperlocal, há perspectivas que o definem como um modelo de jornalismo colaborativo na qual recai a possibilidade das audiências se tornarem protagonistas da emissão de conteúdo.

Nessa lógica, André Lemos (2009, p.12) explica que esse pode ser definido a partir da “conjunção de funções massivas e pós-massivas”, na qual as audiências buscam precisão nas informações próximas e de seu interesse a partir do “cruzamento de notícias dos jornais, dos blogs, do “*Twitter*”, da polícia, da prefeitura”. Há, segundo o autor, duas dimensões definidoras: uma que está associada à localização do público e a segunda marcada “pelas características pós-

massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação” (LEMOS, 2009, p.12).

Na mesma perspectiva, Lemos e Pereira (2011, p.8) destacam que o envolvimento das audiências na cobertura e produção jornalística de conteúdos sobre uma comunidade específica se configuram como elemento determinante na concepção do jornalismo hiperlocal. Nessa modalidade, a experimentação consegue reunir inúmeros recursos digitais a exemplo de “textos, produção audiovisual (vídeos, podcast, paisagem sonora) fotografias, infográficos, mapas em um gerenciador de conteúdo de fácil acesso e manuseio, como o blog” (LEMOS; PEREIRA, 2011, p.8).

Ao assumir uma natureza colaborativa, as organizações de jornalismo hiperlocal ficam diante da possibilidade de conquistar fontes alternativas de sustentabilidade. Além da colaboração no processo produtivo, as instituições de mídia podem levantar campanhas a fim de alcançar subsídios e doações das audiências, de modo que não se mantenha tão refém da publicidade local, sobretudo do poder público.

Na atualidade em que as audiências estão cada vez mais conectadas e equipadas por dispositivos móveis, o fluxo de comunicação de muitos para muitos parece ser a ordem vigente. De acordo com Flores Vivar (2015), a partir da emergência de novas tecnologias de comunicação e informação, o ambiente digital se torna um *locus* propício para o exercício do jornalismo cidadão, além de assegurar a liberdade de expressão e opinião das audiências.

O jornalismo hiperlocal, como pôde ser observado neste subcapítulo, tende a ser uma nova forma de restabelecimento do jornalismo na sociedade contemporânea. No entanto, cabe aqui enfatizar, que as proposições elencadas guardam semelhanças e podem ser confundidas com a multiplicidade de abordagens acerca do jornalismo que é desenvolvido em territórios periféricos.

A partir das releituras de autores mencionados neste subcapítulo, pode-se concluir que a característica peculiar do jornalismo hiperlocal é a possibilidade de recorrer a plataformas no ambiente digital para disseminação de conteúdo num modelo cada vez mais colaborativo. À medida que os dispositivos móveis vão ganhando novas possibilidades tecnológicas, vai sendo continuamente incorporado às redações da mídia tradicional como o rádio, a televisão e mesmo nos impressos e ciberjornais.

Além de oferecer aos públicos a possibilidade de participação, manter essa estratégia de colaboração possibilita que o veículo reporte acontecimentos de locais onde nem sempre é possível que os jornalistas profissionais nem sempre “podem chegar”, como bem pontuou

Flores Vivar (2015). Estratégia essa, cada vez mais presente na realidade da mídia empresarial e hegemônica.

### 3.3 ENTRE O LOCAL E O REGIONAL: A QUESTÃO DA PROXIMIDADE

O desafio deste subcapítulo é apresentar uma definição de jornalismo que supere as escalas restritivas que giram em torno das designações de local e regional. No entanto, se faz necessário reconhecer e trazer as principais definições baseadas nessas nomenclaturas, uma vez que estas abordagens são majoritárias na pesquisa em Comunicação, sobretudo no campo do jornalismo.

Tradicionalmente, a prática jornalística se desenvolve e tem se voltado para o âmbito local. Conforme Peruzzo (2005), desde seu surgimento, os meios de comunicação de massa como o jornal, o rádio e a TV são vocacionados para o “raio de abrangência local ou regional”. Já Fernandes (2013) acrescenta que, durante a era da imprensa de massa, o jornalismo foi capaz de reconhecer as potencialidades da notícia local. Segundo ele, “foi no centro das grandes massas que os homens de mídia perceberam que o público necessitava de informações cada vez mais direcionadas” (FERNANDES, 2013, p.107).

Inicialmente, os “jornais locais” foram assim denominados porque pertenciam a proprietários da localidade, sendo produzidos naquele espaço e, para isto, empregavam moradores do entorno para atuarem como jornalistas. Além disso, eram predestinados a relatar os problemas do cotidiano e, portanto, atraíam leitores do lugar (FRANKLIN, 1998).

Para além desta definição associada a localidade, Guillaumet (2002) apud Jerónimo (2015) argumenta que o jornalismo local apresenta uma tríplice vocação histórica. A primeira delas é a vocação de serviço, considerada pelo pesquisador como a vocação original, primária, da imprensa local, algo até hoje significativo no rádio local. A segunda vocação é a informativa com ênfase na informação enquanto vocação genuína do jornalismo. Por fim, a vocação local que, segundo o autor, é acentuada pela tradição.

As funções informativa e utilitária também são consideradas características principais da comunicação regional e local na concepção do teórico português Jorge Pedro de Sousa (2003). Para o pesquisador, “a comunicação social regional e local é, ou deve ser, em primeiro lugar, um útil veículo de informação” (SOUSA, 2003, p.17).

Na concepção do pesquisador português Pedro Jerónimo (2015, p.127), a imprensa regional abarca veículos que possuam publicações regulares com predominância para conteúdos noticiosos que remetam a “factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa,

económica, política ou desportiva, respeitantes às comunidades a que se destinam e a territórios que atingem, no mínimo, a dimensão de um distrito”.

Uma das peculiaridades da proposição de Jerónimo (2015), e talvez esta seja uma realidade portuguesa, é considerar como integrante da imprensa regional, veículos midiáticos que operem a distribuição de conteúdo noticioso no suporte papel (jornais impressos) ou através das plataformas digitais (ciberjornais), excluindo, portanto, o rádio e a TV, o que não quer dizer que algumas estações destes meios de comunicação não priorizem produção jornalística.

Além disso, outra singularidade na proposição de Jerónimo (2015), ao delimitar a imprensa regional, diz respeito a incluir na configuração da imprensa regional somente instituições de mídia que não possuam dependência direta ou indireta em relação ao poder político constituído, principalmente em nível municipal. Característica esta completamente avessa à realidade brasileira, na qual os vínculos estabelecidos entre a mídia e o poder constituído estão fortemente enraizados, sobretudo em contextos locais e regionais.

Ao descortinar os territórios do jornalismo, Sonia Aguiar (2016, 2019) tensiona o que ela chama de “denominação comum” para as práticas jornalísticas (locais, regionais e do interior) que se desenrolam em âmbitos distintos das metrópoles em que estão sediados os veículos da denominada “grande imprensa”.

As duas principais singularidades do jornalismo desenvolvido em âmbitos que não as grandes metrópoles são: “a maior proximidade geográfica em relação aos fatos que reportam, com os leitores que privilegiam e com as fontes às quais dão voz; e a forte identidade sociocultural e político-econômica com os territórios em que circulam (ou que alcançam)” (AGUIAR, 2016, p.17).

Para a pesquisadora, a distinção entre o local e o regional se dá apenas por uma questão da escala pela qual as práticas jornalísticas são observadas. Aguiar (2019, p.125) acrescenta que a noção de região também pode representar “divisões da escala “local”, intramunicipais e intraurbanas, como distritos, zonas e “regiões administrativas” que aglutinam bairros, comunidades ou povoados”. Assim,

[...] o que distingue o local do regional, no contexto da Comunicação, é apenas uma questão da escala a partir da qual se observam as práticas midiáticas em questão: se um bairro, uma comunidade, uma cidade ou um município; ou se um aglomerado de localidades reconhecido por uma certa identidade (geográfica, sociocultural, histórica) ou ainda por uma denominação político-administrativa (AGUIAR, 2019, p.125).

Neste sentido, observa-se que as definições de jornalismo local e regional estão ancoradas nas delimitações escalares do espaço, baseadas na Geografia. Para Ringlet apud Camponez (2002, p.108), a Geografia é estruturante na definição da informação local, sendo “definida menos pelo seu conteúdo que pelo seu espaço geográfico”.

Tomando como subsídio a proposição de Ringlet, a informação local, elemento que esta tese considera basilar para o exercício de um radiojornalismo de qualidade, corresponde a uma informação gerada a partir de um acontecimento que pode provir de vilas, bairros, aldeias indígenas, assentamentos, colônias, distritos, cidades ou qualquer outro lugar que seja localizável, tanto do ponto de vista geográfico quanto sociológico (RINGLET apud CAMPONEZ, 2002).

Além do aspecto territorial sob o prisma da geografia, Mercadé (1997) amplia os elementos na definição de informação local, elementos estes recuperados por Camponez (2002). Para Mercadé (1997) apud Camponez (2002, p.109) “a sede territorial da publicação; o seu âmbito de difusão e cobertura; a vocação e intencionalidade da publicação; o tratamento dado aos conteúdos; a percepção do jornal sobre o leitor; e a relação com as fontes de informação institucionais”, são elementos na definição do jornalismo local e regional.

[...] a imprensa regional tem por área privilegiada de difusão a região ou a cidade na qual se situa também a sua sede editorial. A vocação, a intencionalidade, os conteúdos e a percepção sobre o leitor são determinados pelo contexto local ou regional, sendo também as relações com as instituições e organismos locais e regionais mais diretas, de caráter permanente e num grau maior de intensidade, comparativamente aos órgãos que se encontram, administrativa e politicamente, a um nível hierárquico superior (CAMPONEZ, 2002, p.110).

No Brasil, Peruzzo (2005) trabalha uma definição de mídia local que reconhece a importância da questão geográfica, porém, acrescenta um viés que enfatiza questões como o território de pertencimento e as identidades. Anterior à proposição de Pinto (2015) que vê a mídia regional a partir do aspecto da heterogeneidade, Peruzzo (2005) já refutava o caráter monolítico da mídia local. “Não há uniformidade no tipo de vínculo dos meios de comunicação em suas regiões, pois a inserção (mais ou menos) comprometida localmente depende da política editorial de cada veículo” (PERUZZO, 2005, p.75).

Como já salientado anteriormente, as definições de jornalismo com recorte local, regional ou mesmo aqueles relacionados à imprensa do interior avaliados anteriormente, são incapazes de dar conta da complexidade da mídia que opera em cidades que não as grandes

metrópoles nacionais brasileiras, sobretudo pela multiplicidade de referências que pode estabelecer.

Neste sentido, entende-se que o jornalismo dito “regional” pode estar associado tanto à prática jornalística exercida em alguma das macrorregiões brasileiras, quanto nas meso ou microrregiões das unidades federativas do País, e mesmo em conurbações urbanas da região metropolitana, bairros e arranjos populacionais onde as delimitações fronteiriças são quase imperceptíveis. No caso do jornalismo do interior, pode remeter ao modelo de jornalismo tanto de cidades que não as capitais brasileiras, quanto pode estar associado a estados do interior brasileiro que estão na região periférica, fora do eixo Sul-Sudeste.

Assim, o argumento que se desenha como norteador desta pesquisa vai de encontro ao que propõe Aguiar (2019) quando afirma que a distinção entre local e regional, no âmbito da Comunicação, se faz meramente por uma questão de escala. Diante da infinidade de categorizações que tanto o local quanto o regional possam estar inseridas, a noção de proximidade defendida por pesquisadores portugueses (CAMPONEZ, 2002, 2012; JERÓNIMO, 2015) se apresenta como a mais adequada para a discussão que esta tese se propõe em torno da configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense.

Em primeiro lugar, pois reconhece-se que a proximidade é algo transversal a qualquer delimitação de prática jornalística, independente da escala utilizada. “A questão da proximidade é transversal ao jornalismo no esforço de comunicar conteúdos pertinentes aos seus leitores” (PERUZZO, 2005, p.75-76).

Em segundo lugar, por se configurar como um dos principais critérios de noticiabilidade na prática jornalística. Em extensa pesquisa bibliográfica na produção de dez autores do campo do jornalismo em nível global, Fernandes (2013) identificou que a proximidade foi citada unanimemente como o principal critério de noticiabilidade estabelecido na prática jornalística.

Desta forma, a proximidade possibilita ao jornalismo “perceber os contextos que determinam os valores-notícia e, a partir daí, organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade” (CAMPONEZ, 2002, p.106).

Em sua proposição, Camponez (2002) foi capaz de aglutinar elementos do jornalismo local e regional e propor uma definição de *jornalismo de proximidade* que extrapola as condicionantes geográficas. Em Portugal, no início do século XXI, havia uma infinidade de correntes teóricas que agrupavam a imprensa local/regional a concepção de imprensa comunitária.

Num posicionamento crítico, Camponez (2002) menciona que há perspectivas que operam numa dualidade, na qual revalorizam ou desqualificam a imprensa regional portuguesa. No Brasil, Pinto (2015) sintetizou percepção similar à de Camponez (2002) no contexto regional como perspectiva relacional assimétrica ou superlocal, conforme mencionado na Revisão do Estado da Arte.

O diálogo entre os pesquisadores, ainda que em temporalidades e contextos distintos, se torna, em certa medida, aplicável ao contexto regional brasileiro atual. Sobre as perspectivas que menosprezam a imprensa regional, pesquisadores portugueses as consideram como formas de comunicação que “navegando nas águas turvas de um jornalismo pré-industrializado, ausente de noções éticas, pouco profissionalizado, temeroso e cacique”. Já as perspectivas que revalorizam a imprensa regional e local, as consideram como “instrumento privilegiado na manutenção ou na reativação de formas comunicativas pré-industriais, alternativas aos modelos de comunicação massificados” (CAMPONEZ, 2002, p.74).

Na pesquisa acadêmica brasileira, Pinto (2015) sugere que a perspectiva relacional assimétrica considera a mídia regional a partir das assimetrias com a mídia nacional, e vê o regional como um grupo homogêneo, sem distinções. Já a segunda perspectiva, superlocal, embora perceba a mídia regional de forma individualizada e particular, a situa sob um modelo provinciano e localizado. Esta abordagem, para Pinto (2015, p.16) “funciona como uma resposta positiva a inferioridade atribuída à mídia regional, enxergando-a como “super heterogênea” e única”.

Em certa medida, um novo encontro dialógico entre Pinto (2015) e Camponez (2002) se torna evidente no questionamento que ambos fazem acerca da mídia nacional. Se por um lado Pinto (2015) indaga a existência da mídia nacional a partir de veículos nacionais considerados de “referência”, Camponez (2002) vai além ao ressaltar que não existe informação nacional, ainda que tenha a mesma percepção sobre a informação local. Para o pesquisador,

Existem modos de contar, de ler e interpretar os acontecimentos dentro de uma geografia de geometria variável. O lugar em que nos posicionamos não é indiferente às formas como contamos, como lemos e interpretamos a informação: do nacional para o local; do local para o nacional; da esquerda para a direita, da religião para o agnosticismo, das bases para o poder. O onde se recolhe a informação local e o onde se vive não é indiferente a esse pacto entre o emissor, o receptor e o media (CAMPONEZ, 2002, p.102).

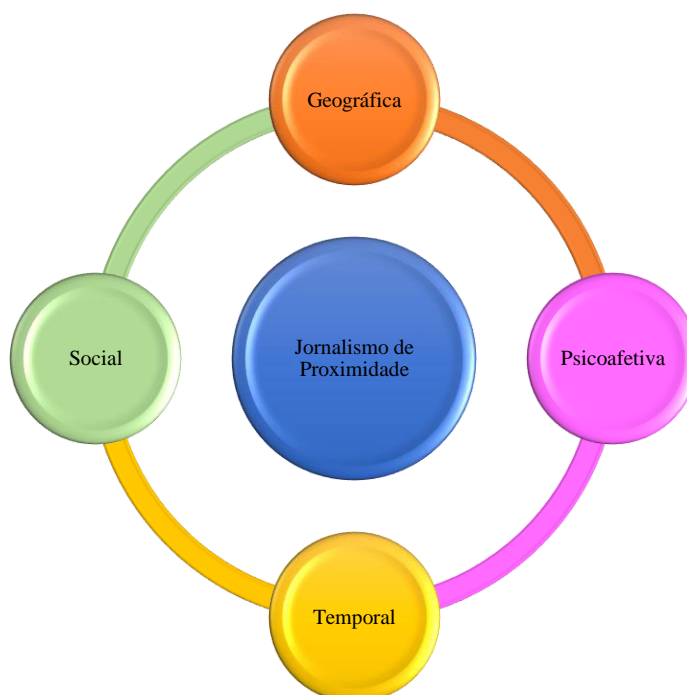
Para Camponez (2002), a definição de imprensa regional não está centrada apenas nas instituições midiáticas locais, mas sim observada a partir da aglutinação de um todo formado

pela instituição social, compromisso midiático e territorial, e, por fim, estratégia empresarial. Assim, “as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projeto editorial. É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação” (CAMPONEZ, 2002, p.103).

Para ele, o pacto comunicacional firmado com o território que lhe compete abranger é uma das principais especificidades do jornalismo de proximidade, pois este está “fundamentalmente comprometido com a sua região e com as suas gentes”. Embora reconheça a importância que a condicionante geográfica possui para a definição do jornalismo de proximidade, o pesquisador acrescenta as dimensões temporal, psicoafetiva e social como determinantes em sua proposição.

A dimensão temporal está associada à proximidade que o público estabelece com a temporalidade em que os acontecimentos se desenrolaram. A dimensão social na ótica da proximidade com as audiências diz respeito aos eixos temáticos que priorizam classe social, profissão, ideologia, religião, política. Já a dimensão psicoafetiva está relacionada a valores como sexo, vida e morte, segurança, dinheiro e destino. Por fim, a dimensão geográfica, embora já ressaltada desde o início deste subcapítulo, diz respeito ao âmbito no qual se desenrolaram determinados acontecimentos noticiáveis que vão desde a aldeia municipal até o plano global (CAMPONEZ, 2002).

**FIGURA 2** – Dimensões que incidem no jornalismo de proximidade



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023) com base na proposição de Camponez (2002).

Além de transitar pelos elementos temporais, psicoafetivos, geográficos e sociais, no campo do jornalismo, a noção de proximidade “se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do *locus territorial*” (PERUZZO 2005, p.76). Assim, a informação de proximidade é definida como

[...] aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais (PERUZZO, 2005, p.81).

Na mídia de proximidade, assim como definiu Camponez (2002), Peruzzo (2005) enfatiza o compromisso com o lugar, os vínculos de pertencimento estabelecidos entre os veículos, jornalistas e audiências, e principalmente o destaque para a qualidade da informação noticiosa. A pesquisadora traz, com base na realidade brasileira, uma crítica relacionada à proximidade que a mídia local tende a estabelecer com forças políticas e econômicas do poder, uma vez que tende a comprometer a qualidade da informação.

Ciente do cenário singular no contexto nacional, a pesquisadora reforça que mesmo diante dos vínculos estabelecidos com agentes políticos e econômicos estas mídias “acabam contribuindo na divulgação de temas locais” (PERUZZO, 2005, p.78), o que reforça o compromisso com os pequenos territórios e as respectivas comunidades que com ele se relacionam geográfica ou afetivamente (CAMPONEZ, 2002; JERÓNIMO, 2015;).

A noção de proximidade também se apresenta como elemento intrínseco à constituição do que tem se delimitado como imprensa local e regional na Espanha. Para Bel Mallén (2008), a proximidade se apresenta como elemento diferencial da informação e, a partir de então, tem se consolidado como uma das bases mais importantes e significativas do jornalismo local e regional. Para o pesquisador, o jornalismo local/regional tem como missão cobrir âmbitos de indiscutível importância “dada a maior proximidade com os vizinhos de todos os municípios, com seus problemas, com suas atividades, em definitivo, com seu enraizamento local” (BEL MALLÉN, 2008, p.28, tradução nossa)<sup>47</sup>.

Tomando com espaço de análise a Comunidade autônoma de Madrid, o autor espanhol destaca três aspectos necessários para compreender o papel da mídia local e regional da localidade: o caráter uni provincial, a presença maciça de veículos de mídia de caráter nacional,

---

<sup>47</sup> [...] dada la mayor proximidad de los vecinos de todos los municipios con sus problemas, con sus actividades in situ, en definitiva, con su arraigo local.

e a carência de uma historiografia da imprensa local madrilenha. “A conjugação destes aspectos, nos situam numa realidade um tanto atípica em relação ao restante da Espanha” (BEL MALLÉN, 2008, p.25, tradução nossa)<sup>48</sup>.

Os três aspectos mencionados por Bel Mallén acerca da configuração da mídia madrilenha fazem sentido na compreensão da mídia local e regional brasileira e sul-mato-grossense. Os argumentos do pesquisador espanhol vão de encontro ao que se tem proposto em relação às singularidades econômicas, políticas, culturais e sociais de cada território que incidem no perfil da mídia em cada localidade.

O caráter uniprovincial somado aos aspectos culturais e históricos faz com que Madrid tenha distinções em relação aos demais territórios. Assim, a realidade única de Madrid traz reflexos também na constituição dos meios de comunicação. De acordo com Bel Mallén (2008), a natureza da informação local e regional é afetada, dentre outros aspectos, pelo número de profissionais da instituição midiática, o nível de escolaridade e a formação na área da comunicação dos profissionais envolvidos nas rotinas produtivas, entre outros.

Sob o prisma do ecossistema de mídia local que agrupa o rádio, a TV, os impressos e ciberjornais e demais suportes de produção e divulgação de conteúdo, o jornalismo local da atualidade é comparado a “microcosmos onde as tendências globais do jornalismo se materializam com características específicas” (GUIMERA; DOMINGO; WILLIAMS, 2018, p.12-13).

Ainda que se configurem em mercados de tamanhos diversos e com singularidades próprias, os ecossistemas da mídia local mantêm em comum “a proximidade entre produtores e consumidores da informação: jornalistas, fontes e cidadãos” (GUIMERA; DOMINGO; WILLIAMS, 2018, p.12-13), algo cada vez mais acentuado na sociedade digital e no rádio de proximidade que é cada vez mais multiplataforma e hipermediático.

---

<sup>48</sup> La conjunción de todos ellos nos sitúan en una realidad un tanto atípica respecto al resto de España.

## 4 O JORNALISMO NO RÁDIO

Estabelecido inicialmente como um meio de comunicação eminentemente local (PERUZZO, 2005), o rádio brasileiro vivenciou várias fases até chegar à configuração contemporânea. Por meio das Ondas Curtas e Tropicais, ainda que possuíssem qualidade de transmissão sonora inferior, a informação jornalística no País chegou a percorrer longas distâncias atingindo os rincões da Amazônia e das regiões pantaneiras.

Na década de 1970, com a efervescência da tecnologia em Frequência Modulada (FM) que trouxe qualidade significativa na transmissão, as emissoras novamente se voltam para o entorno local e de proximidade, uma vez que a tecnologia restringia o âmbito de cobertura.

Na atualidade, graças à natureza tecnológica, embora possa percorrer distâncias limitadas pelas ondas hertzianas no âmbito local ou regiões contíguas, o rádio passa a explorar novos espaços pela transmissão na web, ainda que as dimensões associadas à proximidade geográfica e cultural do território em que esteja inserido, se mantenha como a principal razão de existir.

Não obstante seja o intuito desta tese retomar o histórico do rádio e do radiojornalismo no Brasil, faz-se necessário resgatar minimamente o percurso da consolidação do jornalismo radiofônico no país, a fim de posicionar o meio na sociedade contemporânea em rede e cada vez mais multiplataforma.

### 4.1 UM BREVE RESGATE DO PERCURSO HISTÓRICO

Desde a implantação das primeiras estações de rádio no Brasil a partir de 1919 em Recife (FERRARETTO, 2021), a informação jornalística e a prestação de serviço se fizeram presentes na grade de programação, embora de forma tímida e precária. Assim, observa-se que a primeira fase do rádio nacional foi marcada por improvisos, amadorismos e pela divulgação de notícias copiadas dos jornais impressos (ZUCULOTO, 2012).

Na década de 1940, porém, o radiojornalismo ganha corpo e adquire contornos técnicos a partir do surgimento de três radiojornais que marcam o gênero no rádio: Grande Jornal Falado Tupi, Matutino Tupi e o Repórter Esso que passou a transmitir, a partir de 1941, notícias da Segunda Guerra Mundial. Segundo Ortriwano (1985, p.21), tanto o repórter Esso quanto o Grande Jornal Falado Tupi representam “marcos importantes para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrando sua definição, os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas “leitura ao microfone” das notícias dos jornais impressos”.

De acordo com Zuculoto (2012, p.29), o repórter Esso “pode ser apontado como o responsável pelo texto e técnicas de produção próprias que a notícia vem construindo ao longo de sua trajetória no Brasil”. Para Ferraretto (2001, p.127), porém, a principal contribuição do repórter Esso no Brasil foi introduzir “um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado”. O autor acrescenta que a estrutura, baseada no modelo norte-americano, fez com que o repórter conquistasse não só credibilidade, mas também audiência.

Vale destacar que embora tenha trazido contribuições para o radiojornalismo da época, o Repórter Esso recorria a agência de notícias norte-americana *United Press* como principal fonte de informação, ou seja, a informação transmitida apresentava a versão norte-americana dos fatos em relação à Segunda Guerra Mundial.

Conforme Moreira (2002, p.74), o objetivo do programa informativo era “divulgar notícias que interessavam aos países aliados contra as forças alemãs durante a guerra, entre os quais os Estados Unidos e o Brasil”. Assim, percebe-se que o radiojornalismo brasileiro passa a incorporar como fonte de informações as agências internacionais de notícias, e não somente os periódicos impressos.

Desta forma pode-se observar que ao longo dos anos, o radiojornalismo remodelou não apenas sua linguagem, mas principalmente o formato e o processo de produção de notícias, associados ao processo de evolução tecnológica (DEL BIANCO, 2004). Entre as décadas de 1950 e 1960, o surgimento do transistor possibilitou com que as emissoras evidenciassem uma das principais características do rádio frente aos demais meios de massa no jornalismo: a transmissão simultânea de forma imediata a partir do local do acontecimento.

Assim, o radiojornalismo se tornou ao vivo, com reportagens e entrevistas em ambientes externos ao estúdio, produzidas de forma instantânea diretamente das ruas com apoio das unidades móveis. De acordo com Del Bianco (2004), o radiojornalismo naquela fase “foi permeado pelos valores inerentes aos recursos tecnológicos incorporados ao processo produtivo da notícia”, dentre os quais se destacaram, “o de atualidade (noticiar o que acontece no presente e não no dia anterior), imediatismo (os fatos podem ser transmitidos no momento em que ocorrem) e instantaneidade (a notícia precisa ser recebida no momento em que foi emitida)”. (DEL BIANCO, 2004, p.5).

Cabe ressaltar que além do transistor, outros dois fatores associados à evolução tecnológica trouxeram impactos para o jornalismo de rádio: o surgimento da TV na década de 1950 e a implantação do rádio em Frequência Modulada (FM) a partir da década de 1970. Perdendo a centralidade midiática para a TV, coube ao rádio se especializar e apostar num

modelo de programação que priorizasse a notícia, a prestação de serviços e o esporte através das jornadas esportivas nas AMs e o entretenimento que se tornaram predominantes nas FMs a partir da música.

De acordo com Jung (2005, p.20), no intuito de reconquistar o prestígio e disputar a audiência com a televisão, restou ao rádio apostar no imediatismo da notícia. Segundo ele, “quem apostou no jornalismo ganhou a marca da credibilidade”. A partir do estabelecimento da TV, as emissoras de rádio passaram a refletir sobre a importância do jornalismo local.

Ao formar cadeias nacionais, coube a televisão a cobertura de fatos de âmbito nacional, e ao rádio restringir a informação jornalística a cidade ou região no qual estivesse inserido (DEL BIANCO, 2004). Assim, o meio passou a estabelecer vínculos com a realidade próxima ao prestar informações locais de interesse coletivo, assegurando a audiência propensa a migrar para a TV.

#### 4.2 O RADIOJORNALISMO EM CONTEXTOS LOCAIS E REGIONAIS

No Brasil, conforme já retratado no Capítulo 1 na revisão do Estado da Arte, os principais estudos preferem assumir como radiojornalismo local o modelo vigente em territórios que não os grandes centros. A referência à noção de proximidade nos estudos de radiojornalismo fora encontrada em publicações do pesquisador português Luís Bonixe (2011; 2017; 2019).

Em *As rádios locais em Portugal – da génese ao online: contexto e prática do jornalismo de proximidade*, o pesquisador revela que há inúmeras designações de rádios locais no contexto europeu, podendo ser identificadas como rádios comunitárias, rádios populares, rádios livres, rádios locais, rádios piratas, rádios clandestinas, rádios ilegais, rádios privadas ou rádios locais privadas, rádios independentes, rádios alternativas ou rádios utopia.

Segundo ele, as principais abordagens que definem o rádio local englobam as definições de alternativas, democráticas e de proximidade. As duas proposições iniciais, na realidade brasileira, remetem a características singulares de estações comunitárias de baixa potência, por este motivo a dimensão de proximidade portuguesa é a que encontra ressonância a esta pesquisa em desenvolvimento. Ao priorizar as estações comerciais, a dimensão de proximidade, na concepção de Bonixe (2019, p.15), cria “condições para que a comunidade se revisse nas rádios locais e para que estas procurassem nas populações a razão da sua existência”.

O pesquisador acrescenta, no entanto, que no contexto português a designação mais utilizada é de rádios locais sendo assim definidas por apresentarem “forte pendor localista,

viradas para as comunidades e para as populações de onde, em muitos casos emergiram” (BONIXE, 2019, p.14).

Sob esta perspectiva, a rádio local caracteriza-se pelo seu carácter de localismo e de proximidade com os ouvintes e com a comunidade onde está inserida e de onde retira a sua razão para existir. Representa, nesse sentido, um espaço para o debate sobre a comunidade e no qual essa mesma comunidade se revê. A rádio local é, deste modo, um palco para que se afirme o individual e o coletivo fundidos numa identidade local. É facilitadora da integração do homem na sua comunidade, no seu bairro ou na sua região (BONIXE, 2019, p.15).

Ao defender uma definição de rádio de proximidade, Bonixe (2019) reconhece não estar mais associada somente ao âmbito geográfico, uma vez que através da internet, conforme já mencionado, o rádio local extrapola as fronteiras da transmissão hertziana para o âmbito global através da web. Para o autor, na internet, novas possibilidades se abriram para o radiojornalismo de proximidade, que agora “não se limita ao território físico, mas que vão para além dele. A proximidade para as rádios locais é agora vista como um espaço que pode ou não ser físico, mas que convoca afetos, cultura, origens e identidade” (BONIXE, 2019, p.17).

Na realidade sul-mato-grossense, a prestação de serviço é uma das características marcantes no rádio de proximidade. Informações sobre trânsito, previsão do tempo, quadros de informações sobre objetos achados e perdidos, pessoas desaparecidas, nascimentos e falecimentos, cheia dos rios pantaneiros, ainda ocupam espaço de relevância na programação.

Tomando como base a realidade britânica, Leal Filho (1998) afirma, porém, que a concepção de prestação de serviço no rádio deve ir além de dicas de trânsito ou previsão do tempo, informações estas facilmente disponíveis em aplicativos de dispositivos móveis na sociedade contemporânea. Para o autor, cabe ao radiojornalismo local evidenciar fatos e ideias que favoreçam cotidianamente o exercício da cidadania.

Na década de 1990, os pesquisadores britânicos Chantler e Harris (1998) reforçavam que se voltar para o âmbito local representava uma das alternativas de sobrevivência e competitividade para o radiojornalismo radiofônico. Os pesquisadores argumentavam que o jornalismo se configurava num “instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local” (CHANTLER; HARRIS, 1998, p.21).

Para eles, ao ignorar o jornalismo, as estações de rádio corriam risco de ver as audiências migrarem para outros canais. “Num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras. [...] notícias obtidas na

esquina são tão mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo”, destacam (CHANTLER; HARRIS, 1998, p.21-22).

No cenário espanhol, Pérez (1994, p.5, tradução nossa) defende a programação local como primordial na fidelização das audiências e na garantia da sustentabilidade comercial. Segundo o autor, “as pessoas perdem a conexão com a rádio quando ela não fala do que está mais próximo delas<sup>49</sup>”. Na Grã-Bretanha, conforme Crisell e Starkey (1998, p.19), “a única maneira de se construir como genuinamente diferente da rádio em rede, é fornecendo notícias e informações locais<sup>50</sup>”.

Ao investigar o rádio local catarinense, o pesquisador Leandro Ramires Comassetto, autor de *A voz da Aldeia*, afirma que o espaço local continua a ter importância e interesse para as audiências no radiojornalismo. Segundo ele, “as questões e as problemáticas aí geradas são relevantes para as comunidades e há um público ávido por conteúdos relacionados ao seu lugar de residência ou de trabalho” (COMASSETTO, 2007, p.66).

Para Comassetto, a proximidade se apresenta como diferencial do radiojornalismo, “numa época, em que as temáticas de interesse global, saturam os espaços da mídia” (idem, p.67). Cabe ao rádio de proximidade, neste sentido, assumir-se como porta voz do âmbito de proximidade, “convocando para o discurso mediático temáticas e vozes que antes pouco ou nenhum espaço tinham nos meios de comunicação social nacionais” (BONIXE, 2017, p.47).

Para a pesquisadora Debora Lopez (2009), no radiojornalismo local, o repórter ou jornalista da emissora, além da copresença no espaço em que os acontecimentos se desenrolam, deve ser conhecedor da realidade do território em que atua e do público que abrange. Esta percepção que tem do território, da cultura, do patrimônio, do cotidiano, segundo Bonixe (2011, p.96), é fundamental para que o jornalista de rádio atue como “difusor das informações das comunidades contribuindo para motivar o debate público em torno de assuntos locais”.

É importante pontuar, no entanto, que na rádio local, é comum se estabelecer uma relação de proximidade entre jornalistas e fonte/audiência, o que pode facilitar no processo de apuração e checagem dos acontecimentos, mas também pode gerar clima de tensão e constrangimentos no caso de repercussão de acontecimentos negativos.

Autoridades e personalidades do território envolvidos em escândalos de corrupção, por exemplo, tendem a coagir o trabalho de jornalistas, algo que nos últimos anos no Brasil, durante o mandato do ex-presidente Jair Bolsonaro, não tem se restringido apenas a territórios

---

<sup>49</sup> [...] la gente pierde conexión con la radio cuando ésta no le habla de lo más cercano.

<sup>50</sup> [...] the only way it can construct itself as being genuinely different from network radio is by providing local news and information.

interioranos. No rádio de proximidade, o jornalista deve estar atento a este cenário e enfrentar estes constrangimentos priorizando informações que de fato alimentem a democracia em nível local, reforçando a credibilidade da emissora e do jornalismo profissional.

Para Meditsch (2007), além da notícia, o rádio “aprofunda e contrapõe ideias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como o cão de um cego. Põe em contato os mais remotos pontos do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio” (MEDITSCH, 2007, p.31). Neste sentido, a proposição de Meditsch (2007) reforça as possibilidades do radiojornalismo como a reportagem, a interação e a participação do ouvinte, que são possibilidades nas rádios locais, algo dificultado, por exemplo, em emissoras que operam em rede. Na Era multiplataforma das mídias, o caráter interativo do rádio tende a se acentuar com a presença no ambiente multiplataforma, como será discutido a seguir.

#### 4.3 A CONJUNTURA MULTIPLATAFORMA

O fenômeno da convergência tem impactado os ecossistemas midiáticos em amplas escalas, se acentuando também no rádio de proximidade nos últimos anos. Por não se configurar numa ilha (CEBRIÁN HERREROS, 2011), avesso ao ecossistema comunicativo, o rádio tem buscado se integrar a este ambiente complexo e multiplataforma reforçando sua marca e oferecendo novas experiências ao público, através da recepção e interação com locutores, repórteres e âncoras de programas jornalísticos, bem como na circulação de conteúdo.

O pesquisador norte-americano Henry Jenkins (2009) reforça que a convergência de mídias é um fenômeno pelo qual o conteúdo flui por uma infinidade de canais garantindo diversos modos de acesso. A característica principal da convergência de mídia, segundo o autor, é apresentar um caráter de “elevada interdependência de sistemas de comunicação”.

Neste sentido, o conteúdo flui de forma horizontal em “direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima” (JENKINS, 2009, p.325), ressaltando o caráter interativo e participativo que pode se dar de forma mais efetiva no rádio local, sobretudo pela relação de proximidade que se estabelece entre público e profissionais que atuam nas emissoras.

No aspecto da transmissão, a inovação tecnológica e o avanço da internet possibilitaram com o que o rádio de proximidade abarcasse outros territórios, antes restritos à tradicional transmissão por ondas hertzianas, simulando uma territorialidade diaspórica. Uma das vantagens da transmissão na web, segundo Bonix (2019, p.17), é fazer com que a informação local atinja “comunidades originárias do espaço físico da rádio, mas que não se encontram

nele”. Deste modo, o público ouvinte que reside em outros territórios, ou seja, ouvintes desterritorializados que não conseguem acessar o sinal do rádio hertziano, “mas que continuam vinculadas ao local e às suas raízes” (BONIXE, 2019, p.17-18), podem estar em contato permanente com seu território de origem por meio da transmissão de rádios locais na web.

[...] a transmissão via streaming, confere à rádio local oportunidades para sublinhar a sua vertente de proximidade que, neste caso, não será uma proximidade física e territorial, mas cultural e social na medida em que pode estar mais “perto” das populações emigrantes originárias da região de implementação da rádio (BONIXE, 2011, p.103).

Ainda no aspecto da transmissão, a capacidade infinita da web de processar e armazenar conteúdo para acesso público possibilita com que “uma reportagem de rádio local não apenas alcance novos públicos, mas também desfrute de uma longevidade muito além da breve existência que lhe era permitida pela efemeridade do rádio<sup>51</sup>” (CRISELL; STARKEY, 1998, p.22). Neste aspecto, a web afetou uma das características essenciais do rádio que é o seu caráter imediatista, na qual exigia das audiências atenção de forma instantânea.

Na era da convergência, a transmissão radiofônica se dá em múltiplos canais conforme adiantou Jenkins (2009). Além da transmissão *simulcasting* em ondas hertzianas, aplicativos para dispositivos móveis e na web em sites próprios ou portais agregadores via *streaming*, as redes sociais têm se configurado como canais alternativos e relativamente de baixo custo para amplificar a transmissão. Em redes sociais como *YouTube* e *Facebook*, a transmissão radiofônica além do áudio, ganha agora o reforço da imagem em movimento por meio das *lives*, algo, até então, exclusivo das emissoras de TV.

Estas novas possibilidades exploradas pelo rádio reforçam a ideia de que se trata de um meio de comunicação em constante evolução, que soube reagir ao cenário de incertezas e ameaças, condicionadas historicamente. Foi assim durante a chegada da televisão na década de 1950, período em que o rádio teve de se readaptar, alterando o viés da sua programação; e que se repetiu em meados da década de 1990, com o avanço do sinal de internet rumo aos domicílios do território nacional.

Conforme Kischinhevsky (2016), na era da convergência midiática, o rádio “foi forçado a se reinventar”, porém demonstrou “maior capacidade de reação” que os outros meios de massa. Para o pesquisador, o rádio renasceu “amalgamando-se à rede mundial de computadores

---

<sup>51</sup> [...] a local radio report not only to reach new audiences but also to enjoy a longevity far beyond the brief existence otherwise allowed it by the ephemeral medium of radio.

e às redes de telefonia móvel, encontrando novos e diversificados canais de distribuição” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.13).

Para Cebrián Herreros (2011) o rádio experimenta, na atualidade, a terceira fase de transformação a partir da sua presença nas plataformas na internet e nos dispositivos móveis, nos quais a convergência de meios se torna convergência em multiplataformas.

Nasce uma nova concepção comunicacional interativa em que predominam, além das contribuições específicas de cada uma, as sinergias, inter-relações e vinculações entre elas para explorar os meios, conteúdos e serviços com orientações de adaptação e criação de outras linguagens em que a navegação, hipertextos e interatividade se situam como eixos para o avanço (CEBRIÁN HERREROS, 2011, p.74-75).

Outra concepção teórica que busca sintetizar este fenômeno, pelo qual o rádio tem passado nas últimas décadas, o definem como *radiomorphosis* (VIEIRA; CARDOSO; MENDONÇA, 2016). Para os autores, a metamorfose que abrangeu o rádio, de uma forma geral, seja no âmbito local, quanto em grandes estações dos conglomerados e das redes nacionais, fez com que o veículo se adaptasse às mudanças, porém sem perder a sua essência.

Ao estar imerso na internet, o rádio manteve suas características iniciais como o som e linearidade, porém se aproveitando das potencialidades e ferramentas do ambiente *online*, resultando num modelo *trans-hertziano*, no qual coexistem os modelos analógico e digital como defendem Vieira, Cardoso e Mendonça (2016).

Para Bonixe (2011), o rádio está imerso numa “fase multiplataforma”, que o fez se expandir para a rede global. Conforme o autor, além do rádio de antena, um novo rádio passou a ser implementado com “novas formas, linguagens e modos de distribuição”, que tem resultado num “fenômeno de multiplicação de conteúdos e formatos radiofônicos, e, não de substituição” (BONIXE, 2011, p.31-32).

Ao definir como hipermediático esse novo modelo de rádio que convive num cenário multiplataforma no qual predomina a multiplicidade de oferta, Lopez (2010, p.25) explica que a característica principal do meio continua sendo a narrativa sonora em que o perfil hipermediático, embora envolva uma narrativa importante, se torna “complementar”.

No âmbito do radiojornalismo, a internet, os dispositivos móveis bem como as ferramentas digitais e redes sociais podem ser adotadas como apoio no processo de produção noticiosa, uma vez que além de aproximar e agilizar o contato com as fontes, facilita o processo de checagem e apuração da informação para que o jornalismo assumira uma postura mais objetiva e menos declaratória.

Cabe enfatizar também que a captação da sonora, elemento essencial na produção radiojornalística por ilustrar a narrativa colocando “os sujeitos e as testemunhas dentro do fato”, como destaca Del Bianco (2011, p.112), se torna ainda mais acessível, na atualidade, através das notas de áudio facilmente capturadas por aplicativos de mensagens instantâneas, instalados gratuitamente em smartphones.

Com o celular, o repórter ganhou agilidade para realizar entrevistas ou fazer participação ao vivo de qualquer lugar. Conquistou, portanto, mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada. Essa tecnologia contribuiu para alterar o conceito de velocidade e instantaneidade na divulgação da informação. Tornou o jornalismo de rádio diário “mais quente” em relação aos demais. A cultura do “ao vivo”, presente na era analógica, foi reforçada (DEL BIANCO, 2011, p.116).

No contexto português, Bonixe (2017, p.67) revela que a internet “é percebida pelos jornalistas como uma ferramenta que permite aos profissionais tomar contacto, de um modo mais rápido, com a realidade local e regional que é, afinal, o seu principal território informativo”. Na concepção de Del Bianco (2005), conquanto a internet influencie as rotinas produtivas desde a recolha e seleção da informação, redação, edição e circulação da notícia, esta tecnologia trouxe benefícios substanciais para as redações, tais como:

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).

Lopez (2009) adverte, porém, que os profissionais envolvidos nas rotinas produtivas no rádio hipermediático devem perceber a tecnologia como aliada e não apenas como ferramenta que permite a maximização da produção jornalística num menor tempo. Para a pesquisadora, os jornalistas que atuam em emissoras de rádio devem manter a postura do *gatekeeper*, selecionando e gerenciando o material que chega às redações por meio das ferramentas de interação com as audiências.

Assim, “o uso das tecnologias pelo jornalista que atua em redação convergente, não deve sobrepujar o valor da notícia, da apuração e da verificação”, complementa (LOPEZ, 2010, p.23). A pesquisadora ressalta que o jornalista de rádio “é também responsável pela discussão

e definição do tratamento que esta notícia terá e por descobrir de que maneira ela pode ser útil, importante ou interessante ao ouvinte” (LOPEZ, 2009, p.62).

Num cenário *multitasking* e de multiplicidade de oferta, as atribuições do jornalista têm sido ainda mais necessárias. Além do conhecimento tecnológico que o torne um profissional multimídia dotado de habilidades capazes de produzir conteúdo sonoro para o ambiente multiplataforma, é requerido que o jornalista de rádio local esteja atento às demandas da localidade, oferecendo ao público um conteúdo original e que ressoe os interesses da comunidade, algo que, certamente, não será abordado por veículos midiáticos de maior ordem.

Com a consolidação das tecnologias digitais, uma das grandes armadilhas cultivadas no radiojornalismo local foi a emergência de um cenário de ‘deturpação’ do processo produtivo radiojornalístico, conforme ressalta Lopez (2010), no qual o repórter se ausenta do cenário no qual se deu o acontecimento e se transforma num “jornalista sentado”, que exercem suas funções de editores e redatores recorrendo, especialmente, a fontes intermediárias de informação a partir da sede da estação (SANT’ANNA, 2008).

A ausência do jornalista de rádio no palco dos acontecimentos inviabiliza a riqueza de detalhes na construção da narrativa radiojornalística, uma vez que o conteúdo veiculado será produzido a partir da percepção apenas das fontes consultadas. Além disso, suprimem o imediatismo da informação, característica peculiar do radiojornalismo. A adoção de estratégias desta natureza está associada, em certa medida, a otimização de custos nas emissoras, sobretudo em municípios do interior, no qual os profissionais acumulam inúmeras funções, quando não raro, um único profissional assume as demandas jornalísticas.

A reportagem assistida por computador, o uso da Internet como fonte, a intensificação e facilitação do uso do material de assessorias de comunicação com o advento do e-mail, além do aumento na quantidade de informações disponíveis ao jornalista nas redações devido às ferramentas disponíveis na world wide web e também o crescimento dos dados oferecidos ao sujeito através de inúmeros suportes tecnológicos em seu cotidiano apresentam-se como alguns dos responsáveis por parte das mudanças no jornalismo de rádio (LOPEZ, 2010, p.66-67).

Uma das medidas que as emissoras tendem a adotar, visando minimizar a ausência do repórter no palco dos acontecimentos, é fomentar a participação e colaboração voluntária de ouvintes na cobertura noticiosa, embora este não seja o cenário ideal. De acordo com Ferraretto (2011, p.34), em emissoras dos grandes centros urbanos, “o ouvinte chega a emular funções da reportagem, contatando as rádios e dando informações quando, por exemplo, ocorrem acidentes de trânsito”.

No cenário multiplataforma marcada pela multiplicidade da oferta, o radiojornalismo deve se adequar ao ambiente digital e aproveitar ao máximo suas potencialidades no aspecto da emissão, recepção e circulação de conteúdo. Para Del Bianco (2012, p.19), é requerido das emissoras que se apropriem dos “traços como multidimensionalidade na forma de apresentação do conteúdo, interatividade ativa e participação colaborativa no desenvolvimento de conteúdos, compartilhamento de informação e comunicação horizontal livre de hierarquias”.

A multidimensionalidade na apresentação de conteúdos, conforme sugere Del Bianco (2012), é plenamente observável na definição de rádio expandido proposta por Kischinhevsky (2016). Neste modelo, além dos elementos essenciais observáveis no analógico como a voz, a música e os efeitos; coexistem elementos dos meios digitais como “imagens, vídeos, gráficos, links para blogs e toda uma arquitetura de interação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.133).

Na era multiplataforma, porém, adverte Del Bianco (2012, p.28) “não adianta transpor para o mundo digital a lógica do analógico. É preciso entender o ambiente, explorar suas potencialidades se quiser atrair ouvintes internautas”. Ao estar imerso neste ecossistema midiático cada vez mais dinâmico e complexo, o rádio de proximidade concorre diretamente com outras formas de comunicação analógicas e digitais no aspecto do consumo.

Segundo Araújo (2009), havia em Portugal no final da primeira década do século XXI, uma tendência para consumidores de mídia *multitasking*, ou seja, consumo midiático simultâneo, porém com níveis de atenção distintos, no qual os meios tradicionais como a televisão, já se configurava como “pano de fundo” em relação à internet e o uso dos dispositivos móveis.

A pesquisadora acrescenta que, por haver essa disponibilidade infinita de oferta midiática, “verifica-se frequentemente uma tentativa de articulação, em simultâneo, de diversas atividades tais como ver televisão, navegar na Internet, ou ouvir música” (ARAÚJO, 2009, p.18). Esta tendência reforça a necessidade de o rádio estar imerso neste ambiente digital buscando ampliar os canais de emissão, circulação e interação com as audiências, algo crucial para a sobrevivência do meio, porém deve priorizar a qualidade do conteúdo jornalístico tornando-o interessante a ponto de fidelizar uma audiência propensa a se informar por outros canais.

No contexto da convergência cultural e midiática, Jorge e Batista (2021) ressaltam que o radiojornalismo está sujeito aos impactos de ordem prática, técnica, nas rotinas produtivas, nos formatos e na própria deontologia do rádio. Para os autores, na conjuntura atual:

O jornalismo em rádio precisa estar atento às demandas de integração ao ambiente do ouvinte-internauta – e nisso é obrigatório participar com assiduidade de blogs, Twitter, Facebook e outras redes sociais –, além de investir em criação e em uma nova estética sonora, como maneira de oferecer novos conteúdos, surpreender e cativar esse consumidor pós-moderno. (JORGE; BATISTA, 2021, p.382).

Em se tratando de redes sociais, que possuem relativamente baixo custo para emissão de conteúdo, podem trazer retornos financeiros às emissoras pela monetização de grandes plataformas, caso seja constatado nível considerável de engajamento das audiências. Del Bianco (2012, p.29) alerta, no entanto, que para que isto se concretize, é necessário um quadro qualificado que faça o “acompanhamento e gestão” do conteúdo e que este esteja “formatado para aquele suporte”.

#### 4.4 RADIOJORNALISMO, CIDADANIA E INTERESSE PÚBLICO

Uma vez estabelecidas as discussões acerca do referencial teórico de radiojornalismo de proximidade adotado nesta tese, bem como as implicações que a internet, em especial, o ambiente multiplataformas tem provocado nesta configuração, fez-se necessário estabelecer neste subcapítulo final, duas questões caras para a compreensão do radiojornalismo sul-mato-grossense: a cidadania e a noção de interesse público no rádio.

Ainda que a noção de Cidadania tenha permeado indiretamente a discussão teórica desta tese até aqui, na ênfase concedida à importância do jornalismo local para o território de proximidade, busca-se, neste espaço, assumir sumariamente a concepção proposta por Manzini-Covre (2002) como balizadora desta pesquisa.

É sabido que a definição sobre a Cidadania perpassa por assegurar a todos os indivíduos os direitos civis, políticos e sociais. Este agrupamento de direitos que condicionam a existência do “ser cidadão” é proveniente da Carta de Direitos da Organização das Nações Unidas (ONU) e se materializa no Brasil a partir da promulgação da Constituição Federal (CF) de 1988, reconhecida como “constituição cidadã”.

Pela concepção de Manzini-Covre (2002), Cidadania corresponde ao “próprio direito à vida no sentido pleno”. Para a autora, “trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos do atendimento às necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência, incluindo o mais abrangente, o papel do(s) homem(s) no Universo” (MANZINI-COVRE, 2002, p.11).

Em *O Espaço do Cidadão*, Milton Santos ressalta que a consagração da Cidadania se dá pelo respeito ao indivíduo a partir da relação de princípios gerais e abstratos que se traduzem em direitos concretos individuais. O autor salienta que Cidadania corresponde a “uma lei da sociedade que, sem distinção, atinge a todos e investe cada qual com a força de se ver respeitado contra a força, em qualquer circunstância” (SANTOS, 2014, p.19).

O geógrafo, porém, adverte que para que seja legitimada, a Cidadania deve garantir aos sujeitos o direito à reivindicação, na medida em que os dispositivos constitucionais previstos em lei, nem sempre são capazes de assegurar as prerrogativas básicas contidas nos direitos fundamentais da CF. O exercício da Cidadania, baseada na pactuação dos direitos e deveres, pela concepção de Manzini-Covre (2002) se efetiva a partir do enfrentamento político de indivíduos (que em sua grande maioria são privados do poder) e na ocupação da esfera pública.

Só existe cidadania se houver a prática da reivindicação, da apropriação de espaços, da pugna para fazer valer os direitos do cidadão. Neste sentido, a prática da cidadania pode ser a estratégia, por excelência, para a construção de uma sociedade melhor. Mas o primeiro pressuposto dessa prática é que esteja assegurado o direito de reivindicar os direitos, e que o conhecimento deste se estenda cada vez mais a toda a população (MANZINI-COVRE, 2002, p.10).

Neste aspecto, tanto Santos (2014) quanto Manzini-Covre (2002) ao condicionarem o exercício da cidadania à capacidade de manifestação e compreensão dos direitos pelos sujeitos, abrem a possibilidade para que a mídia se configure como um instrumento em favor da Cidadania por meio do direito à informação, sobretudo no território de proximidade.

Santos (2014, p.30), no entanto, revela que a concentração midiática acaba negando aos indivíduos “uma visão mais abrangente das coisas e dos fenômenos”, a partir de uma “sobrecarga de informações irrelevantes e da tendência a apenas ampliar certos aspectos da realidade, cuja escolha para a exibição pública é, com frequência, ligada ao mundo da política e dos interesses”.

Não obstante o acesso à informação seja algo cada vez mais alcançável na sociedade moderna, sobretudo com o avanço das tecnologias de informação e comunicação, Santos (2014) argumenta que o homem moderno se encontra desamparado no que diz respeito ao direito de se informar. Para o autor, a informação constitui-se num privilégio do Estado e de grupos econômicos que detêm o poder hegemônico formando, desta forma, uma estrutura piramidal, no qual o próprio jornalismo, em si, opera em favor destas entidades.

No topo, ficam os que podem captar as informações, orientá-las a um centro coletor, que as seleciona, organiza e redistribui em função do seu interesse próprio. Para os demais não há, praticamente, caminho de ida e volta. São apenas receptores, sobretudo os menos capazes de decifrar os sinais e os códigos com que a mídia trabalha (SANTOS, 2014, p.155).

Mesmo diante da crítica em torno dos grupos midiáticos que controlam hegemonicamente o acesso à informação, Milton Santos (2014) salienta que a formação de uma Cidadania integral perpassa pela tomada de decisões, que são baseadas em informações, muitas vezes vedadas a uma parcela importante da sociedade.

Nos estudos que desenvolvem, Signates e Moraes (2019) propõem uma formulação epistemológica na qual a Comunicação se configura como elemento constitutivo da Cidadania. Neste aspecto, o pensamento dos pesquisadores revela uma interdependência entre ambas, em que a Cidadania só existe a partir da Comunicação. Deste modo, “não existe cidadania, sequer como possibilidade, fora de um processo comunicacional que a viabilize, estabeleça e desenvolva” (SIGNATES; MORAES, 2019, p.22).

Os pesquisadores propõem cinco categorias que permitem construir uma definição de cidadania tendo a comunicação como elemento central: cidadania como meio, cidadania do direito à informação e do consumo, cidadania da liberdade de expressão, subcidadania comunicacional e cidadania como incomunicabilidade. Para esta tese, porém, prioriza-se a perspectiva definida como Cidadania do direito à informação e do consumo, por apresentar maior proximidade com o objeto em discussão.

A abordagem da Cidadania do direito à informação e do consumo, sob a ótica de Signates e Moraes (2019, p.32), prevê que “todo cidadão tem direito ao acesso às informações sobre suas condicionantes civis, políticas e sociais, seja por meio de jornais, internet e meios comunitários”. Por esse ângulo, compreende-se que o direito à informação é inerente à cidadania.

Deste modo, a ausência de informação local compromete a formação da opinião pública e, posteriormente, fragiliza o debate acerca da reivindicação de direitos, e pode refletir também na tomada de decisão em processos eleitorais, e inviabilizar o exercício da cidadania no território de proximidade, como se tem discutido nesta tese. Cabe destacar, porém, que nem toda informação local é capaz de alimentar a democracia em nível de base e promover um ambiente propício à formação de uma cidadania integral como propõe Santos (2014).

Pela ótica de Gentili (2002, p.42), o direito à informação se constitui num direito-meio, caracterizado como “um direito secundário, no sentido de que é um direito necessário para a realização de outros direitos”. A partir desta concepção, o autor completa que o direito à

informação “fomenta o exercício da cidadania necessário ao exercício pleno do conjunto dos direitos de cidadania”, sendo considerado “um fator decisivo no processo de aprofundamento democrático” (idem).

O autor acrescenta que o direito à informação deve ser refletido a partir de duas vertentes, sendo a primeira a partir de um horizonte que o considera como “um direito para todos”, e a segunda perspectiva pelo qual seja capaz de “fornecer informações em quantidade e qualidade para o melhor julgamento possível de cada um” (GENTILLI, 2002, p.43).

Numa abordagem social, Gentilli (2002) percebe a informação como um direito social que apresenta sentido social, ou seja, apresentando utilidade social capaz de assegurar a efetivação de outros direitos. Conforme o pesquisador, “o direito à informação na perspectiva social deve ser concebido como uma extensão do direito à educação e do direito à saúde, necessárias e úteis para a manutenção da vida humana em sua dignidade mínima” (GENTILLI, 2002, p.44).

Já no sentido político, o direito à informação deve ser compreendido a partir do acesso à informação que possibilite ao cidadão fazer escolhas no campo da esfera política, não somente durante o processo eleitoral, para o exercício pleno e consciente do voto, mas principalmente no “acompanhamento sistemático das atividades do governo, dos movimentos e discussões do parlamento, dos comportamentos dos atores políticos em geral, enfim, a publicidade dos atos do governo”.

Posto isso, a definição de radiojornalismo local assumida nesta tese leva em consideração o conteúdo informativo que, para além de despertar nas audiências o sentimento de pertencimento à comunidade de proximidade, as mobilize para o exercício da cidadania e, antes de tudo, esteja subsidiada nos princípios que atendam ao interesse público e a coletividade. Ressalta-se que não se propõe aqui uma discussão epistemológica em torno da noção de interesse público, como oportunamente fez Sartor (2016).

Na verdade, entende-se que a definição de interesse público ou da coletividade opera numa dialética constante em relação aos interesses privados ou pessoais. No caso específico do radiojornalismo de proximidade, conota-se como informação de interesse público, aquela que é capaz de prover as necessidades de informação da localidade, a fim de assegurar os direitos sociais e políticos, como defende Gentilli (2002).

Resguardadas as devidas proporções e os interesses privados que permeiam a atividade jornalística, sobretudo em estações de rádio de natureza comercial, parte-se do princípio norteador de que abastecer a coletividade de um determinado território por meio de informações de interesse público, é algo inerente ao exercício do jornalismo de qualidade. A propósito,

compreende-se que o jornalismo, enquanto forma de conhecimento, assume uma postura de mediação entre a esfera pública e o Estado, tornando-se um elemento primordial para o acionamento da cidadania nos territórios de proximidade, como se tem defendido exaustivamente neste trabalho.

Dentre os paralelos que tem se buscado nesta tese para a noção de informação de interesse público, está a abordagem desenvolvida pelo professor Philip Michael Napoli (2016) da Duke University na Carolina do Norte, cunhada como informações críticas que visam atender às necessidades das comunidades, sintetizadas em inglês como *Critical Information Needs (CINs)*. A proposta do professor é avaliar a robustez do ecossistema midiático local a partir da qualidade do jornalismo exercido pelas mídias locais.

Tendo como base os requisitos elencados pela Comissão Knight, Napoli *et al.* (2016) elencam que o atendimento às necessidades de informações locais, pelos veículos midiáticos, deve prever a disponibilidade de informações relevantes e confiáveis que sejam capazes de fortalecer a capacidade dos indivíduos de se engajarem com a vida pública da comunidade.

Neste sentido, as CINs são resumidas como informações necessárias para que cidadãos e membros da comunidade tenham uma vida segura e saudável com pleno acesso a oportunidades de educação, emprego e negócios; bem como sejam capazes de participar plenamente na vida cívica e democrática de suas comunidades, se assim o desejarem (NAPOLI *et al.*, 2016).

Para os autores, a saúde de um ecossistema de jornalismo local está associada à quantidade de informação jornalística produzida para e sobre a comunidade, ou seja, a informação que reverbera o território de proximidade. Além da quantidade de notícias sobre a comunidade, acrescenta-se a diversidade e pluralidade de fontes de informação, entendidas neste caso como o número de veículos jornalísticos por localidade. Para eles, “o processo democrático e uma cidadania informada são aprimorados pela presença de uma diversidade ou pluralidade de fontes de notícias e informações” (NAPOLI *et al.*, 2016, p.5, tradução nossa<sup>52</sup>).

Embora reconheçam que haja controvérsias e complexidade na mensuração da qualidade do jornalismo, os autores propõem três critérios estruturantes que devem ser analisados: a originalidade do conteúdo; a relação com o local, ou seja, se a informação diz respeito ao território; e se aborda temáticas consideradas pertinente às necessidades de

---

<sup>52</sup> [...] the notion that the democratic process and an informed citizenry are enhanced via the presence of a diversity or plurality of sources of news and information.

informação da localidade previstas na CNIs<sup>53</sup>, questões estas que serão discutidas no capítulo metodológico desta tese.

#### 4.5 POR UMA COMPREENSÃO DO RADIOJORNALISMO VIÁVEL

À guisa do que foi elencado como alicerce teórico desta tese, faz-se necessário sintetizar o que se entende como radiojornalismo de proximidade nesta investigação. Em primeiro lugar, reconhece-se que no âmbito local e regional, não há um modelo perfeito de prática jornalística. Nesta tese, como será oportunamente apresentado no capítulo que trata da análise dos dados, demonstra-se que vários fatores incidem na configuração do radiojornalismo de proximidade, sendo este caracterizado a partir de suas singularidades que, em certos momentos, destoam do modelo considerado “padrão” e adotado pela grande mídia.

Deste modo, ainda que elementos de ordem técnica no processo de produção de notícias como a incorporação da sonora na narrativa, e de ordem estrutural como a emissão do conteúdo noticioso em canais multiplataformas sejam desejáveis, o que se considera como essencial no radiojornalismo em questão é o compromisso da emissora com a informação sobre o território de proximidade, ou seja, a repercussão de acontecimentos que possuam vinculação geográfica, social e afetiva com o ambiente no qual a emissora esteja situada.

Soma-se a esta perspectiva, a necessidade do radiojornalismo, assumido aqui como de proximidade, atender, por meio de seu conteúdo diário, às demandas de informação local da respectiva comunidade a partir da noção de interesse público que sejam capazes de mobilizar os territórios e sua gente no exercício efetivo e pleno da cidadania.

Não menos importante, compreende-se que seja desejável também a veiculação de informação guiada por valores deontológicos da prática jornalística, inerentes a qualquer veículo midiático, permeada pela veracidade, objetividade, imparcialidade, atualidade, rigor e exatidão (TRAQUINA, 2005), critérios que, uma vez incorporados, resultam em credibilidade para a emissora.

No radiojornalismo de proximidade que se defende, além da contextualização dos fatos e da narrativa marcada pela pluralidade de fontes, a partir de pontos de vista divergentes, considera-se como ideal, a presença do repórter no palco do acontecimento, visando reforçar o

---

<sup>53</sup> Dentre os assuntos considerados necessários para a comunidade estão: notícias sobre emergências e riscos, saúde, educação, transporte, meio ambiente, economia, informações cívicas e sobre política (FRIEDLAND *et al.*, 2012 apud NAPOLI *et al.*, 2016).

imediatismo do meio como sugere Del Bianco (2004) e também a originalidade de seu conteúdo conforme a concepção de Napoli *et al.* (2016).

De todo modo, é oportuno destacar, que mesmo que a tecnologia e as redes sociais tenham propiciado na atualidade, uma ordem informativa num modelo de “interação mediada *online*” como propõe Thompson (2018), a mídia tradicional, em especial o rádio, ainda mantém o status de meio indispensável na mediação de informação jornalística junto à sociedade.

Afinal, como reforça Gentilli (2002, p.41), “é absolutamente inconcebível, nos dias que ocorrem, imaginar a possibilidade de vida nas modernas sociedades de massa sem a mediação informativa do jornalismo”. É por este conjunto de possibilidades, que esta tese reconhece e valoriza o radiojornalismo como instrumento essencial para fortalecimento da democracia em nível de base, capaz de minimizar os vazios da informação, ainda que seja fortemente marcado por condicionantes de múltiplas naturezas em sua prática diária, que afetam sua viabilidade.

## **PARTE II: A MATERIALIDADE EMPÍRICA DA PESQUISA**

## 5 O TERRITÓRIO DE ANÁLISE

### 5.1 A DIVISÃO REGIONAL BRASILEIRA

Ao longo do tempo, o IBGE apresentou diversas propostas de divisão regional do território nacional baseadas no contexto histórico político-institucional do país. A partir de uma linha cronológica, o recorte territorial na década de 1940 se deu em Zonas Fisiográficas, atualizadas para Microrregiões Homogêneas em 1968; e em 1989 em mesorregiões e microrregiões geográficas.

No intervalo compreendido entre a primeira e a segunda proposta formulada de regionalização brasileira, o país passou por transformações no contexto geoeconômico e político. Na primeira divisão regional em Zonas Fisiográficas, o Brasil era considerado um país fortemente rural, e a proposta de regionalização visava a um “conhecimento mais acurado do território”. Já na proposta das Microrregiões Homogêneas, havia um “estímulo central ao conhecimento das diferenças e desigualdades regionais com vistas à unificação do mercado, em um País que se urbanizava e se industrializava rapidamente” (IBGE, 2017, p.17).

Cabe ainda ressaltar que o contexto político-institucional do Brasil entre a década de 1940, quando foram estabelecidas as Zonas Fisiográficas; e o fim da década de 1960, quando surge a divisão por microrregiões homogêneas; fora marcado pelo regime militar, o que resultou numa proposta de divisão territorial permeada por centralização do poder (IBGE, 2017).

Esta centralização, no entanto, perde força na década de 1980, quando se propõe a divisão em mesorregiões e microrregiões geográficas pautadas pela descentralização do poder político-institucional. Publicado em 1990, este modelo de divisão regional levava em consideração o pacto federativo previsto na Constituição Federal de 1988, que descentraliza o poder nacional, ampliando a competência a estados e municípios na gestão de seus respectivos territórios; e prevê uma gestão compartilhada do território nacional a partir da participação da sociedade civil, instituições públicas e privadas (IBGE, 2017).

O contexto econômico brasileiro da década de 1990 foi levado em consideração na articulação da divisão regional em micro e mesorregiões. Desta forma, observa-se que os efeitos da globalização já se faziam presentes no território nacional, alavancando o setor agroindustrial no interior do país, principalmente nas regiões Norte, Centro-Oeste, Sul e parte do Nordeste. A diversificação da matriz econômica, pautada na década de 1960 pela pecuária extensiva, ganha o reforço da produção de grãos, tornando o país um celeiro exportador (IBGE, 2017).

Considerando que a dinâmica espacial tem se reconfigurado, a partir de transformações sociais, políticas, demográficas, econômicas e naturais, motivada em parte pelo acentuado fluxo da tecnologia em rede e pelo avanço da globalização, a divisão em mesorregiões e microrregiões se atualiza em 2017 passando a ser reclassificadas em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias.

Estas novas escalas, segundo o IBGE, “oferecem um retrato mais detalhado do território brasileiro e dos seus atributos” (IBGE, 2017, p.10). Neste sentido, o documento do IBGE ressalta que a proposta de regionalização do território brasileiro se subsidiou na identificação de cidades polo e dos municípios a elas vinculados, tendo como base as definições de território-rede e território-zona. Definições estas “que ajudam a mostrar a pluralidade das formas de se interpretar o espaço e sua relação com os sujeitos sociais” (IBGE, 2017, p.20).

Os territórios-rede, conforme discutido no Capítulo 2, são formados a partir da interligação de pontos representados por localidades que sofrem influência de determinada cidade configurada como um polo perante as demais. Sob a perspectiva da divisão regional proposta pelo IBGE, o território-rede possui uma “centralidade medida a partir do controle que as cidades exercem por suas funções de alcance intra e inter-regionais” (IBGE, 2017, p.21). Já a noção de territórios zona está associada a um território contínuo “identificado quando os fluxos e fixos se localizam em um espaço ininterrupto e homogêneo” (idem).

O estudo do IBGE coloca a rede urbana como principal indicador na classificação das Regiões Intermediárias e Regiões Imediatas. As Regiões Imediatas são formadas por localidades estruturadas próximas e articuladas a centros urbanos contíguos que possuem estrutura mínima para atendimento de necessidades imediatas da população ao redor. Neste sentido, a localidade polo da Região Imediata oferece um mercado estruturado para compras de bens de consumo duráveis e não duráveis; oferta de postos de trabalho e de serviços públicos na área de saúde, educação e previdência, além de serviços do poder judiciário.

Como o próprio nome define, as Regiões Intermediárias são formadas por espaços geográficos que se encontram numa escala intermediária entre as regiões imediatas e a unidade federativa. A organização do território pelas Regiões Intermediárias busca articular as Regiões Imediatas “por meio de um polo de hierarquia superior diferenciado a partir dos fluxos de gestão privado e público e da existência de funções urbanas de maior complexidade” (IBGE, 2017, p.20).

No panorama nacional, as regiões intermediárias foram delimitadas a partir de metrópoles ou capitais regionais. Nesta pesquisa que tem como *locus* o estado de Mato Grosso do Sul, situado na macrorregião Centro-Oeste, observa-se que as regiões intermediárias foram

agrupadas por localidades de menor dimensão, como é o caso de Dourados, capital regional C; e o API-Corumbá<sup>54</sup>, centro sub-regional B. A capital do estado, Campo Grande, não é considerada metrópole, e é categorizada pelo IBGE como capital regional A (IBGE, 2016).

No estado de Mato Grosso do Sul, conforme pode ser observado no Quadro 4, a proposição do IBGE estabeleceu três regiões intermediárias: Campo Grande, Dourados e Corumbá, subdivididas em doze regiões imediatas. Os critérios definidores para nominar as regiões intermediárias levam em consideração as cidades consideradas polo de maior hierarquia urbana.

**QUADRO 4** – Regiões Intermediárias e Imediatas de Mato Grosso do Sul

<b>Regiões Intermediárias</b>	<b>Regiões Imediatas</b>	<b>Municípios</b>
<b>Campo Grande</b>	Campo Grande	Bandeirantes, Camapuã, Campo Grande, Corguinho, Dois Irmãos do Buriti, Jaraguari, Nova Alvorada do Sul, Ribas do Rio Pardo, Rochedo, São Gabriel do Oeste, Sidrolândia e Terenos.
	Três Lagoas	Água Clara, Bataguassu, Brasilândia, Santa Rita do Pardo, Selvíria e Três Lagoas.
	Paranaíba-Chapadão do Sul-Cassilândia	Aparecida do Taboado, Cassilândia, Chapadão do Sul, Inocência, Paraíso das Águas e Paranaíba.
	Coxim	Alcinópolis, Costa Rica, Coxim, Figueirão, Pedro Gomes, Rio Verde de Mato Grosso e Sonora.
<b>Dourados</b>	Dourados	Caarapó, Deodópolis, Douradina, Dourados, Fátima do Sul, Glória de Dourados, Itaporã, Jateí, Juti, Laguna Carapã, Maracaju, Rio Brillhante e Vicentina.
	Naviraí-Mundo Novo	Eldorado, Iguatemi, Itaquirá, Japorã, Mundo Novo e Naviraí.
	Nova Andradina	Anaurilândia, Angélica, Batayporã, Ivinhema, Nova Andradina, Novo Horizonte do Sul e Taquarussu.
	Ponta Porã	Antônio João, Aral Moreira e Ponta Porã.

<sup>54</sup> Arranjo Populacional Internacional (API) formado pelos municípios de Corumbá e Ladário. Este arranjo fica na fronteira com a cidade de Puerto Quijarro na Bolívia.

	Amambaí	Amambai, Coronel Sapucaia, Paranhos, Sete Quedas e Tacuru.
Corumbá	Corumbá	Corumbá e Ladário.
	Aquidauana-Anastácio	Aquidauana, Anastácio, Bodoquena e Miranda;
	Jardim	Bela Vista, Bonito, Caracol, Guia Lopes da Laguna, Jardim, Nioaque e Porto Murtinho.

**Fonte:** elaborado pelo autor com dados do IBGE (2017).

A partir do Quadro 4, identifica-se que a Região de Campo Grande é formada por quatro regiões imediatas: Campo Grande, Três Lagoas, Coxim e Paranaíba-Chapadão do Sul-Cassilândia. Geograficamente, as regiões imediatas abrangem as porções central, norte, nordeste e leste do território de Mato Grosso do Sul e integram 32 municípios.

Pela regra estabelecida pelo IBGE, a denominação das regiões imediatas também se baseou nas cidades consideradas polo de maior hierarquia urbana, exceto na região Paranaíba-Chapadão do Sul- Cassilândia. Por ser formada por mais de um polo de mesma hierarquia, ou seja, polos urbanos equivalentes, “o nome da Região Geográfica Imediata é formado pelos nomes de todos os polos de mesma hierarquia, ordenados pelo tamanho da população” (IBGE, 2017, p.36).

Formada pelo maior número de regiões imediatas, a região intermediária de Dourados contempla Dourados, Nova Andradina, Naviraí-Mundo Novo, Ponta Porã e Amambaí. Abrangendo 34 municípios, preenche parte da porção leste e sul de Mato Grosso do Sul. Já a região de Corumbá, é formada por três regiões imediatas: Corumbá, Aquidauana-Anastácio e Jardim, que englobam 13 municípios situados na porção oeste e sudoeste do estado.

## 5.2 A POSIÇÃO DE MATO GROSSO DO SUL NO CENTRO-OESTE BRASILEIRO

A região Centro-Oeste foi instituída na primeira divisão regional do Brasil promovida pelo IBGE na década de 1940, contemplando, até então, os estados de Goiás e Mato Grosso. Em 1970, o órgão estabelece o conceito de macrorregiões, compostas por unidades federativas consideradas homogêneas, no qual se integra ao Centro-Oeste, o Distrito Federal, instituído em 1960 (DUARTE, 1988).

Num breve contexto histórico, observa-se que geograficamente, o atual território de Mato Grosso do Sul constituía a parte meridional do estado do Mato Grosso e chegou a integrar, por volta de 1750, a coroa portuguesa pelo Tratado de Madri. No século XVII, parte do território esteve situado dentro da Amazônia legal, “que antes ia até o paralelo 16, estendeu-se mais para

o sul, a fim de beneficiar com seus incentivos fiscais a nova unidade da federação” (MATO GROSSO DO SUL, 2015b, p.5).

Ao longo dos anos, várias batalhas foram travadas buscando a divisão territorial do então estado de Mato Grosso sob a justificativa de que o desenvolvimento de ambas as porções, norte e sul do território, se davam de forma destoante. Na constituinte de 1823 estava previsto um plano para a redivisão do território brasileiro. Porém, o plano não se concretizou sob a alegação de que a reorganização territorial acentuaria vazios demográficos nos estados do Pará, Mato Grosso e Goiás (MATO GROSSO DO SUL, 2015b).

Com a participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial, o presidente Getúlio Vargas criou seis territórios federais desmembrando Ponta Porã da porção sudoeste do estado de Mato Grosso. A medida fez acreditar, naquela ocasião, que a divisão territorial seria concretizada com o fim da guerra, no entanto, o território de Ponta Porã fora realocado para o estado original pela constituição de 1946. A partir de 1950, oficiais da Escola Superior de Guerra se propuseram a reavaliar a divisão territorial, algo que fora concretizado após inúmeros movimentos separatistas durante a gestão do presidente Ernesto Geisel.

Entre os argumentos justificadores do ato incluíam-se imposições administrativas - o território era grande demais para ser administrado por uma só máquina administrativa - e preceitos da Doutrina de Segurança Nacional, que considera pouco recomendável a existência de estados grandes e potencialmente ricos na região de fronteira (MATO GROSSO DO SUL, 2015b p.5).

A unidade federativa foi criada, portanto, através da Lei Complementar nº 31, em 11 de outubro de 1977, assinada pelo presidente Ernesto Geisel. Na prática, a divisão do estado foi efetivada em janeiro de 1979 com a instalação do governo do novo Estado na capital, Campo Grande, com a posse do primeiro governador Harry Amorim Costa<sup>55</sup>. Desde então, a extensão territorial de Mato Grosso do Sul corresponde à área geográfica da Alemanha totalizando 357.147 km<sup>2</sup>, sendo a segunda maior na região Centro-Oeste, atrás apenas do estado de Mato Grosso com uma extensão quase três vezes maior (IBGE, 2022). Além de limites territoriais com os estados do Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso, a unidade federativa possui fronteira física com dois países latino-americanos: Paraguai e Bolívia (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

---

<sup>55</sup> O engenheiro foi nomeado em 31 de março de 1978 pelo presidente Ernesto Geisel, deixando o cargo de diretor-geral do Departamento Nacional de Obras de Saneamento (DNOS), vinculado ao Ministério da Viação e Obras Públicas. Em 1º de janeiro de 1979, assumiu para um mandato de quatro anos, o Governo de Mato Grosso do Sul (CPDOC, 2009b).

Atualmente, é composto por 79 municípios e 85 distritos distribuídos nas regiões administrativas do estado. No censo demográfico de 2010, continha uma população formada por 2.449.024 pessoas, registrando densidade demográfica de 6,86 hab./km<sup>2</sup>, uma das menores do país em 9º lugar no ranking nacional, à frente apenas de Mato Grosso, que possui uma extensão territorial superior; e dos estados da região Norte (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

Em termos populacionais, o estado de Mato Grosso do Sul figura como lanterninha no Centro-Oeste se comparado às demais unidades federativas da região, ficando atrás de Goiás (7.206.589 habitantes), Mato Grosso (3.567.234 habitantes) e Distrito Federal (3.094.325 habitantes). (IBGE, 2021a). Os dados mais recentes do IBGE, no entanto, revelam crescimento no contingente populacional sul-mato-grossense, registrando uma população estimada em 2.839.188 habitantes em 2021, um aumento de quase 16%. Mesmo diante deste cenário de crescimento populacional, a concentração em determinadas localidades se configura como uma das características marcantes em Mato Grosso do Sul.

No levantamento de 2021, é possível observar que doze municípios possuíam mais de 40 mil habitantes concentrando mais de 64% da população do estado: Campo Grande, Dourados, Três Lagoas, Corumbá, Ponta Porã, Sidrolândia, Naviraí, Nova Andradina, Maracaju, Aquidauana, Paranaíba e Amambai. Destes, apenas Maracaju e Sidrolândia não são considerados polos nas microrregiões que integram, conforme a classificação das regiões imediatas e intermediárias (IBGE, 2017; 2021a).

Há ainda 23 municípios que formam um contingente populacional intermediário, totalizando 584.037 habitantes, o equivalente a 20% da população total do estado. A ampla maioria das localidades, porém, é formada por um contingente populacional que está abaixo dos vinte mil habitantes, ou seja, 44 municípios, o que representa mais da metade das localidades, concentram apenas 15% da população do estado, formando grandes vazios demográficos (IBGE, 2021a).

O *Estudo da dimensão territorial do estado de Mato Grosso do Sul: regiões de Planejamento* revela que além dos vazios demográficos, o território sul-mato-grossense convive com imensos vazios econômicos (MATO GROSSO DO SUL, 2015a). Conforme os dados de 2012, a disposição da riqueza estadual era desigual, estando concentrada em seis localidades que respondiam por quase 60% do PIB estadual. Na série revisada de 2019 divulgada pelo IBGE, cinco municípios passaram a concentrar 52% do PIB estadual, coincidentemente estes municípios também estão entre os mais populosos, embora não obedeçam necessariamente a mesma posição no ranking econômico (IBGE, 2021b).

**TABELA 2** – Concentração populacional e econômica dos principais municípios

<b>Município</b>	<b>População (2021)</b>	<b>Ranking</b>	<b>PIB (2019)<sup>56</sup></b>	<b>Ranking</b>
<b>Campo Grande</b>	916.001	1°	30.234.895,83	1°
<b>Dourados</b>	227.990	2°	9.469.925,10	3°
<b>Três Lagoas</b>	125.137	3°	10.354.138,12	2°
<b>Corumbá</b>	112.669	4°	2.779.589,35	5°
<b>Ponta Porã</b>	95.320	5°	3.219.045,52	4°
<b>Sidrolândia</b>	60.792	6°	1.992.154,60	10°
<b>Naviraí</b>	56.484	7°	1.908.850,05	11°
<b>Nova Andradina</b>	56.057	8°	2.159.906,22	9°
<b>Maracaju</b>	48.944	9°	2.548.144,77	6°
<b>Aquidauana</b>	48.184	10°	960.590,88	23°
<b>Paranaíba</b>	42.401	11°	1.372.939,44	17°
<b>Amambai</b>	40.247	12°	972.595,82	22°

Fonte: elaborado pelo autor com dados do IBGE (2021a; 2021b).

Conforme pode ser observado na Tabela 2, além da capital Campo Grande, os municípios de Três Lagoas, Dourados, Ponta Porã e Corumbá concentram a maior parte da riqueza produzida em Mato Grosso do Sul, e ainda que em níveis hierárquicos distintos, estão também entre os mais populosos do estado com contingente acima de 90 mil habitantes.

Dentre os municípios que apresentam população entre 60 e 40 mil habitantes, apenas Sidrolândia, Naviraí, Nova Andradina e Maracaju estão entre os que possuem melhores posições no ranking do PIB estadual, cujo destaque se deve, de uma forma geral, à Agropecuária e Indústria. As cidades de Aquidauana, Paranaíba e Amambai têm como principal atividade econômica os setores de serviços, que movimentam um volume menor de riqueza se comparados a indústria e agropecuária.

Visando minimizar as desigualdades regionais, o Governo do Estado buscou redefinir estratégias de desenvolvimento a partir de uma reorganização do espaço geográfico. Assim, o recorte territorial proposto pelo IBGE em mesorregiões e microrregiões foi revisto pela Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico de Mato Grosso do Sul em 2015.

Ainda que o IBGE tenha revisto em 2017 a divisão regional em mesorregiões e microrregiões do território nacional, conforme já discutido anteriormente, esta tese considera

<sup>56</sup> O índice se refere ao valor adicionado bruto a preços correntes na série revisada por R\$ 1.000,00.

necessário trazer a proposta de reorganização do espaço geográfico pelo Governo de Mato Grosso do Sul, por entender que a relação de proximidade com o objeto, traz um olhar mais acurado neste processo de divisão territorial.

### 5.3 A REGIONALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO SUL-MATO-GROSSENSE

A proposta de divisão territorial estabelecida pelo Governo do Estado de Mato Grosso visa à “implantação de políticas perenes de desenvolvimento sustentável que não sofram descontinuidade em cada mudança de gestão político-administrativa” (MATO GROSSO DO SUL, 2015a, p.13).

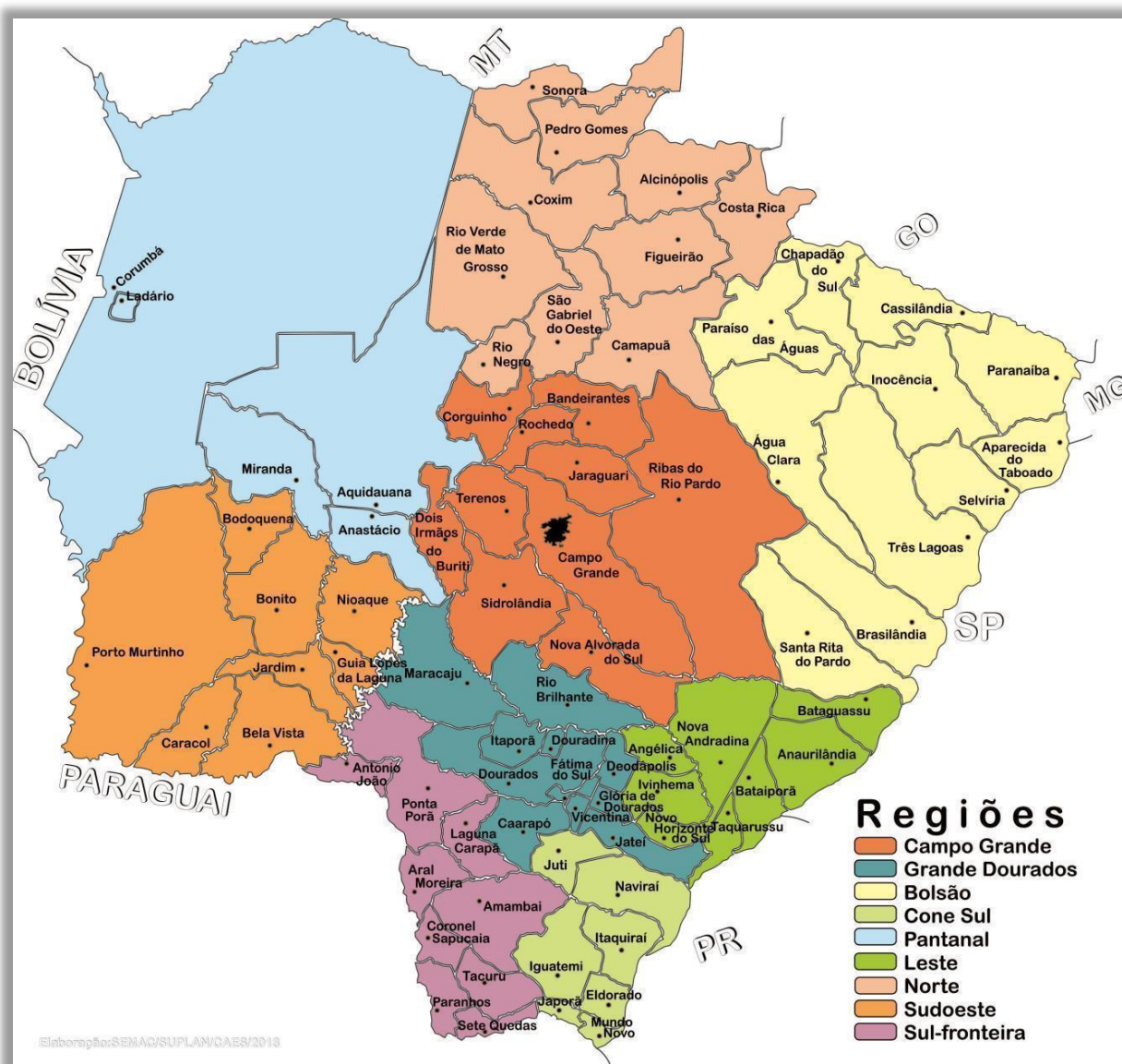
No intuito de traçar um planejamento em prol do desenvolvimento regional do estado, a divisão territorial proposta pelo Governo de Mato Grosso do Sul define as cidades polos capazes de liderar o processo de desenvolvimento por exercerem determinada influência nas localidades do entorno. Pela proposta, os polos regionais apresentam “economia urbana e um potencial de direcionamento dos fluxos demográficos e econômicos menos amplos que gravitam em seu entorno, mas ainda assim importantes na intermediação entre os níveis micro e macrorregional” (MATO GROSSO DO SUL, 2015a, p.15).

Embora apresentem caráter heterogêneo, as regiões denominadas polarizadas estão correlacionadas de maneira funcional, ou seja, além da interdependência funcional entre os municípios que compõem internamente uma mesma região, há uma relação estabelecida involuntariamente entre esses municípios e o polo, bem como deste com os polos de outras regiões.

A partir desta abordagem, o estado foi dividido em nove regiões de planejamento cujas cidades polos se destacam no aspecto econômico e demográfico, assumindo a liderança no recorte regional. Pela proposta, as nove regiões urbanas são: Campo Grande, Grande Dourados, Bolsão, Cone Sul, Leste, Norte, Pantanal, Sudoeste e Sul-fronteira.

A capital Campo Grande, na proposta do Governo do Estado, representa o polo centralizador do estado. Por se configurar no maior centro urbano e econômico, a capital concentra a maior população do estado, e acaba exercendo influência sobre as demais regiões, sobretudo pela oferta de bens e serviços de demanda local e de outras regiões.

MAPA 2 – Regiões de Planejamento de Mato Grosso do Sul



**Fonte:** Mato Grosso do Sul (2015a).

Conforme pode ser observado no Mapa 2, a partir de Campo Grande, figuram como subpolos regionais as cidades de Dourados, Corumbá e Três Lagoas. Estas localidades exercem forte liderança sobre as demais regiões do interior do estado, principalmente Três Lagoas, na costa leste, na divisa com o estado de São Paulo, onde o setor industrial vivencia um boom econômico desde o início dos anos 2000.

Abaixo dos subpolos, estão os polos microrregionais cujo poder de atração é limitado a pequenos centros urbanos, dentre os quais se destacam: o município de Ponta Porã na Sul-fronteira; Nova Andradina na região Leste; Naviraí no Cone-Sul; Jardim no Sudoeste e São Gabriel do Oeste no Norte.

**QUADRO 5** – Divisão regional proposta pelo Governo de Mato Grosso do Sul

<b>Polos Regionais</b>	<b>Principal centro-urbano</b>	<b>Municípios</b>	<b>População Estimada (2021)</b>	<b>PIB (2019)<sup>57</sup></b>
<b>Campo Grande</b>	Campo Grande	Bandeirantes, Campo Grande, Corguinho, Dois Irmãos do Buriti, Jaraguari, Nova Alvorada do Sul, Ribas do Rio Pardo, Rochedo, Sidrolândia e Terenos.	1.085.239 habitantes	36.544.356,63
<b>Grande Dourados</b>	Dourados	Caarapó, Deodápolis, Douradina, Dourados, Fátima do Sul, Glória de Dourados, Itaporã, Jateí, Maracaju, Rio Brillhante e Vicentina.	430.545 habitantes	18.112.259,18
<b>Bolsão</b>	Três Lagoas	Água Clara, Aparecida do Taboado, Brasilândia, Cassilândia, Chapadão do Sul, Inocência, Paraíso das Águas, Paranaíba, Santa Rita do Pardo, Selvíria e Três Lagoas.	298.166 habitantes	20.902.36,08
<b>Pantanal</b>	Corumbá	Aquidauana, Anastácio, Corumbá, Ladário e Miranda.	238.652 habitantes	5.119.756,87
<b>Sul-Fronteira</b>	Ponta Porã	Amambai, Antônio João, Aral Moreira, Coronel Sapucaia, Laguna Carapã, Paranhos, Ponta Porã, Sete Quedas e Tacuru.	217.227 habitantes	6.422.191,66
<b>Norte</b>	São Gabriel do Oeste	Alcinópolis, Camapuã, Costa Rica, Coxim, Figueirão, Pedro Gomes, Rio Negro, Rio Verde de Mato Grosso, São Gabriel do Oeste e Sonora.	157.402 habitantes	6.272.963,35
<b>Leste</b>	Nova Andradina	Anaurilândia, Angélica, Bataguassu, Batayporã, Ivinhema,	141.663 habitantes	6.065.593,55

<sup>57</sup> O valor referente ao Produto Interno Bruto diz respeito ao valor adicionado bruto a preços correntes em reais. O PIB engloba indicadores da agropecuária, indústria, serviços, além da Administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social, devido à sua relevância na economia brasileira (IBGE, 2021b).

		Nova Andradina, Novo Horizonte do Sul e Taquarussu.		
<b>Cone-Sul</b>	Naviraí	Eldorado, Iguatemi, Itaquiraí, Japorã, Juti, Mundo Novo e Naviraí.	141.619 habitantes	4.309.568,20
<b>Sudoeste</b>	Jardim	Bela Vista, Bodoquena, Bonito, Caracol, Guia Lopes da Laguna, Jardim, Nioaque e Porto Murtinho.	128.675 habitantes	3.194.193,93

**Fonte:** elaborado pelo autor com dados de Mato Grosso do Sul (2015a); IBGE (2021a; 2021b).

Conforme pode ser observado, o Quadro 5 desenha um panorama inicial das regiões de planejamento urbano de Mato Grosso do Sul.

**Campo Grande** - é formada por dez municípios e lidera os rankings populacional e de produção da riqueza no estado. Com uma área de aproximadamente 50.125 km<sup>2</sup>, possui uma densidade demográfica de 19,45 hab./km<sup>2</sup>, levando-se em consideração o censo demográfico de 2010. A economia da região é movimentada por meio das atividades de comércio e serviços que chegam a representar mais de 70% do valor adicionado agregado.

Campo Grande polariza as atividades industrial, financeira, comercial e de serviços na região, o que inviabiliza o desenvolvimento dos municípios próximos tornando-os dependentes da capital no suprimento de suas demandas elementares, principalmente em postos de trabalho. Além das cidades que integram a região Central, Campo Grande exerce função de influência sobre as demais regiões imediatas do estado, uma vez que concentra 40% dos estabelecimentos comerciais, 44% dos leitos hospitalares, além de concentrar um terço das salas de aula e 40% das agências bancárias do estado (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

**Grande Dourados** - Com o segundo maior contingente populacional, esta região é formada por onze municípios. Dourados é o principal polo da região por concentrar comércio, indústria e oferta de serviços. É considerado também um dos maiores centros do agronegócio do Brasil pela vocação na produção de grãos tais como soja, milho e trigo, além da pecuária de corte. Mesmo assim, ficou atrás da região do Bolsão na produção da riqueza no ano de 2019.

Além de Dourados, se destacam como importantes centros econômicos as cidades de Maracaju e Rio Brillhante, que também possuem concentração de lavouras que garantem indicadores econômicos expressivos para estas localidades. Outra fonte econômica que tem sido proeminente na Grande Dourados é a produção de álcool e açúcar, além do processamento

da soja e frigoríficos que compõem o setor terciário nesta região (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

**Bolsão** – tendo à frente a cidade de Três Lagoas, a região do Bolsão é formada por onze municípios situados nas porções norte e nordeste do estado de Mato Grosso do Sul, dentre os quais oito deles fazem limites com os estados de Goiás, Minas Gerais e São Paulo. Pela posição geográfica estratégica privilegiada, o bolsão tem apostado na diversificação da economia para além da pecuária e cultivo da soja e milho, com a atração de fábricas de papel e celulose em Três Lagoas.

A região ocupa o segundo lugar no ranking de produção de riqueza em Mato Grosso do Sul conforme dados de 2019 do PIB. Ademais da indústria de papel e celulose, a região se destaca no setor industrial sucroalcooleiro, bem como no “oleiro-cerâmica, de derivados de leite, o têxtil, o de confecções, frigorífico” (MATO GROSSO DO SUL, 2015a, p.37). A relação de proximidade com os estados vizinhos torna esta região promissora na atração de indústrias e novos negócios dada a facilidade de acesso aos grandes centros urbanos do país, essenciais para o escoamento da produção.

**Pantanal** - A quarta região em termos populacionais é formada por municípios que compõem o bioma Pantanal. Por concentrar a maior extensão territorial de Mato Grosso do Sul com 90.689,20 km<sup>2</sup>, a região do Pantanal registrava em 2010, uma densidade demográfica de 2,5 hab./km<sup>2</sup>. Em termos de geração de riqueza, situa-se em sétimo lugar no ranking do PIB de 2019, devido a predominância da pecuária extensiva. A atividade econômica concentrada em grandes propriedades rurais incapazes de absorver mão de obra local, resulta em fluxos migratórios destas cidades para outras regiões, o que contribui para o seu baixo índice demográfico (DUARTE, 1988).

Além da pecuária, há atividades de mineração em Corumbá-Ladário, siderúrgicas em Corumbá e Aquidauana, além de frigoríficos em Aquidauana e Anastácio. Como fonte alternativa, encontra-se o turismo contemplativo e o de pesca esportiva, motivados pela diversidade da fauna e flora do bioma Pantanal (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

No século passado, as cidades que integram esta região tiveram seu desenvolvimento econômico marcado pela implantação da Estrada de Ferro da Noroeste do Brasil. Com a privatização e declínio do transporte ferroviário, as cidades que abrigavam as estações vivenciaram o enfraquecimento de suas economias. Atualmente, a integração entre o Pantanal e o restante do estado se dá exclusivamente pela BR-262 numa extensão de mais de 750 quilômetros entre Corumbá na porção oeste até Três Lagoas no Leste.

**Sul-Fronteira** – esta região possui integração econômica, social e cultural com o país vizinho, Paraguai. É formada por nove municípios que compõem a extensa faixa de fronteira de aproximadamente 350 quilômetros. O município de Ponta Porã é líder na região e faz fronteira seca com Pedro Juan Caballero, importante polo comercial paraguaio. A cidade também sedia o assentamento Itamarati<sup>58</sup>, considerado um dos maiores assentamentos da reforma Agrária no Brasil. A região Sul-Fronteira apresenta o quarto maior PIB dentre as regiões de Mato Grosso do Sul, tendo como principais atividades econômicas a produção de soja e milho, além da erva-mate. No ramo industrial, possui atividades relacionadas a frigoríficos, curtume, erva-mate e produção de fécula de mandioca (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

**Norte** – tendo como referência o município de São Gabriel do Oeste, a região Norte é constituída por dez municípios e está entre as cinco regiões com maior concentração de PIB no estado. A cidade de São Gabriel do Oeste possui uma população inferior a Coxim, porém é líder na produção de riqueza na região ao lado de Costa Rica. A ligação da maioria das cidades com à capital se dá pela BR-163, rodovia que corta Mato Grosso do Sul de norte a sul. A economia da região gera em torno da produção de soja, milho, algodão e cana-de-açúcar; além da pecuária extensiva, suinocultura e avicultura (MATO GROSSO DO SUL, 2015a).

**Leste** – é composta por oito municípios tendo Nova Andradina como cidade principal na região. Fisicamente, possui como singularidade a inserção na bacia hidrográfica do Rio Paraná das oito cidades, das quais quatro fazem divisa com o estado de São Paulo. Em Bataguassu, por exemplo, tem início a BR-267 que corta boa parte do estado terminando em Porto Murtinho na região Sudoeste, na fronteira com o Paraguai. Dentre as principais atividades econômicas destacam-se a produção de mandioca, soja, arroz, trigo, algodão, feijão; além de vocação para bovinocultura, avicultura, ovinocultura e suinocultura.

**Cone-Sul** – assim como a região Leste, a região Cone-Sul também está contemplada fisicamente pela bacia hidrográfica do Rio Paraná. É formada por sete municípios, dentre os quais quatro fazem divisa com o estado do Paraná na porção sul do estado e um com o Paraguai. Liderada por Naviraí, a região tem vivenciado a expansão da indústria e da agroindústria com destaque para o setor de alimentos “com beneficiamento de carne, grãos, mandioca, leite; o sucroalcooleiro, da metalurgia, de cerâmica e o têxtil” (MATO GROSSO DO SUL, 2015a,

---

<sup>58</sup> Implantado em 2002, o Assentamento Itamarati está situado no município de Ponta Porã/MS, ficando a uma distância de 45 km da área urbana. Numa área de 65 mil hectares, concentra uma população estimada de 15.867 habitantes, sendo elevado a distrito de Ponta Porã em 2015 por uma lei municipal (YAFUSSO, 2022).

p.45). Na região destaca-se a agricultura familiar movimentada por assentamentos e aldeias indígenas.

**Sudoeste** – Tendo como polo urbano o município de Jardim, a região Sudoeste é formada por mais sete cidades, dentre as quais três ficam na faixa de fronteira com o Paraguai. Esta região concentra o menor contingente populacional e o menor PIB, ante as demais localidades do estado. Embora seja considerada a menos desenvolvida de Mato Grosso do Sul, a região Sudoeste tem se tornado um importante destino para o ecoturismo no Brasil. O município de Bonito é conhecido mundialmente por suas belezas naturais com água cristalina e diversidade na flora e na fauna. Além de Bonito, Bodoquena e Jardim também tem se destacado neste segmento, bem como Porto Murtinho, que tem vocação para o turismo de pesca no Rio Paraguai.

A síntese das regiões geográficas estabelecidas pelo Governo de Mato Grosso do Sul descritas anteriormente trazem indicativos de que num mesmo território geográfico, as singularidades são observáveis e concretas. Além do evidente processo de desenvolvimento regional desigual, como pode ser observável na descrição dos indicadores econômicos das regiões, esta síntese torna-se essencial na etapa de cruzamento de dados, fase em que se buscará compreender a complexidade do cenário midiático sul-mato-grossense, especialmente a partir da configuração do radiojornalismo de proximidade.

## 6 O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Seguindo a tradição das investigações em Ciências Sociais Aplicadas, esta pesquisa se define como de natureza qualitativa por ser permeada pela relação dinâmica entre o real a ser investigado, no caso o contexto do radiojornalismo de proximidade e os sujeitos envolvidos no processo de produção jornalística das rádios a serem analisadas.

Cabem as pesquisas de natureza qualitativa mais do que interpretar, mas principalmente, atribuir significados para os fenômenos a partir da observação do ambiente real, que em geral se constitui como a fonte direta dos dados. Neste tipo de abordagem, os resultados se ancoram na análise indutiva dos dados tendo como foco principal os significados e processos.

Incumbida de trazer respostas a questões particulares, a pesquisa qualitativa “trabalha com um universo de significados” permeados por “relações, processos e fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”, ou “não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas” (MINAYO, 2002, p.22).

Para que o rigor metodológico esteja assegurado, a coleta de dados deve estar sempre alicerçada no arcabouço teórico, que além de direcionar o percurso da coleta, se torna imprescindível na análise e interpretação destes (PRODANOV e FREITAS, 2013). A fundamentação teórica, no entanto, deve ser “vista como um mapa marítimo e não como uma via férrea” (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2010, p.137). Neste sentido, embora alicerçadas teoricamente, a pesquisa de natureza qualitativa deve se abster de percorrer um caminho unidirecional e rígido, estando sujeita à versatilidade e adaptações no percurso.

No campo da Comunicação, a natureza qualitativa da pesquisa tem como característica principal a flexibilidade do pesquisador nos procedimentos adotados durante o percurso, contrariando modelos engessados e fechados comuns da abordagem quantitativa. De acordo com Tuzzo e Braga (2016, p.144), as pesquisas quantitativas estão ancoradas na “mensuração de intensidade, frequência ou quantidade”. Já na abordagem qualitativa, a ênfase recai sobre a “qualidade e a profundidade de dados e descobertas a partir de fenômenos”.

Os autores complementam que a abordagem qualitativa possibilita ao pesquisador recorrer a “imaginação e a criatividade” ao mesmo tempo em que propicia “um vasto campo de possibilidades investigativas que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos na vida dos indivíduos” (TUZZO; BRAGA, 2016, p.142). Além disso, apresentam caráter analítico e explicativo, sendo regidas por “dados que gerarão conclusões e reflexões, baseados na complexidade da sociedade onde a pesquisa foi gerada” (TUZZO; BRAGA, 2016, p.144).

Para Roseli Fígaro (2014, p.126), a pesquisa qualitativa engloba uma infinidade de técnicas no processo de coleta de informações, que ao serem cruzadas, permitem com que “a observação e a análise possam ser efetuadas de maneira a contar com as controvérsias naturais ao estudo das relações sociais, dando consequência à complexidade que lhe é inerente”.

Nesta pesquisa, no entanto, assim como em inúmeras outras pesquisas das Ciências Sociais Aplicadas, as abordagens qualitativa e quantitativa não são excludentes. Pelo contrário, elas se complementam na medida em que “interagem dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia” (MINAYO, 2002, p.22), uma vez que as técnicas de coletas de dados adotadas para esta tese apresentam, em determinados momentos, natureza quantitativa, como será apresentado posteriormente.

## 6.1 A TRIANGULAÇÃO METODOLÓGICA

A fim de reforçar as evidências e os resultados encontrados, evitando possíveis manipulações não intencionais e contestações, as pesquisas qualitativas tendem a recorrer a mais de uma abordagem, configurando num pluralismo metodológico. A associação de diversas abordagens é denominada por Fígaro (2014) como “triangulação metodológica”.

De acordo com Tuzzo e Braga (2016, p.141), no campo das Ciências Sociais a recorrência metodológica a abordagens multimétodos tem se tornado cada vez mais preponderante. Para os pesquisadores, a triangulação tem como foco central “os diversos ângulos de análise, as diversas necessidades de recortes e ângulos para que a visão não seja limitada e o resultado não seja restrito a uma perspectiva”.

Na mesma linha de pensamento, Minayo e Gómez (2003) explicam que o uso específico de vários instrumentos possibilita “uma melhor aproximação, compreensão e explicação dos processos e fenômenos sociais”. Os autores destacam que a partir desta integração metodológica, “se pode iluminar a realidade a partir de vários ângulos, o que permite confluências, discordâncias, perguntas, dúvidas, falseamentos, numa discussão interativa e intersubjetiva na construção e análise dos dados” (MINAYO e GÓMEZ, 2003, p.136).

A concepção de triangulação passa, portanto, por uma associação de múltiplos olhares, de buscas variadas que se complementam, essencialmente nas pesquisas de natureza qualitativa alicerçadas no sujeito, objeto e fenômeno (TUZZO; BRAGA, 2016). Os autores ressaltam ainda que pela proposta de triangulação, embora os vértices do triângulo formem o todo, estes devem ser trabalhados na sua especificidade durante o processo, ou seja, na etapa da coleta para que reunidos possam dar sentido aos resultados conclusivos a partir da interpretação do fenômeno.

De acordo com Fígaro (2014) há ao menos quatro tipos de triangulação: de dados, do investigador, da teoria e de métodos. Nesta pesquisa, adotou-se a triangulação do tipo metodológica na qual se recorre a diferentes métodos de investigação para a coleta de dados e análise do objeto/fenômeno.

Na extensa revisão de literatura que faz sobre a abordagem da triangulação metodológica, Teresa Duarte (2009) recupera de Denzin a subdivisão da triangulação em intramétodos e intermétodos. A primeira prioriza a aplicabilidade do mesmo método em situações distintas. Já na intermétodos, adotada nesta tese, diferentes métodos são empregados na compreensão do mesmo objeto de investigação.

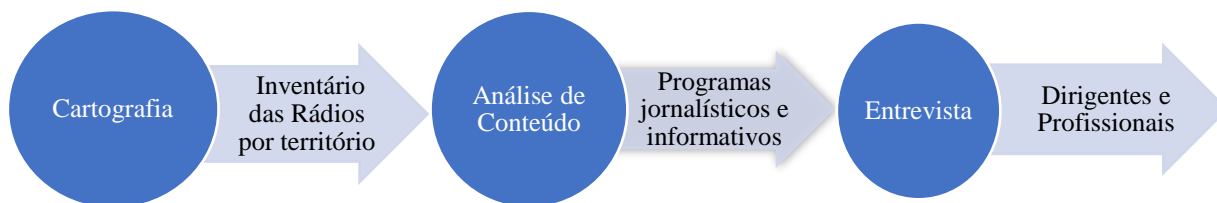
Cabe ressaltar que a triangulação metodológica exige do pesquisador um desenho norteador da pesquisa cujo processo se dá por distintas técnicas de coleta de dados “tanto com instrumentos para a pesquisa quantitativa quanto para a pesquisa qualitativa ou ainda mobilizando instrumentos quantitativos e qualitativos em uma mesma pesquisa” (FÍGARO, 2014, p.130).

Além de permitir a junção de métodos e fontes de coletas de dados, bem como diferentes métodos na etapa análise dos dados, Azevedo *et al.* (2013, p.8) ressaltam que a triangulação se configura numa “tentativa de superar parcialmente as deficiências que decorrem de uma investigação ou de um método”, mais suscetíveis a erros.

Os autores acrescentam ainda que esta combinação de métodos, além de fornecer dados mais integrais e acurados sobre o objeto de pesquisa assegurando a confiabilidade, permite “compreender melhor os diferentes aspectos de uma realidade e a evitar os enviesamentos de uma metodologia única” (AZEVEDO *et al.*, 2013, p.5).

Um dos aspectos rechaçados por Duarte (2009) na adoção da triangulação enquanto abordagem metodológica, diz respeito à recorrência ao método para validação de resultados. Baseada na proposta de Kelle (2001), a pesquisadora ressalta que a escolha pela triangulação não tem por objetivo “corroborar ou infirmar resultados com o recurso a diferentes métodos”, mas “produzir um retrato do fenômeno em estudo que seja mais completo do que o alcançado por um único método” (DUARTE, 2009, p.14), ou seja, assume-se a triangulação sob o aspecto da complementaridade de métodos.

Posto isso, o desenho desta pesquisa está baseado na triangulação metodológica a partir da associação do método da Cartografia, Análise do Conteúdo jornalístico veiculado nas emissoras que compõem o corpus de análise somado às técnicas de entrevistas estruturadas por meio de questionário e em profundidade, conforme detalhado na Figura 3 a seguir.

**FIGURA 3** – Síntese das etapas metodológicas da Pesquisa

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O método da cartografia sob a perspectiva de Rosário e Coca (2018), na fase exploratória, auxiliou na construção do mapa geral da radiodifusão sonora sul-mato-grossense. Já a Análise de Conteúdo, aplicada em fase posterior desta investigação, permitiu compreender em que medida a dimensão geográfica do território incide no conteúdo veiculado pelo radiojornalismo de proximidade e se este atende às necessidades de informação ou ao interesse público da comunidade.

Por fim, a técnica da entrevista, nas modalidades estruturada e de profundidade, com dirigentes e profissionais envolvidos nas rotinas produtivas, ajudou a identificar o perfil estrutural, a questão da sustentabilidade e observar de que maneira as relações existentes entre as condições socioeconômico-políticas do território incidem na configuração das emissoras e do conteúdo que vai ao ar na programação jornalística.

## 6.2 O MÉTODO DA CARTOGRAFIA

Proveniente da Geografia, a cartografia enquanto método tem sido utilizada recorrentemente nas investigações de forma interdisciplinar e múltiplos campos do saber. No âmbito da Comunicação, principalmente em estudos que privilegiam o descortinar de territórios da mídia local e regional, a cartografia se apresenta como subsídio necessário na construção dos mapas e na compreensão das dinâmicas locais e regionais do jornalismo. Nesta investigação, recorreu-se ao método da cartografia a fim de se apresentar um panorama amplo do radiojornalismo de proximidade no território de Mato Grosso do Sul.

Diante do caráter múltiplo e heterogêneo do objeto, entende-se, no entanto, que o mapa do cenário do radiojornalismo sul-mato-grossense é inacabado e passível de alterações contínuas. Para Gomes *et al.* (2012, p.4), o mapa enquanto “resultado do processo de comunicação cartográfica, apenas exprime o conteúdo da realidade observada e processada na mente do cartógrafo”.

A partir da concepção de Rosário (2016, p.183), entende-se que a comunicação se apropria da cartografia enquanto trilhar metodológico buscando construir mapas do objeto de estudo, “a partir do olhar atento e das percepções e observações do pesquisador, que são únicas e particulares”, o que possibilita construir “uma percepção diferenciada sobre os objetos do campo”.

Na pesquisa em Comunicação, embora o método da cartografia apresente certa flexibilidade, no qual o percurso fuja de regras e saberes pré-estabelecidos, deve haver planejamento visando detalhar os passos iniciais do pesquisador, que podem estar sujeitos a novos percursos de organização e sistematização (ROSÁRIO, 2016).

A pesquisadora ressalta que mesmo que a cartografia, enquanto método, garanta a flexibilidade durante o percurso de investigação, se faz necessário assegurar o rigor metodológico ancorado na precisão e consistência dos dados, eficácia e detalhamento das etapas metodológicas. Para Rosário (2016, p.179), buscar um caminho mais flexível “não significa abandonar o método, tampouco dispensar o rigor ou tornar-se desatento ao controle de variáveis, mas resignificá-lo”.

Conforme apontado anteriormente, na definição dos objetivos desta investigação, a cartografia se mostrou como um método pertinente para esta pesquisa na medida em que leva em consideração o conjunto de variáveis que incidem na configuração do objeto. Rosário (2016) acrescenta que além do contexto, e neste caso, o estrutural e a dimensão geográfica do território em que as emissoras de rádio jornalísticas estão situadas sejam consideradas variáveis essenciais de análise, deve-se levar em consideração na interpretação do fenômeno, a memória, ou seja, o percurso e a trajetória histórica que incidem na configuração do radiojornalismo ao longo do tempo em determinadas localidades.

Embora objeto de crítica por Rosário e Coca (2018), o método da cartografia aplicado à etapa do levantamento de dados se mostra um procedimento imprescindível na compreensão do território a ser descortinado. As próprias pesquisadoras definem a etapa do mapeamento inicial como rastreamento ou como prefere Kastrup (2007), “varredura do campo”, na qual há uma busca “por conhecimento do objeto que se quer estudar pela atenção em suspensão e por meio de pistas que se configuram no campo” (ROSÁRIO; COCA, 2018, p.42).

Para que o mapa da radiodifusão sonora sul-mato-grossense fosse fidedigno ao cenário que se apresenta, Gomes *et al.* (2012, p.4) salientam que o cartógrafo-pesquisador necessita “conhecer a realidade do fenômeno a ser mapeado para então produzir mapas eficientes”, a partir da “codificação correta dos fenômenos”, acrescentam. Nesta investigação, o trabalho deste pesquisador na função de cartógrafo, visando construir o mapa do rádio de proximidade

no território de Mato Grosso do Sul, primou pela observação detalhada do território investigado, sempre com olhar atento para a multiplicidade de fatores que incidem na configuração deste cenário, como sugere Rosário e Coca (2018).

As autoras acrescentam que o pesquisador-cartógrafo deve buscar as especificidades do objeto, elencando as diferenças e examinando as características semelhantes e discrepantes. Neste sentido, o mapa geral que será detalhado posteriormente, visando descrever o panorama do radiojornalismo sul-mato-grossense, está ancorado na categorização dos grupos de emissoras a partir das conexões e singularidades entre elas, mas também as diferenças, que juntas formam a totalidade do objeto.

Assim, alicerçado na proposição metodológica da cartografia sob o prisma de Rosário e Coca (2018), o mapa da Radiodifusão Sonora de Mato Grosso do Sul foi construído sob o caráter da multiplicidade e da heterogeneidade, porém compreendendo que este mapa é mutável e está em constante transformação (ROSÁRIO; COCA, 2018), principalmente neste cenário permeado por mudanças bruscas de natureza tecnológica, profissional e institucional no ecossistema midiático local.

O percurso desta investigação segue as etapas de rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento, propostas por Kastrup (2007) que ajudam a organizar o trajeto de investigação. Na etapa inicial de rastreamento, buscou-se identificar a totalidade das emissoras que integram o ecossistema midiático no estado de Mato Grosso do Sul a partir da coleta e cruzamento de dados do Sistema Mosaico da Anatel, Painel de Outorgas do MCom e plataforma do Atlas da Notícia.

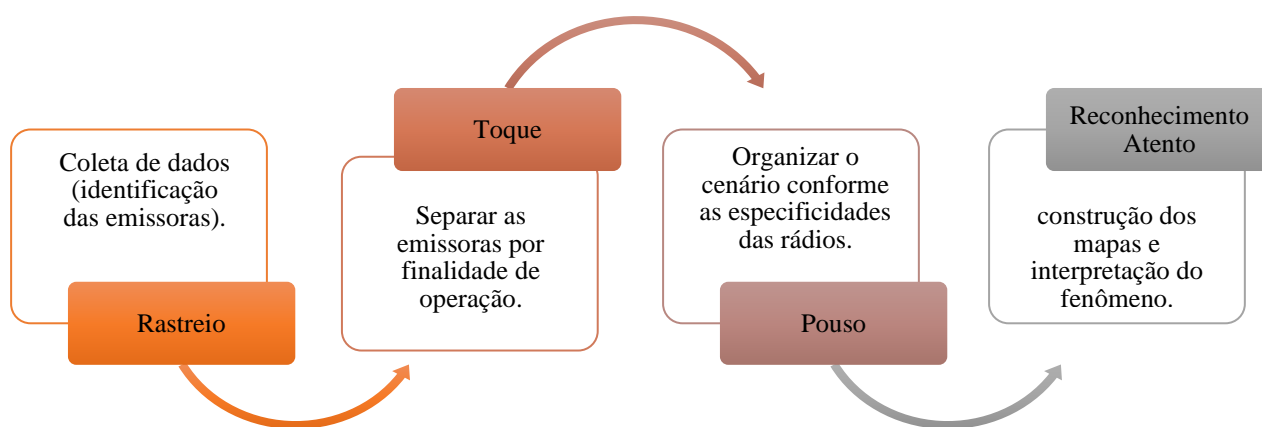
A partir de então, a etapa de seleção ou toque como propõe Kastrup (2007, p.19), cujo objetivo é acionar “em primeira mão o processo de seleção”, visou separar o conjunto de emissoras por finalidade de atuação: educativas, comunitárias e comerciais. Nesta etapa, que “aprimoramos a seleção e que os critérios ficam mais claros” (ROSÁRIO; COCA, 2018, p.43).

Na etapa seguinte, que corresponde ao pouso, o olhar do pesquisador cartógrafo se torna mais atento e deve se voltar para os dados identificados e selecionados nas etapas anteriormente planejadas. É no pouso que é possível “perceber os pontos de intensidade, rupturas, repetições e desvios” (ROSÁRIO; COCA, 2018, p.43).

Nesta investigação, a etapa do pouso permitiu, a partir da seleção das emissoras comerciais, objeto deste estudo, organizar o cenário da radiodifusão sonora em Mato Grosso do Sul a partir da distribuição espacial no território investigado, categorizar as emissoras a partir do viés de programação que adotam, posicionar as estações que integram redes de rádio regionais e os vínculos políticos e religiosos estabelecidos.

Na concepção desta pesquisa, as etapas de pouso e reconhecimento atento são indissociáveis, uma vez que a construção dos mapas da radiodifusão sul-mato-grossense só foi possível a partir da análise apurada do fenômeno empírico identificado na etapa do pouso, de forma articulada ao referencial teórico adotado nesta investigação. Abaixo, segue um esquema síntese das etapas de planejamento para construção do Mapa do Rádio em Mato Grosso do Sul.

**FIGURA 4** – Planejamento da Cartografia da Radiodifusão Sonora de Mato Grosso do Sul



**Fonte:** elaborado pelo autor adaptado de Rosário e Coca (2018); Kastrup (2007).

A construção da cartografia da radiodifusão sonora sul-mato-grossense passa também pela avaliação da presença das emissoras no ambiente multiplataformas. Inicialmente, recorreu-se a etapa de rastreio a fim de criar um inventário das estações que possuem sites e aplicativos próprios, bem como as que estão presentes nas redes de comunicação *online* tais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube* ou dispõem de aplicativos de mensagens instantâneas como o *WhatsApp*.

Num segundo momento, para a avaliação da presença das emissoras nestes canais digitais, recorreu-se à etapa de toque na qual elencou-se as emissoras representativas a serem analisadas empiricamente, identificando dados primários tais como: número de seguidores, número de publicações, data de criação da página. Por fim, as etapas de pouso permitiram observar aspectos relativos à performance a partir da regularidade na atualização, originalidade do conteúdo veiculado, recorrência a elementos sonoros e audiovisuais nas publicações.

Conforme revelado anteriormente, o método da cartografia foi estabelecido visando apresentar um panorama geral da radiodifusão sonora comercial em Mato Grosso do Sul, mas

não será assumido como procedimento único nesta investigação. A cartografia se tornou imprescindível para posicionar o cenário do radiojornalismo de proximidade no território sul-mato-grossense e ajudou a ratificar a opção pelo corpus empírico representativo das emissoras jornalísticas. Na triangulação metodológica, Análise de Conteúdo, técnica da entrevista estruturada e em profundidade se somam ao método da cartografia para detalhar, de forma mais apurada, o cenário do radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense, conforme será apresentado a seguir.

### 6.3 A ANÁLISE DE CONTEÚDO

Basicamente, recorreu-se Análise de Conteúdo (AC) a fim de elucidar os principais objetivos específicos desta pesquisa: identificar se e de que forma o território de proximidade é evidenciado no conteúdo dos programas jornalísticos das emissoras de rádio analisadas, identificar se os conteúdos agendados remetem ao interesse público atendendo às necessidades de informação e se são capazes de propiciar o acionamento da cidadania no respectivo território.

Dentre as principais definições do método da AC, a de Bardin (2002, p.42) sintetiza que o método corresponde “ao 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”, sempre considerando os fatores de produção/recepção destas mensagens.

No contexto dos estudos de Comunicação, a AC tem por objetivo analisar as mensagens, porém difere das análises semiológicas e de discurso por “cumprir com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 286). O marco central do método consiste “na definição dos conceitos, categorias, tipos, gêneros ou formatos, ou qualquer outra denominação adotada para qualificar, selecionar e mensurar o conteúdo da comunicação” (TEMER, 2011, p. 414).

No intuito de se conquistar resultados satisfatórios na investigação do objeto, a Análise de Conteúdo possibilita associar as análises quantitativa e qualitativa. Na análise quantitativa a informação obtida provém da frequência com que surgem certas características do conteúdo. Já na qualitativa, a observância ou inobservância de determinada característica de conteúdo ou de o conjunto de características em determinados fragmentos de mensagem que devem ser levados em consideração (BARDIN, 2002).

Para que a análise de conteúdo obtivesse êxito, coube a este pesquisador seguir os seguintes marcos de referência propostos por Krippendorff (1990): os dados tais como se

apresentam, o contexto dos dados, o conhecimento do pesquisador, o objetivo da análise, a inferência e os critérios de validade. As etapas que marcam a análise de conteúdo, por sua vez, são conforme Bardin (2002): organização da análise, codificação, categorização, inferência e tratamento informático.

O corpus constituído abrangeu programas jornalísticos transmitidos entre os meses de janeiro e abril de 2022, nas quatro emissoras selecionadas: Morena FM, Grande FM, Avenida 91 e Difusora FM. Este recorte garantiu a representatividade tanto sob o aspecto da amostragem territorial, sendo uma emissora representativa por região geográfica nas porções centro-norte, sul, leste e oeste do território sul-mato-grossense; quanto sob o âmbito temporal a partir de um programa jornalístico a ser analisado por dia da semana.

Assim, optou-se pelo tipo de amostragem não probabilística de semanas compostas, considerando a disponibilidade econômica, temporal e de recursos humanos para a pesquisa. A fim de garantir o rigor metodológico, prezou-se pela alternância do dia por semana, de forma sequencial nas emissoras em que foi possível, e não sequencial na Avenida 91, conforme cronograma detalhado no Quadro 6 a seguir.

**QUADRO 6** – Etapa de Análise de Conteúdo nos programas jornalísticos

Emissora	Programa Jornalístico	Período de análise da Programação				
<b>Morena FM – Campo Grande</b>	Primeira Página	07/03/2022 – segunda-feira		15/03/2022 – terça-feira		23/03/2022 – quarta-feira
<b>Grande FM – Dourados</b>	Espaço Aberto	10/01/2022 – segunda-feira		18/01/2022 – terça-feira		26/01/2022 – quarta-feira
<b>Difusora FM – Três Lagoas</b>	Difusora Notícias	10/01/2022 – segunda-feira	18/01/2022 – terça-feira	26/01/2022 – quarta-feira	03/02/2022 – quinta-feira	11/02/2022 – sexta-feira
<b>Avenida 91 – Aquidauana</b>	Estúdio 91	03/01/2022 – segunda-feira	11/01/2022 – terça-feira	23/03/2022 – quarta-feira	31/03/2022 – quinta-feira	08/04/2022 – sexta-feira

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Conforme pode ser observado no Quadro 6, a amostragem na Morena FM de Campo Grande é formada pelas edições de 07, 15 e 23 de março, ou seja, segunda à quarta-feira de forma sequencial. Nesta emissora, optou-se pela análise de três edições, considerando que a

duração diária do programa jornalístico *Primeira Página* é de 1 hora e 30 minutos. As três edições somadas, neste caso, totalizam 4 horas e 30 minutos de material para decupagem, garantindo, desta forma, um recorte similar ao corpus da Difusora FM e da Avenida 91.

Na Grande FM de Dourados, optou-se pelas edições de 10, 18 e 21 de janeiro que também correspondem aos dias sequenciais de segunda, terça e quarta-feira. Ao todo, o recorte corresponde a 7 horas e 30 minutos para decupagem, uma vez que o programa *Espaço Aberto* possui duração diária média de 2 horas e 30 minutos. Embora, num primeiro momento, o corpus de análise aparentasse ser extenso, observou-se durante a decupagem, que parte dos blocos do programa é destinado a outras finalidades que não a informação jornalística, não sendo, para tanto considerados na análise.

Apenas na Difusora FM de Três Lagoas e na Avenida 91 de Aquidauana, optou-se por analisar cinco edições diárias dos programas jornalísticos *Estúdio 91* e *Difusora Notícias*. Considerando que em ambas as estações, o programa tem duração média de uma hora diária, as cinco edições de segunda à sexta-feira se tornaram equivalentes ao delineamento das Rádios Morena e Grande FM cuja média se aproxima de 5 horas de conteúdo jornalístico para análise.

Cabe ressaltar que a etapa de coleta do material em áudio para realizar a AC sofreu vários revezes tanto na Morena FM quanto na Avenida 91. Isto se deve ao fato de que ambas as emissoras, diferentemente da Grande FM e Difusora FM, ainda não utilizam os recursos multiplataformas para a transmissão dos programas para além do rádio de antena convencional.

Na Morena FM, a transmissão da programação se dá de forma tradicional pelo *dial*, por meio do site oficial<sup>59</sup> e em portais agregadores de conteúdo sonoro como Rádios.com e Tudo Rádio. No caso da Avenida 91, a transmissão se dá exclusivamente nas ondas hertzianas e no portal Rádios.Com<sup>60</sup>, não possuindo, até a finalização desta pesquisa, sítio oficial institucional.

Para a gravação do *Primeira Página* da Morena FM, recorreu-se ao software *Total Recorder* onde foi possível captar a transmissão a partir do site institucional da emissora e posterior arquivamento no formato *Mp3*, procedimento similar adotado também na captura do *Estúdio 91* da Avenida 91, cuja transmissão na web se dá exclusivamente pelo portal Rádios.Com.

Inicialmente, pretendia-se realizar a gravação dos programas jornalísticos da Avenida 91 no mesmo período correspondente ao da Difusora FM, haja vista a similaridade na duração diária dos programas jornalísticos. No entanto, na edição de 19 de janeiro, não houve edição do *Estúdio 91*, o que exigiu deste pesquisador a redefinição do cronograma de captura do material.

---

<sup>59</sup> Disponível em: <<https://www.morenafm.com.br/easy-campo-grande/>>. Acesso em 10 jan. 2022.

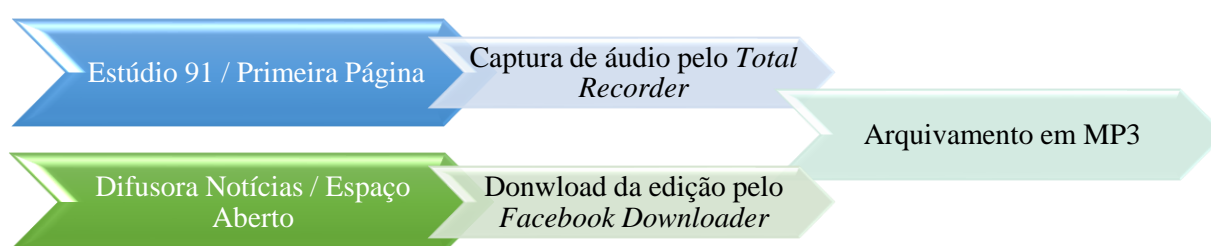
<sup>60</sup> Disponível em: <<https://www.radios.com.br/aovivo/radio-avenida-917-fm/12803>>. Acesso em 21 mar. 2022.

Diante da ausência de regularidade na programação jornalística da emissora na internet, fenômeno observável durante a coleta de dados, optou-se por construir uma semana composta não sequencial a partir de edições de 03 e 11 de janeiro; 23 e 31 de março, e 8 de abril; referente às edições de segunda à sexta-feira, conforme pôde ser observado no Quadro 6.

Consoante já mencionado, a coleta do material para análise na Grande FM e na Difusora FM foi facilitada por estar disponível em suas páginas nas redes sociais. Na Grande FM além da transmissão de sua programação por antena, a emissora está imersa no ambiente multiplataformas replicando seus programas a partir do site institucional e nas redes sociais tais como *YouTube*<sup>61</sup> e *Facebook*<sup>62</sup>.

Desta forma, procedeu-se com o download das edições disponíveis nas redes sociais do *Espaço Aberto* da Grande FM e do *Difusora Notícias* da Difusora Três Lagoas<sup>63</sup> a partir do portal *Facebook Downloader*. Este site se configura numa ferramenta *online* que possibilita descarregar gratuitamente os vídeos contidos em páginas do *Facebook* tanto no formato mp3, ou seja, apenas áudio quanto em vídeo no formato mp4. Na Difusora FM, o escopo de análise do *Difusora Notícias* obedeceu ao critério probabilístico sequencial correspondente às edições dos dias 10, 18 e 26 de janeiro, bem como as edições de 3 e 11 de fevereiro. As cinco edições correspondem à semana sequencial de segunda à sexta-feira e totalizou aproximadamente 5 horas de conteúdo para decupagem e análise.

**FIGURA 5** – Procedimentos na coleta de áudio dos programas jornalísticos para AC



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

A partir da captura do conteúdo sonoro a ser analisado por emissora, organizou-se o arquivo do material em formato *MP3* no *Google Drive* para que se pudesse proceder com as demais etapas da AC. Num segundo momento, recorreu-se à técnica da transcrição dos

<sup>61</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/user/radiograndefm>. Acesso em: 10 jan. 2022.

<sup>62</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/radiograndefm>. Acesso em: 10 jan. 2022.

<sup>63</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/difusoratreslagoas>. Acesso em: 10 jan. 2022.

programas radiojornalísticos a partir da ferramenta Digitação por Voz do *Google Docs*. Considerando que a transcrição remota nem sempre é exata, realizou-se uma revisão apurada da transcrição por este pesquisador, para que, a partir de então, se prosseguisse a etapa da AC das mensagens orais transmitidas. Ambos os tipos de análise, quantitativa e qualitativa, resultaram em inferências pertinentes para o objetivo da pesquisa ao qual se propôs.

Ainda na etapa da organização da análise, foram criadas planilhas no *software Excel* para que se pudesse codificar e categorizar o material transcrito. Foram criadas abas para cada edição onde foi possível codificar a Unidade de Registro (UR) a ser analisada, o bloco ao qual ela pertencia, a minutagem, seguido pelas demais categorias estabelecidas conforme o referencial teórico adotado nesta análise.

Na etapa da codificação, o objetivo é relacionar o material escolhido para análise com a fundamentação teórica proposta pelo pesquisador. Nesta etapa, os dados são sistematizados e classificados a partir das categorias. A categorização prevê a classificação e reagrupamento das unidades de registro em categorias no intuito de compreender a totalidade dos dados e sua diversidade (FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 294, 298). De acordo com o autor, a categorização envolve as etapas de inventário e classificação, onde na primeira se isola os elementos e na segunda os reúne em grupos similares a fim de impor organização.

Segundo Temer (2011), a classificação por gêneros nos meios massivos exige análise diferenciada, na qual devem ser observadas as características gerais:

Enquanto no jornal impresso, no qual a finalidade expressa do veículo é a divulgação de informações, é adotada pelos pesquisadores a classificação do material por categorias (publicidade e jornalismo) e gêneros; na televisão ou no rádio (para citar exemplos), cujo conteúdo é predominantemente voltado para o entretenimento; à classificação por gêneros ocorre a partir da programação, e os produtos jornalísticos se tornam gêneros específicos dentro do conjunto (TEMER, 2011, p. 421).

Neste sentido, na etapa de análise do conteúdo dos programas informativos e/ou jornalísticos referente às emissoras selecionadas, foram estabelecidos como categorias de análise: o âmbito territorial da informação, as principais temáticas agendadas, a origem da informação jornalística, os formatos radiojornalísticos utilizados no programa jornalístico/informativo com base na proposição de Barbosa Filho (2009), e as fontes de informação com base na concepção de Chagas (2020).

**QUADRO 7 – Síntese das categorias para Análise de Conteúdo**

Categorias	Classificação	
Âmbito Territorial da Informação	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Local (informação referente a territórios municipais no qual a emissora esteja inserida geograficamente).</li> <li>● Regional (informação referente ao território de proximidade formado por municípios que integram uma mesma região geográfica).</li> <li>● Estadual (informação cujo assunto remeta ou cause impactos ao território de Mato Grosso do Sul).</li> <li>● Nacional (informações que tragam impacto ou afetem a vida do cidadão no território brasileiro, ou seja, consideradas de interesse nacional).</li> <li>● Internacional (informação de natureza global ou de países que não possuam relação de proximidade geográfica ou cultural com o território de Mato Grosso do Sul).</li> <li>● Outras localidades (quando não houver possibilidade de classificação nas categorias anteriormente detalhadas).</li> </ul>	
Informação a partir de temas de Interesse Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cidadania</li> <li>● Cultura</li> <li>● Economia</li> <li>● Educação</li> <li>● Esporte</li> <li>● Infraestrutura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Meio Ambiente</li> <li>● Policial</li> <li>● Política</li> <li>● Saúde</li> <li>● Trânsito</li> <li>● Transporte público</li> <li>● Outros</li> </ul>
Origem da Informação	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Original (com apuração e checagem pelos profissionais da emissora).</li> <li>● Agências de Notícia / Agências de Conteúdo.</li> <li>● Assessorias de Comunicação / Imprensa (releases enviados à redação).</li> <li>● Boletins de Ocorrência (notas policiais originárias de órgãos de segurança pública de diversos âmbitos territoriais).</li> <li>● Outros veículos (jornais, sites, revistas, emissoras de rádio).</li> </ul>	
Formatos da Informação Radiojornalística	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nota (informe curto relativo a fatos da atualidade).</li> <li>● Notícia (informação que pode se estender em até um minuto e meio).</li> <li>● Reportagem (relato ampliado e aprofundado do acontecimento).</li> <li>● Entrevista (diálogo ao vivo entre apresentador e fonte durante o programa jornalístico).</li> <li>● Comentário (intervenção do âncora acerca de determinado fato noticiado, geralmente na sequência da exposição deste).</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Boletim (informação curta visando a prestação de serviço durante o programa jornalístico relacionado a previsão do tempo, trânsito, informes sobre saúde pública etc.).</li> </ul>	
Informação a partir das fontes	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Empresariais</li> <li>● Especialistas</li> <li>● Institucionais</li> <li>● Notáveis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Oficiais</li> <li>● Populares</li> <li>● Testemunhais</li> </ul>

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

A partir das categorias de análise elencadas no Quadro 7, foi possível identificar quantitativamente a produção jornalística de proximidade em cada emissora selecionada, além de avaliar qualitativamente se o conteúdo informativo é capaz de atender minimamente ao interesse público ou às necessidades de informação como sugerem Napoli *et al.* (2016).

Para os pesquisadores norte-americanos, mensurar a quantidade de informação jornalística produzida sobre e para o território de proximidade, pode representar um indicador de saúde no ecossistema midiático local, que nesta pesquisa foi mensurado por cada estação de rádio analisada empiricamente. Já a análise qualitativa, subsidiada nas categorias propostas no Quadro 7, são capazes de fornecer indicativos de qualidade na produção radiojornalística das emissoras locais.

Os indicadores mínimos de qualidade jornalística foram adaptados da concepção de Napoli *et al.* (2016) que se baseia nos seguintes critérios: originalidade do conteúdo, se remete a comunidade local e se aborda temáticas de interesse público a fim de atender ao que os autores definem como necessidade de informação para o respectivo território.

A originalidade do conteúdo foi mensurada a partir dos conteúdos genuinamente produzidos pela equipe de profissionais que integram o setor de jornalismo nas emissoras, conforme estabelecido na codificação Origem da Informação. De forma quantitativa, os dados revelam a robustez da emissora na produção jornalística e o nível de proatividade dos profissionais. Nesta tese, foi considerado como original o material radiojornalístico que não tenha indicativo de procedência de outro veículo midiático ou provenientes de assessorias de imprensa, boletins de ocorrência ou mesmo similares aos replicados por agências de notícias.

O âmbito geográfico da informação é um dos indicadores capazes de revelar se a informação jornalística remete ao território de proximidade. Neste caso, foram consideradas informações de proximidade apenas aquelas relativas a territórios local, regional e estadual. O âmbito geográfico da informação “visa abordar até que ponto o jornalismo local é

verdadeiramente local, fornecendo aos membros da comunidade notícias e informações sobre e diretamente relevantes para suas comunidades” (NAPOLI *et al.*, 2016, p.11, tradução nossa<sup>64</sup>).

Dentre as informações de proximidade, foram analisadas aquelas que atendiam às necessidades da comunidade, sendo sintetizadas nesta investigação como temáticas de interesse público capazes de fomentar o exercício da cidadania, conforme listagem prévia estabelecida no Quadro 7 a partir de leitura inspeccional dos achados. Neste sentido, as informações de interesse público devem ser capazes de engajar e fomentar a participação democrática das audiências no território de proximidade.

Acrescenta-se a estes, como indicador de qualidade no radiojornalismo de proximidade, as fontes de informação, pois entende-se que, a quantidade e a pluralidade de fontes, se constituem num mecanismo essencial para o exercício de um jornalismo plural, imparcial e guiado por princípios éticos. A categorização das fontes nos programas radiojornalísticos analisados está baseada na proposição de Chagas (2020) na ocasião em que investigou o processo de seleção de fontes em emissoras jornalísticas que operam na modalidade *all news* vinculadas às redes de rádio de abrangência nacional: CBN e Band News.

A partir da AC, objetivou-se responder aos objetivos específicos desta pesquisa e inferir os aspectos que estão implícitos no conteúdo analisado, a partir da articulação entre a superfície do texto, ou seja, o conteúdo em si; e os fatores que determinam as características deste conteúdo, conforme sugere Fonseca Júnior (2006). As inferências trouxeram pistas capazes de ajudar na compreensão do radiojornalismo estabelecido nas emissoras de Mato Grosso do Sul e indicam em que medida este modelo de radiojornalismo é capaz de criar condições para que as audiências possam exercer, de forma efetiva, a cidadania nas respectivas localidades.

#### 6.4 A PESQUISA DE CAMPO E A TÉCNICA DA ENTREVISTA

Mesmo diante da amplitude de dados fornecidos para esta pesquisa, a partir do método da cartografia que possibilitou criar o inventário da radiodifusão sonora comercial sul-mato-grossense, fez-se necessário desenvolver a pesquisa empírica *in loco* na tentativa de ampliar a compreensão do fenômeno em sua completude. A pesquisa de campo se torna essencial por se tratar de uma “possibilidade de conseguirmos não só uma aproximação com aquilo que desejamos conhecer e estudar, mas também de criar um conhecimento, partindo da realidade presente no campo” (CRUZ NETO, 2002, p.51).

---

<sup>64</sup> This measure is intended to address the extent to which local journalism is truly local, providing community members with news and information about, and directly relevant to, their communities.

Para Tuzzo e Braga (2016), as pesquisas de campo propiciam amplificar teorias e descobertas anteriores. Conforme os autores, o grande laboratório de pesquisa encontra-se no informal, na sociedade, e neste caso em específico, no local onde o fenômeno se desenvolve, ou seja, nas estações de rádio.

A pesquisa empírica, somada à possibilidade de reflexão pode resultar em conhecimento. As experiências devem ser embasadas no conhecimento científico e o empirismo deve ampliar tais conhecimentos de modo a fazer com que o empírico seja sempre uma oportunidade de reflexão sobre o que já foi produzido (TUZZO; BRAGA, 2016).

O aspecto da descoberta propiciada na pesquisa empírica sob o aspecto prático e de campo é um dos elementos relevantes e essenciais, conforme defende José Luiz Braga (2011). Para ele, na área da Comunicação raramente os achados no campo empírico se tornam vanguardas de conhecimento, porém se configuram como relevantes à medida em que se é capaz de “enfrentar a resistência da realidade, cercá-la com nossa problematização e ser capaz de perceber alguma coisa ali que, por mais modesta e singular, antes não era claramente percebida, agora encontra um esclarecimento produzido por nosso trabalho investigativo” (BRAGA, 2011, p.6).

Por demandar a presença *in loco*, ou seja, no espaço onde o fenômeno se dá de forma concreta, a pesquisa empírica requer investimentos de natureza econômica, de recursos humanos ou mesmo temporais que podem inviabilizá-la e fazer com que o pesquisador busque estratégias alternativas (FÍGARO, 2014).

Soma-se a isso, a falta de reconhecimento por parte a academia a pesquisadores que se propõem a pesquisas desta natureza, algo que tem sido revisto na contemporaneidade, diante dos inúmeros instrumentos metodológicos de recorte, composição de amostra e seleção “com o objetivo de produzir dados e elementos diversificados a partir dos quais se realiza a análise e a interpretação em bases mais amplas e na confrontação de informações” (FÍGARO, 2014, p.130).

Para Deslauriers e Kérisit (2010), a relevância da pesquisa qualitativa incide sobre os atores e no contato direto com o campo que possibilita verificar os pressupostos estabelecidos. Para os autores, “ir a campo possibilita ao pesquisador adquirir um conhecimento mais próximo sobre seu tema e também dar uma orientação mais precisa à pesquisa” (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2010, p.135).

Nesta investigação, assim como sugere Cruz Neto (2002), buscou-se incluir inicialmente na pesquisa de campo, nas etapas de coleta de dados, a observação participante e

a técnica da entrevista. A observação participante, no entanto, foi descartada por este pesquisador, após perceber forte resistência dos radiodifusores em possibilitar esta etapa na sede das emissoras investigadas.

Deste modo, optou-se à técnica da entrevista, procedimento comum nas pesquisas de campo da área das Ciências Sociais, cujo objetivo é recolher informações a partir do relato dos atores sociais que se configuram como sujeitos-objeto da pesquisa por vivenciar a realidade que está sendo investigada (CRUZ NETO, 2002).

Quanto à classificação, as entrevistas podem ser estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas. Nas não estruturadas, o participante expõe espontaneamente o tema proposto e geralmente são utilizadas na coleta de informações históricas a partir da memória dos sujeitos entrevistados. Já nas entrevistas estruturadas, o pesquisador trabalha previamente com a elaboração de um roteiro fechado a partir de questões definidas (CRUZ NETO, 2002).

Nesta pesquisa, elaborou-se um roteiro dinâmico formado majoritariamente por questões fechadas visando trazer subsídios quantitativos para esta pesquisa, porém articulados, em certa medida com questões abertas. Deste modo, optou-se pela aplicação de questionário estruturado a fim de se compreender, no âmbito geral, a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense, a medida em que o roteiro com questões iguais para todos os entrevistados permite “estabelecer uniformidade e comparação entre respostas” (DUARTE, 2006, p.67).

Para esta tese, o questionário estruturado foi aplicado junto aos responsáveis pela direção das emissoras ou representantes por eles designados, visando dar subsídio inicial para o panorama das emissoras de rádio no Mato Grosso do Sul. Além do questionário estruturado, outra modalidade adotada nesta tese são as entrevistas em profundidade ou semiabertas, considerada como uma técnica “dinâmica e flexível, útil para a apreensão de um realidade tanto pra tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido” (DUARTE, 2006, p.64).

Este modelo “segue um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse da pesquisa”, combinando a flexibilidade da entrevista aberta com um roteiro de controle típico da entrevista estruturada (DUARTE, 2006, p.66). Dentre as principais vantagens da entrevista em profundidade está a versatilidade que permite à fonte definir os termos de resposta e ao pesquisador adequar as questões de forma espontânea a partir da fluidez das respostas.

Para Duarte (2006), as entrevistas em profundidade buscam intensidade nas respostas, não a quantificação ou representação estatística, e permite comparar as respostas com a articulação dos resultados e evidências observáveis, na compilação das informações fornecidas

pelos informantes. Cruz Neto (2002, p.53) acrescenta que esta modalidade de entrevista “possibilita um diálogo intensamente correspondido entre entrevistador e informante”.

A entrevista é um diálogo construído pelo pesquisador/entrevistador que, orientado pelos objetivos de sua pesquisa, elabora um roteiro de perguntas que possa levá-lo a obter os dados necessários para as indagações de seu projeto. Por ser um diálogo, a interação com o outro – com o entrevistado – é uma preocupação que deve constar da pauta do pesquisador (FÍGARO, 2014, p. 130).

Nesta pesquisa, as entrevistas em profundidade foram aplicadas junto aos profissionais envolvidos nas rotinas produtivas dos programas jornalísticos e serviram como instrumento para se compreender a dinâmica do radiojornalismo nas emissoras de rádio, a partir dos critérios de noticiabilidade, o processo produtivo, as fontes, a origem da informação, o uso das ferramentas multiplataformas, bem como a participação das audiências na sugestão de pautas.

O roteiro-guia da entrevista em profundidade aplicado junto aos profissionais foi construído após a realização da etapa de AC e apresenta questões distintas e específicas que priorizam um olhar interpretativo e acurado para a realidade de cada programa jornalístico por emissora analisado empiricamente de forma qualitativa. O roteiro desta fase da pesquisa encontra-se disponível nos Apêndices desta Tese.

Já a roteiro com questões fechadas direcionado aos dirigentes, possibilitou recolher dados institucionais básicos das emissoras, permitiu contextualizar e compreender a amplitude do objeto no aspecto de estrutura empresarial, recursos humanos, perfil de programação na ótica dos dirigentes, sustentabilidade e mecanismos de interação com a audiência adotadas em meio ao cenário multiplataformas.

Cabe enfatizar que inicialmente, planejou-se a aplicação destas entrevistas em duas etapas. No mês de março de 2022, elaborou-se o roteiro no Google Forms disponível no link<sup>65</sup> e disponível também no Apêndice desta Tese, que foi encaminhado via correio eletrônico para 91 emissoras de rádio comerciais de Mato Grosso do Sul em período anterior à Banca de Qualificação, realizada em junho de 2022.

Como requisito estabelecido pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) da Universidade Federal de Goiás (UFG), os projetos de investigação que utilizam a entrevista como instrumento de coleta de dados e análise, devem ser submetidos na Plataforma Brasil para apreciação<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1FNnO9Y3bKHTj6ay-XQ0dMMYYUhIyI8kH6pfKca42jOY/edit>

<sup>66</sup> Este projeto de pesquisa teve parecer favorável pelo CEP, sendo APROVADO, sob o CAAE: 47932721.6.0000.5083 em setembro de 2021.

Dentre os requisitos obrigatórios exigidos pelo CEP estão a emissão do Termo de Anuência para cada emissora participante e o preenchimento do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) por entrevistado.

Estas exigências trouxeram inúmeros percalços na coleta de dados, inviabilizando a aplicação do questionário de forma remota, diante da resistência dos radiodifusores de fornecer a documentação solicitada, parte motivada pela falta de estrutura disponível na sede das emissoras para impressão dos formulários, e em alguns casos, diante da desconfiança que os dirigentes nutriam em relação à pesquisa em si<sup>67</sup>.

A impossibilidade de aplicar o questionário pelo *Google Forms* aliada aos custos dispendiosos com a pesquisa, mantidos exclusivamente por este pesquisador, foram preponderantes para que o recorte espacial se restringisse apenas às regiões de Campo Grande, Grande Dourados, Bolsão e Pantanal. Este recorte obedece, em certa medida, o critério da amostragem não probabilística como sugerem Deslauriers e Kérisit (2010, p.138), não sendo definida por acaso, mas “sim em função de características precisas, que o pesquisador pretende analisar”.

Nesta tese, a amostragem elencou os territórios considerados geograficamente importantes para compreensão da dinâmica do radiojornalismo sul-mato-grossense. Para os autores, “o caráter exemplar e único da amostra não probabilística nos dá acesso a um conhecimento detalhado e circunstancial da vida social” (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2010, p.139), que neste caso correspondem às particularidades e singularidades do modelo de radiojornalismo local praticado em territórios situados às margens dos grandes centros urbanos brasileiros.

Após a Banca de Qualificação realizada em junho de 2022, que culminou em alterações pontuais no projeto de pesquisa, como a opção por realizar entrevistas por amostragem territorial de forma presencial, foi necessário promover emendas no projeto submetido no CEP da UFG. Após a inclusão da emenda, ressalta-se que o projeto tramitou no CEP por quase quatro meses, entre julho até a validação final, em 29 de outubro de 2022 por meio do parecer 5.730.414. A delonga na aprovação da emenda retardou a etapa da pesquisa de campo para a realização das entrevistas. Neste sentido, para driblar a limitação de ordem institucional, optou-

---

<sup>67</sup> Durante o inventário das emissoras comerciais, visando identificar as emissoras que se encontravam em operação e a grade de programação diária, alguns dirigentes recusaram-se a participar da pesquisa, por desconfiarem, inicialmente, das intenções e motivações na coleta de dados. Nos municípios do interior, principalmente, há emissoras arrendadas para terceiros ou que estão sob a direção de “laranjas” vinculados a grupos políticos, cujo desvendar destas relações pode trazer implicações de ordem legal para o funcionamento da estação.

se por antecipar a etapa da AC dos programas jornalísticos coletados, acatando também a sugestão proposta pela Banca de Qualificação.

Em novembro de 2022, contatos foram estabelecidos junto às emissoras de rádios comerciais dos territórios delimitados no recorte espacial, para que a pesquisa de campo fosse efetivada. De 22 a 25 de novembro de 2022, a investida se deu no AP Aquidauana-Anastácio, localidades situadas a aproximadamente 140 km da capital, Campo Grande.

Na oportunidade, foram visitadas as rádios Avenida 91, Nova FM e FM Independente. Esta última não pôde ser incluída na pesquisa por se encontrar fechada durante o processo de investigação por este pesquisador. Após contato via smartphone junto a profissionais que atuaram na emissora, identificou-se que a FM Independente tem operado apenas na reprodução de músicas e spots publicitários, não contando com locutores nos programas musicais, quiçá programação jornalística.

Nas demais rádios de Aquidauana e Anastácio foram entrevistados jornalistas e âncoras de programas jornalísticos, bem como dirigentes ou representantes das emissoras que se dispuseram a participar da investigação. A América FM de Aquidauana participou da pesquisa por meio do formulário no *Google Forms*, porém os dados não foram contabilizados diante de impeditivos provocados pela rigorosa documentação exigida pelo CEP da UFG.

No mês de dezembro, a empreitada investigativa contemplou os municípios de Campo Grande e Dourados. Na capital do estado, a incursão se deu entre os dias 7 e 14 de dezembro de 2022. Ao todo, participaram da pesquisa seis dentre as dez emissoras comerciais, no entanto, foram contabilizadas para análise apenas cinco, uma vez que o participante da Capital 95 FM, ao preencher o TCLE, desautorizou a inclusão das suas respostas na pesquisa final.

Em Dourados, duas dentre as três FMs comerciais registradas na cidade consentiram participação na pesquisa que foi realizada no dia 22 de dezembro do referido ano. No percurso de aproximadamente 250 km, optou-se por incluir emissoras de rádio de municípios como Rio Brillante e Itaporã por se tratar de localidades margeadas pelas rodovias que dão acesso à Dourados e integram a região da Grande Dourados.

A facilidade do deslocamento com veículo próprio deste pesquisador possibilitou percorrer localidades, durante o trajeto, que possuíam estações comerciais. O objetivo, no entanto, não pôde ser alcançado em sua plenitude. Na rádio Difusora de Rio Brillante, identificou-se que apesar de a sede da estação estar situada anexa à residência dos proprietários, não foram encontrados funcionários ou dirigentes na ocasião que pudessem atender a este

pesquisador. Já na Rádio Alvorada de Itaporã<sup>68</sup>, ainda que se configure numa rádio AM, a coleta foi realizada parcialmente com a participação de um dos locutores da emissora, todavia não pôde ser incluída no corpus da pesquisa em virtude da ausência de dirigentes naquela circunstância, o que impossibilitou o fornecimento do Termo de Anuência.

A última etapa da pesquisa de campo foi realizada entre 30 e 31 janeiro de 2023 em deslocamento até o município de Três Lagoas, no bolsão sul-mato-grossense, num trajeto de aproximadamente 350 km. Durante o percurso pela rodovia BR-262, optou-se pela inclusão da 90,7 FM do município de Ribas do Rio Pardo, uma vez que se trata da única emissora comercial estabelecida no raio geográfico entre a capital e o Bolsão. Em Três Lagoas, a coleta abrangeu cinco de seis emissoras comerciais em FM.

Diante do exposto, a etapa de entrevista estruturada contou com 16 participantes por emissoras<sup>69</sup> dos municípios de Campo Grande, Dourados, Três Lagoas, Aquidauana- Anastácio e Ribas do Rio Pardo, contemplando as porções central, oeste, leste e sul do território sul-mato-grossense, conforme pode ser identificado no Quadro 8 a seguir:

**QUADRO 8** – Emissoras participantes da entrevista estruturada

Região	Localidade	Emissora	Frequência	Fundação
Pantanal	Anastácio	Nova FM	103,5	2011
Pantanal	Aquidauana	Avenida 91	91,7	1952
Campo Grande	Campo Grande	Blink 102	102,7	2010
Campo Grande	Campo Grande	CBN	93,7	2017
Campo Grande	Campo Grande	Cidade FM	97,9	1986
Campo Grande	Campo Grande	Hora	92,1	1949
Campo Grande	Campo Grande	Mega 94	94,3	1976
Campo Grande	Ribas do Rio Pardo	90, 7 FM	90,7	2003
Grande Dourados	Dourados	Cidade FM	101,9	2013
Grande Dourados	Dourados	Grande FM	92,1	1980

<sup>68</sup> Durante a pesquisa de campo, averiguou-se que a Rádio Alvorada de Itaporã deve migrar para FM até o segundo semestre de 2023 e atualmente é uma das poucas estações de rádio que operam em AM de forma rudimentar e artesanal. Na emissora, há um quadro reduzido de profissionais e acúmulo de funções de forma considerável em que o locutor se porta também como recepcionista, secretário, comunicador além de realizar atividades do departamento comercial.

<sup>69</sup> O roteiro de entrevista estruturado foi aplicado em 22 estações, porém cinco não foram consideradas pelos seguintes motivos: duas possuem concessão para operar na modalidade comunitária e uma educativa, excluídas metodologicamente nesta pesquisa. Das três emissoras comerciais que responderam o formulário, uma não autorizou a divulgação dos dados, após preenchimento do TCLE; uma respondeu os questionamentos pelo Google Forms e não foi possível conseguir autorização formal da rádio quanto à documentação; e por fim uma rádio AM não pode ser inserida na tabulação dos dados por não fornecer o Termo de Anuência exigido pelo CEP da UFG.

Região	Localidade	Emissora	Frequência	Fundação
Bolsão	Três Lagoas	Agitta Cidade	102,9	1988
Bolsão	Três Lagoas	Caçula FM	96,9	1955
Bolsão	Três Lagoas	Difusora Três Lagoas	99,5	1957
Bolsão	Três Lagoas	Jovem Pan Três Lagoas	104,5	2016
Bolsão	Três Lagoas	Três Lagoas FM	101,7	2005

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Por sua vez, as entrevistas em profundidade foram realizadas concomitantemente à etapa da pesquisa de campo no qual foram aplicados os questionários estruturados. Na ocasião, todas as entrevistas foram gravadas por meio do *software* gravador de áudio de um smartphone *Apple* a fim de evitar “perdas de informação, minimizar distorções, facilitar a condução” (DUARTE, 2006, p.77).

Todas as entrevistas foram transcritas com auxílio da ferramenta *Transcriber Bot* do aplicativo *Telegram* e armazenadas na plataforma *Google Drive*, estando disponíveis para consulta no Apêndice D desta Tese. Cabe ressaltar que, a fim de eximir-se de falhas ou lacunas de transcrição, todas as entrevistas foram rigorosamente conferidas a partir dos áudios arquivados em formato MP3.

A entrevista em profundidade foi realizada com seis profissionais entre jornalistas e âncoras dos programas jornalísticos analisados qualitativamente na etapa de AC<sup>70</sup>, bem como com o representante da Associação Estadual de Radiodifusores de Mato Grosso do Sul (AERMS), conforme Quadro 9 a seguir:

**QUADRO 9** – Relação de profissionais que participaram da entrevista em profundidade

Entrevistados	Veículo	Programa	Função	Tempo como jornalista
Ronaldo Francisco Regis	Nova FM	Na Mira	Apresentador	30 anos
Ronald Lima Regis	Avenida 91	Estúdio 91	Apresentador	3 anos
Paulo Wagner dos Santos Silva	Grande FM	Espaço Aberto	Diretor de Jornalismo	16 anos

<sup>70</sup> O jornalista Ronaldo Francisco Regis foi incluído nesta investigação pela disponibilidade dispensada a este pesquisador durante a pesquisa de campo. Além disso, apresenta um radiojornal eminentemente de cunho policial, que se torna representativo para se delinear o perfil do radiojornalismo de Mato Grosso do Sul.

Henrique Ferian	Difusora Três Lagoas	Difusora Notícias e Tribuna Livre	Apresentador	23 anos
Flávio Veras	Difusora Três Lagoas	Difusora Notícias e Tribuna Livre	Repórter, Redator, Produtor	20 anos
Luciano Barbosa Rodrigues	Rádio Hora	-	Ex-presidente da AERMS	-

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Cabe enfatizar que no planejamento inicial da pesquisa, estava prevista a realização de entrevista em profundidade com profissionais implicados diretamente nas rotinas produtivas das quatro emissoras selecionadas para a análise qualitativa do conteúdo jornalístico: Grande FM, Avenida 91, Difusora Três Lagoas e Morena FM. Das quatro estações, apenas a Morena FM de Campo Grande se recusou a participar desta etapa.

Várias tentativas de desenvolvimento da pesquisa junto à emissora foram estabelecidas entre fevereiro e dezembro de 2022, porém não houve sinalização favorável pelo departamento de jornalismo da rádio. Propôs-se, inclusive, a flexibilização da etapa de coleta de dados por meios digitais com o envio do roteiro da entrevista em profundidade via *WhatsApp* e e-mail junto aos responsáveis pelo programa jornalístico *Primeira Página*, tentativas estas esgotadas, porém sem *feedback*. Deste modo, próximo do encerramento na etapa de coleta de dados, priorizou-se o fechamento da pesquisa apenas com as rádios favoráveis à participação.

Ressalta-se que a não participação da Morena FM na etapa da entrevista em profundidade não comprometeu a qualidade e o rigor metodológico desta pesquisa, considerando-se que o fenômeno da saturação, durante a coleta de dados, foi observável nas demais emissoras. Como destacam Nascimento *et al.* (2018, p.244), configura-se a coleta de dados como saturada “quando nenhum novo elemento é encontrado e o acréscimo de novas informações deixa de ser necessário, pois não altera a compreensão do fenômeno estudado”.

Além da ausência de novos elementos no material coletado, observou-se que os dados obtidos por meio da triangulação metodológica com o subsídio da cartografia e do questionário estruturado por si, apresentam “consistência em qualidade e densidade quantitativa” (NASCIMENTO *et al.*, 2018, p. 247), capazes de se chegar a considerações importantes sobre a configuração do radiojornalismo de proximidade no âmbito do território sul-mato-grossense.

No quadro 10 a seguir, apresenta-se uma síntese da trajetória metodológica percorrida durante a pesquisa empírica a partir das etapas da cartografia, análise de conteúdo, pesquisa de campo, questionário estruturado e entrevista em profundidade.

**QUADRO 10** – Síntese do percurso metodológico

<b>Etapas</b>	<b>Objetivo Principal</b>	<b>Número de Emissoras</b>	<b>Estratégia adotada</b>
<b>Cartografia</b>	Mapear o cenário da radiodifusão sonora e classificar as emissoras por modalidade de operação e perfil de programação.	91	Fontes primárias e secundárias de informação (Anatel, MCom, sites, redes sociais etc.).
<b>Análise de Conteúdo</b>	Identificar o âmbito territorial, origem, principais temáticas, fontes e formatos do rádiojornalismo investigado.	4	Captura, transcrição, codificação e análise de aproximadamente 22 horas de conteúdo jornalístico.
<b>Pesquisa de Campo</b>	Observar <i>in loco</i> a estrutura e organização das emissoras.	16	Visita presencial à sede das emissoras.
<b>Questionário Estruturado</b>	Compreender a estrutura empresarial, fontes de sustentabilidade e mecanismos de interação.	16	Aplicação de questionário presencial junto a 16 dirigentes das rádios.
<b>Entrevista em profundidade</b>	Compreender a dinâmica e as implicações nas rotinas produtivas das emissoras.	4	Aplicação de questionário presencial junto a 5 jornalistas das estações.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Conforme pôde ser observado no Quadro 10, além das etapas do percurso metodológico, apresentam-se a descrição dos objetivos principais de cada etapa, bem como o número de emissoras que compõem o *corpus* de análise e a estratégia adotada em cada etapa. As descobertas da investigação sobre o rádiojornalismo sul-mato-grossense bem como a análise, cruzamento e interpretação dos dados foram desdobrados nos Capítulos 7 e 8 a seguir.

## 7 PANORAMA DO RÁDIO EM MATO GROSSO DO SUL

Descortinar o panorama do radiojornalismo de proximidade em Mato Grosso do Sul tem sido uma tarefa árdua e marcada, ao mesmo tempo, por complexidade. Ainda que tenham sido consultados preliminarmente, durante a pesquisa exploratória, os dados da radiodifusão sonora disponibilizados no Sistema Mosaico da Anatel, no Painel de Outorgas do MCom ou na plataforma do projeto Atlas da Notícia, são inconsistentes e por vezes apresentam o cadastro de estações duplicadas.

Soma-se a isso, obstáculos na pesquisa de campo motivadas pela falta de interesse dos radiodifusores em fornecer informações, muitas das quais não estão filiadas às entidades representativas do setor como a Associação das Emissoras de Radiodifusão de Mato Grosso do Sul (AERMS) e a Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Estado do Mato Grosso do Sul (FARCOM-MS).

O fato deste pesquisador estar, há aproximadamente seis anos, imbuído na missão de investigar o rádio sul-mato-grossense, primeiramente ao acompanhar o processo de migração das emissoras AM para FM, e posteriormente na reconstrução da memória histórica de algumas estações, permite afirmar que o cenário apresentado, tanto pelo Atlas quanto pelos dados de órgãos oficiais como o MCom e a Anatel, não são suficientes para descrever fielmente a realidade.

No primeiro semestre de 2022, o Sistema Mosaico da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) registrava no Brasil 6.318 canais outorgados em Frequência Modulada (FM) e 1.531 em Amplitude Modulada (AM), na modalidade comercial. Convém destacar que parte significativa destes canais podem não estar em operação, alguns vagos por não haver entidades detentoras de outorgas, mas há também aqueles cujas outorgas, apresentam pendências diversas junto à Anatel. No caso das AMs, 823<sup>71</sup> já migraram<sup>72</sup> para a faixa de FM e ainda constam como canais ativos no Sistema da Anatel por falta de atualização, indicando um cenário de dados duplicados relativos às estações comerciais no espectro AM e FM.

Especificamente em Mato Grosso do Sul, território que se configura no escopo de análise desta tese, a inconsistência de dados pode ser constatada tanto nos dados oficiais da

---

<sup>71</sup> O mapa de migração das emissoras AM para FM foi atualizado em 14 de janeiro de 2022 (TUDO RÁDIO, 2022).

<sup>72</sup> A migração do AM para FM foi estabelecida a partir do Decreto 8.139/2013 e prevê a migração das rádios AMs que operam em Ondas Médias de âmbito local para a faixa de FM. A medida do Governo Federal buscou atender os empresários do ramo a fim de tornar estas emissoras mais competitivas no ecossistema midiático, a partir da melhoria da qualidade sonora e do acesso à programação em dispositivos móveis restritas exclusivamente a faixa de FM. Com a migração, a expectativa do setor era ampliar as faixas de audiência e o financiamento publicitário, a partir das capturas de novas fontes de receita (LIMA, 2018).

Anatel e MCom quanto no projeto Atlas da Notícia. Neste último, por exemplo, consta a existência de 166 emissoras de rádio jornalísticas em operação no Mato Grosso do Sul, dentre as quais 33 somente na capital Campo Grande, o que demonstra um equívoco, pois ao efetuar a busca na plataforma se constata duplicidade<sup>73</sup> na relação de emissoras catalogadas (ATLAS DA NOTÍCIA, 2022).

No Painel de Outorgas do MCom, por sua vez, estão catalogadas 238 emissoras de rádio sendo 91 na modalidade comunitária; 125 FMs entre comerciais, educativas e públicas; 18 AMs em Ondas Médias e quatro em Ondas Tropicais<sup>74</sup>. Já no sistema Mosaico, base de dados dos canais de radiodifusão da Anatel, constam 172 FMs nas modalidades educativa, pública e comercial; 57 AMs em Ondas Médias; e 89 comunitárias conforme o Sistema de Radiodifusão (SRD), detalhados na tabela 3 abaixo:

**TABELA 3 – Dados da Radiodifusão Sonora em Mato Grosso do Sul**

<b>Base de Dados</b>	<b>FMs</b>	<b>AMs (OM/OT)</b>	<b>Comunitárias</b>	<b>Total</b>
<b>Painel de Outorgas do MCom</b>	125	22	91	238
<b>Sistema Mosaico da Anatel</b>	172	57	89	318

**Fonte:** elaborado pelo autor com dados do MCom e Anatel (2023).

Os dados do MCom apresentam divergência em relação aos canais constantes na Anatel e, nesta pesquisa, serão desconsiderados por corresponderem meramente ao âmbito quantitativo das outorgas de rádio, não sendo possível identificar a razão social da entidade, nome fantasia da estação, quadro societário, faixa de frequência, entre outras informações pertinentes a fim de verificar se a emissora se encontra em operação.

Diante da riqueza de detalhes, parte-se inicialmente dos dados presentes no Sistema Mosaico da Anatel. Na plataforma, constam 172 canais em FM nas modalidades educativa, pública e comercial; e 57 AMs em Ondas Médias. Porém, quando se observa mais

<sup>73</sup> Na plataforma do Atlas da Notícia a Rádio Blink 102 está cadastrada tanto pelo nome fantasia Blink 102 FM quanto pela razão social “Acaiaba Emissoras Integradas Ltda”. Numa investigação mais apurada, observa-se inúmeras outras emissoras de Mato Grosso do Sul nesta condição.

<sup>74</sup> Três das quatro emissoras em OT também possuíam concessão para operar em OM, dentre as quais a extinta Rádio Difusora de Aquidauana que migrou para FM e passou a ser denominada Avenida 91, Rádio Imaculada Conceição (antiga Educação Rural) de Campo Grande que se encontra fora do ar, Rádio Novo Tempo de Campo Grande que migrou para FM e opera na faixa 97,3 MHz e Rádio Alvorada de Dourados, descontinuada e fora de operação.

acuradamente estes números, a partir do status de cada emissora perante a agência reguladora, observa-se que consta como licenciadas, ou seja, rádios aptas a operar, 84 FMs nas modalidades comerciais, educativas e públicas; quatro em AM e 39 FMs de baixa potência para operar como rádios comunitárias sendo 32 em definitivo mais sete em caráter provisório.

O número de rádios comunitárias e comerciais em operação atualmente na faixa de FM, no entanto, é majoritariamente superior, uma vez que os dados oficiais fornecidos tanto pelo MCOM quanto pela Anatel, além de desatualizados, podem não corresponder ao cenário real da radiodifusão sonora no território brasileiro.

Na etapa de rastreamento realizada no primeiro semestre de 2021, que culminou na construção do mapa da radiodifusão sonora (LIMA; DEL BIANCO, 2022), foram consideradas apenas emissoras com status de licenciadas no sistema da Anatel, uma vez que esta classificação, na prática, autoriza a estação a operar em determinada faixa de radiofrequência.

Como os dados tanto da Anatel quanto do Atlas da Notícia não correspondiam ao cenário real, optou-se por realizar um extenso inventário das rádios sul-mato-grossenses em fontes de dados secundários, a fim de se traçar um cenário autêntico do radiojornalismo de proximidade alicerçado no método da cartografia.

Posto isso, as informações provenientes do sistema Mosaico foram compiladas para uma planilha no *software Excel* e organizadas por município, entidade, nome fantasia e faixa de frequência da emissora. Estes dados coletados e organizados no primeiro semestre de 2021, foram atualizados em março de 2022 para que o cenário mais próximo da realidade, fosse apresentado na banca do Exame de Qualificação.

Deste modo, o rastreamento foi baseado no cruzamento de informações obtidas no sistema da Anatel, portal do Atlas da Notícia e dados coletados em bases secundárias representadas, num primeiro momento, por portais agregadores de transmissão radiofônica na internet como Rádios.Com.br e Tudo Rádio.

Além de hospedarem na web a transmissão em tempo real da programação diária de rádios e web rádios brasileiras, estes sítios disponibilizam (embora não seja um cenário unânime) informações básicas das emissoras tais como perfil de programação, endereço do site institucional (quando possuem), dados de contato, entre outras informações. A partir da transmissão em tempo real foi possível ouvir e identificar as emissoras que de fato encontram-se em operação.

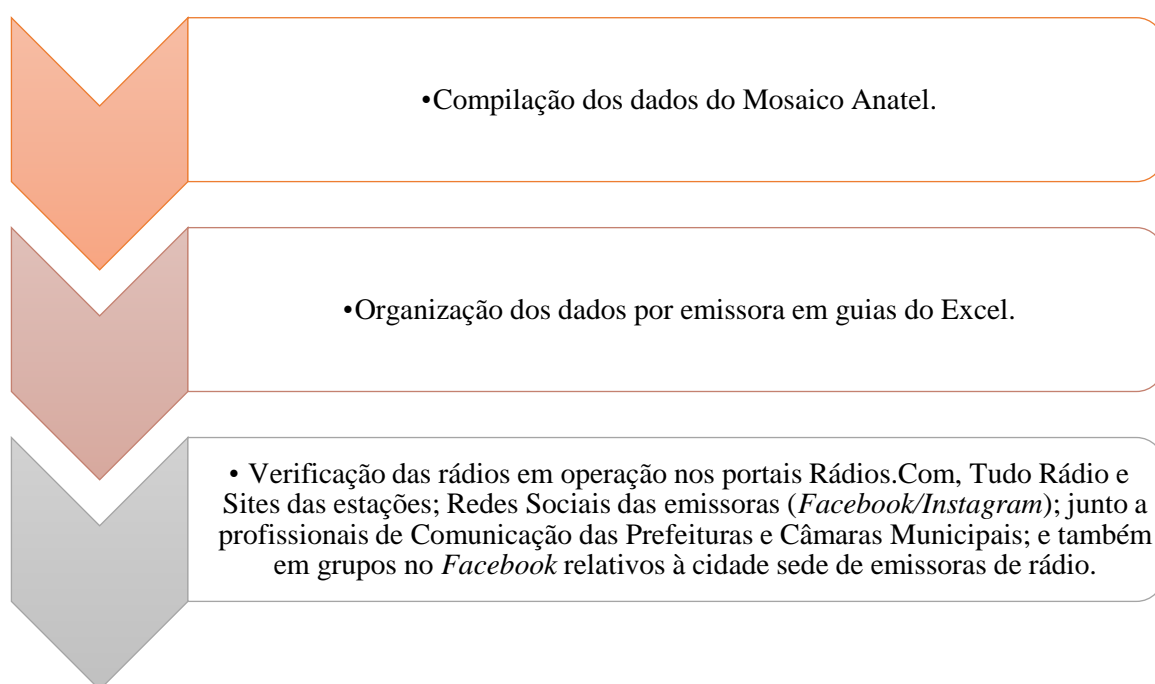
Dentre as emissoras que constavam na relação da Anatel e não possuíam transmissão sonora nos agregadores de rádio na web, nem possuíam sites institucionais oficiais, buscou-se evidências em páginas ou perfis em redes sociais com predominância para o *Facebook*. Soma-

se a esta estratégia, a troca de mensagens em aplicativos de telefonia móvel com representantes das emissoras, sejam dirigentes ou mesmo locutores, que permitiu identificar ou mesmo confirmar e validar as estações ativas no estado.

É importante registrar, no entanto, que um pequeno grupo de estações constava na relação da Anatel, porém não se encontrou evidências de que estivessem em operação por não apresentarem site institucional, não estarem hospedadas no Rádios.Com e não possuírem perfil atualizado em rede social.

Neste sentido, uma nova estratégia foi estabelecida a fim de buscar a confirmação da operação das emissoras: recorreu-se ao setor de comunicação das prefeituras dos respectivos municípios em busca de informações das rádios ativas na localidade ou mesmo em grupos no *Facebook* de Compras e Vendas ou de Caronas, grupos estes que são bem ativos e com retorno rápido a este pesquisador. Só a partir de esgotadas todas as possibilidades e confirmações, conseguiu-se construir o mapa da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul.

**FIGURA 6** – Fluxo de construção do Mapa da Radiodifusão Sonora de MS

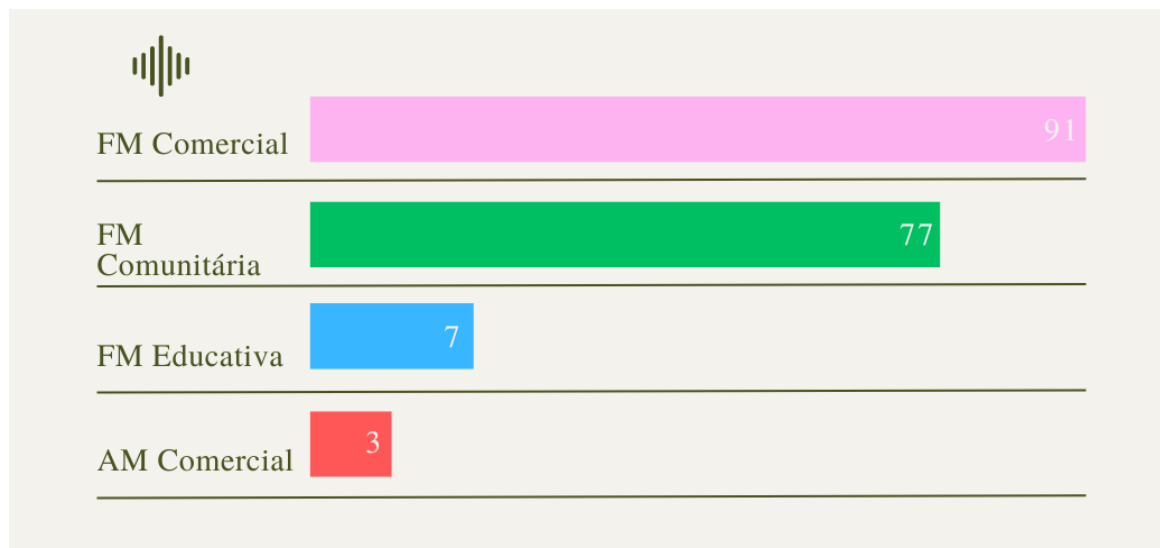


**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Após o extenso trabalho para a construção do inventário, identificou-se que há em operação no Mato Grosso do Sul 91 FMs com finalidade comercial, 77 emissoras comunitárias de baixa potência, sete emissoras FM educativas e apenas três emissoras operando em Amplitude Modulada (AM): Nova Rádio Clube de Corumbá, Rádio Alvorada de Itaporã e

Rádio Clube de Dourados que devem aderir a faixa de FM assim que os procedimentos relativos à migração forem finalizados no MCom.

**FIGURA 7** – Total de emissoras de rádio em operação no Mato Grosso do Sul



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Superadas as discrepâncias dos dados tanto do Painel de Outorgas do MCom quanto do Sistema Mosaico da Anatel, este pesquisador afirma que há em Mato Grosso do Sul 178 emissoras de rádio em pleno funcionamento. Os dados do Atlas da Notícia, não foram considerados neste panorama geral, por se referirem a estações com programas jornalísticos, como já ressaltado anteriormente. No subcapítulo a seguir, apresenta-se uma análise espacial destas emissoras por território local, que apontará tantos vazios radiofônicos quanto os municípios de maior densidade de emissoras.

### 7.1 ANÁLISE ESPACIAL DAS RÁDIOS DE MS

A cartografia da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul revela um cenário marcado por ampla cobertura em praticamente toda a extensão territorial do estado. Há estações sonoras em 74 dos 79 municípios. Neste sentido, os únicos municípios sul-mato-grossenses em que não foram identificadas emissoras de rádio são: Douradina, Figueirão, Jaraguari, Japorã e Jateí<sup>75</sup>.

<sup>75</sup> Em trabalhos anteriores deste pesquisador, Jaraguari e Japorã figuravam como localidades no qual havia cobertura radiofônica por estações comunitárias. No entanto, cabe enfatizar que se tratavam de estações outorgadas, porém que não se encontram em operação (LIMA, 2018; SILVA; LIMA; OTA, 2020). Embora os municípios de Figueirão e Jateí não contem com estações comunitárias atualmente, o Plano Nacional de Outorgas de Radiodifusão Comunitária (PNO Radcom) prevê o licenciamento de emissoras para estas localidades (BRASIL, 2018).

Os cinco municípios no qual se identificou ausência de estações de rádio são considerados por esta tese como **desertos radiofônicos**. A denominação foi apropriada da proposta de categorização baseada no conceito de Desertos da Notícia de Abernathy (2016; 2020) que foi desdobrada no Brasil pelo projeto Atlas da Notícia e na Argentina em *Desiertos Informativos*<sup>76</sup> pelo *Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)*<sup>77</sup>.

A partir da análise da dimensão econômica, observa-se que estas localidades figuram entre as lanterninhas no ranking estadual que afere o índice do Produto Interno Bruto (PIB) em valores correntes (IBGE, 2021b). Além disso, são localidades que apresentam contingente populacional inferior a dez mil habitantes, o que denota um mercado pouco atrativo para o estabelecimento de estações, principalmente as comerciais que necessitam de recursos de publicidade capazes de assegurar o funcionamento da organização e manter a competitividade frente às demais mídias.

Numa segunda categoria, incluem-se os **semidesertos radiofônicos**, grupo formado por localidades na qual foram identificadas entre uma e duas emissoras de rádio. Este grupo é composto por 48 dos 79 municípios, ou seja, mais da metade das localidades sul-mato-grossenses. Um aspecto relevante neste segmento, é a observância de que 24 dos 48 municípios possuem apenas estações na modalidade comunitária, o que tende a potencializar os desertos de notícia nestas localidades, já que as rádios comunitárias, por sua natureza, tendem a negligenciar a programação jornalística na grade diária, motivada por fatores de ordens estruturais.

Já o grupo considerado **semibosque radiofônico**, designação originária nos estudos argentinos sobre os *desiertos informativos*, reúne localidades que apresentam entre três e cinco emissoras de rádio. Ao todo, 22 municípios estão nesta condição. Destes, ao menos sete cidades possuem contingente populacional superior a 40 mil habitantes e se destacam economicamente na região que integram (Ponta Porã, Naviraí, Nova Andradina, Sidrolândia, Paranaíba, Aquidauana e Maracaju), além de exercerem influência sobre as localidades próximas. Neste grupo, cabe ressaltar que Ponta Porã é polo na região Sul-Fronteira, Naviraí no Cone-Sul e Nova Andradina na região Leste.

Por fim, os não desertos ou **bosques radiofônicos**, como preferem os investigadores do Fórum Argentino de Jornalismo, são formados por municípios que possuem mais de seis estações de rádio. Este grupo é representado pela capital, Campo Grande; e pelos municípios que apresentam maior contingente populacional tais como Dourados, polo na região da Grande

---

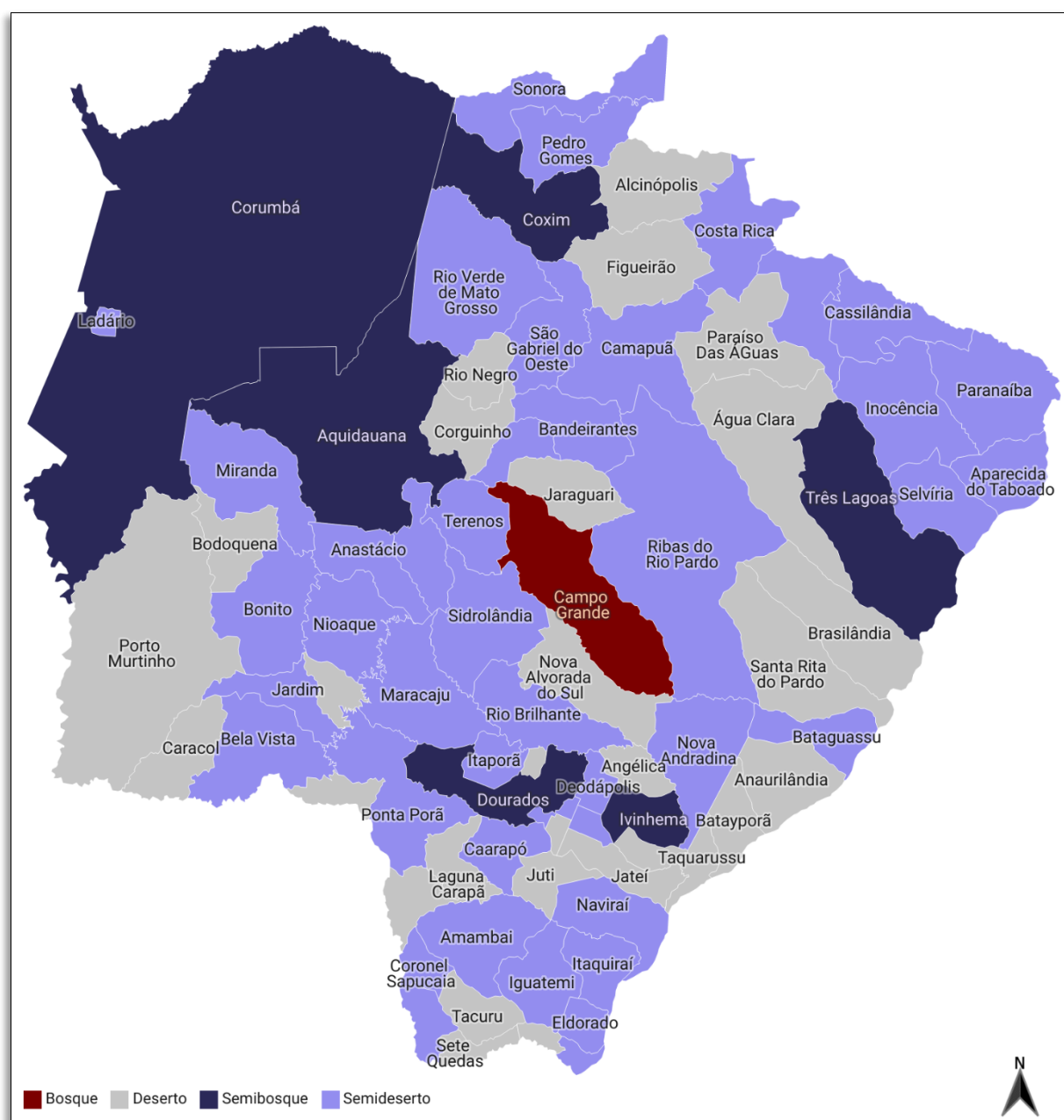
<sup>76</sup> Disponível em: <https://desiertosinformativos.fopea.org/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

<sup>77</sup> Fórum Argentino de Jornalismo.



Além da capital, apenas Três Lagoas, Paranaíba e Aparecida do Taboado possuem emissoras nas três modalidades: comerciais, educativas e comunitárias. A existência de rádios educativas nos municípios do Bolsão-sul-mato-grossense se configura numa excepcionalidade, uma vez que as estações do interior, em geral, operam nas modalidades comunitária e/ou comercial. Quando se observa o mapa da radiodifusão sonora em Mato Grosso do Sul, a partir, apenas das estações comerciais, os vazios sem ampliam provocando novas inquietações e reflexões.

**MAPA 4** – Cenário da Radiodifusão Sonora Comercial de Mato Grosso do Sul



**Fonte:** elaborado pelo autor no Datawrapper (2023).

O mapa 4 revela que há 29 municípios sul-mato-grossenses que não possuem emissoras comerciais operando em FM, o que corresponde a praticamente 37% do total. Os **desertos** de FMs comerciais foram levados em consideração no mapeamento da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul, uma vez que as FMs comunitárias, amplamente distribuídas no território sul-mato-grossense, tendem a não alimentar a democracia de base nestas localidades.

Ainda que este não seja um cenário unânime, pela natureza que possuem, as rádios comunitárias nem sempre priorizam o conteúdo jornalístico na grade diária, uma vez que a obrigatoriedade do percentual mínimo destinado ao conteúdo noticioso abrange apenas as estações comerciais.

A legislação brasileira que regulamenta o serviço de radiodifusão prevê que as emissoras comerciais devem, obrigatoriamente, destinar, no mínimo, cinco por cento de sua programação diária para transmissão de serviço noticioso (BRASIL, 1963), eximindo, portanto, as comunitárias do compromisso social com a informação jornalísticas.

Além disso, por serem vinculadas a associações sem fins lucrativos, e não estarem habilitadas juridicamente a comercializar espaços publicitários na programação, enfrentam um cenário marcado por dificuldades na sustentabilidade, o que pode incidir diretamente na qualidade do conteúdo que vai ao ar<sup>78</sup>.

Desta forma, a cartografia da radiodifusão sonora comercial revela que 43 municípios de Mato Grosso do Sul, o equivalente a 54% do total, possuem entre uma e duas emissoras e podem ser considerados **semidesertos radiofônicos**. O baixo número de estações pode resultar num cenário de controle de informação e ausência de pluralidade nestes territórios.

Diferentemente do cenário geral da radiodifusão sonora, quando se analisa somente as FMs comerciais, a capital Campo Grande é considerada a única localidade de Mato Grosso do Sul considerada um **bosque radiofônico**, por registrar dez emissoras, o que indicaria um índice satisfatório na pluralidade de conteúdo nas ondas sonoras, no entanto, sabe-se que na prática a programação jornalística nem sempre atende aos preceitos do interesse público como será evidenciado adiante.

Por fim, os municípios de Aquidauana, Corumbá, Coxim, Dourados, Ivinhema e Três Lagoas são considerados **semibosques radiofônicos** por apresentarem entre três e cinco estações comerciais. A presença significativa de emissoras comerciais nestas localidades está

---

<sup>78</sup> Como será observado posteriormente, a exemplo das comunitárias, as rádios comerciais também enfrentam inúmeros desafios de sustentabilidade e captação de receitas de publicidades que interferem na estrutura dispensada ao departamento de jornalismo nestas organizações e trazem impactos na veiculação do conteúdo jornalístico.

relacionada às condições socioeconômicas ou políticas destes territórios. Observa-se que os vínculos políticos diretos ou indiretos foram preponderantes para que estas localidades possuíssem um número considerável de estações, uma vez que parte delas pertencem ou pertenceram a agentes políticos locais, conforme será apresentado no tópico a seguir.

## 7.2 A PROPRIEDADE E OS VÍNCULOS POLÍTICOS

No Brasil, os meios de comunicação e os agentes políticos estabeleceram, ao longo dos anos, uma relação profícua de benesses mútuas. Nos grotões do interior brasileiro, e em Mato Grosso do Sul não poderia ser diferente, uma vez que há inúmeras empresas de comunicação vinculadas diretamente ou indiretamente a atores da política estadual ou local.

No bojo das pesquisas que têm buscado descortinar a propriedade dos medias no Brasil, Aires e Santos (2017) denominam como coronelismo eletrônico a dinâmica nacional estabelecida entre as instâncias de poder e o sistema de comunicação nacional. As pesquisadoras buscam investigar estas interconexões entre os sistemas midiático e político a partir da regulação, implantação, fomento e manutenção do serviço de comunicação. De acordo com as autoras, as vinculações políticas representam “condições essenciais para a existência dos meios de comunicação no Brasil” (AIRES; SANTOS, 2017, p.21).

Cabe ressaltar que esta interconexão entre mídia e política, além de não ser uma particularidade do cenário brasileiro, tão pouco é recente. No caso da radiodifusão, a relação se inicia na constituição da entidade durante o processo de emissão da outorga, uma vez que a licença para operar é concedida pelo Governo Federal. Neste sentido, é comum observarmos inúmeros atores da política constando como sócios ou proprietários de emissoras de Rádio e TV em estados e municípios onde se encontra a base eleitoral.

A farra das concessões de estações de rádio e TV no Brasil foi iniciada no governo do presidente João Figueiredo, ainda sob o regime militar entre 1979 e 1985. Conforme Moreira (1998), foi neste período que as outorgas passaram a ser utilizadas como barganha política nas negociações entre o poder executivo e o Congresso Nacional. A ação se intensificou, sobretudo, no mandato do presidente José Sarney (1985-1989).

Paralelo à instalação da Assembleia Nacional Constituinte em 1987, é intensificada no Congresso Nacional a campanha pela aprovação de uma Emenda Constitucional que ampliava o mandato do presidente Sarney de quatro para cinco anos. Em meio às negociações, se verificava o crescimento exponencial de concessões distribuídas pelo Governo Federal. Segundo Moreira (1998, p.95) “nunca na história do Brasil como durante os cinco anos do

mandato de José Sarney um número tão elevado de deputados, prefeitos, governadores e até ministros de Estado recebeu canais de rádio e de televisão”.

Em extenso mapeamento sobre os sistemas midiáticos das regiões Norte e Sul do Brasil, Pinto (2015) localizou ao menos 90 políticos como donos de outorgas de radiodifusão e jornais. De acordo com a pesquisadora, 38% dos grupos midiáticos na região Sul possuem vínculos políticos, número que salta para 65% na região Norte, onde se observou “um mercado vulnerável e com baixo rendimento comercial aos empreendimentos midiáticos”, dadas as condições socioeconômicas da região.

Nesta tese, ainda que os vínculos políticos não estejam no cerne da proposta de investigação, durante a construção do mapa cartográfico das emissoras de rádio, observou-se que nos municípios de Aquidauana, Corumbá, Coxim, Dourados, Fátima do Sul, Itaporã, Ivinhema, Nova Andradina, Ponta Porã, Rio Verde de Mato Grosso e Três Lagoas, há estações cuja propriedade apresentam vínculos direto ou indiretos a personagens da política sul-mato-grossense. Esta relação, como já adiantava Moreira (1998), perpassa pela questão da propriedade e pelo uso das ondas do rádio para obter vantagens eleitorais.

Na cidade de Aquidauana, as três emissoras de rádio comerciais que operam em FM, possuem vínculos históricos com atores da política local e estadual. Esta interconexão é observada na implantação da primeira estação em FM da cidade. O apoio indireto do ex-governador Marcelo Miranda do então Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)<sup>79</sup>, no final da década de 1980, foi decisivo na conquista da concessão da FM América pelo comunicador Raul Martinez Freixes. O empresário e comunicador, com apoio das ondas sonoras, conquistou dois mandatos eletivos, sendo prefeito da localidade entre 1997 e 2000 e deputado estadual entre 2003 e 2006 (LIMA; DEL BIANCO, 2021).

Também em Aquidauana, a Avenida 91 tem na atualidade como sócios, personalidades da política local como a ex-vereadora Suely Almeida Nogueira, o ex-vice-prefeito Odilson Alves Nogueira, o ex-deputado Roberto Moaccar Orro<sup>80</sup> e sua esposa Yone Orro. Os dirigentes

---

<sup>79</sup> O PMDB é um dos partidos pioneiros e engajados na luta pela redemocratização brasileira. Na década de 70, durante o regime militar, a sigla era denominada MDB e rivalizava com a Aliança Renovadora Nacional (Arena) a política nacional num período marcado pelo bipartidarismo. Com o fim do regime militar e o surgimento de novos partidos, o MDB resolveu incorporar a sigla P em sua legenda, sendo fundado em 30 de junho de 1981. Em 2017, com o desgaste dos partidos tradicionais, e diante da fusão, incorporação e criação de novas legendas partidárias que retiram o partido de suas denominações, o PMDB retorna às origens e volta a ser chamado MDB.

<sup>80</sup> O ex-deputado Roberto Orro faleceu no dia 23 de novembro de 2020 aos 83 anos de idade. Foi uma das lideranças políticas mais expressivas da região Pantaneira tendo ocupado os cargos de vereador de Aquidauana, suplente de senador, secretário de Estado de Justiça e Segurança Pública; e quatro mandatos de deputado estadual. Presidiu a Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul entre fevereiro de 1995 a janeiro de 1999 (G1 MS, 2020).

da emissora têm grau de parentesco com o ex-deputado estadual, Luís Felipe Ribeiro Orro<sup>81</sup>, que também já foi prefeito de Aquidauana entre 2001 e 2008. Cabe ressaltar, porém, que o controle da emissora foi assumido pelo atual grupo em 2019 após a migração da extinta Rádio Difusora para a faixa de FM.

Na FM Independente de Aquidauana também se observa os vínculos dos sócios-proprietários com agentes políticos do estado. Dirigida, até pouco tempo, pelo jornalista Armandinho Anache<sup>82</sup>, que veio a falecer em decorrência da Covid-19, a emissora possui laços com a política, pois o ex-proprietário é filho do ex-deputado estadual e ex-prefeito de Corumbá, Armando Amorim Anache<sup>83</sup>.

Em Corumbá, até pouco tempo, a família Anache era detentora da concessão da Rádio Clube, uma das emissoras pioneiras de Mato Grosso do Sul. A condição de empresário do ramo da comunicação na localidade fez com o que o jornalista Armandinho Anache disputasse a prefeitura de Corumbá em 1992, e posteriormente fosse eleito vereador da cidade nas eleições de 1996.

No município de Coxim, a Vale 102 teve participação efetiva do ex-deputado estadual João Leite Schimidt no processo de fundação. O parlamentar viabilizou a concessão da emissora junto ao Ministério das Comunicações em 1976, tendo como quadro societário José Adelino de Carvalho, Manoel Vaz Guimarães, João Alberto Belmont e Miguel Pedro José que posteriormente adquiriu as quotas dos demais tornando-se único proprietário.

Atualmente, a Vale 102 é dirigida pelo empresário Antônio Carlos José, filho de um dos primeiros sócios Miguel Pedro José (FERREIRA NETO, 2004). Na pesquisa que desenvolveu sobre a trajetória histórica da Vale 102, Souza (2007) evidenciou os vínculos da emissora com a política. Segundo a pesquisadora, o Coxim Precisa Saber, um programa informativo de cunho

---

<sup>81</sup> Felipe Orro foi eleito vereador de Aquidauana em 1996, sendo presidente da Câmara no biênio 1999-2000. No ano 2000 foi eleito prefeito da cidade e reeleito em 2004. Com a aposentadoria do deputado Roberto Orro, Felipe Orro assumiu o legado político do pai, sendo eleito deputado estadual nas eleições de 2010, 2014 e 2018. Nas eleições de 2022, desistiu da reeleição e apoiou a indicação da sua cônjuge, Viviane Nogueira Orro, como candidata a vice-governadora na chapa liderada pelo ex-prefeito de Campo Grande, Marquinhos Trad (PSD). Nas eleições de 2020, Viviane Orro foi candidata a prefeita de Aquidauana, ficando em segundo lugar no pleito.

<sup>82</sup> Armandinho Anache, como era conhecido, faleceu em 30 de março de 2021 (VACCARI, 2021). Em 2020, figurou como pré-candidato à Prefeitura de Aquidauana, porém foi preterido na disputa pelo Diretório Regional do Partido Progressista (PP). O partido indicou o candidato a vice na chapa de Odilon Ribeiro (PSDB), que concorreu à reeleição. Anteriormente, havia sido eleito vereador no município de Corumbá.

<sup>83</sup> Além de ter sido prefeito de Corumbá, Armando Anache se elegeu por três vezes para o cargo de deputado estadual, compondo o quadro de parlamentares entre 1º de fevereiro de 1983 a 31 de janeiro de 1987, pelo PSD; e pelo PTB de 1º de fevereiro de 1987 a 31 de janeiro de 1991 e entre 1º de fevereiro de 1991 e 31 de janeiro de 1995 (KINTSCHNER, 2021).

policial apresentado pelo radialista Sidney Assis<sup>84</sup>, embora voltado para questões sociais, visava atender às aspirações político-eleitorais do comunicador. Em 2007, o radialista integrava o Partido Democrático Trabalhista (PDT), presidido em Mato Grosso do Sul pelo idealizador da emissora, João Leite Schimidt (SOUZA, 2007), sendo eleito para a Câmara Municipal nas eleições de 2008.

No município de Dourados, a 94 FM pertence ao ex-deputado estadual Marçal Filho, radialista que usa as ondas sonoras para cativar seu público fiel, como será detalhado posteriormente no tópico sobre o rádio palanque. Outra emissora de Dourados que por anos manteve relação direta com personalidades da política local é a extinta Terra FM<sup>85</sup>, pertencente ao ex-deputado federal, Waldir Guerra<sup>86</sup>.

Dentre os parlamentares federais do estado que mais se configurou como sócio de emissoras de rádio está o ex-deputado federal, Flávio Derzi<sup>87</sup>. Consta na relação do Sistema de Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco) da Anatel de 2018 as seguintes emissoras: Tamengo FM de Corumbá, Rádio Clube de Dourados<sup>88</sup>, Rádio Alvorada de Itaporã e Rádio Transamérica de Ponta Porã. Conforme pode ser observado na Fotografia 1 a seguir, é possível identificar agradecimentos especiais ao ex-deputado federal, contida na placa de inauguração.

---

<sup>84</sup> O radialista Sidney Assis foi eleito vereador em Coxim nas eleições municipais de 2008 e reeleito em pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Em 2016, buscou o terceiro mandato, mas ficou na suplência recebendo 468 votos (TRE-MS, online, s.d.).

<sup>85</sup> A Terra FM fundada em 1985 operava na faixa de frequência 93,7 MHz e teve como quadro societário: Waldir Francisco Guerra, Arno Antonio Guerra e Allan Mello Guerra. Em 20 de dezembro de 2003 foi adquirida pela Rede MS Integração de Rádio e TV. Diante do aumento da potência e alteração de classe, passou a operar na faixa de frequência 101,9 MHz mudando o nome fantasia para FM Cidade.

<sup>86</sup> Waldir Guerra foi um dos expoentes líderes políticos do Partido da Frente Liberal (PFL) em Dourados. Ex-vereador de Pato Branco no Paraná na década de 1960, chegou ao município em 1971, onde prosseguiu com sua trajetória política. Em 1987, foi nomeado secretário de Indústria e Comércio do Mato Grosso do Sul, durante o governo de Marcelo Miranda. Nas eleições de 1990, foi eleito deputado federal, permanecendo no cargo entre 1991 e 1995, seu último mandato eletivo (CPDOC, 2009d).

<sup>87</sup> Deputado Federal por três mandatos (1991-1995; 1995-1999 e entre 1999-2001) é filho do ex-senador e ex-prefeito de Ponta Porã, Rachid Saldanha Derzi. Também ocupou os cargos de secretário da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e secretário de Fazenda de Mato Grosso do Sul durante o governo de Marcelo Miranda.

<sup>88</sup> Tanto a Rádio Clube de Dourados quanto a Rádio Alvorada de Itaporã pertencem atualmente a Elizabeth Rocha Salomão. Ambas as emissoras operam em OM e aguardam processo de migração para FM (CPDOC, 2009a)

### FOTOGRAFIA 1 – Fachada e placa de inauguração da Rádio Alvorada de Itaporã



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Também na região da Grande Dourados, observa-se que na cidade de Fátima do Sul, duas emissoras de rádio, num passado recente, possuíam vínculos com atores da política local e estadual: Ilda Salgado Machado<sup>89</sup> e Londres Machado<sup>90</sup>, configuraram como sócios-proprietários da Central FM e da Rádio Regional AM, conforme dados do Siacco da Anatel (LIMA, 2018).

Em Três Lagoas, ao menos três emissoras de rádio possuem vínculos com agentes políticos da localidade. A Caçula FM, por exemplo, foi dirigida até pouco tempo por Romeu de Campos Júnior<sup>91</sup>, empresário e comunicador que chegou a ocupar o cargo de vereador na cidade na década de 1990.

Já a Difusora Três Lagoas, atualmente é dirigida por Maria Cândida Augusto Lopes, filha do ex-prefeito José Lopes<sup>92</sup> que administrou a cidade na década de 1980. A relação da emissora com a política remonta ao processo de fundação. Segundo Silva (2021), os idealizadores da emissora foram Luís Carlos de Azevedo e Silva e Nivaldo Ribas Galhardi que

<sup>89</sup> Prefeita de Fátima do Sul eleita quatro vezes: 2004, 2008, 2016 e 2020.

<sup>90</sup> Deputado estadual desde 1971 quando o estado ainda era Mato Grosso Uno, Londres Machado é considerado um dos recordistas de mandatos no Brasil sendo eleito nas eleições de 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010 e 2018. O parlamentar foi reeleito em 2022 para o 13º mandato. Em 2014, concorreu ao cargo de vice-governador na chapa liderada por Delcídio Amaral (PT) sendo derrotados no segundo turno para o candidato Reinaldo Azambuja (PSDB). Na ocasião, Londres Machado elegeu como sucessora, naquele pleito, a filha, Grazielle Machado, até então vereadora de Campo Grande por três mandatos.

<sup>91</sup> O empresário Romeu de Campos Júnior faleceu em 6 de dezembro de 2021, vítima de um AVC. Ocupou o cargo de vereador entre 1997 e 2000 na Câmara Municipal de Três Lagoas.

<sup>92</sup> José Lopes é empresário, pecuarista, engenheiro civil e ex-prefeito de Três Lagoas. Nomeado durante o regime militar, o empresário administrou a cidade na década de 1980.

conquistaram o licenciamento da emissora a partir de uma articulação política junto ao então deputado federal Philadelpho Garcia<sup>93</sup>.

Também em Três Lagoas, a Band FM, que integra o Grupo RCN, é de propriedade do empresário Rosário Congro Neto<sup>94</sup>, herdeiro de família tradicional na política sul-matogrossense e detentor de um grande império de comunicação na capital e cidades do Bolsão de Mato Grosso do Sul.

Na região Leste, no município de Ivinhema, uma das estações de rádio tem como sócios, conforme consta no Siacco, Regina Pieretti Câmara e Ricardo Pieretti Câmara, ex-primeira-dama e filho do ex-prefeito de Ivinhema e ex-deputado estadual Manoel Félix Câmara. Ambos apresentam grau de parentesco próximo ao também ex-prefeito da cidade e atual deputado estadual Renato Câmara<sup>95</sup> (LIMA, 2018).

Em Nova Andradina, a FM Excelsior tem como sócio-proprietário Maurício Picarelli Júnior, filho de um proeminente casal da política estadual: Magali e Maurício Picarelli<sup>96</sup>. De âmbito local, verifica-se outras emissoras pertencentes a lideranças políticas municipais a exemplo da Rádio Campo Alegre de Rio Verde de Mato Grosso que na sua origem teve como sócios José de Oliveira Santos<sup>97</sup> e Mauro Antonio Fornari, respectivamente prefeito e vice-prefeito da cidade de Rio Verde entre 2001 e 2004.

Posto que os vínculos enfatizados entre a política e a radiodifusão comercial sul-matogrossense nesta tese apresentem maior proeminência entre agentes políticos de destaque

---

<sup>93</sup> Considerado o patrono da Rádio Difusora de Três Lagoas, Philadelpho Garcia foi deputado federal representando o então estado de Mato Grosso em quatro legislaturas nos seguintes períodos de 1951-1955, 1955-1959, 1959-1963 e entre 1963-1967 (CÂMARA DOS DEPUTADOS, online, s.d.). Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/131107/biografia>. Acesso em: 12 nov. 22.

<sup>94</sup> O diretor do grupo RCN pertence a uma família de políticos tradicionais da cidade de Três Lagoas e dos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. O avô, Rosário Congro, além de ter sido prefeito de Três Lagoas, ocupou o cargo de deputado estadual no então estado de Mato Grosso por três legislaturas. Já o pai, Stênio Congro, foi vereador em Três Lagoas, tendo presidido a Câmara Municipal em 1970. Em 1976, a tradição familiar na política foi estendida a Rosário Congro Neto que se elegeu vereador em 1976, e foi nomeado como secretário de Desenvolvimento Social de Mato Grosso do Sul no governo de Wilson Barbosa Martins em 1983. Após ficar como primeiro suplente nas eleições de 1986, assumiu o mandato de deputado federal em 1988 sendo efetivado em 1989 após renúncia do titular, Ruben Figueiró (CPDOC, 2009c).

<sup>95</sup> A família Câmara esteve em evidência na política de Ivinhema ao longo dos anos. O patriarca Manoel Félix Nelito Câmara foi prefeito da cidade entre 1989 e 1992, e deputado estadual por duas vezes de 1995 a 1998; e entre 1999 e 2003. O filho, Renato Câmara, seguiu a trajetória política do pai e também ocupou a Prefeitura de Ivinhema entre 2005 e 2012. Desde 2015 é deputado estadual, sendo reeleito para o terceiro mandato no pleito de 2022.

<sup>96</sup> O comunicador Maurício Picarelli ocupou o cargo de deputado estadual por oito vezes na Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul. Já a esposa, Magali Marlon Picarelli, foi eleita por três vezes para o cargo de vereadora de Campo Grande, nos pleitos dos anos 2000, 2004 e 2008 (TRE-MS, online, s.d.)

<sup>97</sup> José de Oliveira Santos ocupou o cargo prefeito de Rio Verde de Mato Grosso cinco vezes: entre 1977 e 1982; de 1989 a 1992; de 1997 a 2000 sendo reeleito para o quadriênio de 2001 a 2004. Em 2020, foi eleito para o quinto mandato, tomou posse em 2021, porém faleceu em 2021 deixando o cargo para o vice-prefeito Reús Fornari, irmão do sócio-proprietário da Rádio Campo Alegre, Mauro Fornari. No cenário estadual, foi eleito deputado estadual para o mandato entre 1987 e 1991.

estadual, é inegável que no âmbito municipal, políticos de menor expressão, a exemplo de vereadores, também possuem laços de proximidade com as emissoras locais. O descortinar destas relações, no entanto, requer imersão profunda no cenário político das municipalidades, algo que poderá ser contemplado em circunstâncias futuras.

### 7.3 AS REDES DE RÁDIO REGIONAIS

Além dos vínculos políticos, a formação das redes radiofônicas é uma realidade observável no contexto sul-mato-grossense. Embora haja correntes que vêem a formação de redes pelo ângulo da integração dos territórios possibilitando um fluxo “contínuo e ininterrupto” de informações como sugeriu Ana Fani Carlos (2007), o viés econômico do fenômeno não pode passar despercebido.

No caso específico do rádio, Ortrivano (1985) já elencava os fatores econômicos que impulsionavam a formação das redes na década de 1980. De acordo com a pesquisadora, as redes fortaleciam as emissoras no âmbito publicitário assegurando lucratividade a partir de menor investimento. No âmbito do jornalismo, a lógica propagada é a de que a adesão às redes favorece a transmissão de informação jornalística com qualidade, de forma ágil e instantânea sobre os principais assuntos de âmbito nacional e internacional, a partir de uma programação unificada visando à circulação em todo o território brasileiro.

Para Betti (2011, p.10), dentre as principais vantagens da atuação em rede para as emissoras de rádio está “a diminuição dos custos de produção, principalmente quando aliado ao aumento do potencial de cobertura”. A pesquisadora destaca também que, além de compartilhar mão de obra e seu catálogo de conteúdo, as emissoras que se portam como cabeças de rede “compartilham sua inteligência produtiva, ou seja, seu conhecimento - suas fontes, informações e métodos” (BETTI, 2011, p.11).

No Brasil, segundo Ferraretto (2001), a primeira experiência de formação de redes no rádio foi a instituição da Rede Verde-amarela com a cobertura do Campeonato Mundial de Futebol em 1938, sediado na França. A iniciativa, porém, não prosperou e as redes somente se consolidaram no país na década de 1970 com a emergência do satélite.

A justificativa para que as rádios aderissem às redes via satélite perpassava pela qualidade e quantidade de informação produzida pelas emissoras cabeças. Além disso, vislumbrava-se que ao retransmitir informação nacional em rede, a equipe local daria prioridade para acontecimentos de ordem local e regional (FERRARETTO, 2001), o que nem sempre tem se concretizado nas estações de rádio na atualidade. Ao replicar o conteúdo gestado nas cabeças

da rede, o assunto paroquial e relativo à vizinhança, ao longo dos anos, deixou de ter importância na grade de programação do rádio local.

Embora não seja uma exclusividade de Mato Grosso do Sul, o rádio em rede torna-se surpreendente diante do número considerável de emissoras que têm aderido a este fenômeno no território estadual ao longo dos anos. A migração das rádios AM para FM iniciado em 2013, inclusive tem favorecido este fenômeno de adesão às redes regionais.

Apesar da melhoria na qualidade sonora e possibilidade de ampliação de audiência e por conseguinte de novas fontes de publicidade, a migração exigiu das emissoras investimentos significativos tais como: quitação da taxa de adaptação de outorga no MCom, elaboração de projeto técnico, troca de equipamentos específicos de transmissão para FM, bem como componentes de estúdio (LIMA, 2018). Diante do cenário exíguo de receitas e das dificuldades impostas pelo processo de migração para faixa de FM, que exigiu investimentos de alta ordem, fez com que inúmeras rádios aderissem as redes regionais de rádio ou fossem incorporadas à pequenos conglomerados de comunicação.

O estudo cartográfico realizado para esta tese demonstra que ao menos sete grupos formam redes de rádio regionais. Há casos em que as emissoras transmitem integralmente ou parte da programação da cabeça de rede. No quadro a seguir, constam as principais redes de Mato Grosso do Sul com a relação de emissoras e os municípios no qual estão situadas.

**QUADRO 11 – Principais Redes de Rádio Regional em Mato Grosso do Sul**

<b>Redes de Rádio</b>	<b>Nº de Emissoras</b>	<b>Municípios</b>	<b>Emissoras</b>	<b>Freq .</b>
Rede Jota FM	9	Aparecida do Taboado	Jota FM	99,5
		Caarapó	Jota FM	99,9
		Cassilândia	Jota FM	98,3
		Coronel Sapucaia	Jota FM	106,5
		Deodápolis / Dourados	Jota FM	101,3
		Glória de Dourados	Jota FM	95,5
		Ivinhema	Jota FM	98,1
		Selvíria	Jota FM	92,3
		Sidrolândia	Jota FM	100,7
Grupo Medeiros de Comunicação	8	Eldorado	Eldorado FM	107,5
			Independente FM	106,7
		Ivinhema	Ativa FM	96,5
		Mundo Novo	Fera FM	88,5
			Pantanal FM	105,5
		Naviraí	Karandá FM	95,3
			Cultura FM	105,7
		Nova Andradina	Massa FM	99,5

Grupo Feitosa de Comunicação	7	Inocência	Montana FM	89,9
		Fátima do Sul / Dourados	Band FM	100,9
		Maracaju	Marabá FM	93,9
		Nioaque	Serrana FM	88,7
		Paranhos	Band FM	88,5
		Rio Verde de Mato Grosso	Serra FM	106,5
		Terenos / Campo Grande	Nova FM	99,1
Rede MS Integração de Rádio e TV	5	Bonito	Bonito FM	98,9
		Campo Grande	FM Cidade	97,9
		Corumbá/Ladário	FM Cidade	88,5
		Dourados	FM Cidade	101,9
		Três Lagoas	Três Lagoas FM	101,7
Grupo Capital MS de Comunicação	5	Campo Grande	FM Capital	95,9
			Jovem Pan FM	95,3
		Jardim	Laguna FM	102,1
		Miranda	Capital FM Miranda	90,1
		Sidrolândia	Capital FM Sidrolândia	99,7
Grupo RCN	5	Aparecida do Taboado	Cultura FM	105,5
		Campo Grande	CBN Campo Grade	93,7
		Paranaíba	Cultura FM	106,3
		Três Lagoas	Cultura FM	106,5
			Band FM	93,3
Rede Nossa FM	3	Bataguassu	Nossa FM	100,1
		Caarapó	Nossa FM	96,7
		Camapuã	Nossa FM	90,9

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Conforme pode ser observado no Quadro 11, A Rede Jota FM é o conglomerado com o maior número de estações radiofônicas. Ao todo são nove emissoras distribuídas em nove municípios do interior do estado: Aparecida do Taboado, Cassilândia e Selvíria (Bolsão); Caarapó, Deodápolis e Glória de Dourados (região de Dourados); Coronel Sapucaia (Sul-Fronteira); Ivinhema (Região Leste); Sidrolândia (região de Campo Grande).

A Rede Jota FM é dirigida por Nelson Feitosa, âncora do programa jornalístico *Ronda do MS*, produzido no estúdio central em Campo Grande, e transmitido em rede para as nove emissoras integrantes do grupo, das 11 às 12 horas. No âmbito local, apenas as rádios Jota FM de Caarapó, Cassilândia e Sidrolândia, produzem o *Ronda da Cidade*, um programa jornalístico genuinamente local que vai ao ar entre 7 e 8 horas da manhã nestas cidades (BANYASZ, 2021).

O segundo maior número de emissoras de rádio no estado compõe o Grupo Medeiros de Comunicação, abrangendo as regiões Leste e Cone-Sul. O grupo é formado por oito emissoras, porém a maioria possui programação local exclusiva. Um dos programas veiculados em rede, é o Jornal do Grupo Medeiros produzido pela equipe de jornalismo da Karandá FM

de Naviraí e retransmitido para as seguintes estações: Cultura FM de Naviraí, Eldorado FM e Independência FM de Eldorado; Fera FM e Pantanal FM de Mundo Novo.

Com sete emissoras em operação, o Grupo Feitosa de Comunicação é dirigido por Luiz Carlos da Silva Feitosa, irmão do proprietário da Rede Jota de Rádio. Até 2019, conforme Banyasz (2021), ambos eram sócios e detinham, conjuntamente, o controle de 16 emissoras de rádio em Mato Grosso do Sul. Com a divisão, o Grupo Feitosa de Comunicação passou a administrar as rádios de Inocência (Bolsão), Fátima do Sul e Maracaju (Grande Dourados), Nioaque (Sudoeste), Paranhos (Sul-Fronteira), Rio Verde de Mato Grosso (Norte) e Terenos (Campo Grande). O principal programa jornalístico do Grupo Feitosa é o Giro de Notícias, veiculado em rede de segunda à sexta-feira para todas as estações vinculadas, exceto a Nova FM 99,1 de Terenos, afiliada à Rede Aleluia de Rádio da Igreja Universal do Reino de Deus.

Com cinco emissoras, figura a Rede MS Integração de Rádio e Televisão, controlada pela Organização Ivan Paes Barbosa. Além das emissoras de rádio, o grupo é detentor da TV MS, afiliada à Rede Record em Mato Grosso do Sul. A principal emissora do grupo é a FM Cidade de Campo Grande responsável pela produção dos programas jornalísticos veiculados em rede: Noticidade 1ª edição (7 às 8 horas) e 2ª edição (12 às 13 horas).

Além da capital, o grupo possui emissoras nas principais regiões do estado: Grande Dourados (Cidade FM de Dourados), Bolsão (Três Lagoas FM), Pantanal (Cidade FM de Ladário) e Sudoeste (Bonito FM). Embora a concessão da Cidade FM seja para Ladário, onde encontra-se a torre de transmissão, o estúdio da emissora está situado no município limítrofe, Corumbá, o quarto mais populoso de Mato Grosso do Sul.

Na Rede MS, as emissoras de rádio compartilham parcialmente a programação da cabeça de rede, a FM Cidade de Campo Grande. Nos programas jornalísticos Noticidade 1ª e 2ª edição, há uma retroalimentação de informações entre as emissoras do grupo. Os profissionais que produzem conteúdo jornalístico para as rádios do interior abastecem a emissora sede com informações diárias para serem veiculadas nos dois radiojornais da rede.

Outra peculiaridade da Rede MS é a divisão dos blocos nas duas edições do Noticidade em emissoras do interior. A fim de que o conteúdo local seja priorizado nos respectivos municípios, os 30 minutos iniciais do radiojornal são preenchidos por conteúdos sobre a localidade gestados pela equipe da emissora local. Já os 30 minutos finais, são reproduzidos a partir do conteúdo gerado pela cabeça de rede, a FM Cidade de Campo Grande.

Outro grupo de rádio de importância significativa para Mato Grosso do Sul é o Grupo Capital MS de Comunicação com cinco emissoras. Tendo à frente a Capital FM, com sede em Campo Grande, a rede está estabelecida com afiliadas em Jardim, Miranda e Sidrolândia. Um

dos principais programas jornalísticos da emissora, o Tribuna Livre que vai ao ar diariamente das 7 às 8 horas, é retransmitido integralmente para as emissoras do interior, embora possuam espaço reservado à programação local. A quinta estação do grupo, antiga AM Capital, migrou para FM em dezembro de 2017 e afiliou-se à Rádio Globo. Em 1º de julho de 2020, passou a integrar a Rede Jovem Pan.

Também com cinco emissoras de rádio, o Grupo Rosário Congro Neto de Comunicação (RCN)<sup>98</sup> conta com inúmeros veículos de comunicação em Mato Grosso do Sul. Na mídia televisiva, detém a concessão da TVC canal 13 em Três Lagoas, afiliada a TV Cultura de São Paulo. Na capital, o grupo é detentor da CBN Campo Grande, afiliada à Central Brasileira de Notícias (CBN) das organizações Globo. Na região do bolsão detém em Três Lagoas como estação comercial a Band FM afiliada à Rede Bandeirantes de Rádio. Além desta, controla três rádios educativas: a Cultura FM de Três Lagoas, Aparecida do Taboado e Paranaíba; mantidas pela Fundação Stênio Congro, que possuem programações locais genuínas.

O menor grupo de emissoras de rádio identificado no estudo cartográfico da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul é a Rede Nossa FM com três estações. Com sede em Caarapó na região da Grande Dourados, possui emissoras em Bataguassu na região Leste e em Camapuã na região Norte. Buscou-se informações da programação e de propriedade destas emissoras junto aos canais de contato disponíveis em redes sociais e site institucional, no entanto, não houve *feedback*.

## 7.4 O PERFIL DE PROGRAMAÇÃO NO RÁDIO DE MATO GROSSO DO SUL

### 7.4.1 Contexto Geral

As emissoras de rádio comerciais de Mato Grosso do Sul, embora apresentem singularidades a depender do território, podem ser sintetizadas como rádios generalistas, por apresentarem caráter híbrido na configuração de sua programação, congregando uma diversidade de gêneros e formatos visando atender a uma fatia maior de público.

As emissoras generalistas apresentam programação em mosaico sendo mais observáveis em localidades com menor grau de desenvolvimento econômico, o que torna as estações mais propícias a estabelecer uma grade diária eclética e segmentada por horário (FERRARETTO, 2014).

---

<sup>98</sup> Além de emissoras de rádio e TV, o RCN engloba os seguintes veículos de comunicação: Revista Sete, Jornal Online JP News, Jornal do Povo na modalidade impresso, além de atuar com painéis digitais.

Nesta pesquisa, a categorização dos programas das emissoras de rádio foi adaptada da proposição dos gêneros radiofônicos teorizada por Barbosa Filho (2009). Pela concepção do autor, há cinco gêneros radiofônicos principais: jornalístico, entretenimento, educativo-cultural, publicitário, propagandístico, serviço e especial, que são desdobrados a partir de inúmeros formatos (BARBOSA FILHO, 2009).

Como não faz parte do escopo de análise, o gênero publicitário não será abordado nesta investigação; bem como o educativo-cultural, predominante em emissoras educativas. Neste sentido, a análise empírica das emissoras priorizou a observância dos gêneros jornalístico, entretenimento, propagandístico, serviço e especial.

Também se optou por excluir do *corpus* de estudo da programação cinco emissoras confessionais<sup>99</sup> cuja concessão pertence a fundações religiosas ou que operam afiliadas a redes de rádio vinculadas a igrejas. Estas obedecem a uma lógica de operação distinta em relação às estações comerciais locais, pois apresentam finalidade puramente ideológica cujo principal objetivo é converter ouvintes em fiéis adeptos a determinada religião.

Neste sentido, no levantamento dos dados de programação das rádios incluídas no *corpus* envolveu várias frentes: busca da grade de programas nos perfis institucionais das emissoras ou portais agregadores da transmissão no ambiente digital. Quando os dados de programação se encontravam indisponíveis nestes portais, optou-se por recorrer aos dirigentes, locutores ou demais profissionais das estações por e-mail ou mensagem via aplicativo de mensagens em smartphone, na tentativa de apresentar um panorama mais próximo da realidade em termos de programação radiofônica.

A partir da busca e análise dos programas, observou-se que o perfil de programação das rádios de Mato Grosso do Sul envolve, basicamente, programas nos gêneros entretenimento, jornalístico, propagandístico, serviço e especial, a partir da proposição de Barbosa Filho (2009).

Entende-se aqui como programas do gênero entretenimento aqueles cuja função além de entreter, enfatizam o aspecto diversional no conteúdo veiculado, com prioridade para a reprodução de músicas, ainda que intercaladas por informações curtas e variadas, hora certa, boletins meteorológicos e interatividade.

No gênero jornalístico, o programa radiofônico busca informar e atualizar as audiências sobre determinados fatos e acontecimentos do cotidiano. De acordo com Barbosa Filho (2009), este gênero é desdobrado por diversos formatos tais como: nota, notícia, boletim, reportagem,

---

<sup>99</sup> As emissoras majoritariamente confessionais da análise de programação desta tese são: Rádio Novo Tempo de Campo Grande; Rádio Coração de Itaporã/Dourados; Boa Nova FM de Iguatemi; Rádio Deus é Amor de Sonora e Nova FM 99,9 – Rede Aleluia de Terenos/Campo Grande.

entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário radiojornalístico, mesa redonda e debate, programa policial, esportivo e de divulgação técnico-científica. Esta pesquisa prefere, porém, categorizar os programas que apresentem algum dos formatos acima listados como informativos, uma vez que num mesmo programa jornalístico, há a confluência de dois ou mais formatos.

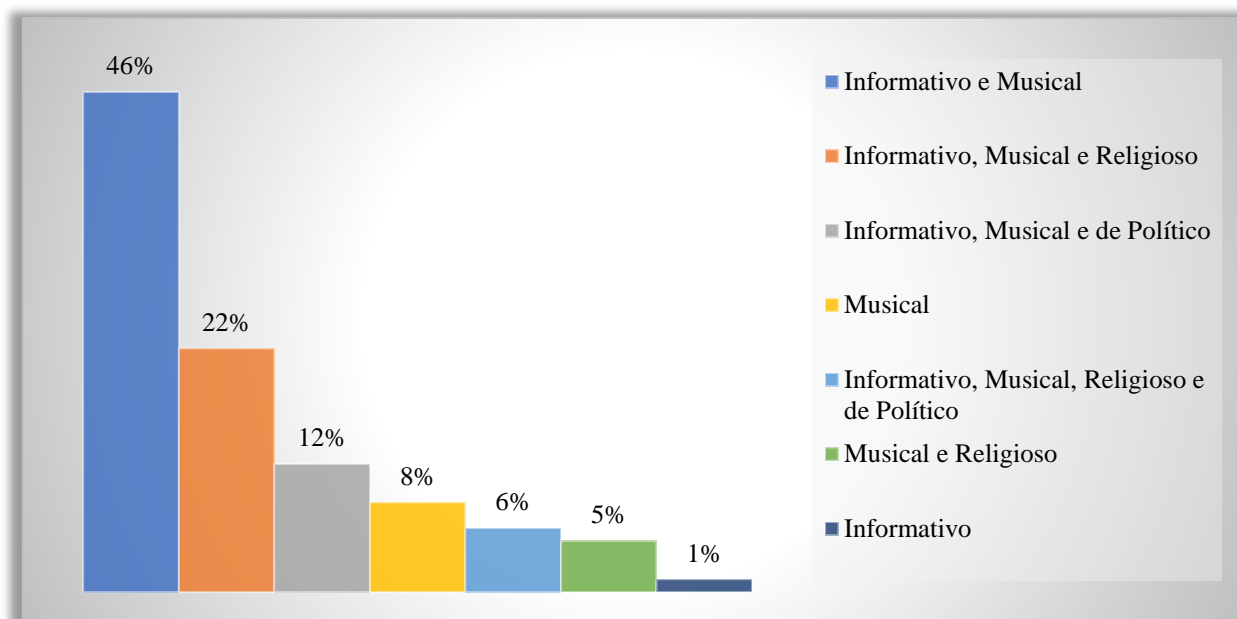
Também se faz observável nas emissoras de rádio sul-mato-grossenses o gênero propagandístico, cujo intuito é propagar ideias, crenças, princípios e doutrinas (PINHO apud BARBOSA FILHO, 2009). Na concepção do autor incluem-se neste gênero os seguintes formatos: programa religioso, programa eleitoral e a peça radiofônica de ação pública. Considerando-se que nesta tese os programas religiosos apresentaram-se de forma substancial nas rádios investigadas, optou-se por considerar o gênero propagandístico a partir do formato programas religiosos.

Neste grupo, foram consideradas apenas emissoras comerciais que dispõem parte da grade diária para veiculação de programas desta natureza. Excluem-se desta categoria, portanto, as emissoras cuja concessão é destinada a denominações religiosas, ou que se encontram arrendadas de forma integral visando fomentar o proselitismo religioso.

Por último, o gênero especial apresenta um hibridismo de funções concomitantes: informar, entreter, prestar serviço. Neste gênero, conforme Barbosa Filho (2009) se incluem os programas de comunicador. No rádio local, estes programas são apresentados por locutores cujo intuito é conquistar ou manter-se em evidência para garantir espaços políticos no território de abrangência, em vista disso será categorizado nesta pesquisa como programas de políticos.

Nas rádios do interior brasileiro, estes programas têm penetração junto às audiências por abrirem espaço para a participação, promoverem sorteio de prêmios e brindes, além de assegurar “favores assistencialistas” mascarados de prestação de serviço. Há informação, opinião, música, prestação de serviço, uma verdadeira miscelânea na qual “teremos aí, reunidos num só formato, todos os gêneros radiofônicos” (BARBOSA FILHO, 2009, p.144).

Apresentados os parâmetros de categorização dos programas constantes na grade de 85 emissoras comerciais analisadas, observou-se a seguinte constituição, conforme gráfico abaixo:

**GRÁFICO 3** – Classificação da programação das rádios comerciais de MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O gráfico 3 revela o cenário da radiodifusão sonora comercial de Mato Grosso do Sul sob o aspecto de programação identificado na grade de 85 emissoras em operação. Conforme pode ser observado, a maioria das emissoras locais se configuram como rádios generalistas onde há a confluência de mais de um gênero e formato na grade de programação, constituindo assim um verdadeiro mosaico complexo e heterogêneo.

Em 39 das 85 emissoras, o que corresponde a 46% do total, identificou-se programas informativos e musicais. Cabe aqui reforçar que foram enquadradas como musicais aquelas cujos programas têm como mote principal a reprodução de lista musical, independentemente de haver ou não locutor da própria emissora, uma vez que há emissoras que adquirem programas musicais de agências geradoras de conteúdo que inviabilizam a interação com os ouvintes.

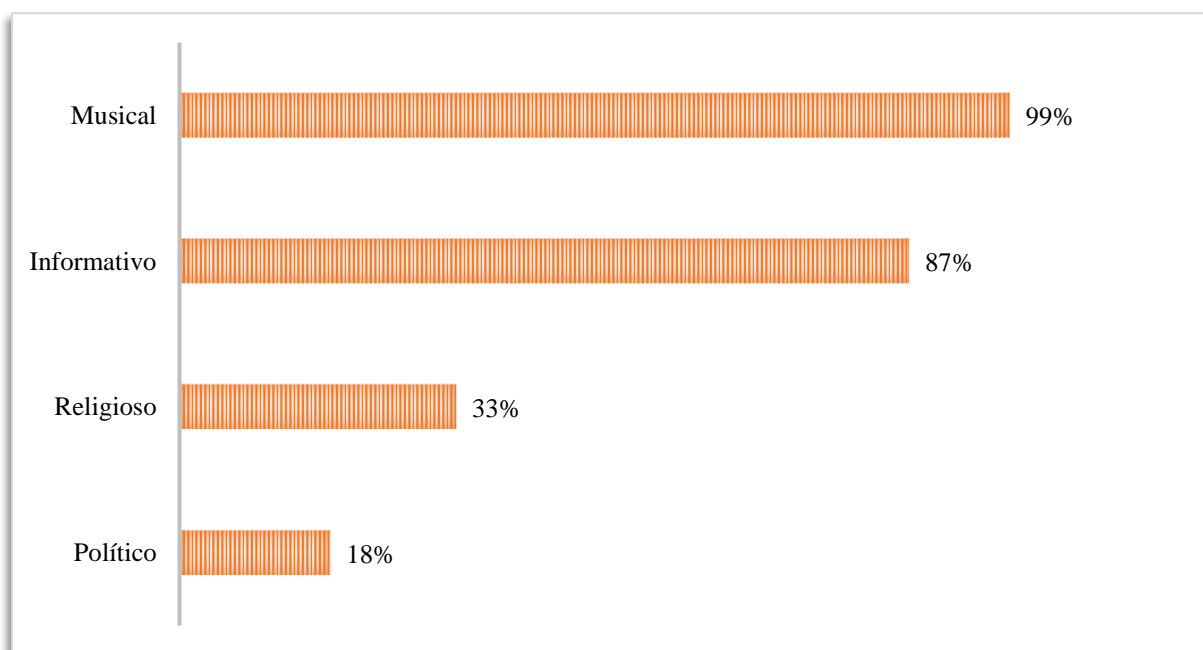
O segundo grupo, formado por 19 emissoras, é constituído por programas informativos, musicais e programas religiosos. Nesta categoria, enquadram-se 23% das rádios analisadas. Os programas religiosos, geralmente, são espaços comercializados na grade de programação para denominações evangélicas e católicas em horários de baixa audiência nestas estações. Na sequência, estão as emissoras que agrupam programas informativos, musicais e apresentados por agentes políticos. São dez emissoras neste segmento, o que equivale a 12% do total, conforme pôde ser visualizado no Gráfico 3.

Há também um grupo formado por sete emissoras que apresentam na grade diária apenas programas musicais. Neste caso, não consideramos aquelas que possuem boletim ou flashes de

notícia no intervalo da programação, por não se tratar de programas fixos na grade diária, uma vez que esta é uma estratégia das rádios locais visando apenas cumprir o percentual mínimo obrigatório de conteúdo noticioso estabelecido pelo regulamento geral das telecomunicações do Governo Federal (BRASIL, 1963).

Cinco emissoras do estado, o equivalente a 6% do corpus analisado, reúnem a maior diversidade de gêneros e formatos na sua grade diária. Além dos programas musicais, possuem os informativos, religiosos e programas apresentados por agentes políticos. Em menor número, estão as quatro emissoras que possuem programas musicais e religiosos (5%), e representando 1% do total está a CBN Campo Grande, única emissora exclusivamente jornalística dentre as 85 mapeadas. Numa outra frente de análise, optou-se por apresentar um olhar mais apurado para o perfil de programação, a partir da compilação dos dados num gráfico geral a partir dos gêneros e formatos predominantes nas 85 emissoras analisadas.

**GRÁFICO 4** – Tipos de programas predominantes nas rádios comerciais de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

A partir do Gráfico 4, é possível compreender que os programas musicais são preponderantes nas estações de Mato Grosso do Sul. Das 85 emissoras, apenas a CBN Campo Grande, conforme citado anteriormente, pela sua natureza *all News e talk and news*, não possui programas musicais. As rádios com programas informativos também se apresentam em percentual significativo, estando presente em 74 das 85, o equivalente a 87%. Cabe aqui

ênfazer, que nesta etapa, não houve uma análise relativa à qualidade da informação presente nestes programas, algo que será desdobrado no Capítulo 8.

Em um terço das emissoras (33%), os programas religiosos se fazem presentes na grade diária das rádios comerciais e em 18% dos programas apresentados por políticos, formando templos eletrônicos e rádios palanques nas ondas do rádio (MOREIRA, 1998). No tópico a seguir, discute-se de forma mais acurada sobre este perfil de programas no rádio sul-mato-grossense.

#### 7.4.2 O rádio palanque e os templos eletrônicos no rádio sul-mato-grossense

Na análise do perfil de programação do rádio comercial de Mato Grosso do Sul, foi observado que as estações têm destinado parte de sua grade de programas para que agentes políticos utilizem as ondas sonoras como palanques diários para autopromoção e visibilidade midiática. A estratégia destes comunicadores e radialistas, segundo Costa (2005), é se tornar “porta-vozes populares, ganhando confiança de seus ouvintes com o passar dos anos, até se transformarem em “delegados dos ouvintes” e, depois nos pleitos políticos, “delegados dos eleitores”. (COSTA, 2005, p.148).

Em Mato Grosso do Sul, pelo menos 15 estações abrigam programas apresentados por dois agentes políticos que possuem ou possuíram mandatos eletivos de destaque no cenário político estadual nos últimos dez anos: Marçal Filho, Lucas de Lima e Lia Nogueira.

Conforme já ressaltado anteriormente, é evidente que há agentes políticos de hierarquia menor nas cidades sul-mato-grossenses que recorrem às ondas do rádio para manter sua imagem de político comunicador perante a opinião pública a fim de conquistar mandatos para o legislativo e/ou executivo municipal. Estes personagens, porém, não serão destacados nesta tese diante das limitações desta investigação e pela dificuldade de mapear os parlamentares comunicadores das Câmaras Municipais de 79 cidades.

No âmbito estadual, conforme já adiantado, Marçal Gonçalves Leite Filho<sup>100</sup> figura como proprietário de uma das principais emissoras de rádio da região da Grande Dourados, a 94 FM. Além de apresentar diariamente o *Programa Marçal Filho* na emissora, o comunicador político comanda aos domingos o *Programa Marçal Filho especial de Domingo*<sup>101</sup>

<sup>100</sup> O deputado estadual Marçal Filho é um comunicador e político tradicional na região da Grande Dourados. Já ocupou mandatos eletivos como vereador, deputado federal e deputado estadual. Concorreu a vice-governador em 2002 na chapa da candidata e então deputada federal Marisa Serrano, porém derrotados no segundo turno. O parlamentar concorreu à reeleição em 2022 pelo Partido Progressista (PP), porém ficou na suplência com 24.758 votos.

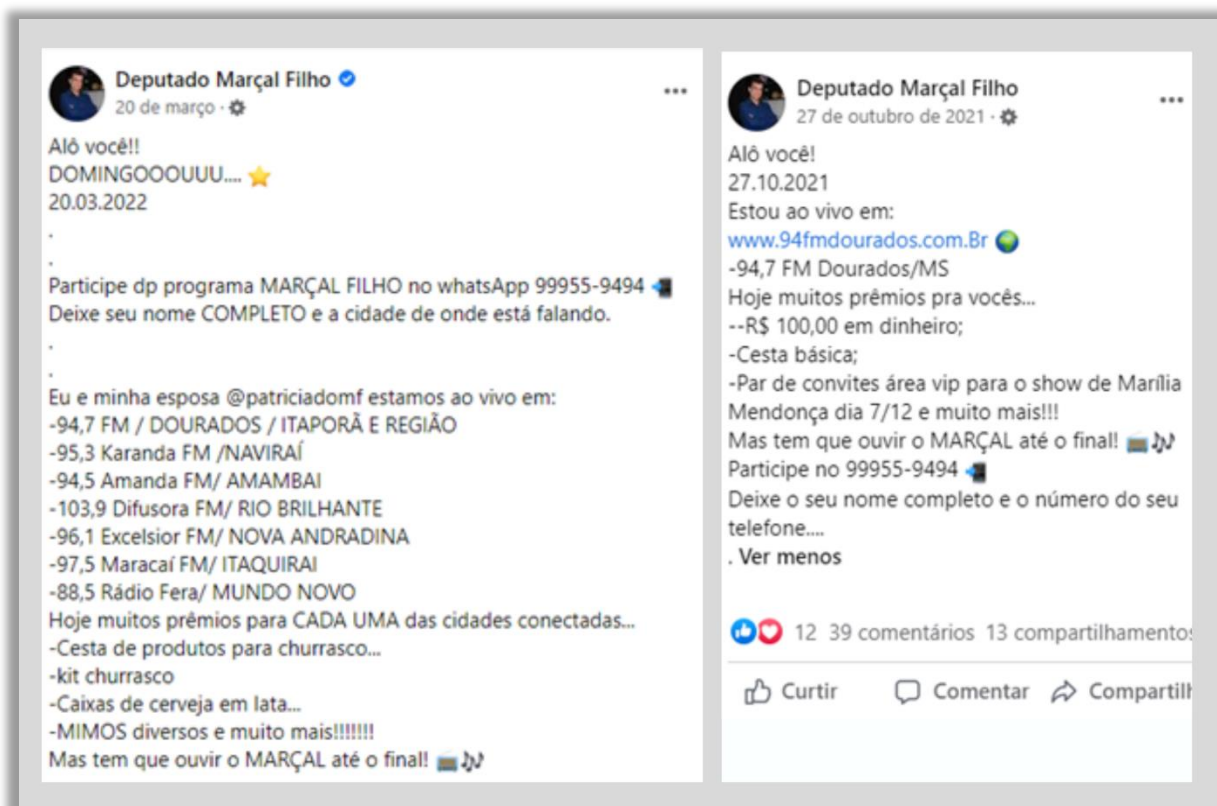
<sup>101</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/marcalfilhoms>>. Acesso em: 27 mar. 2022.

retransmitido de forma simultânea para mais seis emissoras: Amanda FM de Amambai, Maracaí FM de Itaquiraí, Fera FM de Mundo Novo, Karandá FM de Naviraí e Difusora de Rio Brillhante, o que indica uma estratégia de ampliar a interação pelas ondas do rádio para além do território local, numa tentativa explícita de ampliar o potencial eleitoral rumo a outras localidades.

Uma das marcas do programa de comunicador no formato *talk show* é o personalismo adotado pelo radialista político que traz seu nome na denominação do programa radiofônico. Além disso, busca incluir sorteio de prêmios e se aproximar do público ouvinte por meio da interação social.

Em sua página no *Facebook* nos dias 27 de outubro de 2021 e 20 de março de 2022, o radialista político tenta atrair seus seguidores na rede social para que participem do programa de rádio para concorrer aos prêmios que serão sorteados durante a programação, conforme a Figura 8 a seguir.

**FIGURA 8** – Publicação do radialista Marçal Filho em suas redes sociais



**Fonte:** Reproduzido do perfil pessoal do radialista no *Facebook* (2021; 2022).

Outro parlamentar que também está nas ondas sonoras do rádio local sul-mato-grossense é o atual deputado estadual Lucas de Lima<sup>102</sup>. Além do programa *Show da Manhã* diariamente no ar na FM Cidade de Campo Grande, o comunicador apresenta o *Amor sem Fim 1ª edição*, entre às 12 e 14 horas, para 20 emissoras do interior: Nova Moriá FM de Bandeirantes, Rádio Portal de Bataguassu, Explosão FM de Camapuã e Nova FM de Pedro Gomes, bem como emissoras da Rede Jota FM e do Grupo Feitosa de Comunicação, conforme anuncia o próprio locutor em sua página no Facebook.

**FIGURA 9** – Publicação do radialista Lucas de Lima em suas redes sociais



**Fonte:** Reproduzido do perfil pessoal do radialista no *Facebook* (2019, 2021).

No período noturno, o programa *Amor sem Fim 2ª edição* vai ao ar na FM Cidade de Campo Grande, retransmitido em rede para as estações afiliadas: FM Cidade de Corumbá/Ladário, Bonito FM, Três Lagoas FM e FM Cidade de Dourados. Além destas emissoras da Rede MS Integração de Rádio e TV, o programa musical noturno que vai ao ar entre 22 e 0 hora, vinha sendo retransmitido para mais 15 emissoras de rádio de Mato Grosso

<sup>102</sup> Conhecido nos meios massivos como Lucas de Lima, o deputado Luiz Carlos Correia de Lima foi eleito deputado estadual nas eleições de 2018 com 12.391 votos. Anteriormente, havia sido eleito vereador de Campo Grande nas eleições de 2016. Possui uma trajetória de mais de dez anos no rádio, tendo também atuado em programas da TV MS, afiliada à Rede Record em Mato Grosso do Sul (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MATO GROSSO DO SUL, online, s.d.).

do Sul, sendo seis rádios do Grupo Feitosa de Comunicação, oito da Rede Jota FM, além da FM Independente de Aquidauana, conforme pôde ser observado na Figura 9.

O vínculo explícito entre emissoras de rádio e agentes políticos não é novidade em Mato Grosso do Sul, tão pouco excepcionalidade dos parlamentares atuais. Diversas personalidades da política estadual recorreram aos meios de comunicação como o rádio e a televisão como uma espécie de trampolim a fim de garantir visibilidade e conquistar mandatos eletivos, embora não se possa afirmar categoricamente que esta posição tenha se convertido em resultados eleitorais satisfatórios nos pleitos que disputaram.

Nas eleições de 2012, dados da Associação Transparência Municipal revelam que 58 candidatos às câmaras municipais eram profissionais da comunicação tendo como ocupação locutores de emissoras de rádio e TV no estado. Naquele pleito, onze parlamentares foram eleitos para legislativos municipais em Mato Grosso do Sul (BREMAEKER, 2012).

A partir de uma radiografia da classe política eleita no Mato Grosso do Sul, no período compreendido entre os anos de 1978 e 2014, para os cargos de deputado estadual, federal e senador, Barbosa (2019) identificou que 17 parlamentares com mandato eletivo, o que corresponde a 28,5% do total, tinham como ofício a profissão de comunicador (radialistas e jornalistas) e integravam partidos políticos de blocos ideológicos de centro ou direita.

No início de 2014, ano de eleições gerais no Brasil, Pereira (2015) identificou haver ao menos seis programas de TV apresentados por agentes políticos que possuíam ou viriam a possuir mandatos eletivos, dentre os quais destaca:

“Amigo de Verdade” (apresentado pelo deputado estadual Marquinhos Trad - PMDB), ‘Família em Foco’ (conduzido pelo vereador Herculano Borges - PSC), ‘Médico da Família’ (com o vereador Paulo Siufi - PMDB), ‘Vida Sertaneja’ (capitaneado pelo vereador Vanderlei Cabeludo - PMDB), “Picarelli com Você” e “Balanço Geral” (apresentado pelo deputado estadual Maurício Picarelli - PMDB). (PEREIRA, 2015).

Em Campo Grande, os três últimos prefeitos Nelsinho Trad (2005-2012), Alcides Bernal (2013-2016) e Marquinhos Trad (2017-2022), recorreram às ondas do rádio a fim de alçarem voos na política estadual. Na Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul, além de Maurício Picarelli<sup>103</sup> e Marquinhos Trad, os também comunicadores Nelsinho Trad, Alcides Bernal<sup>104</sup>,

<sup>103</sup> Conforme consta nos resultados de eleições disponíveis no site do TRE-MS, Maurício Picarelli foi eleito deputado estadual nos pleitos de 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010, 2014, totalizando oito mandatos como parlamentar na Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul (TRE-MS, online, s.d.).

<sup>104</sup> Advogado de formação, Alcides Bernal é radialista e já foi eleito vereador em Campo Grande por dois mandatos consecutivos (2004; 2008), deputado estadual nas eleições de 2010 e prefeito de Campo Grande nas eleições de 2012.

Waldir Neves<sup>105</sup> e Raul Freixes ocuparam o cargo de deputado estadual. Este último, além do cargo no legislativo estadual, havia sido prefeito de Aquidauana entre 1997 e 2000, sendo sócio-proprietário da FM América naquela cidade (LIMA; DEL BIANCO, 2021).

Nas eleições de 2022, o comunicador Marçal Filho, mesmo diante de inúmeras estratégias traçadas visando ampliar seu potencial eleitoral pelas ondas do rádio, não foi reeleito deputado estadual mesmo obtendo quase 25 mil votos e alcançando a 15ª melhor votação para uma das vagas no parlamento formado por 24 cadeiras.

Apesar disso, a legislatura na Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul entre 2023 e 2027, manterá a tradição de contar com parlamentares oriundos da comunicação. Além da reeleição do deputado Lucas de Lima, o parlamento contará em seus quadros com a deputada estadual Maria Imaculada Nogueira, a comunicadora e jornalista Lia Nogueira<sup>106</sup>.

**FIGURA 10** – Publicação da jornalista Lia Nogueira em suas redes sociais



**Fonte:** Reproduzido a partir de postagens no *Facebook* da parlamentar (2022).

<sup>105</sup> Atualmente conselheiro do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso do Sul, Waldir Neves Barbosa iniciou sua trajetória política no município de Miranda sendo eleito vereador em 1988. Ocupou o cargo de deputado estadual entre 1991 e 2006, quando foi eleito deputado federal (TCE-MS, online, s.d.). Como comunicador, apresentou o *Balanço Geral* na TV MS e o programa *Tema Livre* na TV Guanandi.

<sup>106</sup> Lia Nogueira foi eleita deputada estadual em 2022 com 15.155 votos. Recentemente em postagem na rede social *Facebook*, anunciou que fará parte da equipe do SBT MS na capital do estado.

A jornalista e comunicadora Lia Nogueira foi eleita como a segunda vereadora mais votada no município de Dourados nas eleições de 2020. Além de ter atuado como repórter da sucursal da TV MS Record na segunda maior cidade de Mato Grosso do Sul, também se consagrou como locutora da FM Cidade 101 e chegou a apresentar o Balanço Geral MS e Cidade Alerta, ambos programas da TV MS Record. É conhecida pelo jargão “bichão do MS” por apresentar um perfil crítico e reivindicatório em relação aos serviços públicos prestados tanto no âmbito municipal quanto estadual.

Nesta tese, porém, conforme já ressaltado anteriormente, não é possível inferir se o uso das ondas do rádio ou da TV por comunicadores políticos incidem diretamente no resultado eleitoral, ainda que esta dinâmica tenha se mantido na atualidade com cada vez mais personalidades recorrendo as ondas do rádio para manter-se em evidência no território.

Os achados corroboram, no entanto, que os meios de comunicação de uma forma geral e em especial o rádio, ajuda a reproduzir a ordem social vigente, ao invés de alterá-la, conforme sugere Canclini (2002). O autor explica que o discurso pelas ondas sonoras tem “uma função de mimese, de cumplicidade com as estruturas socioeconômicas e com os lugares comuns da cultura política”, visando preservar o status quo (CANCLINI, 2002, p.50).

Além deste aspecto, tem-se observado que a cedência de espaço no rádio para que programas sejam apresentados por políticos, pode estar associado a uma relação de mão dupla entre a estação e o representante das esferas de poder. Se por um lado, a dinâmica tende a favorecer a viabilidade econômica e de sustentabilidade destas estações no cenário em que estão inseridas, na outra ponta assegura a visibilidade para os comunicadores políticos.

Na avaliação de Costa (2005, p.50) as rádios são comandadas “como uma espécie de apêndice do Estado e de seus poderes Executivo e Legislativo”. Neste aspecto, além de estar sujeitas a influências em seu conteúdo, estão “à serviço dos interesses diretos daqueles donos, do Estado e de sua classe dominante”. O autor argumenta que pelo poder de penetração que possui junto à maioria da população, tem sua parcela de “responsabilidade na formação e manutenção desse quadro político-eleitoral, porque quase sempre adotou uma posição de complacência e de não interferência para reais transformações” (COSTA, 2005, p.102).

Em pesquisas anteriores realizadas por este pesquisador, a comercialização de espaços na programação para denominações religiosas foi justificada por radiodifusores como estratégia da emissora visando garantir recursos de sustentabilidade obedecendo a critérios meramente mercadológicos (LIMA; OTA, 2017), uma das possibilidades que podem ser traduzidas em emissoras que abrem espaço para programas apresentados por agentes políticos, embora muitos

radiodifusores tenham negado tal prática em questionário estruturado aplicado durante a pesquisa de campo.

No âmbito religioso, porém, observa-se que na atualidade apenas a comercialização de espaços na programação de emissoras comerciais não tem sido suficiente na missão de evangelizar, ampliar ou mesmo manter a fidelidade do rebanho por inúmeras denominações religiosas.

Diante do enfraquecimento do setor da radiodifusão sonora nos grotões brasileiros e a dificuldade de se manter a sustentabilidade financeira, instituições religiosas têm sido mais ousadas e buscado negociar concessões de emissoras de rádio nas pequenas localidades, algo identificado por Moreira (1998) na década de 1990 pela Igreja Universal do Reino de Deus e pela Igreja do Evangelho Quadrangular.

A migração do Rádio AM para FM que teve início no Brasil em 2013, por exemplo, foi um acelerador deste processo, motivada pelos altos custos a serem dispendidos neste processo, conforme enfatizado anteriormente no subcapítulo 7.3. Todo este cenário fez com que algumas rádios locais optassem por sair de cena, sendo incorporadas por denominações religiosas, grupos políticos ou redes regionais, cujo poder econômico seria capaz de viabilizar todo o processo de migração.

Ao menos cinco emissoras de Mato Grosso do Sul são rádios confessionais cuja concessão pertence a fundações religiosas ou são emissoras arrendadas que operam afiliadas a redes de rádio vinculadas a estas instituições, dentre as quais se destacam: Rádio Novo Tempo de Campo Grande (97,3) vinculada a Igreja Adventista do Sétimo Dia; Nova FM (99,1) de Terenos vinculada à rede Aleluia da Igreja Universal do Reino de Deus; Rádio Coração (95,7) de Itaporã mantida pela Fundação Terceiro Milênio vinculada à Diocese de Dourados; Boa Nova FM (106,9) de Iguatemi vinculada à Fundação Artística e Cultural Imaculada Conceição; e Rádio Itaí (106,1) de Sonora filiada à Rede de Rádio Deus é Amor vinculada à denominação de mesmo nome. Somam-se a estas as Rádios Educação Rural de Campo Grande e Tupinambás de Dourados, ambas inativas na atualidade e pertencentes a Igreja Católica.

As emissoras com vinculações religiosas foram descartadas do *corpus* de análise no perfil de programação apresentado no tópico anterior, como já destacado, por atuarem numa lógica distinta das estações comerciais convencionais. Nas rádios essencialmente confessionais, observa-se a formação de um verdadeiro púlpito eletrônico no qual o intuito é doutrinar ideologicamente as audiências para que professem a mesma fé, sendo a grade diária ocupada majoritariamente por programas visando à conversão cristã.

### 7.4.3 O conteúdo informativo nas emissoras de Mato Grosso do Sul

Uma das inquietações que têm motivado este estudo, conforme já destacado anteriormente, tem sido a classificação dos territórios municipais brasileiros em desertos de notícia propostas pela pesquisa do Projor. Como pôde ser observado no panorama apresentado acerca da radiodifusão sonora de Mato Grosso do Sul, a simples existência de estações de rádio ainda que resulte em territórios considerados bosques, semibosques ou mesmo semidesertos **radiofônicos**, não pode ser critério indicador de não **deserto noticioso**.

Cabe ressaltar que proposição apresentada anteriormente acerca dos territórios radiofônicos considera as emissoras em operação por território, independentemente do modelo de programação adotado. Embora a classificação proposta, seja similar à categorização estabelecida pelo Atlas da Notícia, este pesquisador compreende que a classificação em **desertos, semidesertos ou não desertos de notícia** deve-se avaliar o conteúdo informativo veiculado e envolve não somente o rádio, mas também outros veículos jornalísticos a exemplo de sites, emissoras de TV e periódicos impressos.

Deste modo, a partir da análise da programação das estações comerciais do estado subsidiada pelo método da cartografia, observou-se que ao menos 16 emissoras possuem programação essencialmente musical ou religiosa situadas em 16 localidades em vários pontos geográficos do território estadual. Para se ter uma ideia da problemática que afirmações categóricas definidoras dos desertos de notícia podem trazer, é necessário recorrer à materialidade dos dados.

No município de Sonora, por exemplo, a única emissora de rádio comercial denominada como entidade Rádio Itaí de Rio Claro é afiliada à Rede Deus é Amor e retransmite programação majoritariamente religiosa, com ausência de conteúdo jornalístico local guiado por princípios imparciais numa ótica que obedeça aos critérios da diversidade e pluralidade de vozes. A cidade é categorizada pelo Atlas da Notícia como semideserto de notícia, porém, dada as condições da programação da emissora confessional, a definição proposta pela pesquisa do Projor é questionável.

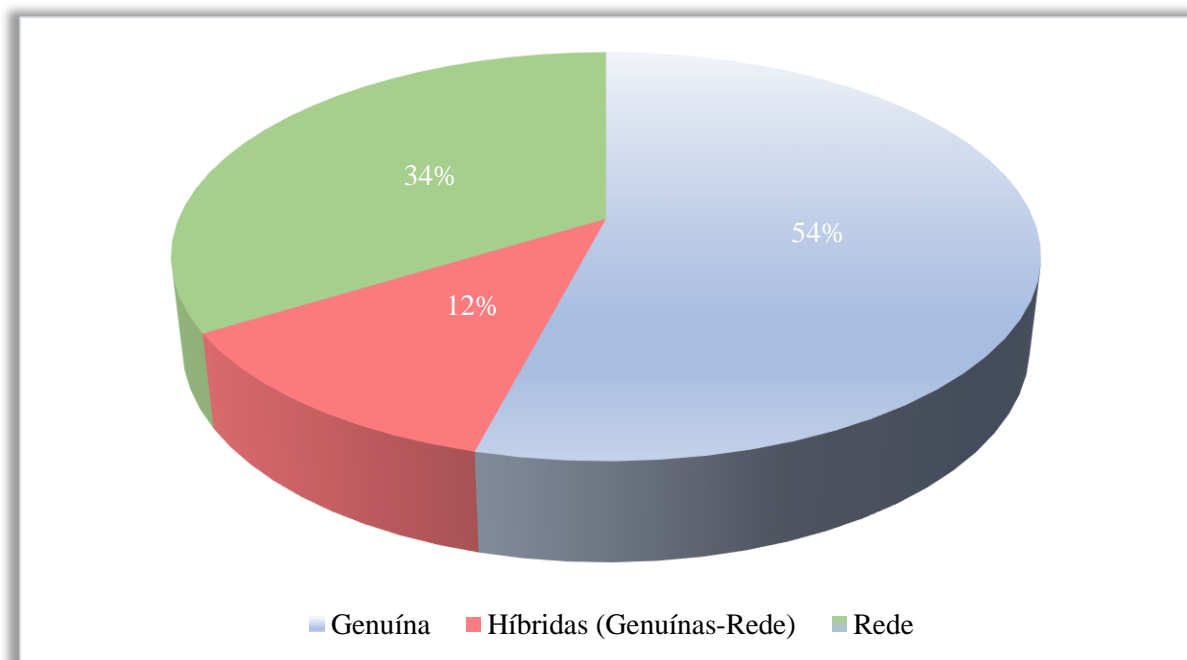
No município de Rochedo, a emissora 100,3 FM tem uma grade diária marcada predominantemente por conteúdo musical. Embora a emissora declare divulgar informações noticiosas, estas são dispostas de forma intercalada aos programas musicais ou de entretenimento em forma de boletim capturados de agências de notícia, prática corriqueira em emissoras do interior visando apenas cumprir o percentual mínimo exigido pela legislação.

Outro aspecto mencionado anteriormente e que impacta diretamente na configuração do radiojornalismo de proximidade em Mato Grosso do Sul é a formação das redes de rádio regionais. Numericamente conforme já ressaltado, 42 estações pertencem a grupos regionais do estado, dentre as quais três também integram concomitantemente a rede Band FM de Rádio: Band FM de Deodópolis e Band FM Paranhos do Grupo Feitosa; e Band FM de Três Lagoas do grupo RCN. Há ainda outras emissoras afiliadas a redes nacionais: Band FM de Coxim, Band FM de Corumbá, Jovem Pan de Coxim, Jovem Pan de Campo Grande e Jovem Pan Três Lagoas.

Neste sentido, cerca de metade das emissoras comerciais do estado integram redes regionais ou estão afiliadas a redes de rádio nacionais, podendo trazer reflexos para o radiojornalismo de proximidade, sobretudo em localidades do interior, onde a ausência de informação pode comprometer a democracia em nível de base, conforme apregoa Abernathy (2016; 2020).

Dentre as 74 emissoras mapeadas que apresentam conteúdo informativo na sua grade diária, foram reclassificadas as que possuem programas próprios sendo produzidos e apresentados pela equipe da própria emissora como genuínos, aqueles que apenas retransmitem programa jornalístico gerado pelas cabeças de rede nacional ou regionais, e as híbridas na qual o programa jornalístico é estruturado a partir da mesclagem de blocos locais com blocos retransmitidos em rede; ou em casos em que a emissora possua mais de um programa jornalístico, sendo um totalmente em rede e outro genuinamente local.

O gráfico a seguir, construído a partir da cartografia da radiodifusão sonora comercial, revela que dentre as emissoras com conteúdo informativo em Mato Grosso do Sul, pouco mais de um terço (34%) operam retransmitindo programas gerados nas cabeças de rede em estações situadas em metrópoles nacionais, neste caso, a Jovem Pan e a Band FM; ou em âmbito regional, sendo produzidos nas sedes dos conglomerados radiofônicos como o Grupo Feitosa, Rede Jota FM, Rede MS Integração de Rádio e TV, Grupo Capital de Comunicação em Campo Grande; ou em sedes situadas em cidades funcionais que se posicionam como polo de região, a exemplo do grupo Medeiros com sede em Naviraí, líder na região do Cone-Sul.

**GRÁFICO 5** – Produção dos programas jornalísticos nas emissoras comerciais de MS

**Fonte:** Elaborado pelo autor (2023).

No âmbito intermediário estão nove emissoras, ou seja 12% do total, que transmitem parte da programação jornalística em rede e complementam a grade jornalística com produção local. Neste segmento, estão a CBN Campo Grande; Cidade FM de Dourados e Três Lagoas FM; Difusora Corumbá; e cinco emissoras da Rede Jota FM, de Aparecida do Taboado, Caarapó, Cassilândia, Glória de Dourados e Sidrolândia.

Por fim, a cartografia revela que 40 dentre as 74, o equivalente a 54% do total de emissoras com conteúdo jornalístico, contam com programas estruturados genuinamente pela equipe da própria estação, ainda que esta condição não represente sumariamente um indicador de qualidade nesta etapa de análise. No entanto, são as emissoras deste grupo que interessam para a configuração do radiojornalismo de proximidade, ainda que não se despreze as produções jornalísticas veiculadas por emissoras de redes regionais, mas que já foram objeto de estudo por Banyasz (2021).

Outro aspecto observado na cartografia geral da programação das rádios comerciais de Mato Grosso do Sul, que merece a devida atenção, é o fato de algumas emissoras considerarem programas de cunho policial como jornalísticos na grade diária de programação. A percepção dos radialistas que apresentam tais programas, encontra subsídio, inclusive, na classificação dos gêneros radiofônicos proposta por Barbosa Filho (2009). Para o pesquisador, os programas

policiais representam um formato de programa do gênero jornalístico e dão cobertura a fatos policiais através de reportagens, notas, notícias e entrevistas.

Nas ondas do rádio, os programas policiais atraem audiência pelo caráter sensacionalista que assumem. Mais do que informar questões de criminalidade e violência no território de proximidade, estes programas apelam para o imaginário das audiências, ao recorrer a “efeitos sonoros e trilhas musicais que realçam o discurso do locutor e propiciam um ambiente de emoção e expectativa” (BARBOSA FILHO, 2009, p.105). No inventário do rádio comercial sul-mato-grossense, foi identificado que há ao menos cinco emissoras com programas exclusivos neste segmento, conforme pode ser observado no quadro abaixo.

**QUADRO 12** – Programas Policiais nas rádios comerciais de Mato Grosso do Sul

<b>Município</b>	<b>Emissora</b>	<b>Programa</b>	<b>Horário</b>
Anastácio	Nova FM	Na Mira	07:00 às 08:00
Coxim	Vale 102	Coxim Precisa Saber	09:00 às 10:30
Dourados	Grande FM	Patrulha da Cidade	12:00 às 13:30
Naviraí	Cultura FM	Ronda Policial	11:30 às 12:00
Três Lagoas	Caçula FM	Ronda Policial	12:00 às 13:00

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Em pesquisa realizada anteriormente por este pesquisador na Caçula FM de Três Lagoas, identificou-se que o programa *Ronda Policial*, apresentado por Fábio Campos, é estruturado a partir de informações extraídas de boletins de ocorrência provenientes de órgãos de segurança pública da localidade (LIMA, 2018).

Na Nova FM de Anastácio, há uma peculiaridade no programa *Na Mira*. Ele é apresentado pelo jornalista Ronaldo Francisco Regis que há mais de trinta anos atua em emissoras de rádio no AP-Aquidauana/Anastácio após ter passado pelas rádios Independente, Difusora e América FM.

Embora o programa esteja aberto a pautas de natureza política e problemas da localidade, a categorização como programa de jornalismo policial é legitimada pela denominação proposta pelo apresentador “*Na mira*”, cujo sentido é permeado por subjetividades. O formato adotado, revela o apresentador, atende a uma estratégia comercial da emissora que corresponde ao apelo das audiências que anseiam por esse tipo de informação.

O dia que você não concentra na notícia policial, a audiência reclama. [...] Tem um apelo. Por exemplo, eu dou a notícia, falo que o lá no bairro está acontecendo isso. Se eu dou a notícia de que teve um evento legal, se eu dou uma notícia que o bairro tal ganhou o asfalto, ou faço a crítica também que está sem asfalto, ganhou aquilo, mas se eu não der, parece que o tempero é a notícia policial. As vezes, já recebi áudio assim: “ô Ronaldo, você vai ficar com esse lenga-lenga até que horas? Não vai dar notícia não? Eu já tinha dado umas dez notícias. [...] mas para eles a notícia tem que ser a policial, infelizmente, tem que ser a policial. Quanto mais grave, melhor para o ouvinte (REGIS, R. F., 2022, informação verbal).

No rádio sul-mato-grossense destaca-se também o programa *Coxim Precisa Saber*, veiculado diariamente na Vale 102 do município de Coxim e apresentado pelo comunicador Sidney Assis desde 1995. A fórmula de sucesso do programa, é atribuída por Souza (2007) ao bordão histórico ressoado nas ondas do rádio coxinense pelo locutor: “Se não queres ser notícia, não se envolva com a polícia. Se não queres que eu fale de você, não deixe o fato acontecer. Porque, aconteça o que acontecer, Coxim precisa saber” (SOUZA, 2007, p.33).

Em Dourados, o *Patrulha da Cidade* é veiculado na Grande FM e apresentado pelo repórter policial da emissora, Osvaldo Duarte. Além dos programas popularescos de cunho eminentemente policial, o rádio de proximidade sul-mato-grossense tem forte apelo para informações desta natureza, como será revelado pela Análise de Conteúdo de quatro programas jornalísticos no Capítulo 8 a seguir.

## 8 RADIOJORNALISMO DE PROXIMIDADE NOS TERRITÓRIOS DE ANÁLISE

Este capítulo trata da análise e interpretação dos dados coletados na pesquisa empírica a fim de responder aos objetivos geral e específicos delineados para esta tese no capítulo introdutório. O esforço aqui empreendido busca reunir inferências capazes de mensurar a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense.

Neste sentido, o capítulo está organizado em eixos que buscam apontar a configuração do radiojornalismo em Mato Grosso do Sul a partir da infraestrutura empresarial, saúde e sustentabilidade das estações, nível de produção e qualidade do conteúdo jornalístico bem como as condicionalidades que se impõem sobre esta configuração a partir do contexto político, demográfico, econômico, social e midiático nos territórios, detalhados inicialmente.

Cabe ressaltar que o conjunto de dados aqui apresentados está alicerçado na estratégia da triangulação metodológica que possibilitou reunir informações a partir das técnicas de análise de conteúdo, entrevista em profundidade, questionário estruturado e cartografia. Os achados aqui descritos se somam ao panorama geral do rádio sul-mato-grossense já apresentado no capítulo anterior, a partir do inventário *ad hoc* do rádio alicerçado no método da cartografia.

Nesta etapa, no entanto, a ênfase recai em torno do conteúdo colocado em circulação. Os subcapítulos finais discutem os dados levantados no conteúdo jornalístico veiculado no rádio sul-mato-grossense a partir da originalidade, a relação com o território de proximidade, as fontes de informação consultadas, as temáticas agendadas e os principais formatos e recursos jornalísticos adotados na construção da narrativa.

Por fim, busca-se cruzar os achados da etapa da Análise de Conteúdo com os elementos balizadores do território de ordem geográfica, social, política e econômica. Esse conjunto de condicionalidades incide na infraestrutura empresarial das rádios analisadas, refletindo no processo de produção e qualidade, e fornecendo pistas de como o radiojornalismo de proximidade se estrutura neste território brasileiro.

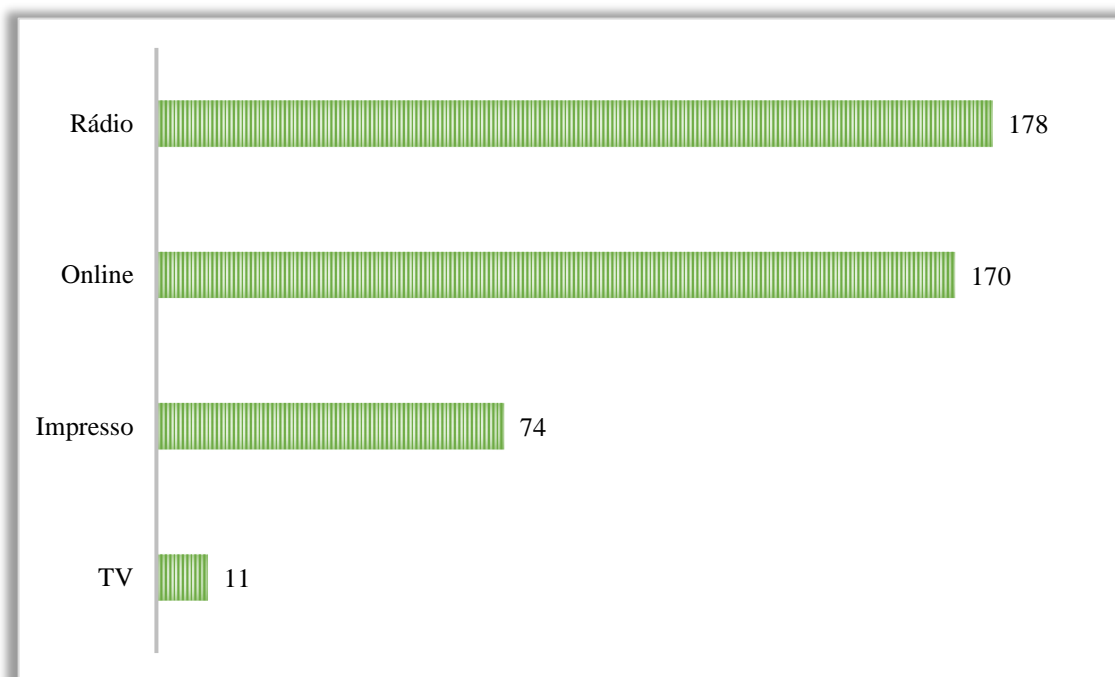
### 8.1 UM ECOSISTEMA MIDIÁTICO DINÂMICO E HETEROGÊNEO

Para que se possa entender a importância que as rádios integrantes do corpus empírico representam para esta investigação, se faz necessário conhecer a formação do ecossistema midiático de cada localidade. Tomando como referência os dados mais recentes do Atlas da Notícia (2022), ainda que se tenha observado inconsistências e imprecisões, identificou-se que há 172 veículos na modalidade *online* e 74 periódicos impressos em Mato Grosso do Sul.

Já os dados referentes ao total de emissoras de rádio e TV fazem parte de um banco construído a partir de mapeamento realizado pelo próprio pesquisador. Além das 178 emissoras de rádio já detalhadas no Capítulo 7, Mato Grosso do Sul conta com onze canais de Radiodifusão de Sons e Imagens Digital (GTVD) dos quais oito estão concentrados na capital, Campo Grande, conforme será detalhado adiante.

A maior parte das emissoras de TV operam como afiliadas de grandes corporações midiáticas com sede no eixo Rio-São Paulo tais como Rede Globo, Rede Record e Grupo Bandeirantes. Neste levantamento, porém, não foram consideradas as retransmissoras de TV, somente as emissoras licenciadas no Sistema Mosaico dos canais de Radiodifusão da Anatel.

**GRÁFICO 6** – Veículos de Mídia em Mato Grosso do Sul



**Fonte:** Elaborado pelo autor com informações do Atlas da Notícia (2022); Anatel (2023).

### 8.1.1 O concorrido mercado de mídia na cidade morena

A capital de Mato Grosso do Sul possui um ecossistema midiático amplo e heterogêneo. É formado por estações de rádio nas modalidades educativas, comunitárias e comerciais, emissoras de TV, portais de notícias e periódicos impressos de abrangência estadual. Ao todo, são 64 veículos midiáticos na capital entre impresso, *online*, emissoras de rádio e TV. Os números aqui destacados nas modalidades *online* e impresso, provenientes do projeto Atlas da Notícia, foram reconsiderados por este pesquisador após verificação dos portais que se

encontravam ativos com atualização regular, bem como dos periódicos impressos que ainda se mantêm em circulação.

A dimensão espacial de Campo Grande é formada por uma área de 8.082,978 km<sup>2</sup>, o que lhe rende uma densidade demográfica de 97,22 hab./km<sup>2</sup>, conforme dados de 2010 do IBGE (IBGE, 2022). Por liderar os índices econômicos e populacionais de Mato Grosso do Sul, concentra o mercado de mídia estadual sul-mato-grossense. Em 2019, a capital sul-mato-grossense concentrou R\$ 30,2 bilhões de valores correntes do PIB e uma população estimada em pouco mais de 900 mil habitantes (IBGE, 2021a; 2021b).

No aspecto social, é observável também que a cidade apresenta Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)<sup>107</sup> considerado alto (0,727), de acordo com a métrica do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)<sup>108</sup>. Além de apresentar o maior indicador, dentre os demais territórios selecionados nesta pesquisa, (0,784), o IDHM de Campo Grande situa-se acima da média nacional (0,727) e estadual (0,729). (UNDP, 2023).

Pelo estudo das Regiões de Influência das Cidades (REGIC), Campo Grande é classificada como capital regional A, se configurando como centro urbano “com alta concentração de atividades de gestão, mas com alcance menor em termos de região de influência em comparação com as Metrôpoles” (IBGE, 2020, p.11). No território de Mato Grosso do Sul, a capital exerce influência sobre os centros urbanos de menor hierarquia como Dourados (capital regional C), Três Lagoas (Centro Sub-regional A), e demais centros Sub-regionais B a exemplo do AP Aquidauana-Anastácio e centros de Zona A e B (IBGE, 2020).

No estado de Mato Grosso do Sul destaca-se por centralizar as atividades de comércio e serviços, oferta de ensino superior, serviços de saúde de alta complexidade, atividades culturais e esportivas, conexões aéreas e ligações por transporte coletivo rodoviário. Destaca-se nacionalmente como centro de origem de insumos para a produção agropecuária, e especialização em maquinário para criação de bovinos de corte (IBGE, 2020).

Diante do maior contingente populacional, IDHM alto, e concentrar a maior produção de riqueza do estado, a capital de Mato Grosso do Sul centraliza as decisões políticas e administrativas do território estadual, o que justifica um ecossistema midiático robusto e heterogêneo. A cidade possui 30 jornais na modalidade *online*, oito no formato impresso, sete

---

<sup>107</sup> O IDHM leva em consideração três dimensões do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde, num índice que tem variação de 0 a 1. Neste sentido, quanto mais próximo de 1 for o indicador, maior o desenvolvimento humano da localidade, e quanto mais próximo de 0, menor será o desenvolvimento do território.

<sup>108</sup> As cinco faixas de IDH estabelecidas pelo PNUD estão assim distribuídas: muito alto (0,800 a 1,00), alto (0,700 a 0,799), médio (0,600 a 0,699), baixo (0,500 a 0,599) e muito baixo (0 a 0,499).

emissoras de TV dentre as quais uma educativa e uma com programação religiosa; bem como 19 estações de rádio, sendo 4 educativas, cinco comunitárias e dez comerciais dentre as quais uma exclusivamente religiosa, conforme mapeamento do Quadro 13.

**QUADRO 13 – Veículos de Mídia em Campo Grande**

Modalidade	Veículos		
	Educativas	Comunitárias	Comerciais
<b>Rádio</b>	FM UCDB – 91,5 Educativa UFMS – 99,9 Uniderp FM – 103,7 Educativa FM 104 – 104,7	FM Atalaia – 106,3 Segredo FM – 106,3 Tempus FM – 106,3 Moreninhas FM – 106,3 FM Anhanduí – 106,3	Rádio Hora – 92,3 CBN CG – 93,7 Mega 94 – 94,3 Jovem Pan CG – 95,3 Capital 95 – 95,9 FM Novo Tempo – 97,3 FM Cidade – 97,9 Difusora Pantanal – 101,9 Blink 102 – 102,7 Morena FM – 107,1
	A Onça A Tribuna News Boca do Povo News Campo Grande Hoje Campo Grande News Campo Grande Notícias Capital News CBN Campo Grande Conteúdo MS Correio do Estado	Diário Digital Entrevista News Fala MS News Folha de Campo Grande Folha do Estado Brasil G1MS JD1 Notícias Jornal do Estado MS Jornal do Ônibus Jornal Raio-X	Metrópole MS Midiamax MS em Dia MS Ponto Com O Consumidor News O Estado MS O Jacaré Primeira Página Tereré News Top Mídia
<b>Impresso</b>	<b>Diário</b>	<b>Semanário</b>	
	Correio do Estado O Estado MS Midiamax Diário	A Crítica Boca do Povo News Impacto MS	Jornal de Domingo Jornal Raio-X
<b>TV</b>	<b>Educativa</b>	<b>Religiosa</b>	<b>Comerciais</b>
	TV Educativa MS – 4.1	TV Imaculada – 15.1	TV Morena – 6.1

<sup>109</sup> Não se considerou os veículos *online* listados no banco de dados do Atlas da Notícia que se encontravam fora do ar na data de coleta de dados, ou seja, 11 de abril de 2022, ou que se encontravam desatualizados nos últimos cinco dias. Foram desconsiderados também os portais que se encontravam em duplicidade.

			SBT MS – 8.1 TV MS Record – 11.1 TV Guanandi – 13.1 Rede Brasil MS – 24.1
--	--	--	--

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Ainda que possua uma ampla gama de oferta midiática, observa-se na capital a concentração de propriedade que engloba mais de um veículo midiático. A Rede Mato Grossense de Comunicação (RMC)<sup>110</sup>, um dos maiores conglomerados midiáticos do Centro-Oeste brasileiro, além da rádio Morena FM, acumula a concessão da TV Morena, sendo detentora dos veículos na modalidade *online* Primeira Página MS e MT<sup>111</sup> e atualizar o G1 MS, portal de notícias que faz parte da regionalização midiática das organizações Globo (AGUIAR, 2016).

Outra emissora de rádio vinculada a grupos de mídia é a FM Cidade integrante da Rede MS Integração de Rádio e Televisão<sup>112</sup>, fundada pelo empresário Ivan Paes Barbosa. O grupo possui a concessão da TV MS, afiliada à Rede Record, Agro TV na modalidade a cabo, e o portal de notícias Diário Digital, bem como outras emissoras de rádio no interior do estado (DIÁRIO DIGITAL, 2021), conforme já detalhado anteriormente no capítulo 7.

No passado, o Grupo Correio do Estado concentrava duas emissoras de rádio (Rádio Hora e Mega 94), uma emissora de TV (antiga TV Campo Grande), além dos jornais impressos Diário da Serra, já extinto; e Correio do Estado, o jornal mais longevo em circulação no estado de Mato Grosso do Sul, sendo fundado em 1954. Atualmente, o grupo mantém controle apenas sobre os jornais impresso e *online*, bem como das duas emissoras de rádio<sup>113</sup>.

Embora não haja publicações oficiais a respeito, há registros na mídia sul-mato-grossense que o grupo Correio do Estado arrendou em 2009 a antiga TV Campo Grande, retransmissora do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), atual SBT MS, para dirigentes da Igreja Internacional da Graça de Deus, liderada no Brasil pelo missionário Romildo Ribeiro

<sup>110</sup> A RMC conta com estações de rádio e TV nos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás. Em Mato Grosso do Sul, detém a concessão da TV Morena Campo Grande, TV Morena Corumbá e TV Morena Ponta Porã.

<sup>111</sup> O Portal Primeira Página faz alusão ao nome do principal programa jornalístico da Morena FM. Além de informações de Mato Grosso do Sul, conta também com notícias do estado de Mato Grosso, onde a RMC também possui emissoras de TV.

<sup>112</sup> Atualmente a Rede MS é dirigida pelos filhos do fundador: Ulisses Serra Neto e Gisele Barbosa.

<sup>113</sup> No portal do Correio do Estado na seção institucional, o grupo afirma ser composto também pelas empresas Agium Soft, Portal de Imóveis Vem pra Casa, Portal de veículos Vip Marcas e a Produtora de Vídeos Macaw (CORREIO DO ESTADO, online, s.d.). Disponível em: <https://correiodoestado.com.br/quem-somos>. Acesso em: 25 abr. 2022.

Soares (MARCO EUSÉBIO, 2011). O líder evangélico também controla, desde 2002 a TV Guanandi, afiliada à Rede Bandeirantes em Campo Grande (CÂNCIO, 2005).

No âmbito do jornalismo impresso, o jornal Estado MS se configura como o principal concorrente do Correio do Estado. Fundado em 2002, sendo dirigido por Jaime Vallér, o periódico também está imerso no ambiente digital com o portal Estado MS. No jornalismo radiofônico na modalidade *all news*, destaque para a CBN Campo Grande, integrante do grupo RCN, conforme já detalhado no capítulo 7.

Embora não constitua um grupo de mídia formal, o semanário Boca do Povo News<sup>114</sup> é dirigido pelo jornalista Benedito de Paula Filho que também acumula a direção da FM Difusora Pantanal. Na emissora, há um programa jornalístico denominado Boca do Povo, cujo nome faz alusão ao jornal impresso e portal *online* de mesma denominação.

Atuando exclusivamente no ramo da radiodifusão sonora, o Grupo Capital MS de Comunicação dirigido até 2021 pelo empresário, Carlos Eduardo Longo de Faria<sup>115</sup>, possui em Campo Grande o controle de duas estações: Capital 95 FM e Jovem Pan Campo Grande. Na modalidade *online*, detinha o portal Página Brazil com notícias locais e regionais, porém atualmente encontra-se fora do ar. O grupo também atua no ramo de painéis de led (LIMA; OTA, 2018).

Com exceção das rádios comunitárias e educativas, a Rádio Blink 102, dirigida por Alex Bachega, é no contexto campo-grandense, uma das poucas emissoras de rádio que não se encontra diretamente vinculada a grupos de mídia. Os sócios-proprietários detinham, no passado, a concessão da Rádio Ativa AM<sup>116</sup>, que até então retransmitia a programação da Rede de Rádio Deus é Amor, vinculada à Igreja Pentecostal Deus é Amor. Desde 2019, após a migração para FM, a emissora passou a integrar a RMC sendo denominada Morena FM.

No segmento religioso, a TV Imaculada, cuja concessão para operar é de finalidade educativa, está vinculada à igreja católica. Num passado recente, o grupo também contava com a rádio Imaculada, antiga Rádio Educação Rural, que operava em OM e OT, porém foi desativada antes mesmo de prosseguir os trâmites visando à migração para FM. Na modalidade comunitária, são cinco emissoras distribuídas em quatro regiões da cidade e a FM Anhanduí para atender ao distrito de mesmo nome, distante 60 km do município sede.

---

<sup>114</sup> Embora não haja estimativa de exemplares, o jornal semanal é distribuído gratuitamente aos domingos na Avenida Afonso Pena, principal avenida da capital de Mato Grosso do Sul.

<sup>115</sup> O empresário faleceu no dia 10 de outubro de 2021 (LIBNI, 2021).

<sup>116</sup> No fim da década de 1990 e início dos anos 2000, as rádios Ativa AM e Ativa FM (nomes originários da Blink-102), estiveram arrendadas para a Rede Aleluia da Igreja Universal do Reino de Deus. Em 2010, a Ativa AM chegou a retransmitir a programação da Rádio Canção Nova, vinculada a Igreja Católica, e a Ativa FM foi rebatizada como Blink-102 (FERNANDES, 2011).

No âmbito digital, os portais destaque na capital são: Campo Grande News (586 mil seguidores), Correio do Estado (497 mil), Midiamax (473 mil) e Top Mídia (346 mil), veículos de capilaridade estadual que possuem grande repercussão nas redes sociais a exemplo do *Facebook*, onde concentram o maior número de seguidores<sup>117</sup> e apresentam regularidade diária na produção e atualização de conteúdo jornalístico.

### **8.1.2 A paisagem midiática no polo regional do agronegócio**

O município de Dourados, o segundo maior de Mato Grosso do Sul em termos populacionais com aproximadamente 220 mil habitantes (IBGE, 2021a), lidera a região da Grande Dourados formada por mais dez municípios. Pela classificação do Regic, Dourados figura como capital regional C, e apresenta centralidade para aquisição de insumos para produção agropecuária, ficando em oitavo lugar no ranking nacional. Além disso, destaca-se como centro de aquisição de maquinários e implementos, bem como centro de assistência técnica para produção agropecuária (IBGE, 2020).

Em 2019, apresentou um PIB de 9,4 bilhões de reais a preços correntes (IBGE, 2021b), ficando atrás de Três Lagoas que segue em franco desenvolvimento econômico motivado pela indústria de papel e celulose. Em 2010, Dourados figurava como uma das cidades de Mato Grosso do Sul com IDHM considerado alto pelos parâmetros da PNUD: (0,747), atrás de Campo Grande, porém acima da média nacional e estadual (UNDP, 2023).

A extensão geográfica ocupa uma área de 4.062,236 km<sup>2</sup>, o que resulta numa densidade demográfica de 47,97 hab./km<sup>2</sup> (IBGE, 2022). Dentre as peculiaridades da cidade, está a proximidade territorial estabelecida com os municípios limítrofes: Itaporã que fica num raio de 16 km pela rodovia MS-156; Douradina está a 39 km pela MS-379; Fátima do Sul está a 46 km pela rodovia MS-476; Caarapó que está a 52 km pela BR-163; e Deodápolis que fica a uma distância média de 82 km pela rodovia MS-276.

No ramo da comunicação, Dourados apresenta uma robusta estrutura midiática do interior do estado com 20 veículos. Os dados foram levantados na plataforma do Atlas da Notícia (2022), porém foram reconsiderados por este pesquisador a partir do cruzamento destes com os dados de mídia local inventariados em bases secundárias tais como redes sociais, portais na internet e profissionais de comunicação da cidade.

---

<sup>117</sup> Dados coletados em 14 de março de 2023 em pesquisa exploratória nas *fan pages* dos jornais *online* no *Facebook*.

Deste modo, a cidade de Dourados é formada por treze veículos na modalidade *online*<sup>118</sup>, uma emissora de TV, seis emissoras de rádio, sendo duas operando na modalidade comunitária, três comerciais em FM e uma comercial em AM. Até 2022 contava com dois periódicos na modalidade impressa, o Diário MS e o jornal O Progresso jornais tradicionais do interior do estado com periodicidade semanal, que foram descontinuados e migraram sua circulação para o ambiente digital<sup>119</sup>.

**QUADRO 14** – Veículos de Mídia em Dourados

Modalidade	Veículos	
<b>Rádio</b>	Rádio Clube AM – 720	Grande FM – 92,1
	Boa Nova FM – 87,9	94 FM Dourados – 94,7
	Gideões do Canaã – 87,9	FM Cidade – 101,9
<b>TV</b>	RIT Dourados – Canal 5.1	
<b>Online</b>	Agora MS	Gazeta MS
	Douranews	MS em Foco
	Dourados News	MS Já
	Dourados Agora	O Progresso
	Estado Notícias	O vigilante
	Folha de Dourados	Portal Agron
		Repórter MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Em Dourados, legalmente, o único veículo televisivo local cadastrado no Sistema Mosaico da Anatel é o canal da Rede Internacional de Televisão (RIT). Denominado anteriormente como TV Dourados, até então filiada ao SBT, a emissora foi vendida em 2002 para o missionário Romildo Ribeiro Soares da Igreja Internacional da Graça de Deus, visando ao proselitismo religioso e à ampliação da rede de TV vinculada à igreja (CÂNCIO, 2005).

No entanto, cabe enfatizar que, embora oficialmente possua apenas concessão do canal RIT, a cidade é sede da segunda emissora de TV da RMC no interior do estado: a TV Morena

<sup>118</sup> O levantamento do Atlas da Notícia registra doze veículos na modalidade *online*. Após checagem dos domínios, observou-se que se encontram inativos os portais Canal Boa Vida, MS Total, Diário MS (este, inclusive, duplicado). O portal Cone Sul News, inserido dentre os portais *online* de Dourados, está situado no município de Ponta Porã, conforme expediente do jornal. Por outro lado, sete veículos digitais foram incluídos neste inventário de mídia, por terem sido identificados no mapeamento de Rocha (2014) e encontrarem-se ativos: Agora MS, Dourados Agora, Estado Notícias, Gazeta MS, MS Já e Repórter MS, todos com sede em Dourados.

<sup>119</sup> O Progresso deixou de circular na versão impressa em julho de 2022. Já o Diário MS, foi descontinuado tanto na versão impressa quanto *online*. Embora não haja uma data oficial de encerramento das atividades, no canal do veículo no *Youtube* e na página do *Facebook*, a última atualização ocorreu em 2020.

Ponta Porã. Não obstante, a concessão corresponda à cidade localizada na região Sul-Fronteira, esta encontra-se instalada em Dourados que é considerada uma cidade polo na região da Grande Dourados, se configurando como uma das localidades mais proeminentes do interior de Mato Grosso do Sul.

A RMC mantém sucursais nas cidades de Ponta Porã e Três Lagoas, uma vez que o raio de cobertura<sup>120</sup> da emissora abrange 45 municípios do estado, contemplando as porções sul e leste do território sul-mato-grossense. Apresenta uma programação regional que visa contemplar a realidade de ambas as cidades, como o Bom dia Região e o MS1, gerados na sede em Dourados. Mesmo integrando regiões geográficas distintas, os municípios de Dourados e Ponta Porã estão situados na porção sul do território de Mato Grosso do Sul com uma distância aproximada de 120 km pela BR-463.

No meio radiofônico, observa-se a penetração da Rede MS Integração de Rádio e TV na localidade com a implantação da FM Cidade em 20 de dezembro de 2003<sup>121</sup>. Além desta, a cidade tem como emissoras locais a 94 FM, de propriedade do ex-deputado Marçal Filho, como já destacado anteriormente; e a Grande FM, considerada a pioneira da região sul em FM sendo fundada por Antônio Tonanni em 1980. No AM, há uma estação no ar: a Rádio Clube, atualmente arrendada para a denominação religiosa Deus é Amor.

A Rádio Tupinambás, que por anos esteve no ar retransmitindo a programação em rede da Rádio Milícia da Imaculada, encontra-se inativa e atualmente pertence ao grupo RCN. A emissora deve migrar para FM e passará a ser denominada CBN Dourados. A rádio será a primeira estação *all news* do interior de Mato Grosso do Sul e deve operar como um braço da CBN Campo Grande, retransmitindo boa parte da programação da cabeça de rede.

A cidade também conta com duas emissoras comunitárias Boa Nova FM e Gideões do Canaã, vinculadas às denominações religiosas, como o próprio nome fantasia sugere. No âmbito digital, destaque para os pioneiros Dourados News, fundado no ano 2000 e o Dourados Agora, fundado em 2001. O Dourados Agora, é um veículo nativo digital também controlado pelo dono do principal e mais longo jornal impresso de Dourados, O Progresso (ROCHA, 2014).

---

<sup>120</sup> O mapa de cobertura da emissora pode ser conferido em: <<http://redeglobo.globo.com/tvmorena/noticia/2014/10/confira-area-de-cobertura-da-tvmo.html>>. Acesso em: 11 abr. 2022.

<sup>121</sup> A FM Cidade de Dourados foi adquirida pelas Organizações Paes Barbosa em 2003. Anteriormente, a rádio era denominada Terra FM 93,7 de propriedade da família Guerra, na qual um dos sócios, Waldir Francisco Guerra, foi deputado federal por Mato Grosso do Sul.

### 8.1.3 Os meios de comunicação na capital nacional da celulose

Considerada uma das principais cidades do interior de Mato Grosso do Sul, Três Lagoas lidera a região do Bolsão-sul-mato-grossense, representando o terceiro maior contingente populacional do estado com população estimada em 125 mil habitantes (IBGE, 2021a). Em termos espaciais, possui uma área de 10.217,071 km<sup>2</sup>, o que lhe confere uma densidade demográfica de 9,97 hab./km<sup>2</sup>, considerada baixa perto do índice de cidades com grande contingente populacional como Campo Grande e Dourados, porém próximo a densidade demográfica de Mato Grosso do Sul que é de 6,86 hab./km<sup>2</sup> (IBGE, 2022).

Territorialmente, Três Lagoas está situada na porção leste do estado, fazendo limites com os municípios de Água Clara, Brasilândia, Inocência e Selvíria de Mato Grosso do Sul e com o município de Castilho do estado de São Paulo, o mais próximo, num raio de 31 km. Além do perímetro urbano, é composta pelos distritos de Arapuá, Garcias, Ilha Comprida e Guadalupe do Alto Paraná na zona rural.

A localização estratégica aliada aos sistemas hidroviário (hidrovia Tietê-Paraná), ferroviário (Feronorte) e rodoviário garante o escoamento da produção e facilita a atração de indústrias de porte nacional e internacional. Estas condicionalidades estruturais fizeram com que a localidade tivesse crescimento econômico e se destacasse dentre as demais do estado assumindo o segundo lugar no ranking do Produto Interno Bruto (PIB) em 2019, atrás apenas da capital Campo Grande, totalizando pouco mais que 10,3 bilhões de reais em preços correntes (IBGE, 2021b).

A projeção de Três Lagoas no PIB é fruto, inclusive, da elevada participação no segmento das indústrias de transformação (IBGE, 2021b), associado à silvicultura. No município, além da pecuária de corte e da atividade florestal, o desenvolvimento industrial é fomentado principalmente pelas multinacionais do ramo de papel e celulose tais como Fibria, líder mundial de produção de eucalipto e celulose; International Paper, líder global em embalagens e papel; Eldorado do Brasil, que distribui celulose para o Brasil e para o mundo.

Por esta característica econômica, a cidade recebeu o título de capital nacional da celulose<sup>122</sup> através da sanção em 2021, pelo então presidente Jair Bolsonaro, do projeto de lei 178/2016 proposto pela então senadora, Simone Tebet, que é natural da cidade, inclusive tendo sido eleita prefeita do município por duas ocasiões (AGÊNCIA SENADO, 2021).

---

<sup>122</sup> Em Mato Grosso do Sul, projeto de lei semelhante foi aprovado pela Assembleia Legislativa que concede à cidade o título de Capital Mundial da Celulose, através da lei 4.336/2013. A iniciativa foi proposta pelo do ex-deputado estadual Eduardo Rocha, que é marido da ex-prefeita e ex-senadora Simone Tebet.

Pelo Regic, é considerada um Centro Sub-regional A, recebendo influência tanto da capital de Mato Grosso do Sul, Campo Grande; quanto da Capital Regional C, Araçatuba, localizada no interior do oeste paulista, distante cerca de 150 km (IBGE, 2020). No âmbito social, Três Lagoas apresenta um dos maiores IDHMs de Mato Grosso do Sul (0,744), ficando atrás, no entanto, de Campo Grande e Dourados (UNDP, 2023), porém também acima da média nacional e estadual.

O ecossistema midiático três-lagoense é formado atualmente por 16 veículos de comunicação sendo três jornais impressos, quatro na modalidade *online* e uma emissora de TV local, e oito emissoras de rádio entre comunitárias, educativas e comerciais, conforme pode ser conferido no Quadro 15 abaixo.

**QUADRO 15** – Veículos de Mídia em Três Lagoas

<b>Modalidade</b>	<b>Veículo</b>	
<b>TV</b>	TVC – canal 13.1	
<b>Rádio</b>	Rádio Clube FM – 98,7	Difusora Três Lagoas – 99,5
	Rádio Pantanal – 98,7	Três Lagoas FM – 101,7
	Band FM – 93,3	Agitta Cidade FM – 102,9
	Caçula FM – 96,9	Cultura FM – 106,5
<b>Online</b>	Hoje Mais	Perfil News
	JP News	Portal da Rádio Caçula
<b>Impresso</b>	A Tribuna de Três Lagoas	Jornal do Povo
	Hoje Mais	

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

A cidade de Três Lagoas sedia um dos principais grupos de Mídia do interior do estado, o Grupo RCN, já detalhado no capítulo 7. Na cidade, além da TVC, o grupo é detentor da Band FM e da Cultura FM, esta última com concessão para operar na modalidade educativa. Possui também o Jornal O Povo na modalidade impressa, fundado em 1949, sendo considerado um dos periódicos mais longevos de Mato Grosso do Sul; e o JPNews na modalidade *online*.

Outro conglomerado midiático em Três Lagoas é o Grupo Agitta de Comunicação de fundado pelo jornalista Nivaldo Franco Bueno<sup>123</sup>. Desde março de 2022, é dirigido pelos empresários Wesley Mendonça e Douglas Nunes. Além da Rádio Agitta Cidade, o grupo possui

<sup>123</sup> Faleceu no dia 1º de janeiro de 2022 em Araçatuba após tratar doença renal crônica (RÁDIO CAÇULA, 2022). Disponível em: <https://www.radiocacula.com.br/morre-nivaldo-franco-bueno-dono-do-src-tv-e-maus-10-radios/>. Acesso em: 23 jan. 2023.

o site e jornal impresso Hoje Mais e mais recentemente inaugurou a Jovem Pan Três Lagoas. A rádio, no entanto, tem concessão para irradiar seu sinal da cidade de Castilho, no interior de São Paulo, e apresenta a razão social “Sistema Regional de Comunicação Andradina”<sup>124</sup>.

Assim como em Dourados, a Rede MS também possui estação de rádio afiliada em Três Lagoas, a Três Lagoas FM. Dentre as emissoras pioneiras e genuinamente locais da cidade estão: Difusora Três Lagoas e Caçula FM. Ambas operavam em AM, e migraram para FM recentemente voltando a ter protagonismo no mercado radiofônico local ao priorizarem o conteúdo jornalístico de proximidade na sua grade diária. Em Três Lagoas, há duas estações comunitárias a Rádio Clube e a Rádio Pantanal, sendo esta última pertencente a uma associação mantida pelos sócio-proprietários da Caçula FM.

No âmbito televisivo, a única emissora, a TVC, segundo o material institucional, conta com doze horas diárias de programação local, retransmitindo o restante do conteúdo em rede a partir do sinal da Fundação Padre Anchieta, da TV Cultura de São Paulo. O principal programa jornalístico da emissora de TV é o RCN Notícias que vai ao ar diariamente das 6h30 às 8 horas, sendo retransmitido de forma simultânea pela TV, rádio FM Cultura e nas plataformas digitais do grupo pela internet<sup>125</sup>.

Na cidade, foram identificadas sucursais das principais emissoras de TV do estado: a TV Morena afiliada à Rede Globo; SBT MS e a TV MS afiliada à rede Record. Segundo Ferreira (2013), além de reduzida equipe de jornalismo, os escritórios das emissoras de TV se restringem a produzir material que será veiculado pelas emissoras em nível estadual, uma vez que em Três Lagoas, há apenas retransmissoras.

#### **8.1.4 A pequena imprensa para atender às “cidades gêmeas” do Pantanal**

A cidade de Aquidauana forma, pela concepção do Regic, o Arranjo Populacional denominado Aquidauana-Anastácio<sup>126</sup> e está localizado na porção oeste de Mato Grosso do Sul se configurando como um Centro Sub-regional B. Apresenta áreas de influência de menor

<sup>124</sup> Após a morte do fundador Nivaldo Franco Bueno, em janeiro de 2022, as rádios de Três Lagoas passaram a ser dirigidas pelos empresários Wesley Mendonça e Douglas Nunes. Conforme consta no portal do grupo, o Sistema Regional de Comunicação é formado pela Clube FM de Araçatuba (96,3); Jovem Pan Araçatuba (104,3); Cidade FM Andradina (91,9); Rádio Amiga de Lins (96,7), Jovem Pan News Andradina (101,3); Rádio Andradina AM (650) e Clube FM Lins (103,1). (LR 1, 2023). Disponível em: <https://lr1.com.br/nossas-rádios/>. Acesso em: 06 mar. 2023.

<sup>125</sup> Os programas da TV são retransmitidos no *Facebook* do Jornal JP News <https://www.facebook.com/JPNewsMS/> e no canal da TV no *YouTube*: <https://www.youtube.com/@culturatvc>.

<sup>126</sup> Um arranjo populacional é o agrupamento de dois ou mais municípios onde há uma forte integração populacional devido aos movimentos pendulares para trabalho ou estudo, ou devido à contiguidade entre as manchas urbanizadas principais (IBGE, 2016, p.22)

extensão que as das Capitais Regionais e atividades de gestão de menor complexidade e média nacional de 70 mil habitantes (IBGE, 2020).

Por suas características naturais, a cidade de Aquidauana é conhecida como Portal do Pantanal tendo sua área urbana separada da cidade gêmea, Anastácio, apenas pelo Rio Aquidauana. Possui uma população estimada em pouco mais de 48 mil habitantes, estando entre as dez mais populosas de Mato Grosso do Sul (IBGE, 2021a).

O PIB da cidade, em valores correntes, atingiu em torno de 960 milhões de reais em 2019 (IBGE, 2021b). O valor é insuficiente quando se trata de uma localidade com população significativa apresentando a terceira maior extensão territorial do estado, com área de 16.958 km<sup>2</sup> (IBGE, 2022) sendo superada apenas pelos municípios de Corumbá e Porto Murtinho, ambos na porção oeste do território de Mato Grosso do Sul.

A ampla extensão territorial não se torna, no entanto, uma vantagem em relação aos demais municípios nas dimensões econômica e social. Aquidauana é uma cidade com IDHM considerado médio (0,688), ficando atrás, inclusive, das médias nacional e estadual. Por estar situada próxima ao bioma Pantanal, a cidade não consegue atrair investimentos industriais de grande porte, a exemplo de Três Lagoas, na costa leste do estado. Neste sentido, a economia é desenvolvida a partir do setor de comércio e serviços, bem como por atividades do setor Agropecuário e indústria de frigoríficos e siderurgia.

No setor de serviços, Aquidauana possui uma rede considerável com campus de universidades federal, estadual e particulares, bem como hospital regional de baixa e média complexidade, porém ainda carece de investimentos privados capazes de alavancar seu desenvolvimento econômico.

Ressalta-se que Aquidauana foi adotada como representante da Região do Pantanal na análise empírica desta tese, por apresentar um ecossistema midiático com singularidades, no qual se observa o protagonismo do rádio na cobertura jornalística regional. Embora Corumbá, principal cidade da região do Pantanal, possua importância significativa para a radiodifusão sonora em Mato Grosso do Sul com o pioneirismo da rádio “A voz de Corumbá” em 1935 (LIMA; OTA, 2017), na atualidade, o cenário radiofônico é marcado por emissoras operando com programação jornalística em rede.

Dentre as principais rádios de Corumbá, a Cidade FM retransmite programa jornalístico da Rede MS Integração de Rádio e TV. Já a Band FM, afiliada à Rádio Bandeirantes, não apresenta programa jornalístico, do mesmo modo que a Rádio Transamérica, afiliada à Transamérica Hits. Emissora tradicional da cidade, cujo carro chefe é o programa musical Alô Pantanal, a Difusora FM retransmite o Jornal Primeira Hora da Rádio Bandeirantes e pertence

ao Grupo Pantanal de Comunicação que também controla a Fronteira FM e Band FM. Soma-se a isso, o fato de o rádio já ter sido, exaustivamente, objeto de estudo de pesquisadores que se debruçam na compreensão do rádio fronteiriço por Ota (2006) e Raddatz (2009).

Cabe enfatizar que diante da proximidade geográfica, cultural, econômica e social, entre Aquidauana e Anastácio, observa-se que a cobertura midiática acontece de forma recíproca no qual os veículos buscam privilegiar ambos os territórios de proximidade na narrativa jornalística. Nestas localidades, o ecossistema midiático é formado por 12 veículos, sendo cinco emissoras de rádio nas modalidades comerciais e comunitárias, dois jornais impressos e cinco veículos digitais.

**QUADRO 16** – Veículos de Mídia no AP Aquidauana – Anastácio

Modalidade	Veículos	
<b>Rádio</b>	FM Pantanal (87,9) Independente FM (90,9) Avenida 91 (91,7)	América FM (100,9) Nova FM (103,5)
<b>Impresso</b>	Notícias do Estado	O Pantaneiro
<b>Online</b>	Aquidauana Notícias Notícias do Estado	O Pantaneiro Portal de Aquidauana Pantanal News

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Conforme pôde ser observado no Quadro 16, no Arranjo Populacional Aquidauana-Anastácio, não há emissoras de TV local. No entanto, as localidades são contempladas pelo sinal das retransmissoras da TV Morena, SBT MS e TV Educativa. Cabe aqui enfatizar, que embora territorialmente, Aquidauana e Anastácio integrem a região do Pantanal liderada pela cidade de Corumbá, o sinal televisivo recebido é da TV Morena Campo Grande e não da TV Morena de Corumbá.

Na modalidade impressa, o jornal semanário O Pantaneiro é o periódico de maior longevidade a cobrir as demandas noticiosas de Aquidauana. Fundado em 5 de maio de 1965, é dirigido desde 1975 pelo jornalista José Lima Neto. Na modalidade *online*, é atualizado regularmente com notícias de Aquidauana e Anastácio, bem como cidades próximas que integram a região do Pantanal tais como Miranda e Corumbá<sup>127</sup> (O PANTANEIRO, 2022).

<sup>127</sup> No jornal *online*, há uma seção denominada Cidades no qual consta a cobertura dos municípios de Dois Irmãos do Buriti que integra a região de Campo Grande bem como Bodoquena e Nioaque que pertencem a região Sudoeste. Vale destacar que estas cidades possuem proximidade geográfica inferior a 100 km de Aquidauana.

Já o jornal Notícias do Estado, fundado em 1997, tem sido gerenciado pela jornalista e empresária Daniele Silva, que há anos atua no ramo de comunicação na localidade. Além do jornal impresso e do site de mesmo nome, a empresária também está à frente da emissora de rádio Nova FM da cidade de Anastácio.

Em Aquidauana, outro exemplo de grupo empresarial de comunicação de pequeno porte é formado pela Independente FM e pelo site Pantanal News, ambos dirigidos atualmente pela empresária Tereza Cristina Vaz, após o falecimento do jornalista e fundador Armando de Amorim Anache. Fundado em 1998, o portal conta com notícias da região do Pantanal e hospeda a transmissão *online* da rádio Independente.

Na modalidade *online*, destacam-se os veículos Portal de Aquidauana e Aquidauana Notícias. No passado, a cidade contava com o pioneiro jornal *online* Aquidauana News editado pelo jornalista Wilson de Carvalho. O empresário, porém, perdeu o controle do domínio do portal na internet, e desde então, tem mantido uma página no Facebook de mesmo nome com atualização diária sobre acontecimentos da localidade.

Em Aquidauana, observa-se também um pioneirismo na mídia radiofônica na região do Pantanal. A extinta Rádio Difusora, atualmente Avenida 91, é uma emissora septuagenária que entre as décadas de 1950 e 1980 cumpriu um papel social relevante junto às comunidades rurais pantaneiras, essencialmente durante o período de cheias no Pantanal sul-mato-grossense. A emissora por um longo período operava em Ondas Médias (OM) e Tropicais (OT) e era sintonizada em países sul-americanos além de toda a região pantaneira.

Além da Difusora, outra emissora ficou marcada pelo pioneirismo na região foi a Rádio América, a primeira emissora em FM na região do Pantanal no final da década de 1980 (LIMA; DEL BIANCO, 2021). O que há em comum entre as emissoras deste território é a relação estabelecida, ao longo dos anos, com agentes da política local, como já detalhado anteriormente. Na modalidade comunitária, a cidade possui apenas uma emissora a FM Pantanal mantida pela Associação Beneficente Renascer Aquidauanense, cujos indícios também sugerem vínculos da emissora com agentes da esfera política da cidade.

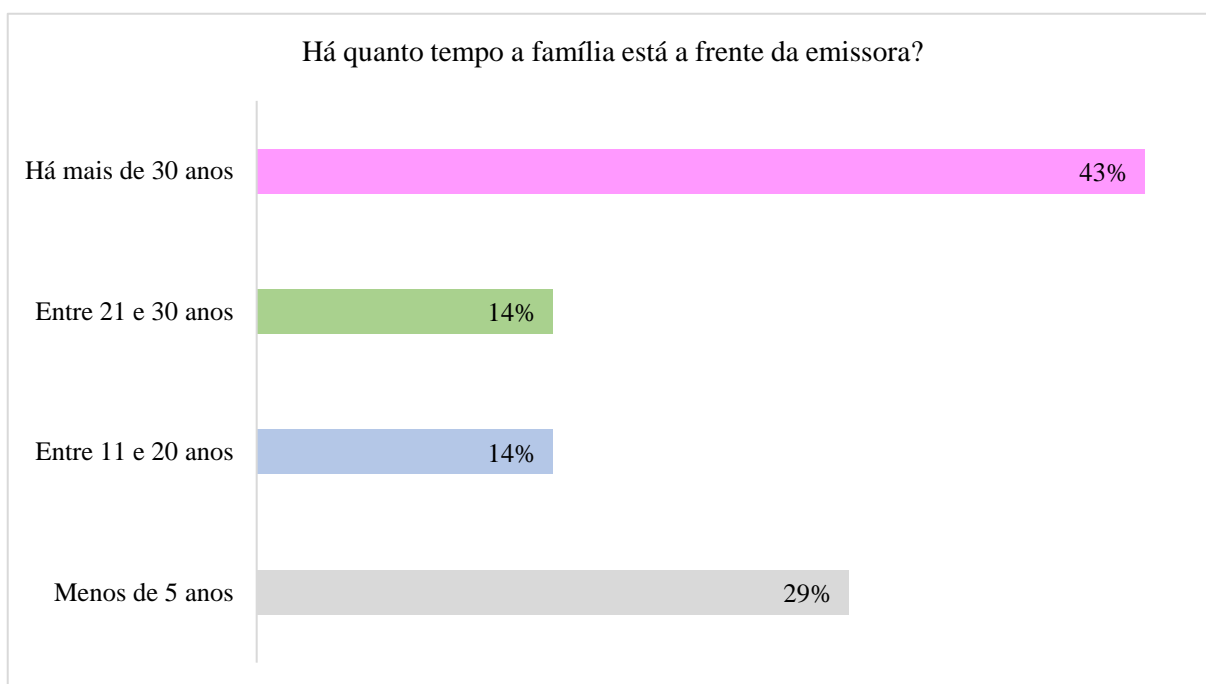
## 8.2 ASPECTOS ESTRUTURAIS

Uma vez apresentado o panorama do ecossistema midiático dos territórios recortados nesta pesquisa, pode-se observar a centralidade que o rádio possui para estas localidades. Neste sentido, este tópico se propõe a descortinar a configuração estrutural das emissoras que possuem programação jornalística. Os dados aqui apresentados compõem os achados provenientes do

questionário estruturado e entrevista em profundidade aplicados junto a dirigentes e profissionais envolvidos nas rotinas produtivas das estações visitadas.

O perfil empresarial das emissoras de rádio de Mato Grosso do Sul, para além dos vínculos políticos estabelecidos e da formação das redes e conglomerados midiáticos, pode ser categorizado como de natureza familiar. O indicativo provém do questionário aplicado, no qual 88% dos radiodifusores entrevistados definem as organizações radiofônicas que dirigem, como empresas de radiodifusão familiar, muitas das quais repassadas gerações após gerações aos sucessores. Em 43% das rádios investigadas, a família está à frente do negócio há mais de 30 anos, conforme pode ser observado no Gráfico abaixo.

**GRÁFICO 7** – Tempo da família à frente da instituição radiofônica



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O Gráfico 7 aponta ainda que 14% das emissoras são dirigidas pela família num recorte temporal que vai de 21 a 30 anos e em outros 14%, entre 11 e 20 anos. Há um percentual considerável de estações, 29%, sendo comandadas por grupos familiares há menos de 5 anos.

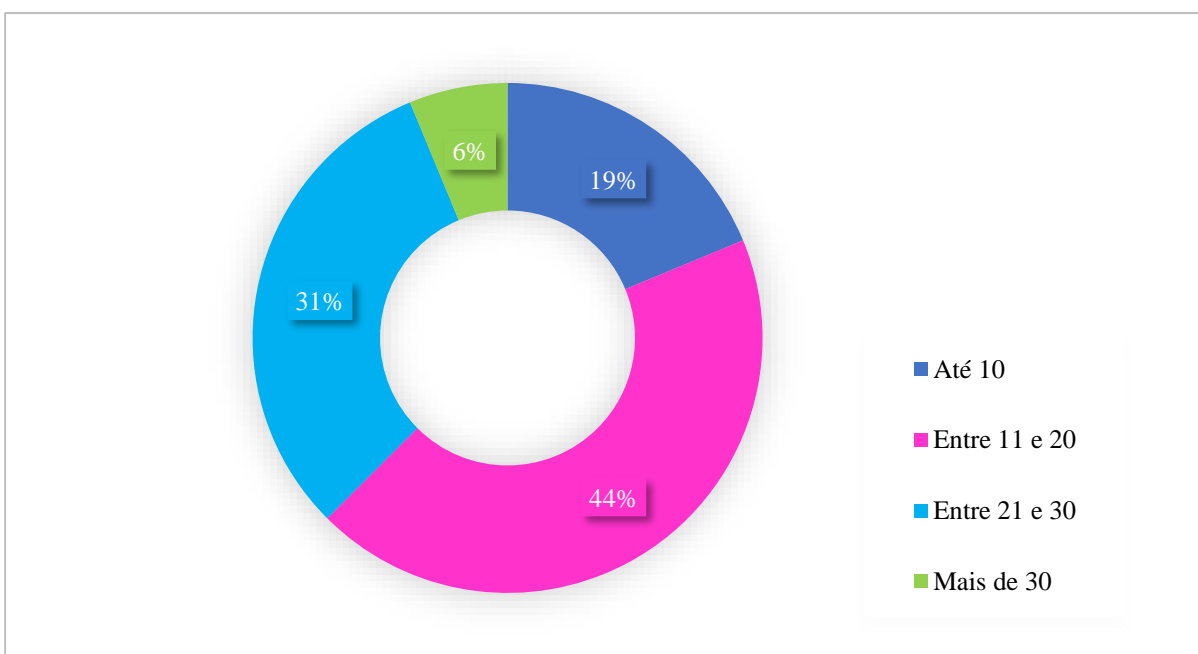
Conforme Aires e Santos (2017, p.63), a genealogia familiar dos grupos de comunicação se torna “um mecanismo extremamente útil para a compreensão da teia das relações que compõem esse sistema”. Para as pesquisadoras, as relações de parentesco se configuram numa característica peculiar da estrutura organizacional das instituições midiáticas e da formação das elites no Brasil.

Na estrutura familiar das rádios de Mato Grosso do Sul, além de ocupar cargos gerenciais, os patriarcas e seus descendentes, por vezes, assumem posições em nível operacional, assumindo a locução e apresentação de programas com finalidades distintas tanto para evitar a necessidade de contratação de profissionais, numa lógica que visa a redução de custos, quanto para potencializar a visibilidade destes perante o território.

No rádio de proximidade, os locutores se portam como celebridades do município, estando aptos a disputar eleitoralmente cargos eletivos ou mesmo se aproveitando da posição privilegiada de comunicador que possuem para hipotecar apoio a determinados agentes políticos. Não raros, identifica-se comunicadores que acumulam as funções de radialista com a de assessores especiais de prefeituras e câmaras municipais.

Outro aspecto relevante acerca da estrutura das rádios de Mato Grosso do Sul diz respeito à sede das emissoras. A pesquisa identificou que 62% das estações funcionam em sede própria e 38% em sede alugada, indicadores estes que incidem na saúde financeira das estações, uma vez que o funcionamento em prédio alugado se soma aos demais custos fixos para operação da rádio. O número de colaboradores também tem sido uma variável importante de investigação nas 16 rádios avaliadas. Os radiodifusores declararam quantitativos diversos de funcionários em atividades. Para facilitar a interpretação e apresentação dos dados, optou-se pelo agrupamento de informações e criação de escalas, que resultou no Gráfico 8 abaixo.

**GRÁFICO 8** – Média de colaboradores nas rádios de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

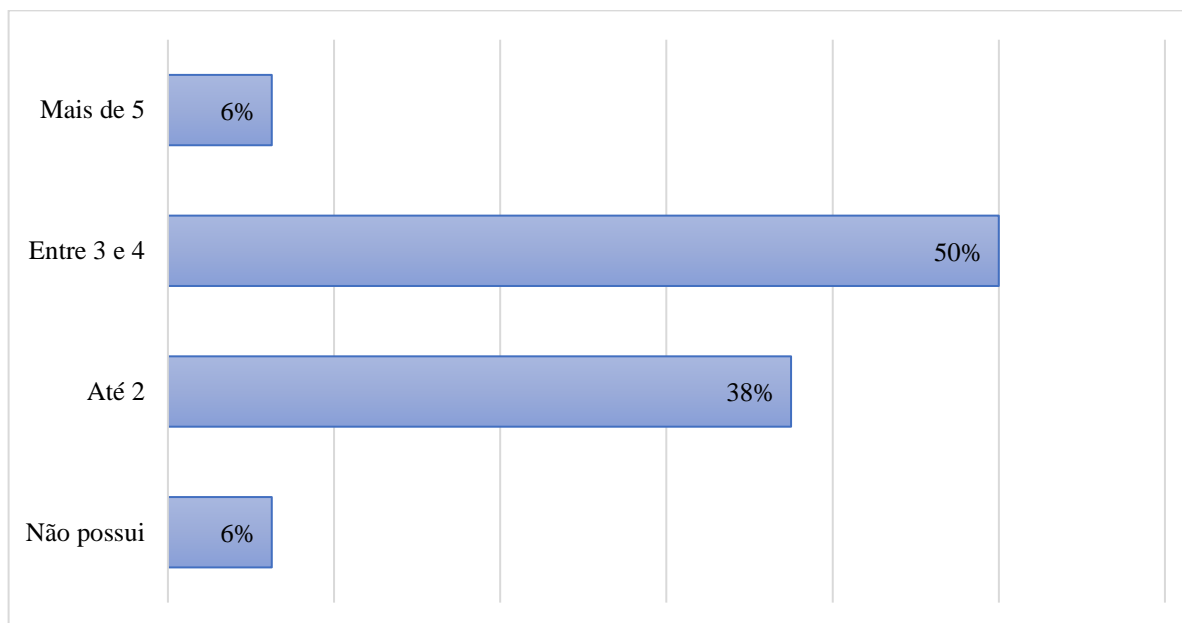
O Gráfico 8 indica que a maioria das estações possui estrutura de funcionamento com poucos profissionais, numa média que oscila entre 11 e 20 empregados (44% do total). Em apenas uma delas, o equivalente a 6% da amostra, a quantidade de funcionários contratados é superior a 30. Em 19% das rádios, o número de contratados não ultrapassa dez colaboradores, indicando que a emissora opera com estrutura mínima para seu funcionamento, quando não raro, a maioria dos profissionais atuam em múltiplas funções. Em um terço das rádios, 31% da amostra, o número médio varia entre 21 e 30 trabalhadores.

Dentre deste contexto de operação das rádios, observou-se que os radialistas e locutores representam a maioria no quadro de profissionais. As rádios informaram possuir entre dois e 12 colaboradores atuando nesta função. Em 53% das rádios, há apenas um profissional atuando na função de produtor, e em 75% apenas um programador musical ou sonoplasta. No departamento comercial, a média de atuação é de quatro profissionais por emissora. Somente em 13% há mais de oito trabalhadores contratados para o setor comercial, e em 25% há apenas um colaborador atuando na captação de anunciantes para o negócio.

No rádio de Mato Grosso do Sul, portanto, conforme os dados apresentados, a estrutura administrativa é funcional, onde, aparentemente, há o desempenho de tarefas específicas e uma divisão entre a redação e o setor comercial das emissoras, indicando certo nível de especialização, como sugere Bueno (2013) ao detalhar as características da imprensa regional.

No departamento de jornalismo, o número de profissionais contratados que foram informados pelos radiodifusores chega a ser surpreendente. A média de jornalistas das rádios de Mato Grosso do Sul é de três profissionais por estação, embora em boa parte das rádios visitadas na pesquisa de campo, a inexistência de espaço físico e equipamentos tecnológicos necessários para o departamento, fosse a regra. Durante visita às rádios, nem sempre se pôde contatar pessoalmente os profissionais que atuam no departamento de jornalismo por se encontrarem ausentes nas emissoras na ocasião.

Conforme o Gráfico 9 aponta a seguir, metade das rádios (50%) possui entre três e quatro jornalistas profissionais contratados. Em 38%, no entanto, as estações funcionam com estrutura mínima para o departamento de jornalismo num quantitativo de profissionais que não ultrapassa dois contratados para atuar na redação, o que indica certo desprestígio por parte dos empresários do ramo com o radiojornalismo local. Em 6% das emissoras de rádio de Mato Grosso do Sul não há jornalista responsável pela produção de conteúdo noticioso, seja para o programa informativo da grade diária da emissora ou mesmo para alimentar a seção de notícias do site institucional do veículo de comunicação. Na outra ponta, há 6% de rádios que possuem mais de cinco profissionais contratados para o departamento de jornalismo da estação sonora.

**GRÁFICO 9** – Média de jornalistas nas rádios de MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Dois outros pontos de investigação chamam a atenção pela proporcionalidade dos resultados. Inicialmente observou-se que em 50% das rádios, os dirigentes confirmaram a contratação de estagiários de cursos de Comunicação e afins para auxiliar nas demandas relativas à produção de conteúdo informativo para a grade diária da emissora. Além da capital que possui cursos de Comunicação em universidades públicas e privadas, em Três Lagoas há formação superior em Jornalismo na Faculdade Integrada de Três Lagoas, e em Dourados, Publicidade e Propaganda na Universidade da Grande Dourados (Unigran).

A contratação de estagiários é uma estratégia adotada por empresários da mídia, tanto da capital quanto de municípios do interior, numa tentativa de reduzir custos de empregabilidade com profissionais experientes e com capital intelectual elevado. Como não há uma fiscalização efetiva das entidades de classe e do Ministério do Trabalho, algumas instituições midiáticas descumprem o previsto na lei do estágio em relação ao número de estagiários contratados<sup>128</sup>. Não raro, se observa redações em que o número de estagiários seja maior que o de profissionais contratados, algo proibido pela legislação vigente.

Já o segundo aspecto considerado relevante foi a presença de produtores de conteúdo para redes sociais em 81% das emissoras, um indicativo de que os radiodifusores têm percebido

<sup>128</sup> De acordo com o art. 17 da lei do estágio, organizações que possuem de um a cinco trabalhadores podem contratar um estagiário. Empresas que possuem de seis a dez empregados, podem contratar até dois estagiários. De onze a 25 empregados até cinco estagiários; e por fim, empresas com mais de 25 empregados até 20% de estagiários (BRASIL, 2008).

a importância que os canais multiplataformas possuem para capturar novos públicos e anunciantes. O acúmulo de funções pelos profissionais que se dedicam às redes sociais em emissoras de rádio, no entanto, configurou-se numa regra, não a exceção.

No departamento de jornalismo a situação é ainda mais crítica. Além do quadro reduzido de capital humano para atuar no processo produtivo das informações que alimentam o programa jornalístico diário, a depender da emissora e do território local, os jornalistas de rádio assumem responsabilidades múltiplas que vão desde a seleção de pautas que serão abordadas nos programas, passando pela redação, apuração e apresentação do radiojornal realidade esta que tem acometido as rádios brasileiras ao longo dos anos.

Dentre as principais limitações apontadas por um dos entrevistados nesta pesquisa, está a “falta de estrutura” e “equipe” no processo de produção jornalística no rádio local. Na Avenida 91 de Aquidauana, por exemplo, o programa Estúdio 91 é produzido atualmente pelo jornalista Ronald Lima Regis que além de apresentador, acumula outras funções inerentes à atividade jornalística durante o processo produtivo.

Eu gostaria de ter uns três repórteres na rua. Eu gostaria de ter um redator. Eu gostaria de ter um editor, um produtor, um site da emissora, mas a gente não tem estrutura. Tanto que a rádio, ela paga um salário X que eu não tenho como me sustentar com aquele salário. Então, eu tenho que complementar trabalhando em um jornal, por exemplo. São essas coisas também que dificultam e acabam afetando a qualidade do jornalismo (REGIS, R. L., 2022, informação verbal).

Na Difusora Três Lagoas, o jornalista Flávio Veras também acumula múltiplas funções em seu ofício diário. Além de repórter, atua como produtor e editor dos programas *Difusora Notícias* e *Tribuna Livre*. Para ele, no entanto, esse acúmulo de funções nos veículos de mídia está relacionado à falta de profissionais para atuar na cidade.

O exercício da profissão em cidades do interior brasileiro, a exemplo de Três Lagoas, não é atrativo para recém-formados ou profissionais que possuem carreira sólida no jornalismo. Além da média salarial estar abaixo dos grandes centros urbanos, há uma concepção de que exercer jornalismo num município do interior não renderá a visibilidade necessária para galgar espaço na profissão. Para Veras (2023), os profissionais de outras cidades resistem em atuar no interior, por considerarem “*um campo que não tem muito destaque*”. Diante deste contexto, as mídias locais “*lutam para conseguir fazer um corpo de funcionários*” capaz de suprir a demanda de cobertura pelas emissoras.

A percepção de Veras (2023) vai ao encontro do que Bueno (2013) considera como preconceito que profissionais da área apresentam em relação ao jornal do interior, visto como uma realidade “em plena decadência”, no qual o mercado além de não apresentar remuneração condizente com o exercício da profissão, não confere o “status” que muitos jornalistas buscam, principalmente em início de carreira.

No questionário aplicado, averiguou-se que 93% das emissoras dispõem de estrutura móvel dispensada para a cobertura jornalística de pautas externas. A possibilidade de contar com unidades móveis para o departamento de jornalismo é extremamente positiva, pois indica que as rádios buscam priorizar o imediatismo da notícia, transmitindo os fatos em tempo real, direto do palco dos acontecimentos<sup>129</sup>. Por outro lado, embora a maioria reconheça haver unidade móvel à disposição do departamento de jornalismo, estes profissionais, durante a pauta, assumem também a função de motoristas do veículo utilizado para reportagens externas, mais uma, dentre as múltiplas funções do jornalista de rádio local.

**FOTOGRAFIA 2** – Unidade Móvel para reportagem externa da Grande FM de Dourados



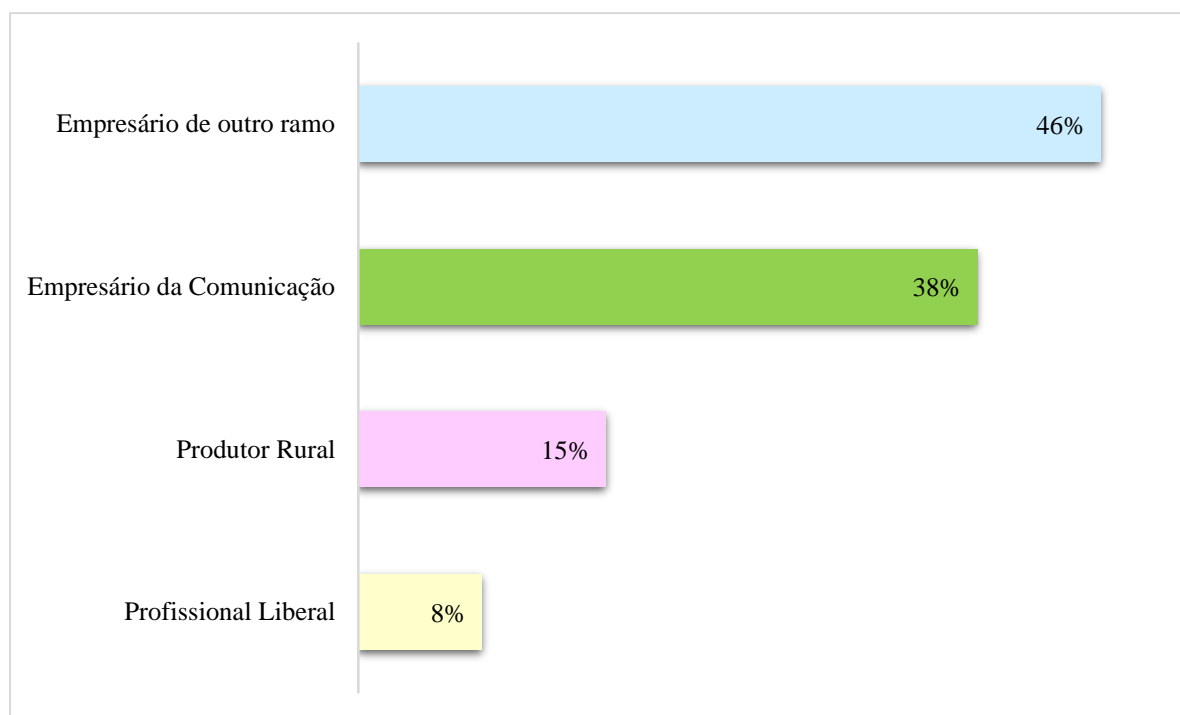
**Fonte:** Elaborado pelo autor (2022).

<sup>129</sup> A etapa da AC, no entanto, aponta que raramente houve a participação de repórteres em atuação direto do palco dos acontecimentos com a transmissão de fatos de forma imediata.

Outro aspecto abordado pelo questionário aplicado no indicador relativo à estrutura empresarial das emissoras, diz respeito ao perfil do diretor que está à frente da organização radiofônica. Com relação à formação acadêmica, notou-se que 69% admitiram possuir formação superior, porém em área de formação que não a Comunicação.

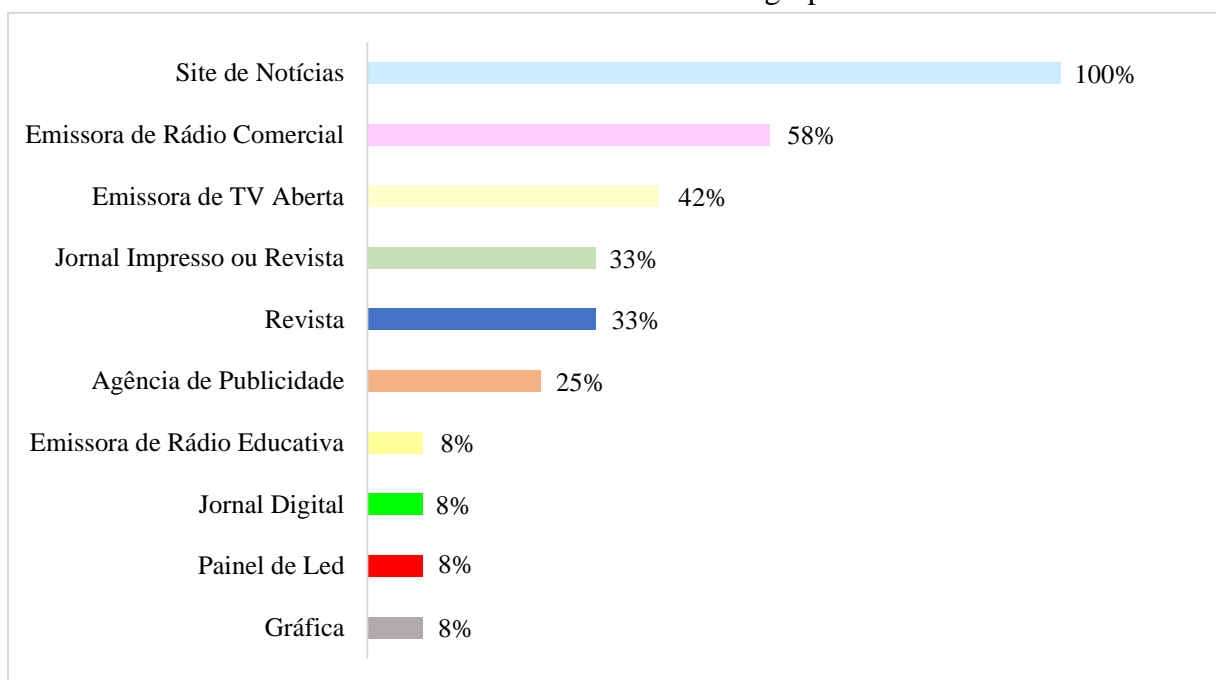
As emissoras que possuem dirigentes com formação superior na área de Comunicação correspondem a 25% da amostragem e 6% dos gestores admitiram não possuir nível superior. Em 91% das estações, os radiodifusores afirmaram possuir outra fonte de renda além da estação de rádio, dentre os quais destacam-se: empresários de outro ramo, empresários da comunicação que possuem outros veículos para além da rádio FM comercial, produtores rurais e profissionais liberais, conforme gráfico abaixo.

**GRÁFICO 10** – Fontes de renda alternativas dos dirigentes das rádios de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Embora apenas 38% tenham admitido ter como fonte alternativa de renda outras empresas de comunicação, quando questionados se os dirigentes ou sócios possuem outras empresas de comunicação, 75% responderam positivamente. Dentre os outros veículos de comunicação dirigidos pelos radiodifusores entrevistados destacam-se: sites de notícia, emissoras de rádio e TV, jornal impresso, revista, gráfica, entre outros, conforme gráfico 11.

**GRÁFICO 11** – Outros veículos de mídia do grupo nas rádios de MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Deste modo, após a apresentação dos dados, observa-se que no Mato Grosso do Sul, o mercado midiático não se encontra avesso ao cenário nacional, resguardadas, claro, as devidas proporções. Os dirigentes e sócios-proprietários de emissoras de rádio, apostam na formação de conglomerados de comunicação, de âmbito regional ou no máximo estadual, visando dominar o negócio midiático no território de proximidade e alcançar melhores resultados tanto de audiência quanto financeiramente.

### 8.3 SUSTENTABILIDADE E FONTES DE FINANCIAMENTO

Tentar compreender a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense perpassa, também, por avaliar a sustentabilidade das emissoras de rádio a partir das fontes de financiamento que mantém a saúde da organização radiofônica. As receitas que contribuem para esta sustentabilidade, no entanto, sempre figuraram como um porão de difícil acesso.

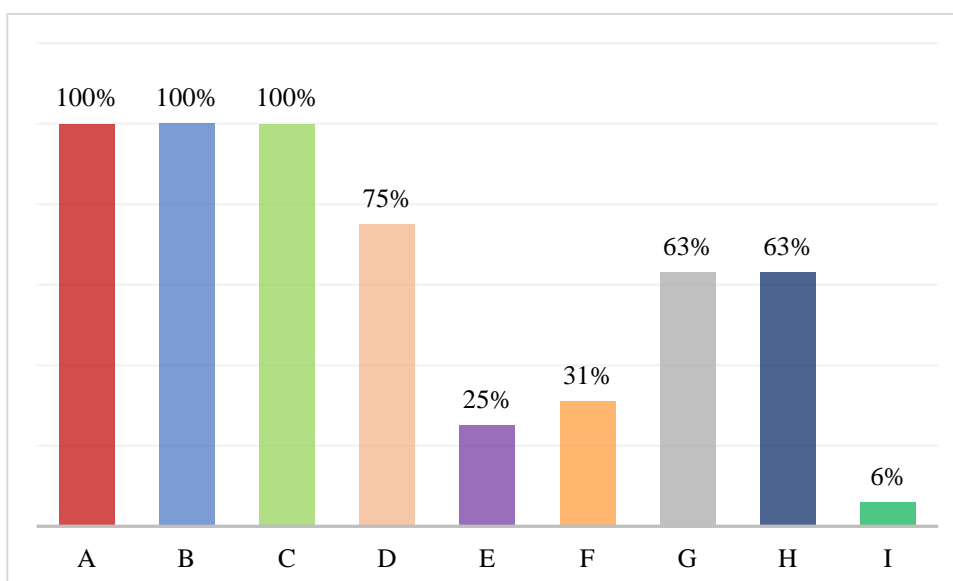
Consciente da dificuldade dos pesquisadores brasileiros em ter acesso a informações relacionadas às operações contábeis de cada emissora de rádio comercial, buscou-se incluir no questionário desta pesquisa, questões estruturadas a fim de avaliar as principais fontes de receita da organização. Além do comércio local, buscou-se estimar o percentual aproximado das fontes de receitas provenientes de órgãos governamentais e instituições do terceiro setor que formam o faturamento de cada emissora.

É inegável, que desvendar as fontes de financiamento da mídia brasileira sempre foi um assunto delicado de ser abordado, por ser visto como tabu pelos dirigentes, sobretudo quando se questiona os repasses governamentais. Nas grandes corporações midiáticas, Aires e Santos (2017, p.20), explicam que é difícil mensurar “a proporção entre o financiamento de origem estatal e de origem privada”, embora reconheçam que “a maior parte do sistema midiático brasileiro é profundamente dependente do fomento estatal” (AIRES; SANTOS, 2017, p.18).

Na coleta de dados junto às emissoras, foi possível observar que a totalidade dos radiodifusores entrevistados admite receber repasses provenientes de publicidade governamental. Além da publicidade estatal, compõem o faturamento das estações comerciais as seguintes possibilidades de receitas, cujas legendas auxiliam na leitura do Gráfico a seguir:

- a) Publicidade de empresas locais e regionais.
- b) Publicidade de empresas nacionais.
- c) Publicidade de Órgãos Governamentais.
- d) Publicidades de entidades do terceiro setor ou entidades de classe.
- e) Comercialização de espaço na programação para agentes políticos.
- f) Comercialização de espaço na programação para denominações religiosas.
- g) Comercialização de espaço na programação para pessoa física.
- h) Realização de eventos que gerem receita.
- i) Outras fontes de receita.

**GRÁFICO 12** – Fontes de financiamento das rádios de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Conforme o Gráfico 12 revela, 100% das rádios de Mato Grosso do Sul reconhecem que a publicidade de órgãos governamentais, publicidade de empresas locais e regionais, bem como as de porte nacional são, na atualidade, as principais fontes de financiamento do rádio de proximidade. Há um percentual significativo de emissoras, 75% do total, que também recebem publicidade de entidades do terceiro setor, associações e sindicatos, a exemplo dos sindicatos rurais nos municípios, associações comerciais, sindicatos de profissionais de educação, dentre outros.

Além de verbas institucionalizadas do poder estatal, 25% das emissoras admitiram comercializar espaços na grade de programação para agentes políticos. Conforme visto no Capítulo 7, há parlamentares do estado que buscam ampliar sua visibilidade replicando seus programas popularescos em estações de rádio do interior. Arrendar parte da programação para este fim, é a estratégia encontrada pelos agentes políticos de Mato Grosso do Sul que não são detentores de concessão de rádio para manter a visibilidade midiática e envolvem desde políticos de âmbito estadual até da localidade que anseiam uma vaga em câmaras municipais.

As denominações religiosas também figuram como importante fonte de receita para 31% das rádios investigadas. O percentual vai de encontro ao observável no Capítulo 7 quando se apresenta um panorama geral da programação no rádio sul-mato-grossense. Na pesquisa subsidiada na cartografia, identificou-se que 33% das rádios do estado possuíam programas religiosos de cunho confessional visando demarcar espaço e ampliar o número de fiéis pelas ondas sonoras. Como boa parte das denominações religiosas de menor expressão não possuem concessões de rádio e TV nos municípios do interior, a tática adotada é arrendar espaços na grade de programação das rádios comerciais.

Em 63% das emissoras de Mato Grosso do Sul, os radiodifusores afirmaram comercializar espaços da grade de programação para pessoas físicas. Esta é uma modalidade preponderante nas rádios locais, principalmente no interior do estado, em que alguns locutores, sem vínculo empregatício com estas emissoras, arrendam determinadas faixas de horário e viabilizam financeiramente seu programa a partir da venda de publicidade terceirizada, estabelecendo-se como mediador entre anunciantes e emissora.

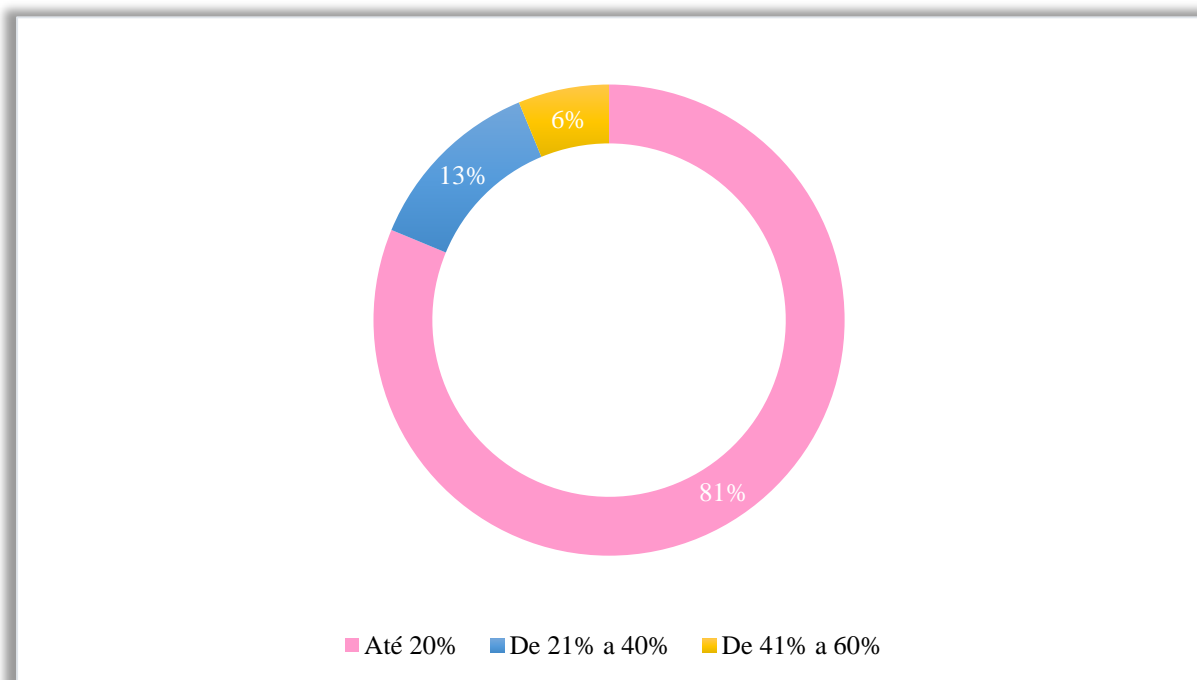
Por fim, 63% dos radiodifusores admitiram promover a realização de eventos na localidade no qual a emissora esteja situada, visando ampliar o faturamento. Em apenas 6% das estações, outras fontes de receita foram mencionadas pelos dirigentes entrevistados. Trata-se de repasses provenientes da cabeça de rede, a exemplo da CBN que distribui um percentual do seu *market share* com as afiliadas em todo o território nacional.

A partir da identificação das principais fontes de receita, buscou-se investigar o percentual correspondente ao faturamento total da emissora a partir da publicidade de empresas locais, órgãos governamentais e instituições do terceiro setor ou entidades de classe. A relação entre publicidade proveniente do poder público e as emissoras de rádio é um prato indigesto para os dirigentes.

Durante a pesquisa de campo, observou-se um certo incômodo ao serem provocados a falar sobre tal vinculação. Neste sentido, a maioria absoluta (81% das rádios) afirma que a publicidade governamental não excede 20% do faturamento total da emissora. Mais de um radiodifusor, por exemplo, antes mesmo de serem apresentadas as alternativas do roteiro estruturado, afirmaram que as receitas provenientes dos órgãos estatais “não chegam nem a 5%”, ou que “o que vem do governo, não dá para nada”.

Na etapa de AC, embora não fosse objetivo de análise nesta pesquisa, foi possível identificar os principais anunciantes no intervalo comercial de cada programa jornalístico. Destacam-se, por exemplo, *spots* publicitários do Governo do Estado, vereadores e deputados, Prefeituras Municipais, Câmaras Municipais, Governo Federal, universidades públicas, cooperativas, empresas sem fins lucrativos e empresas de economia mista.

**GRÁFICO 13** – Percentual equivalente a publicidade governamental nas rádios de MS



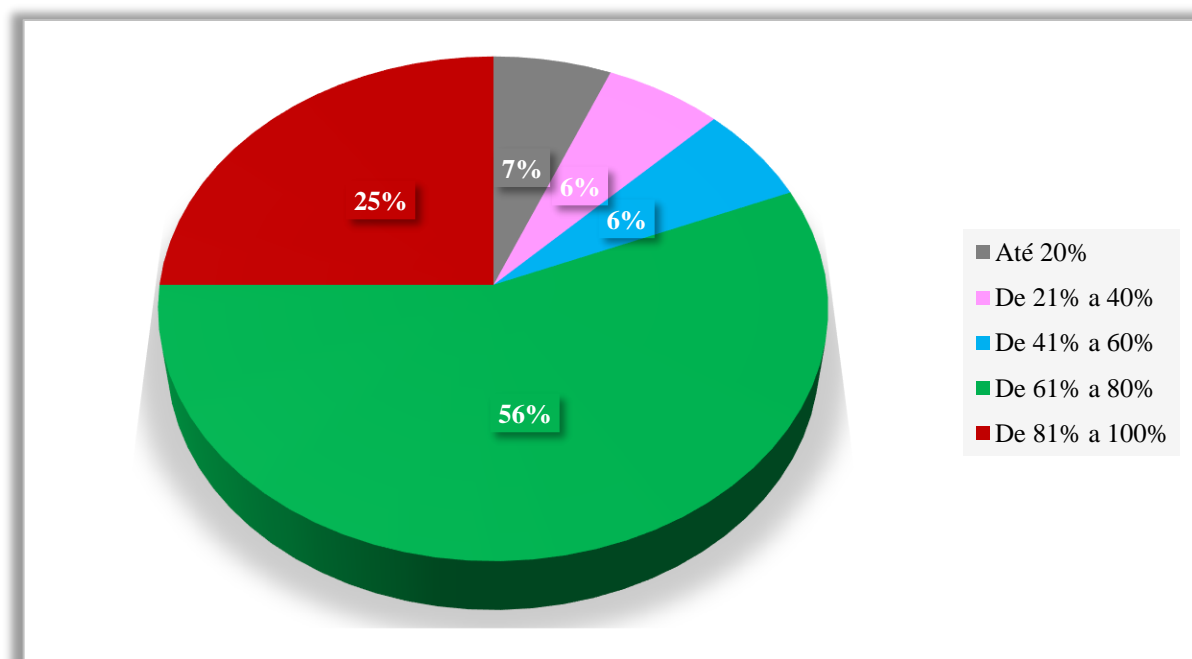
**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Conforme pode ser observado no Gráfico 13, uma pequena fatia das emissoras investigadas (13% do total), reconhece que as receitas derivadas do poder público podem variar de 21 a 40% do faturamento total; e apenas 6% das emissoras afirmaram que as verbas estatais oscilam entre 41 e 60% do bolo total arrecadado pela rádio em publicidade.

Mesmo que a imensa maioria dos dirigentes tente desvincular-se das relações e vínculos estabelecidos com o poder público local no que diz respeito à sustentabilidade das emissoras, observou-se que estes figuram como anunciantes consideráveis no rádio sul-mato-grossense. Há casos em que a afinidade política entre o proprietário da rádio e os ocupantes de cargo público pode resultar em maior ou menor incentivo na distribuição do bolo publicitário pelo poder público. Porém, quando há conflitos de interesse entre agente político e direção, a rádio assume uma postura editorial de “oposição”, uma estratégia que visa conquistar espaço no bolo publicitário ou ampliar o percentual que já recebe.

Na pesquisa sobre o jornalismo local catarinense, Fernandes (2003, p.132) apontou que muitos jornais adotavam uma “postura oposicionista apenas enquanto não recebem apoio em forma de publicações legais ou de matérias pagas. A partir do momento em que a prefeitura libera alguns recursos, a posição do jornal se inverte”, realidade não muito distinta do observável no radiojornalismo de Mato Grosso do Sul. Na tentativa de se desvincular, no entanto, da publicidade estatal, 56% dos radiodifusores informaram, nesta pesquisa, que o comércio local contribui entre 61 e 80% do faturamento mensal das estações.

**GRÁFICO 14** – Percentual equivalente a publicidade do comércio local nas rádios de MS

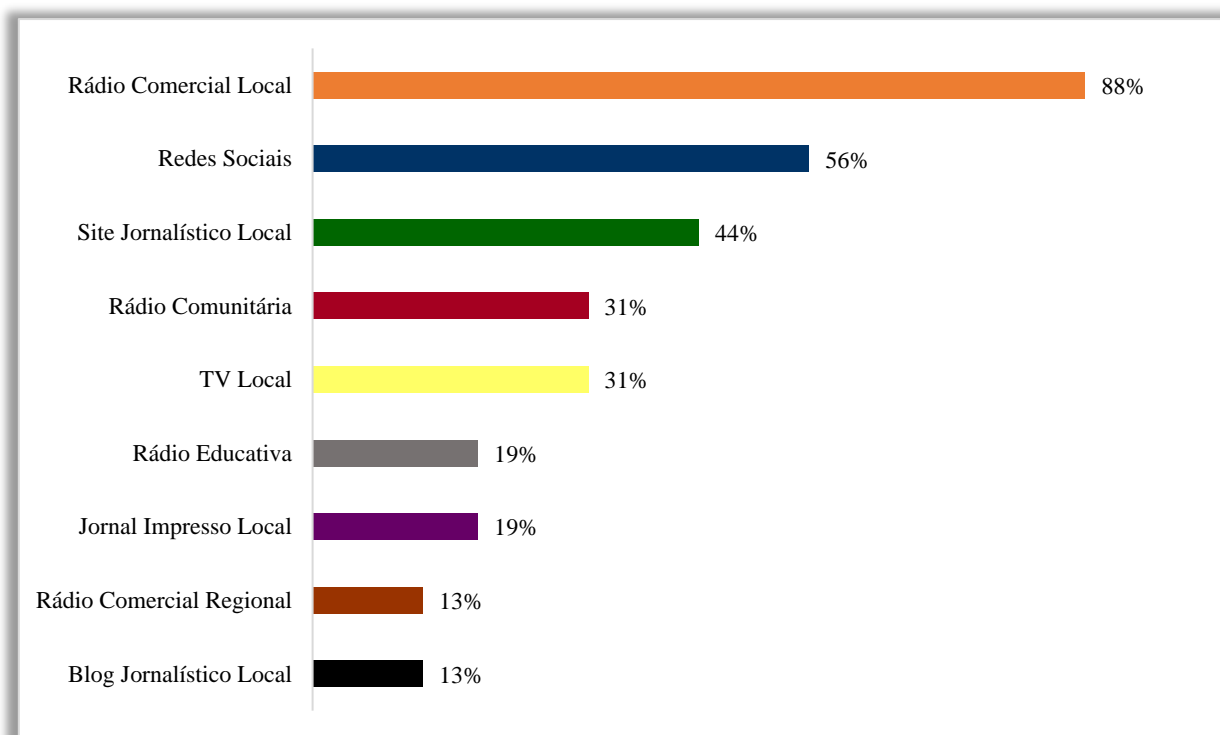


Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A síntese dos dados no Gráfico 14 aponta, também, que 25% das rádios afirmam que a publicidade oriunda do comércio local equivale a mais de 81% da receita mensal da emissora. Para 7%, o percentual equivalente chega a no máximo 20% do arrecadado; 6% correspondem a 21 a 40% e 6% correspondem a um faturamento de 41 a 60%.

A percepção sobre os concorrentes da emissora no cenário local, foi outro aspecto abordado durante a aplicação da entrevista estruturada. Dentre os principais concorrentes apontados pelos radiodifusores está a rádio comercial local que opera no mesmo segmento, totalizando 88% da amostragem.

**GRÁFICO 15** – Principais concorrentes das rádios de MS no território local



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Além da rádio local, as redes sociais, na avaliação de 56% dos radiodifusores, têm sido uma das principais concorrentes do rádio local. Na sequência, estão: site jornalístico local (44%), rádio comunitária e TV local (31% cada), rádio educativa e jornal impresso local (19% cada) e, por fim, as rádios comerciais de âmbito regional e o blog jornalístico local (13% cada).

Embora não institucionalizados, o que impede a catalogação nos inventários de mídia realizados por grupos de pesquisas nacionais, os blogs jornalísticos locais e, mais recentemente, iniciativas jornalísticas nativas em páginas de redes sociais como o *Facebook* têm se tornado cada vez mais comuns no território de proximidade. Além de atrair as audiências e se configurar

como um concorrente direto da rádio local na prestação de serviço e informação de proximidade, estes blogs e páginas em redes sociais precisam de estudo específico para avaliar o compromisso efetivo destas iniciativas com a informação jornalística local.

No caso das rádios comerciais regionais, embora vistas como concorrentes por uma parcela ínfima dos radiodifusores, têm avançado sobremaneira sobre outros territórios que não o seu de abrangência. Durante o trajeto para a pesquisa de campo, por exemplo, foi possível sintonizar emissoras da capital, em municípios distantes há pelo menos 100 km. A ausência de fiscalização de órgãos reguladores como a Anatel, tende a potencializar este cenário. Embora não haja interferência de sinal na sintonia, uma vez que apresentam faixas de frequência distintas no *dial*, o avanço das rádios em outras localidades interfere no ecossistema midiático local ao mesmo tempo em que infringe normas regulamentadoras de potência e raio de abrangência.

Deste modo, além da rádio local do município, as audiências têm em mãos uma infinidade de canais de informação que transcende os veículos analógicos como o rádio e a tv de antena local; e os digitais como sites, blogs, redes sociais; mas também rádios de outras localidades, interferindo no consumo e na sustentabilidade das emissoras do território. Durante a aplicação do questionário, radiodifusores locais confirmaram receber publicidade de empresas de municípios da região do entorno, ou seja, um indicativo de que as estações locais extrapolam as fronteiras de sua territorialidade abarcando novos nichos de mercado e audiência.

Mesmo diante desse cenário dinâmico e complexo na sustentabilidade das estações de rádio de Mato Grosso do Sul, avalia-se que a saúde financeira do rádio de proximidade perpassa pela relação entre emissoras-igrejas e emissoras-política, conforme salienta o ex-presidente da AERMS, Luciano Barbosa Rodrigues:

[...] no interior do país, você acaba tendo esse binômio da rádio [da comunicação] com a política ou igreja. Porque são as que mexem com massa. Então, a comunicação mexe com massa. Político mexe com massa, e a igreja mexe com massa. Você vai ter que fazer isso aí, porque os anunciantes dificilmente vão sustentar. É difícil você sustentar uma emissora de rádio com os custos de energia, de Ecad, de gente (RODRIGUES, 2023, informação verbal).

As dificuldades financeiras e de sustentabilidade têm sido uma preocupação recorrente dos radiodifusores entrevistados para esta pesquisa. Além de custos trabalhistas para manter a estrutura em funcionamento com a força humana de trabalho, as onerações com direito autoral

cobrados de cada emissora pelo Escritório Central de Arrecadação (ECAD)<sup>130</sup> são os que mais interferem na saúde das estações. Emissoras que buscam retransmitir sua programação na internet, arcam com um valor adicional de ECAD, potencializando custos com direito autoral.

Embora não se tenha mensurado o valor da receita bruta média mensal, bem como o lucro líquido, há casos em que a emissora, mesmo recebendo aportes financeiros governamentais, não conseguem fechar positivamente o balanço patrimonial da organização. Alguns empresários confidenciaram operar no vermelho e que houve situações em que o lucro obtido em outros negócios mantidos pelos sócios, foram remanejados para saldar dívidas da organização midiática. Diante deste cenário, é compreensível que algumas emissoras busquem uma prática jornalística exequível do ponto de vista estrutural, de pessoal e de tecnologia, conforme inferido a partir do conteúdo jornalístico colocado em circulação que será discutido a seguir.

#### 8.4 O CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

Este subcapítulo se debruça a entender em que medida o radiojornalismo, colocado em circulação nas emissoras de rádio de Mato Grosso do Sul, atende às necessidades de informação e ao interesse público da coletividade no território no qual estão inseridas. A partir dos dados extraídos na etapa da cartografia, detalhado no Capítulo 7, foi possível observar que pouco mais da metade das estações de rádio (54%) possuem programação jornalística com produção genuína, ou seja, produzida por profissionais das respectivas emissoras.

Diante da complexidade de se realizar Análise de Conteúdo de todas as rádios em operação com programação jornalística, optou-se pela seleção de um corpus empírico que contemplasse as principais regiões geográficas do território sul-mato-grossense. Conforme já mencionado no capítulo 6 que detalha o percurso metodológico desta investigação, foram recortadas para AC as rádios Morena FM de Campo Grande representando a porção centro-norte, Grande FM de Dourados situada na região sul ou Grande Dourados, Difusora FM de Três Lagoas da costa leste no Bolsão, e Avenida 91 de Aquidauana localizada na porção oeste em que se situa a região do Pantanal.

---

<sup>130</sup> Os valores a serem pagos pelas emissoras com o ECAD consideram: a modalidade da emissora (comunitária, comercial ou educativa), a localidade, a potência do transmissor, sua tecnologia (AM ou FM) e se o sinal abrange a capital do estado. Para uma rádio comercial de Aquidauana, por exemplo, o valor varia entre R\$ 878,10 e R\$ 3.512,10. A simulação do valor a ser pago pode ser realizada gratuitamente no portal do Ecad: <https://shre.ink/ceWr>.

**Morena FM** – localizada na Rua Santana, nº 170 no Jardim TV Morena em Campo grande, a emissora tem como slogan “*a sua rádio easy*”. Apresenta uma grade de programação que remete ao formato adulto contemporâneo, priorizando músicas internacionais e de *flash back*. No jornalismo, a rádio conta com o programa *Primeira Página*, transmitido de segunda à sexta-feira das 6h30 às 8 horas. Possui abrangência aproximada de 150 km, cobrindo toda a região metropolitana e municípios próximos da porção central de Mato Grosso do Sul. Com uma equipe de mais de 30 colaboradores, a Morena FM possui uma estrutura organizacional formada por diversos departamentos tais como: jornalismo, marketing, negócios, administrativo, operações comerciais, tecnologia e programação. O departamento de jornalismo é formado por cinco profissionais. Atualmente, o *Primeira Página* é apresentado pelos jornalistas Lucimar Lescano e Antônio Marcos e tem como editor-chefe, Fabiano Arruda (MORENA FM, 2023). Há participação diária de Odacil Cânepa, correspondente em Brasília, e do comentarista Tercio Albuquerque, especialista na área de Direito Internacional.

**Grande FM** - A sede da emissora está instalada na Rua Gustavo Adolfo Pavel, nº 935 na Vila Tonanni I. Atualmente, é considerada uma das emissoras comerciais com maior percentual diário destinado à programação jornalística, na porção sul do território de Mato Grosso do Sul. Tem como slogan “*com você, onde você estiver*” e possui uma programação generalista congregando uma infinidade de gêneros e formatos. O alcance pelo *dial* tradicional chega a mais de 30 municípios, cobrindo a região da Grande Dourados e parte dos municípios do Cone-Sul. O *Espaço Aberto* é o principal programa jornalístico da emissora sendo apresentado de segunda a sábado das 9h30 às 12 horas, pelo jornalista Farias Júnior com participação de Cícero Faria, Daniel Santos e Paulo Wagner que formam a bancada do radiojornal. Apresenta unidade móvel e sala exclusiva para o departamento de jornalismo que é composto, também, pelo repórter Osvaldo Duarte e por correspondentes de Campo Grande, Corumbá e Três Lagoas.

**Difusora FM** – a Difusora FM está localizada na Rua Tibúrcia de Queiroz Monteiro, nº 850, no Jardim das Oliveiras em Três Lagoas. Por integrar a classe C junto a Anatel, a emissora possui abrangência limitada restrita à área urbana da sede. Apresenta uma programação generalista, visando contemplar uma audiência ampla e heterogênea. No jornalismo, possui dois programas diários, o *Difusora Notícias* e o *Tribuna Livre*, transmitidos de segunda à sexta-feira das 7 às 8 horas e das 11 às 12 horas, respectivamente. A equipe de jornalismo é formada pelo âncora, Henrique Ferian, e pelos jornalistas Flávio Veras e Lia Kosta. Atualmente, a emissora

conta com dez profissionais na equipe que integram os departamentos de edição, produção, marketing e comunicação, executivo e jornalismo (DIFUSORA TRÊS LAGOAS, online, s.d.).

**Avenida 91** – A Avenida 91 está localizada na Avenida Dr. Sabino do Patrocínio, nº 475, no bairro Alto em Aquidauana. Tem como slogan “*É diferente*” e possui uma programação generalista, na tentativa de atingir vários nichos de audiência. As instalações da emissora garantem espaço para recepção, sala da direção geral, sala da direção comercial, estúdio para gravações, sala para o departamento de jornalismo e estúdio principal no piso superior com vista para a principal avenida da cidade de Aquidauana. A emissora conta com nove profissionais sendo a maioria locutores e radialistas. Há apenas um colaborador que acumula as funções de produtor e programador musical. O departamento de jornalismo é composto atualmente pelo jornalista Ronald Lima Regis, responsável pela apresentação do programa jornalístico *Estúdio 91*, que vai ao ar de segunda à sexta-feira, das 12 às 13 horas.

### FOTOGRAFIA 3 – Fachada das emissoras de rádio avaliadas na etapa da AC



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Na etapa da AC, foram analisados os principais programas jornalísticos das respectivas emissoras: Primeira Página (Morena FM), Espaço Aberto (Grande FM), Difusora Notícias (Difusora FM) e Estúdio 91 (Avenida 91). Os detalhes relativos aos procedimentos metodológicos adotados nesta etapa da pesquisa, encontram-se descritos no Capítulo 6.

**TABELA 4** – Composição da amostragem da etapa de AC por emissora

<b>Território</b>	<b>Emissora</b>	<b>Programa Analisado</b>	<b>Edições</b>	<b>Nº UR.</b>	<b>% amostragem</b>
<b>Campo Grande</b>	Morena FM	Primeira Página	07, 15 e 23 de março de 2022.	69	21,4%
<b>Dourados</b>	Grande FM	Espaço Aberto	10, 18 e 26 de janeiro de 2022.	123	38,1%
<b>Três Lagoas</b>	Difusora FM	Difusora Notícias	10, 18 e 26 de janeiro; 3 e 11 de fevereiro de 2022.	77	23,8%
<b>Aquidauana</b>	Avenida 91	Estúdio 91	03 e 11 de janeiro; 23 e 31 de março; 8 de abril de 2022.	54	16,7%
			<b>Total</b>	323	100%

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Conforme a Tabela 4, a composição da amostragem para a etapa da AC evidencia o total de conteúdo produzido por cada emissora de rádio no período compreendido da coleta de dados. A Grande FM apresenta o maior percentual de Unidades de Registro (UR) que compõem a amostragem por se tratar de uma emissora que dedica diariamente o maior espaço na sua grade para veiculação do programa jornalístico *Espaço Aberto*, ainda que somente três edições tenham sido recortadas para análise.

Posto que o material recolhido para análise apresente assimetrias, conforme exaustivamente detalhado no Capítulo 6, o corpus coletado no primeiro semestre de 2022, formado por 323 UR, corresponde a uma amostragem significativa, capaz de trazer evidências robustas acerca da qualidade do conteúdo jornalístico veiculado no rádio sul-mato-grossense a partir dos eixos: dimensão territorial, temáticas agendadas, origem do conteúdo, formatos e principais fontes consultadas na construção da narrativa jornalística.

### 8.4.1 O âmbito territorial da informação

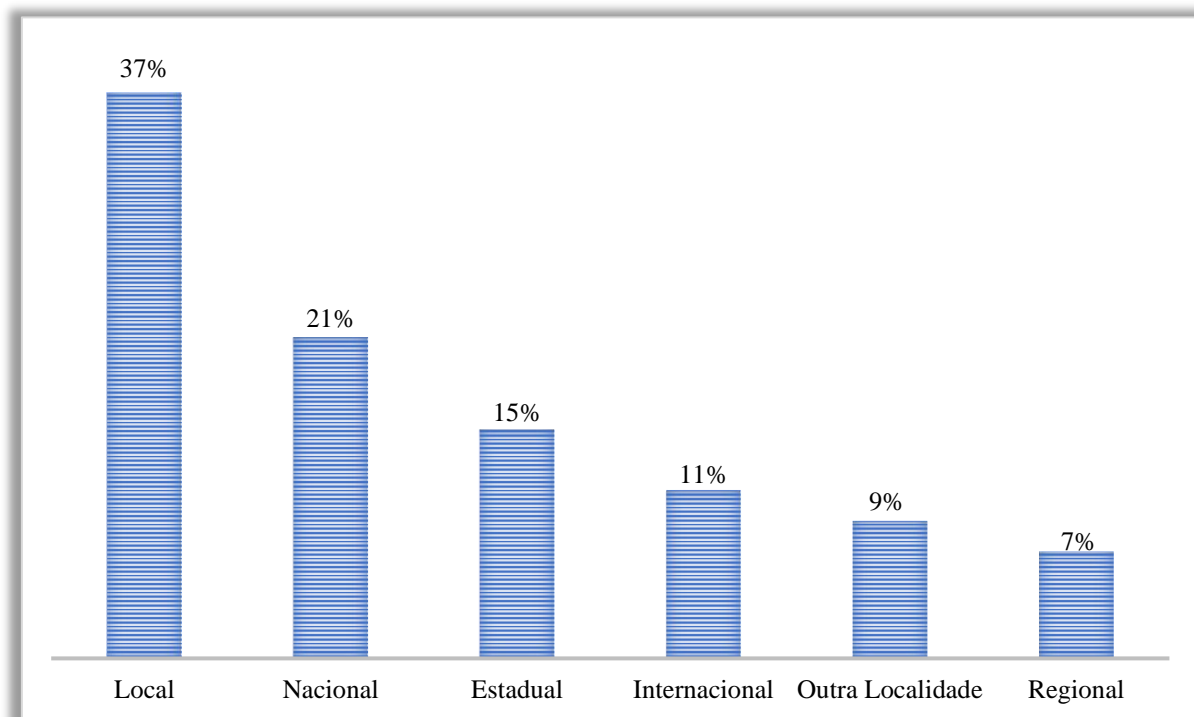
A **primeira dimensão de análise** no conteúdo jornalístico do rádio de Mato Grosso do Sul busca verificar **se a informação veiculada corresponde ao território de proximidade**, ou seja, em que medida o **âmbito local** é priorizado na narrativa diária. Este indicador é essencial nesta análise, uma vez que esta tese se alicerça na concepção de proximidade proposta por Camponez (2002; 2012) no qual a dimensão geográfica torna-se imprescindível na demarcação da proximidade. Neste sentido, a informação sobre o local tem importância significativa sendo este considerado “o lugar principal da democracia” (BOURDIN, 2001, p.9), uma vez que é no território local que a cidadania se efetiva.

Da mesma maneira que Camponez (2002, 2012) o fez, esta tese considera que informações alusivas aos âmbitos local e regional formam o que o autor resume como jornalismo de proximidade, aqui definidas como radiojornalismo de proximidade por serem veiculadas no rádio.

Nesta pesquisa, porém, acontecimentos noticiáveis que remetem ao estado de Mato Grosso do Sul denominadas como **estaduais**, quando apresentassem relevância para o território no qual a emissora esteja situada, também foram consideradas como informações de proximidade. As informações regionais aqui categorizadas correspondem as que remetem a municípios limítrofes, contíguos ao território sede da emissora ou ainda que integrem uma mesma região geográfica, conforme a proposição estabelecida pelo Governo de Mato Grosso do Sul discutida no Capítulo 5.

Entende-se como Radiojornalismo de Proximidade, portanto, a informação jornalística veiculada no rádio que reporta fatos e acontecimentos sobre aquilo que lhe é próximo, que se deu no seu quintal, na sua viela, aldeia ou distrito rural. Busca tornar público as *comunas* e a vizinhança, não somente em seu aspecto geográfico territorial, mas também a partir das vivências culturais e sociais que lhe é familiar, que evoca emoções e afetividades.

Para além de reafirmar as identidades, o radiojornalismo de proximidade tem compromisso com as audiências do território, transformando-as na sua razão de existir, atendendo às respectivas necessidades de informação e contribuindo, portanto, para o exercício da cidadania. No gráfico 16, abaixo, é possível observar o âmbito territorial predominante no radiojornalismo de Mato Grosso do Sul.

**GRÁFICO 16** – Âmbito territorial da informação no radiojornalismo de MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Os dados do Gráfico 16 revelam que o conteúdo sobre o território de proximidade é predominante na narrativa jornalística do rádio sul-mato-grossense. No conjunto de dados de todas as emissoras avaliadas, 37% do material analisado diz respeito a acontecimentos reportados na municipalidade, ou seja, reportam o território geográfico que lhe compete.

Em seguida, com 21% da amostragem encontra-se o material jornalístico referente a informações relativas ao âmbito nacional. O conteúdo jornalístico relativo a informações sobre o âmbito estadual, ou seja, do território de Mato Grosso do Sul também considerado de proximidade, corresponde a 15% da amostragem.

Em menor número, estão conteúdos jornalísticos associados ao âmbito internacional (11%), outras localidades (9%) e regional (7%). Chama a atenção, o baixo percentual relativo a informações sobre a região no qual as estações estão inseridas, principalmente na Morena FM de Campo Grande e na Grande FM de Dourados<sup>131</sup>, esta última cujo nome fantasia remete a região da Grande Dourados, conforme pode ser observado na Tabela 5 abaixo.

<sup>131</sup> Tanto a Morena FM quanto a Grande FM negligenciam a cobertura regional na prática jornalística diária, uma vez que ambos os municípios de Campo Grande e Dourados, onde estão situadas estas emissoras, possuem localidades limítrofes muito próximas a exemplo de Terenos, distante a um raio geográfico de 30 km; Jaraguari a 55 km de distância; e Sidrolândia a 70 km de Campo Grande. Em Dourados, Itaporã fica num raio de 17 km de distância; Caarapó, Deodápolis, Douradina, Fátima do Sul, Glória de Dourados, Jateí e Vicentina num raio máximo de 50 km de distância. Esta proximidade geográfica, como se observou, não é preponderante na narrativa regional das emissoras avaliadas.

TABELA 5 – Âmbito territorial da informação por emissora de rádio analisada

Dimensão Territorial	Avenida 91		Difusora FM		Grande FM		Morena FM		Total	%
<b>Local</b>	18	33%	34	44%	38	31%	30	43%	120	37%
<b>Nacional</b>	16	30%	6	8%	31	25%	15	22%	68	21%
<b>Estadual</b>	9	17%	17	22%	11	9%	10	14%	47	15%
<b>Internacional</b>	0	0%	0	0%	26	21%	9	13%	35	11%
<b>Outra Localidade</b>	3	5%	10	13%	13	11%	3	4%	29	9%
<b>Regional</b>	8	15%	10	13%	4	3%	2	3%	24	7%
<b>Total</b>	54	100%	77	100%	123	100%	69	100%	323	100%

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

De acordo com os dados da tabela 5, é possível observar que tanto a Difusora FM de Três Lagoas quanto a Morena FM de Campo Grande podem ser consideradas emissoras eminentemente locais, por apresentarem mais de 40% do conteúdo jornalístico veiculado referente ao município sede da emissora de rádio.

Já as rádios que se destacam por apresentar o maior percentual relativo a conteúdos de âmbito regional são a Avenida 91 de Aquidauana e a Difusora Três Lagoas, 15 e 13% respectivamente. Na Avenida 91, há um percentual significativo de notícias veiculadas que remete à cidade gêmea Anastácio, o que justifica o maior percentual de conteúdo regional nesta emissora. O âncora do *Estúdio 91* na Avenida 91, Ronald Lima Regis, explica que informações sobre os territórios local, regional e estadual são preponderantes no estabelecimento dos critérios jornalísticos da emissora.

A notícia local ela tem prioridade, ela tem prioridade máxima. Eu tento abordar o máximo de informação daqui, complementando informação de Mato Grosso do Sul que tem relevância para Aquidauana e Anastácio. Então, eu vou falar de uma notícia de Ivinhema aqui? Não vou falar. Vou falar de uma coisa que aconteceu em Dourados? Não vou falar. Agora eu vou falar de casos de Covid no Mato Grosso do Sul, isso é importante para a gente. Incidência de dengue no estado? Importante para a gente. Governo? O governador sancionou uma lei estadual? É importante para a gente, notícias estaduais que tem relevância aqui na nossa cidade (REGIS, R. L., 2022, informação verbal).

Na Difusora FM de Três de Lagoas, por sua vez, o conteúdo considerado regional remete às cidades de Aparecida do Taboado, Bataguassu, Brasilândia e Paranaíba, localizados

na região do Bolsão; além de Andradina, Castilho e Ilha Solteira situados no oeste paulista. Esta, inclusive, é uma das peculiaridades do contexto territorial no qual Três Lagoas está inserida. Por estar situada geograficamente na divisa com o estado de São Paulo, a noção de proximidade em Três Lagoas, extrapola os limites do território de Mato Grosso do Sul, conforme ressaltou o jornalista Henrique Ferian, âncora dos jornais Tribuna Livre e Difusora Notícias:

Três Lagoas é uma cidade mais paulista do que sul-mato-grossense. Se você pegar a localização dela, a gente está afastado de Campo Grande, não está perto de Campo Grande. A cidade mais próxima aqui, está a alguns quilômetros. Então, é diferente, por exemplo do estado de São Paulo que é uma cidade muito próxima uma da outra. O Mato Grosso do Sul não, principalmente Três Lagoas. As cidades são longe. Então, a gente é mais paulista do que sul-mato-grossense (FERIAN, 2023, informação verbal).

Dentre as informações de âmbito estadual, destaca novamente para a Avenida 91 e Difusora FM que apresentaram, respectivamente, 17 e 22% do conteúdo veiculado no período analisado. De âmbito nacional, os destaques se deram na Avenida 91, Grande FM e Morena FM. Os conteúdos internacionais, ausentes dos programas jornalísticos da Avenida 91 e da Difusora FM, estão concentrados na Grande FM e Morena FM, correspondendo a 21% e 13% do conteúdo total avaliado.

A justificativa para alta concentração de conteúdo de dimensão nacional e internacional na Grande FM, se deve, segundo o editor-chefe Paulo Wagner dos Santos Silva, à percepção de abrangência multiterritorial que a emissora possui. Para ele, *“a rádio hoje, por conta das plataformas digitais, ela não é mais restrita à cidade de Dourados. Ela hoje é uma rádio que pega no mundo todo”*. Neste caso, as notícias de âmbito internacional e nacional, são adaptadas na emissora *“de acordo com a nossa realidade, com a característica de quem está na bancada de jornalismo e você consegue também devolver isso para o mundo”* (SILVA, 2022).

A AC também demonstra que as emissoras reportam acontecimentos relacionados a outras localidades que não possuem relação de proximidade com a sede da emissora. Na Avenida 91 este tipo de conteúdo corresponde a 5%, na Difusora FM 13%, na Grande FM 11% e na Morena FM 4%. Em geral são matérias jornalísticas de teor policial, relacionadas a casos de violência a exemplo de um assassinato ocorrido em Coronel Sapucaia na região Sul-Fronteira de Mato Grosso do Sul, reportado no Estúdio 91 da edição de 03 de janeiro de 2022.

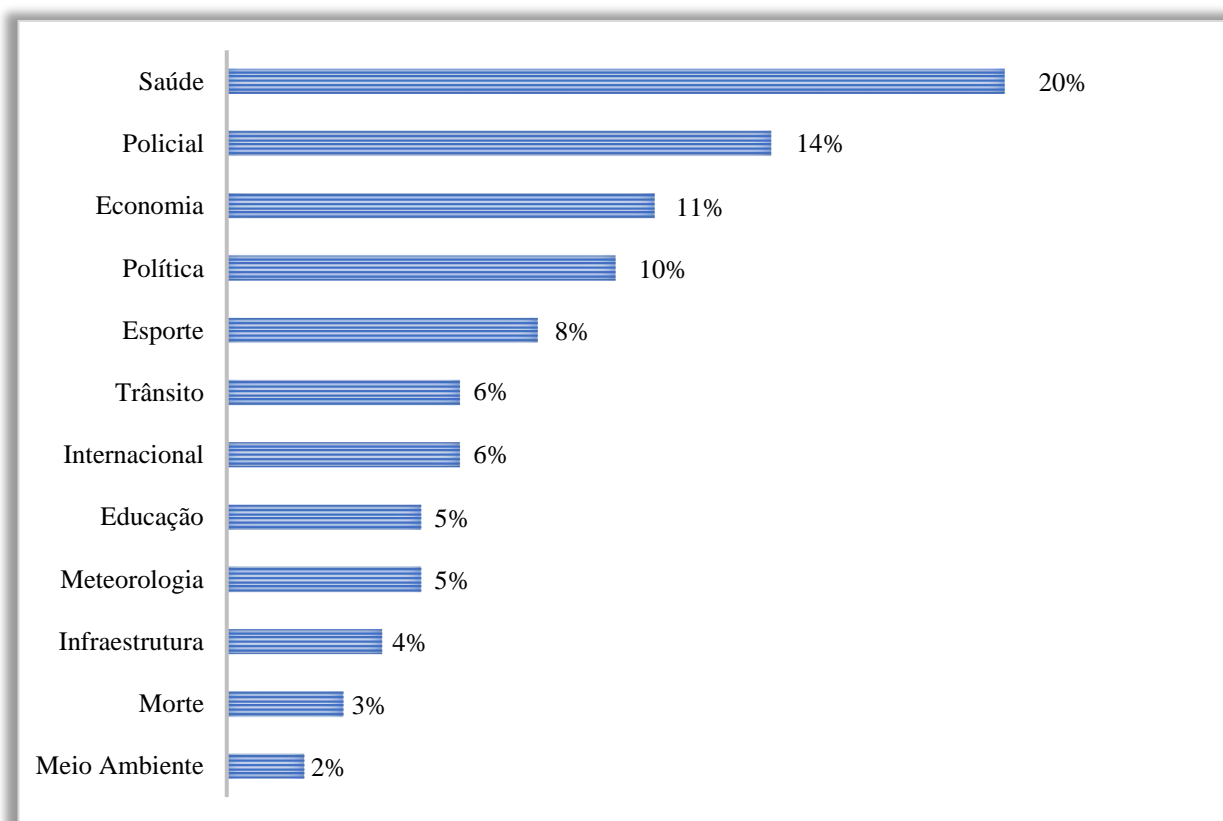
No *Espaço Aberto* da Grande FM, as UR relativas a conteúdo jornalístico relacionadas a outras localidades reportaram fatos e acontecimentos de outros estados brasileiros tais como:

Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Pará, Rio Grande do Sul e duas matérias relativas a assuntos específicos da capital Campo Grande e do município de Costa Rica na região norte de Mato Grosso do Sul, porém, sem qualquer relação de proximidade com a região da Grande Dourados.

#### 8.4.2 As principais temáticas agendadas

O segundo indicador da AC engloba as principais temáticas agendadas pelos programas jornalísticos das emissoras analisadas. Os temas são essenciais para um diagnóstico acerca do atendimento às necessidades de informação de interesse público no território de proximidade. É a partir da relevância das temáticas que discutem questões de saúde, educação, meio ambiente, política, economia, dentre outras que será possível avaliar se o conteúdo do radiojornalismo de Mato Grosso do Sul cria condições para o exercício da Cidadania nos respectivos territórios.

**GRÁFICO 17** – Principais temáticas pautadas pelo radiojornalismo de MS



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

No radiojornalismo de Mato Grosso do Sul, temáticas relacionadas à saúde foram predominantes no conteúdo analisado das quatro emissoras de rádio integrantes do corpus, correspondendo a 20% do material, conforme aponta o Gráfico 17. Cabe enfatizar que no período recortado, entre janeiro e abril de 2022, o Brasil ainda se encontrava em situação de pandemia de Covid-19, o que exigiu dos meios de comunicação, e principalmente o rádio local, informar a população sobre as medidas de biossegurança, cronogramas de vacinação, média de casos por localidade, dentre outros.

Na sequência, matérias jornalísticas de natureza policial foram predominantes no conteúdo veiculado pelas rádios chegando a uma frequência de 45 matérias, ou seja, o equivalente a 14% do total de UR avaliadas. A Rádio Difusora FM é a emissora que mais agendou conteúdo policial (25%), e a Morena FM apenas (6%). O percentual significativo de conteúdo informativo de natureza policial atende aos critérios de noticiabilidade de tragédia e drama cujos acontecimentos estão relacionados, geralmente, à acidente, violência urbana, criminalidade (SILVA, 2014).

Na pesquisa de campo, os jornalistas entrevistados da Difusora FM de Três Lagoas refutaram que fatos policiais tenham enfoque prioritário durante o processo de seleção das notícias do radiojornal, embora reconheçam o apelo das audiências para informações desta natureza. *“O povo quer ver sangue, a verdade é essa. Então, as pessoas gostam desse conteúdo para saber o que que está acontecendo na cidade. É estranho, mas quanto mais mórbido for a notícia, mais tem interesse, mais tem apelo do público”* (FERIAN, 2023, informação verbal). Já na Avenida 91, as informações policiais são destacadas no radiojornal por se configurar numa estratégia de fidelizar e cativar a audiência.

Eu acho que o fato policial chama a atenção. Ele chama muita atenção, ele traz a atenção do ouvinte. Você pode estar falando de qualquer coisa. Agora se você começou a falar de um homicídio que aconteceu em Aquidauana, todo mundo quer saber o que aconteceu, quem morreu, aonde foi, o que motivou o crime (REGIS, R. L., 2022, informação verbal).

Na avaliação de Ronald Regis, para que a informação policial atraia a atenção do ouvinte, locutores de rádio acabam adotando, em certa medida, um tom sensacionalista ao promover a narração dos fatos. Para ele, a matéria policial, se configura numa crônica, pela qual os fatos serão narrados. *“O fato político você não narra da forma que você narra o fato policial. Então, há uma diferença nisso. Há uma linguagem adaptada”*, ressalta. Na crônica policial, além da narrativa simbólica, que envolve o imaginário das audiências, efeitos e trilhas musicais reforçam o discurso do apresentador.

Na perspectiva do pesquisador Magno Medeiros (2009) que avalia as temáticas policiais na mídia televisiva, os veículos de comunicação tendem a supervalorizar matérias de criminalidade, ratificando o mórbido e distorcendo valores ético-morais, numa estratégia de espetacularização. O autor ressalta que seu objeto de estudo não busca identificar especificamente a violência na mídia, mas enfatiza a violência construída simbolicamente pelos veículos, em especial a TV que “tem contribuído para criar um clima de medo e insegurança entre a população” (MEDEIROS, 2009, p.21).

No radiojornalismo sul-mato-grossense, para além da ênfase em matérias policiais, identificou-se que 11% das UR analisadas remetem a conteúdos de economia que se mostraram predominantes nas rádios de municípios maiores como a Morena FM de Campo Grande e Grande FM de Dourados, ambas com 14% de conteúdo desta editoria. Dentre os principais assuntos desdobrados, relacionados à economia, estão: vagas de emprego, informações relativas à declaração de imposto de renda, projeção de vendas na Páscoa, importação de petróleo, dentre outras. Na Morena FM, em específico, há um quadro fixo denominado “Indicadores econômicos”, que além de trazer as cotações diárias de moedas internacionais, traz um panorama sobre as cotações do agronegócio.

Outra temática considerada essencial para atendimento das necessidades de informação da territorialidade está relacionada à assuntos de natureza política<sup>132</sup>, porém pouco agendado nas rádios de proximidade, alcançando apenas 10% do total de UR. Cabe enfatizar que nesta categoria de análise, incluem-se matérias cujos acontecimentos remetem à natureza política em sua essência e não à divulgação de ações, decisões e medidas adotadas relacionadas à implementação de políticas públicas, que embora apareçam nos conteúdos analisados, foram incluídos em outras temáticas que se mostraram de forma mais proeminente.

A Avenida 91 está entre as emissoras que deram maior prioridade para matérias jornalísticas de política resultando em 15% do conteúdo veiculado pela emissora no período analisado, no entanto, a maior parte do material remetia à política nacional, fenômeno também observável nas outras emissoras analisadas.

No rádio sul-mato-grossense, a partir da AC, se observou que as matérias jornalísticas sobre política buscam demonstrar o posicionamento editorial da emissora com manifestações implícitas e, em algumas ocasiões, de forma explícita em favor ou em detrimento de

---

<sup>132</sup> O material de natureza política incluído nesta categorização refere-se à assuntos relacionados à política partidária e está centrado na agenda dos partidos políticos, na competição pelo poder e nas questões relacionadas à governança, bem como matérias jornalísticas que abordam o desenvolvimento de plataformas políticas, eleições, campanhas eleitorais, convenções partidárias etc.

determinados agentes políticos. Ainda que não seja uma exclusividade da Avenida 91, observou-se em especial nesta emissora, um posicionamento editorial implícito em favor do ex-presidente Jair Bolsonaro, a partir dos critérios de noticiabilidade adotados pelo *Estúdio 91*, uma vez que a maior parte das informações relativas a esta temática é capturada da emissora paulista Jovem Pan News, alinhada politicamente com o bolsonarismo.

Na Difusora FM, por exemplo, a linha editorial mostrou-se favorável politicamente à gestão estadual e municipal, com ênfase sobretudo no trabalho desenvolvido pelo governador Reinaldo Azambuja e pelo então secretário estadual de Infraestrutura, Eduardo Riedel, que se elegeu governador nas eleições de 2022. Para além das matérias relacionadas à política, no radiojornalismo sul-mato-grossense rádios, há uma *práxis* diária no qual a leitura da informação noticiosa vem, em geral, acompanhada de comentários dos âncoras dos programas, uma estratégia clara de demarcar posicionamento, embora os locutores tenham impressões distintas sobre este *modus operandi*.

O comentário é para sanar dúvida do ouvinte. Ele quer saber o seu posicionamento sempre. Então, ele quer saber o que que o Ronald acha sobre isso. As pessoas se informam, analisam aquela notícia e tem interpretação sobre aquela notícia, mas elas querem saber o que eu entendi daquela notícia. O que eu acho daquela notícia? Eu acho que é mais para sanar dúvida do ouvinte do que formar opinião pública. A gente é formador de opinião pública de um jeito ou de outro, mas eu acho que, vamos dizer assim de zero a 100, 40% a gente forma opinião. A gente pode tratar a notícia dessa forma mais comentada e essa forma é para que o ouvinte saiba o nosso posicionamento sobre aquilo (REGIS, R. L., 2022, informação verbal).

Conteúdos de esporte também são agendados pelo radiojornalismo sul-mato-grossense, sobretudo na Avenida 91 que mantém uma tradição dos áureos tempos do AM, em que havia a transmissão das jornadas esportivas. Ao todo, matérias de esporte representam 8% das UR analisadas nos radiojornais das quatro estações. Na Avenida 91, representam 15% da amostra, e buscam enfatizar a performance do time do município, o Aquidauanense, no Campeonato Estadual Sul-Mato-Grossense.

A Grande FM de Dourados é a emissora que prioriza a maior diversidade de modalidades esportivas, não se restringindo apenas aos resultados de partidas de futebol. Deste modo, observou-se no *Espaço Aberto* matérias sobre basquetebol, tênis, automobilismo e futebol americano, embora em sua grande maioria, sejam de âmbito internacional.

Na Morena FM, há uma vinheta específica para o bloco de esportes do programa *Primeira Página*. Nesta rádio, no entanto, observou-se uma informalidade dos apresentadores na transmissão da informação noticiosa. Em sua grande maioria, as URs de esporte são

comentários dos âncoras sobre resultados de partidas de futebol ou programação de jogos futuros.

Representando 6% das UR avaliadas, estão matérias jornalísticas sobre trânsito e internacional. Na Morena FM, as informações sobre trânsito representam 14% do conteúdo total veiculado, contando com um quadro fixo do radiojornal denominado *Morena no Trânsito*. Neste espaço, o repórter entra ao vivo trazendo informações sobre as condições de tráfego na capital de Mato Grosso do Sul enfatizando pontos de interdição, acidentes, semáforos intermitentes etc. reforçando, inclusive, a prestação de serviço no rádio. Nas demais emissoras, a prioridade para informações sobre trânsito se restringe a acidentes, e isto se deve, em certa medida, à pacatez nas condições de trafegabilidade nas localidades do interior.

Já as matérias internacionais foram identificadas apenas na Morena FM e na Grande FM, e estão associadas, em sua maioria, à Guerra entre a Ucrânia e a Rússia. Em ambas as emissoras, inclusive, os programas jornalísticos possuem blocos exclusivos para assuntos internacionais denominados “Giro Internacional” na Grande FM e “Destaques Internacionais” na Morena FM.

Neste aspecto, observa-se que tanto a Avenida 91 de Aquidauana quanto à Difusora FM de Três Lagoas, consideram irrelevantes assuntos de âmbito internacional para seus radiojornais, e as que priorizam assuntos desta natureza, agendam fatos e acontecimentos de países desenvolvidos na América no Norte e Europa, em detrimento aos países latino-americanos como Paraguai e Bolívia que, inclusive, fazem fronteira física com o território de Mato Grosso do Sul.

A educação, considerada uma área essencial para o desenvolvimento de uma localidade, ocupa apenas 5% das informações veiculadas no radiojornalismo sul-mato-grossense, uma demonstração clara de que o rádio de proximidade precisa avançar sobremaneira para atender as necessidades de informação do território no âmbito do interesse público. Na Avenida 91, não foram registradas matérias sobre educação em nenhuma das cinco edições analisadas.

A Difusora FM de Três Lagoas, por sua vez, foi a emissora que mais agendou temáticas educacionais, totalizando 10% de todo o conteúdo recortado, majoritariamente relacionadas ao âmbito local e estadual. No *Difusora Notícias*, os principais assuntos veiculados reportaram informações sobre cadastramento do transporte escolar, atendimento de creches em período de férias, contratação temporária e concurso para professores, além do retorno das aulas presenciais.

Informações sobre a meteorologia, embora representem apenas 5% das UR, se configuram como quadros fixos dos radiojornais das emissoras analisadas e ainda se mantêm

como informação pertinente e relevante para as audiências das rádios locais. Na área rural, especialmente na região pantaneira, as informações sobre o clima são acompanhadas pelo rádio e auxilia o homem do campo na tomada de decisões tanto na época de plantio de grãos quanto nas cheias dos rios provocadas por altos índices pluviométricos.

No período chuvoso, as comunidades pantaneiras vivem em estado de alerta, e esperam no rádio a transmissão de informações sobre a meteorologia, que auxiliam a determinar o momento ideal para a retirada do gado de regiões mais baixas na planície pantaneira, sujeitas a alagamentos. Na época das queimadas, o alerta meteorológico também se faz necessário para essas comunidades. Nos últimos anos, os desastres naturais ocasionados pelos focos de incêndio no Pantanal, exigiram do rádio local a transmissão efetiva de informações e alertas diante do avanço dos focos de queimadas. Neste caso, a relação construída entre pantaneiros ribeirinhos com o rádio local, se alterou significativamente diante da devastação ambiental ocasionado pelo fogo na região.

Dentre as demais temáticas agendadas pelos radiojornais analisados encontram-se: infraestrutura (4%), morte (3%), meio ambiente (2%), defesa civil, direito do consumidor, social, agronegócio, celebridades (todas com 1% cada); religião e tecnologia, ambos com menos de 1% da amostragem.

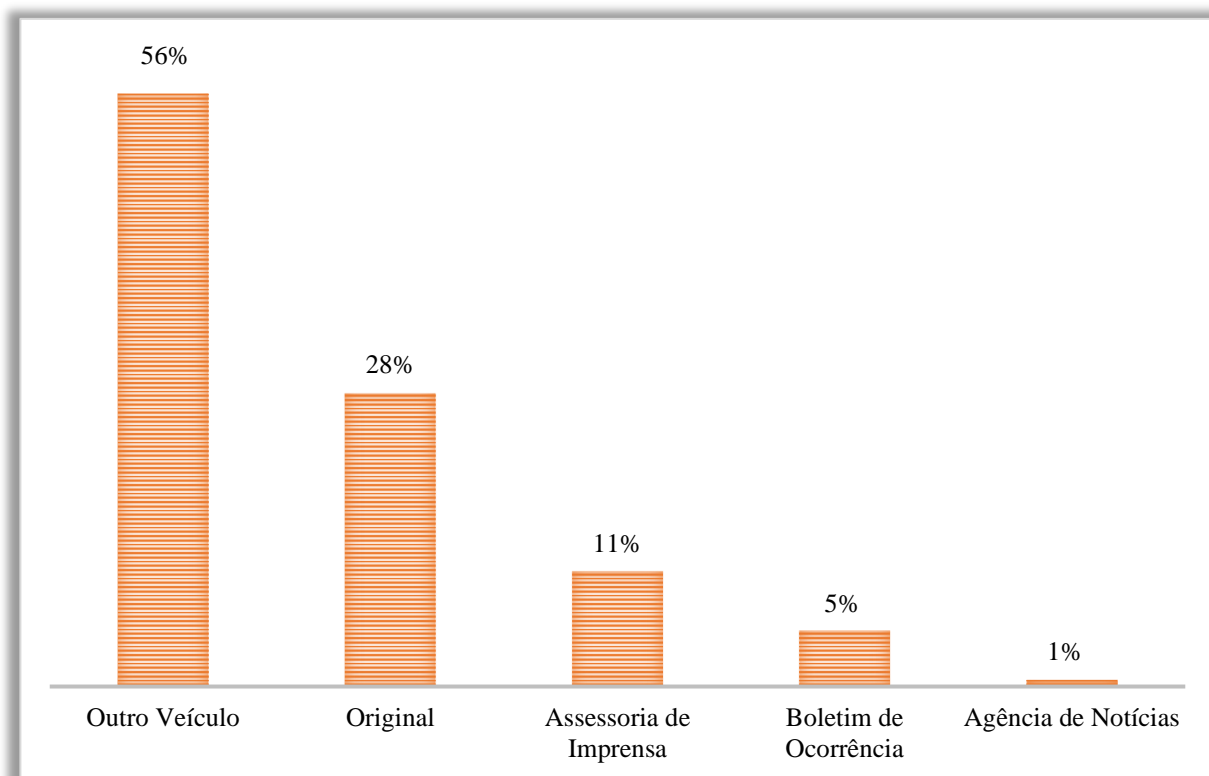
Posto isso, conforme revelado pela AC, demonstra-se, portanto que há uma pluralidade de temáticas agendadas pelo radiojornalismo sul-mato-grossense, embora nem sempre as matérias veiculadas remetam as necessidades de informação da localidade, cujo objetivo é atender ao interesse público da coletividade do território, principalmente quando se observa o alto percentual de matérias policiais veiculadas nas rádios analisadas. Conteúdo jornalístico que aborde temas de esporte, policiais, morte se inserem num contexto dicotômico entre interesse do público *versus* interesse público, ou seja, despertam interesse da audiência, mas em nada contribuem para o acionamento da cidadania nas respectivas localidades.

#### **8.4.3 A origem da informação veiculada**

O terceiro indicador de análise intitulado **origem da informação**, baseada na concepção de originalidade de Napoli *et al.* (2016), é outro elemento primordial de análise que ajuda a aferir a saúde do radiojornalismo de proximidade das estações de rádio sul-mato-grossenses. Nesta tese, após a avaliação do conjunto de dados, pôde-se observar, contudo, um cenário de precariedade na informação jornalística no rádio de Mato Grosso do Sul, uma vez que apenas

28% da amostragem indica originalidade na veiculação do conteúdo jornalístico, conforme pode ser observado no Gráfico 18.

**GRÁFICO 18** – Origem da informação no radiojornalismo de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O Gráfico 18 aponta que 56% do conteúdo jornalístico reportado nas estações de rádio de Mato Grosso do Sul são provenientes de outros veículos de informação. O número é preocupante e indica um modelo de radiojornalismo ancorado em bases secundárias de informação, reforçando o perfil de jornalista sentado (SANT'ANNA, 2008; LOPEZ, 2010) que captura conteúdo produzido, em sua grande maioria, por sites de informação de âmbito nacional, estadual e até mesmo local.

Esta técnica do recorta e cola, denominada como *gillete-press* (ORTRIWANO, 2002), embora comum nos primórdios do radiojornalismo, permanece em inúmeras emissoras de rádio na atualidade, de forma até mais intensiva, se aproveitando das facilidades de acesso aos sites na internet. Lopez (2010, p.45) ressalta que a web se tornou para o rádio “um potencializador do *gillete-press* na rotina das redações”.

No início da década de 2010, a pesquisadora reportou em sua pesquisa sobre o radiojornalismo hipermediático, que tanto a CBN quanto a Band News, ou seja, emissoras *all*

*news* de âmbito nacional que operam como cabeças de uma extensa rede de emissoras no território brasileiro, recorrem a sites de veículos tradicionais para a produção do conteúdo que vai ser levado ao ar em seus programas.

No rádio de proximidade sul-mato-grossense, a pesquisa evidencia que, além de recorrer a portais para a simples cópia e reprodução de notas e notícias a serem lidas por apresentadores, algumas das emissoras analisadas capturam, também, o conteúdo em áudio e vídeo produzido por outras estações de rádio tanto da capital de Mato Grosso do Sul, quanto de canais de TV e rádio de âmbito nacional, a exemplo da Jovem Pan e CNN.

Deste modo, fica evidente que a técnica do *gillete-press* tem se sofisticado e é facilitada pelo cenário multiplataformas no qual estações de rádio e TV estão imersas. Ao se apropriar do conteúdo sonoro disponível na web de outras emissoras, a rádio usurpadora replica para seus ouvintes uma narrativa com a participação de repórteres, áudio das fontes, trilhas e efeitos sonoros, indicando uma produção jornalística de qualidade técnica invejável, não tão comum no radiojornalismo do interior brasileiro. A prática antiética acentua-se a medida em que as rádios usurpadoras omitem a origem do material replicado.

Cabe enfatizar, que a categorização das UR quanto à origem da informação foi possível a partir da transcrição de todo material sonoro capturado que se encontra disponível para consulta nos Apêndices desta tese, em pastas do *Google Drive*. Ao acionar mecanismos de busca na internet, observou-se familiaridade do texto sonoro lido por âncoras de radiojornais com o conteúdo publicado em portais de notícia, uma marca evidente que o radiojornalismo recorre à técnica do *gillete-press* nas rotinas produtivas do programa, “um ato de piratagem jornalística ou chupagem, segundo o jargão profissional, (autorizada ou não), onde prevalece o copiar colar” (SANT’ANNA, 2008, p.88).

Dentre as emissoras que mais recorrem às informações de outros veículos de informação, está a Grande FM de Dourados. Na rádio, 74% do material jornalístico veiculado no *Espaço Aberto*, é possível ser encontrado em sua totalidade ou parcialmente em portais de notícia na web. A deficiência na produção e difusão de conteúdo jornalístico original pelo rádio, pode ser atribuído ao baixo índice de empregabilidade de jornalistas por Sant’Anna (2008), algo observável na emissora douradense, uma vez que o departamento de jornalismo é formado atualmente, por quatro profissionais que são responsáveis pela produção dos programas jornalísticos *Espaço Aberto*, *Grande FM Rural*, *Patrulha da Cidade*, *Grande FM Esportes* e *A hora da Verdade*.

No âmbito das emissoras analisadas, o conteúdo original corresponde a 28% do material observado no período recortado. A emissora com maior percentual de conteúdo original é a

Morena FM, totalizando 80% das UR. Este indicador é atribuído, em certa medida, à estrutura dispensada ao departamento de jornalismo pela RMC, embora tenha se observado que o *Primeira Página*, em algumas ocasiões, tenha se apropriado do material produzido para os telejornais do grupo sendo replicado na rádio. Na avaliação deste pesquisador, porém, este material proveniente de canais de comunicação do grupo foi considerado original por não serem observáveis em portais de veículos jornalísticos externos à RMC.

Na outra ponta, o *Difusora Notícias* é a emissora com menor percentual de conteúdo original, totalizando 8% da amostragem. Mesmo possuindo um departamento de jornalismo com estrutura mínima de funcionamento, formado por dois repórteres e um jornalista âncora, o percentual de material genuíno veiculado na Difusora FM apresenta-se de forma insuficiente. O conteúdo original identificado nesta emissora, por exemplo, é formado, em sua grande maioria, por boletins meteorológicos que o âncora lê diariamente a partir de informações compiladas do Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet) ou entrevistas com fontes oficiais para abordar questões que afetam a localidade, algo corriqueiro no radiojornalismo do interior.

De uma forma geral, observa-se que no radiojornalismo de proximidade em territórios do interior, os representantes do poder político local, são celebrados como personalidades da municipalidade. Há emissoras, inclusive, que dispõem de um radiojornal inteiro para que o prefeito ou mesmo vereadores exponham suas ações em prol da comunidade, numa perceptível “troca de favores” que se dá de forma recíproca. Se por um lado, garante visibilidade para as autoridades entrevistadas, de outro pode resultar em verba publicitária governamental municipal para a rádio.

Outra estratégia observada nesta pesquisa, ainda que não mensurada na etapa AC, foi a predominância de entrevistas de agentes políticos nos programas jornalísticos durante o ano de 2022, quando eleições gerais foram realizadas no Brasil. Sob o argumento de que o rádio, enquanto veículo de comunicação popular e democrático, tinha o dever de fornecer o máximo de informações para os eleitores no período eleitoral, inúmeras estações da capital e de localidades do interior abriram seus microfones para que pré-candidatos e posteriormente candidatos registrados aos cargos de governador, senador e deputados pudessem apresentar suas propostas para os ouvintes.

A iniciativa se constituiu numa tentativa de apresentar uma discussão democrática e saudável para que os cidadãos do território de proximidade fizessem a melhor escolha dos representantes no sufrágio de outubro do corrente ano. Durante o período eleitoral, inúmeros candidatos a cargos eletivos em Mato Grosso do Sul retransmitiram suas participações nas rádios de proximidade em seus canais nas redes sociais, a exemplo do *Facebook* e *Instagram*.

Ao abrir os microfones para que os candidatos apresentem suas propostas, as rádios de proximidade se apresentam como guardiãs da democracia, mas deixam implícitas sua intenção de captar recursos de publicidade do poder público, independentemente de quem serão os vitoriosos no pleito eleitoral.

No conteúdo jornalístico do rádio de proximidade sul-mato-grossense, observou-se também a recorrência a material proveniente de assessorias de imprensa e de boletins de ocorrência emitidos por órgãos de segurança, correspondendo a 11% e 5% das UR, respectivamente. A Difusora FM foi a emissora que mais recorreu à *releases* oficiais no período analisado, totalizando 26% de seu conteúdo. Ao fazer uma busca no portal oficial da Prefeitura de Três Lagoas, por exemplo, é possível identificar que a maior parte do conteúdo lido pelo âncora do radiojornal foi extraído do sítio governamental.

Já os boletins policiais, embora predominantes no *Espaço Aberto* da Grande FM, totalizando 7% das UR compiladas para análise, também foram observáveis no *Estúdio 91* e no *Difusora Notícias*. Cabe enfatizar que as UR categorizadas como boletins de ocorrência, foram assim denominadas, uma vez que os próprios apresentadores ou repórteres mencionam, sem constrangimento algum, a origem da informação. A Morena FM foi a única emissora em que não se observou conteúdo proveniente de boletins de ocorrência, isso se deve em certa medida, ao baixo percentual de conteúdo de natureza policial no programa *Primeira Página*.

Embora com naturezas distintas, a adoção de material produzido por assessorias de imprensa ou mesmo os boletins de órgãos de segurança visam, em certa medida, assegurar a visibilidade das fontes, conforme defendeu Sant'Anna (2008). Para instituições como a polícia, por exemplo, é interessante a visibilidade midiática que os veículos tradicionais dão ao trabalho realizado localmente na elucidação de crimes, combate ao contrabando e narcotráfico, recuperação de bens furtados, entre outros.

Os materiais provenientes das assessorias de imprensa são aproveitados numa lógica de jornalismo declaratório em que as vozes oficiais são preponderantes na narrativa construída, sem haver contraposição de vozes dissonantes da localidade, o que reforça o indicativo de que as rádios preferem manter um canal aberto às instâncias do poder constituído nas localidades. Na etapa de AC, foi possível observar, também, uma discrepância no indicador relativo à origem da informação na Avenida 91 em relação às demais estações avaliadas. A rádio do AP Aquidauana-Anastácio trata-se da única emissora que recorreu a conteúdo oriundo de agências de notícias.

Nas rádios do interior, replicar material produzido por agências tais como Agência Rádio Web, Agência Rádio 2, Rádio Agência do Senado, e Rádio Agência Brasil mantida pela

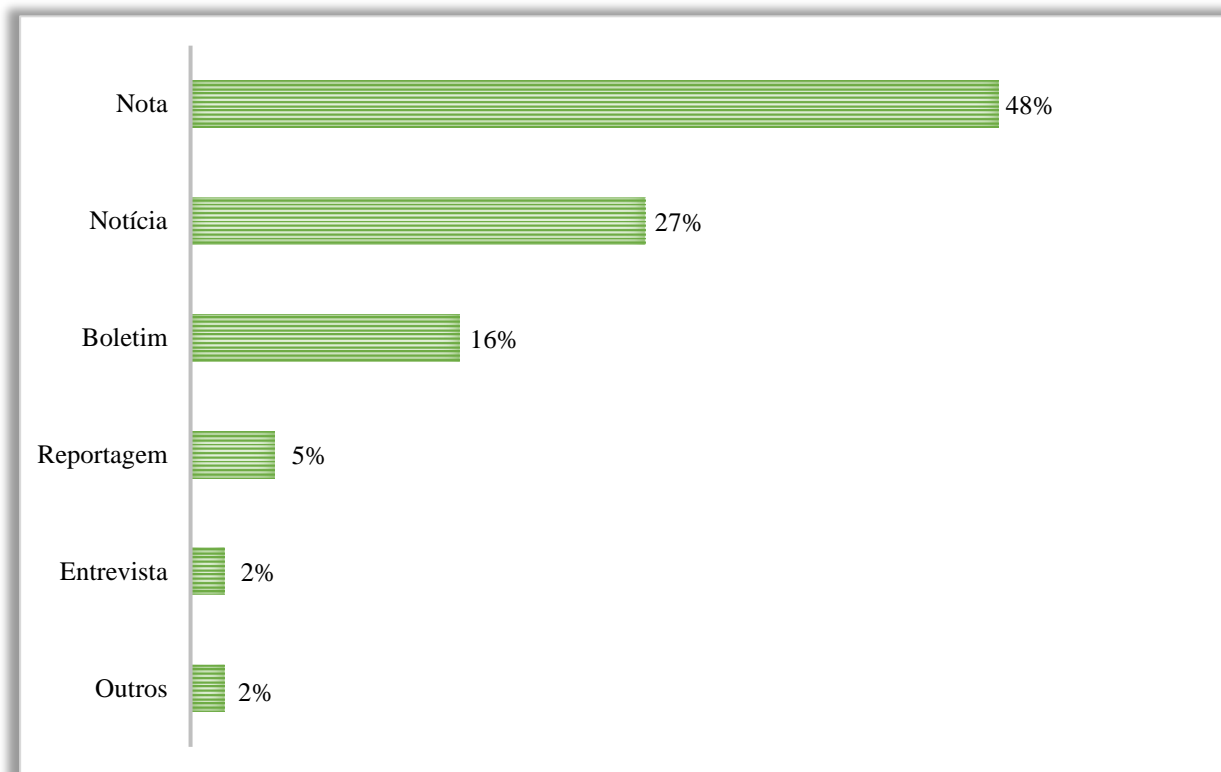
Empresa Brasil de Comunicação (EBC), tornou-se uma prática corriqueira e configura-se numa estratégia a fim de “maquiar” a qualidade do conteúdo veiculado no radiojornal. Por simularem apresentar considerável qualidade técnica, este material vem sendo incorporado rotineiramente nas emissoras a fim de demonstrar que o rádio de proximidade também recorre a elementos sonoros na construção da notícia por meio de sonoras das fontes e trilhas com efeitos especiais.

Em Mato Grosso do Sul, as emissoras de rádio contam inclusive com uma espécie de agência regional de notícias, a Rádio Web MS. Embora se intitule como web rádio, a página oferece arquivos de áudio para *downloads* que diariamente são baixados e aproveitados na programação de rádios do interior (SILVA; LIMA; OTA, 2020). No portal do Governo do Estado, na seção Rádio, também é possível fazer download de conteúdo radiofônico produzido pelo radiojornalismo das fontes (SANT’ANNA, 2008).

#### **8.4.4 Os principais formatos adotados**

A **quarta dimensão de análise** corresponde aos **formatos radiofônicos** (BARBOSA FILHO, 2009) adotados na prática jornalística do radiojornalismo de proximidade. Os resultados aqui dispostos, inclusive, podem ser utilizados no indicador de qualidade do conteúdo veiculado, lembrando sempre que além dos formatos, a informação jornalística é permeada pelo texto e os elementos da linguagem sonora tais como voz, música, efeitos sonoros, silêncio e o discurso polifônico dos sujeitos falantes (FERRARETTO, 2014; CHAGAS, 2020). Nas rádios de Mato Grosso do Sul, portanto, conforme será visto no Gráfico 19, são predominantes os seguintes formatos: nota, notícia, boletim, reportagem e entrevista.

**GRÁFICO 19** – Formatos adotados no radiojornalismo de MS



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Praticamente metade do conteúdo veiculado no radiojornalismo sul-mato-grossense (48%) corresponde a **notas** curtas que variam entre quarenta segundos a no máximo um minuto, sobre acontecimentos factuais de diversos âmbitos territoriais, geralmente, lidas por âncoras dos respectivos programas jornalísticos. Na concepção de Barbosa Filho (2009, p.90), a nota é definida como “informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso”, sem aprofundamento com “mensagens transmitidas mediante frases diretas”.

No radiojornalismo sul-mato-grossense a predominância de notas nos programas de informação, está associada não somente a necessidade do rádio em informar de maneira clara e objetiva, mas por apresentar estruturas de redações enxutas, na qual há acúmulo de funções e uma das alternativas adotadas na elaboração do radiojornal é a busca de síntese noticiosa. Nesta circunstância, em que a presença do repórter no palco dos acontecimentos torna-se cada vez mais incomum, a produção jornalística ancora-se no mínimo de informações possíveis, em casos que nem sempre o lead da matéria é contemplado em sua integralidade.

Este cenário tem como pano de fundo a necessidade de redução de custos no processo produtivo, uma vez que estas emissoras raramente dispõem de estrutura necessária para produção jornalística com repórter no palco dos acontecimentos. A AC revela que o *Espaço*

*Aberto* é o programa no qual as notas jornalísticas predominam (61%), em contraposição ao *Primeira Página* que apresenta apenas 29% de notas, quando considerado todo o conteúdo veiculado.

A **notícia** é o segundo formato radiojornalístico de maior expressividade no rádio sul-mato-grossense, correspondendo a 27% do total do conteúdo analisado. Nesta pesquisa, foram consideradas notícias, o relato de fatos e acontecimentos com duração média de um minuto e trinta segundos. Se diferencia das notas, para além do tempo de duração, mas principalmente pela quantidade de informações disponíveis diante do relato do fato e pelo uso de fontes para enriquecer a matéria jornalística, ainda que em sua grande maioria, não se observe a presença da sonora das fontes, e boa parte também foi apenas lida pelos apresentadores, sem a participação de repórteres, por exemplo. No conteúdo avaliado, a notícia foi preponderante no *Difusora Notícias* (40%) e apareceu em menor número no *Primeira Página* (13%).

As informações categorizadas como **boletins** nesta tese, dizem respeito ao conteúdo jornalístico cujo objetivo é prestar serviço às audiências a partir de informações meteorológicas, trânsito e saúde, que em especial, no período analisado, correspondeu a informes sobre dados diários de Covid-19 tais como número de infectados, pacientes internados, recuperados e óbitos; bem como dados de vacinação; além de dados relativos à oferta de emprego.

Na concepção de Barbosa Filho (2009), a prestação de serviço se configura num gênero específico, não contemplado, deste modo, no gênero jornalístico pelo caráter transitório que apresenta. Esta tese, no entanto, dada as condicionalidades impostas ao modelo de radiojornalismo praticado no território de análise, considera os boletins de prestação de serviço como conteúdo informativo capaz de alimentar as audiências com informações imprescindíveis na tomadas de decisões cotidianas, principalmente no período da pandemia de Covid-19.

O próprio Barbosa Filho (2009, p.135-136) reconhece que a prestação de serviço no rádio brasileiro atende a uma demanda de direito à cidadania por implicar “a viabilidade de melhores condições de vida e defesa de interesses dos ouvintes”. No cômputo geral dos dados, os boletins correspondem a 16% do conteúdo veiculado nos quatro programas jornalísticos avaliados. O *Primeira Página*, da Morena FM, foi o radiojornal em que os boletins foram predominantes, ocupando 38% do programa jornalístico diário. Uma das características deste formato é apresentar informações objetivas e geralmente sem recorrer a declarações de fontes de informação de forma explícita. A narrativa é construída a partir de dados oficiais ou mesmo testemunhais sobre trânsito, saúde, emprego, economia, meteorologia e agenda da política nacional. O *Estúdio 91* foi o radiojornal em que os boletins apareceram em menor número, totalizando 4% de todo o material veiculado daquele programa.

Outro formato evidenciado no conteúdo do radiojornalismo sul-mato-grossense, ainda que de forma tímida, é a **reportagem**. Os dados levantados para AC revelam que apenas 5% das matérias veiculadas nas emissoras avaliadas correspondem a este formato. No radiojornalismo de Mato Grosso do Sul, embora escassas, as reportagens estão entre os poucos formatos que recorrem à participação efetiva de repórteres na construção da notícia com a gravação do *off*<sup>133</sup>, bem como observa-se o uso de sonora das fontes para ilustração da narrativa.

Consolidada no telejornalismo, a reportagem no rádio, segundo propõe Barbosa Filho (2009, p.92), busca oferecer às audiências uma “noção mais aprofundada a respeito do fato narrado”. O autor complementa que a reportagem é formada por uma narrativa que envolve “as diversas variáveis do acontecimento”, ampliando o “caráter minimalista do jornalismo”. A presença de reportagens foi predominante no *Estúdio 91* da Avenida 91 (15% da amostragem total da emissora) e no *Primeira Página* da Morena FM (10% da amostragem total da emissora). Na Difusora FM não se observaram reportagens dentre os formatos utilizados pelo *Difusora Notícias*. Já no *Espaço Aberto*, apenas uma reportagem foi identificada dentre as 123 UR analisadas.

Numa análise qualitativa do conteúdo, porém, avalia-se que as reportagens veiculadas no *Estúdio 91* são, em sua grande maioria, capturadas de outros veículos de informação a exemplo de reportagens exibidas por emissoras de TV como a CNN e Jovem Pan News em seus canais do *YouTube*.

A prática de captura de material destas emissoras, inclusive, é confirmada pela equipe de produção do radiojornal, e é justificada pela facilidade de acesso ao conteúdo e, na ótica da emissora, por apresentar qualidade no material produzido, uma vez que a Jovem Pan News possui uma equipe de jornalismo estruturada, capaz de apurar e checar a informação antes de ser transmitida nas ondas do rádio ou da TV.

A justificativa da emissora se configura numa tentativa de mascarar a linha editorial adotada consoante a da emissora de rádio paulista que tem buscado fortalecer o bolsonarismo, a partir da visibilidade as declarações bolsonaristas em seus radiojornais marcados pela predominância de fontes oficiais alinhadas ao governo federal no mandato do ex-presidente Jair Bolsonaro (CHAGAS; CRUZ, 2022).

No *Primeira Página* da Morena FM, quase a totalidade das reportagens são originais produzidas pela equipe de jornalismo da RMC. No entanto, numa análise mais acurada, observou-se que há apropriação de reportagens produzidas para a TV sendo replicadas no

---

<sup>133</sup> Texto gravado pelo repórter que compõe uma matéria jornalística veiculada no rádio ou na TV.

radiojornal. Na edição do dia 15 de março, a reportagem veiculada sobre a importação de petróleo pelo Brasil foi exibida no Jornal Nacional do dia anterior pela Rede Globo<sup>134</sup>, emissora ao qual a RMC está afiliada.

Você sabia que o Brasil se tornou o maior exportador de petróleo da América do Sul? Isso só reforça a dúvida sobre a discussão em torno da produção e do processamento do petróleo e torna a pergunta inevitável. Por que, se temos petróleo, compramos de outros países para atender o nosso mercado? Esse foi o tema de uma reportagem desta segunda-feira no Jornal Nacional. Ela está no G1, você pode rever. Na reportagem, foram ouvidos três especialistas. Um explica como é feito o refino do petróleo, tem o óleo mais viscoso, tem o óleo mais leve. E os outros dois falam dos investimentos e de como nós chegamos nessa situação. Você vai ouvir então primeiro o Rodrigo Leão que é pesquisador da Universidade Federal do Rio de Janeiro e na sequência o Adriano Pires, ele é diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura (PRIMEIRA PÁGINA, 2022).

No trecho acima, o âncora do Primeira Página deixa evidente que a reportagem sobre a importação de petróleo fora exibida pelo Jornal Nacional e está disponível para visualização no site do Grupo Globo, o G1. Esta adaptação da reportagem original da emissora de TV para o rádio, porém, vem acompanhada de deficiências.

No rádio, dada a sua natureza exclusivamente sonora, não há a possibilidade de inserção do GC<sup>135</sup> na tela, característica comum da TV, o que impede, por exemplo, de se identificar os personagens que estão concedendo entrevista. Na análise, observa-se que durante a transição da sonora das fontes, não há um *off* do repórter ou mesmo do âncora do programa radiojornalístico realçando a transição dos entrevistados, o que tende a deixar o ouvinte confuso diante da abrupta alteração do timbre de voz.

Por fim, as **entrevistas** muito comuns no radiojornalismo do interior não se mostraram tão significativas no conteúdo analisado, embora como já destacado anteriormente elas fossem observáveis com maior ênfase no período eleitoral. Ao todo, as **entrevistas** totalizaram 2% de todo o conteúdo veiculado no radiojornalismo sul-mato-grossense e apresentaram o mesmo percentual médio em todas as rádios investigadas. Em geral, as entrevistas no radiojornalismo correspondem a uma conversa entre âncora do radiojornal e fontes entrevistadas, seja no intuito de extrair informações sobre fatos e acontecimentos ou mesmo para emissão de opinião.

<sup>134</sup> Reportagem disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/03/14/apesar-de-ser-produtor-brasil-precisa-importar-petroleo.ghtml>. Acesso em: 06 dez. 2022.

<sup>135</sup> Os GCs, correspondem aos créditos exibidos na tela da TV no qual são destacados os nomes dos entrevistados, do repórter, legendas, dentre outros.

Entre outubro de 2021 e maio de 2022, período que antecedeu as eleições gerais de 2022, o *Espaço Aberto* da Grande FM entrevistou os principais pré-candidatos a presidente da República: Jair Bolsonaro (23/07/2021), Luís Inácio Lula da Silva (14/10/2021), Ciro Gomes (31/01/2022), Felipe D'ávila (11/02/2022), Simone Tebet (02/05/2022).

A iniciativa, considerada inédita para uma rádio no interior de Mato Grosso do Sul, chamou a atenção pela capacidade de articulação da equipe de jornalismo da emissora junto às assessorias dos pré-candidatos e demonstrou, inclusive, que o rádio de proximidade pode trazer discussões de âmbito nacional para o território local e seu entorno ao se aproveitar das potencialidades dos canais multiplataformas, uma vez que as entrevistas se deram de forma remota.

Por fim, o formato radiofônico **comentário** sagrou-se observável de forma unânime no conteúdo jornalístico de todos os programas jornalísticos avaliados nesta tese. Ainda que não tenha sido mensurável quantitativamente, os comentários nesta pesquisa se apresentaram como narrativas complementares ao conteúdo jornalístico veiculado nos radiojornais avaliados. A emissão de comentários pelos âncoras dos radiojornais, é uma característica que acompanha o radiojornalismo ao longo do tempo e no rádio de proximidade sul-mato-grossense, sobretudo, possui uma peculiaridade: ajudar as audiências a compreender o fato noticiável a partir da interpretação dos apresentadores dos programas jornalísticos.

O comentário vem exatamente de alguém que já sabe o conteúdo daquela notícia que está sendo dada e consegue, através de um linguajar popular, levar para quem está ouvindo, a explicação mais correta a respeito dos fatos. Às vezes, a gente fala de determinada decisão, por exemplo, judicial que, para o ouvinte, ele, não entende do que se trata. Quando você traz: “olha essa decisão vai impactar isso e isso na sua vida”, então esse comentário ele vem, exatamente, no sentido de enriquecer a notícia que está sendo dada e colaborar para que quem esteja ouvindo, compreenda aquela informação que foi repassada antes (SILVA, 2022, informação verbal).

Além de complementar informações e auxiliar as audiências na compreensão do que tem sido noticiável, o comentário dos âncoras dos programas jornalísticos se configura, em certa medida, numa estratégia de formar opinião pública. Na pesquisa de campo, jornalistas e apresentadores entrevistados reconheceram que o rádio de proximidade sul-mato-grossense tem incorporado, cada vez mais, a estratégia de emitir comentários nos programas jornalísticos diários, a exemplo do que já tem se tornado comum em telejornais de circulação nacional.

O *Primeira Página*, por exemplo, conta com comentarista fixo nas edições diárias. O professor de Direito Internacional, Tercio Albuquerque, tece inúmeros comentários sobre

matérias veiculadas nas editorias de política, economia e internacional ao longo do radiojornal. Nas edições analisadas, observou-se comentários opinativos sobre os seguintes assuntos: Guerra na Ucrânia, janelas partidárias, congelamento do ICMS dos combustíveis, regulação do 5G em Campo Grande, importação de petróleo refinado, dentre outros.

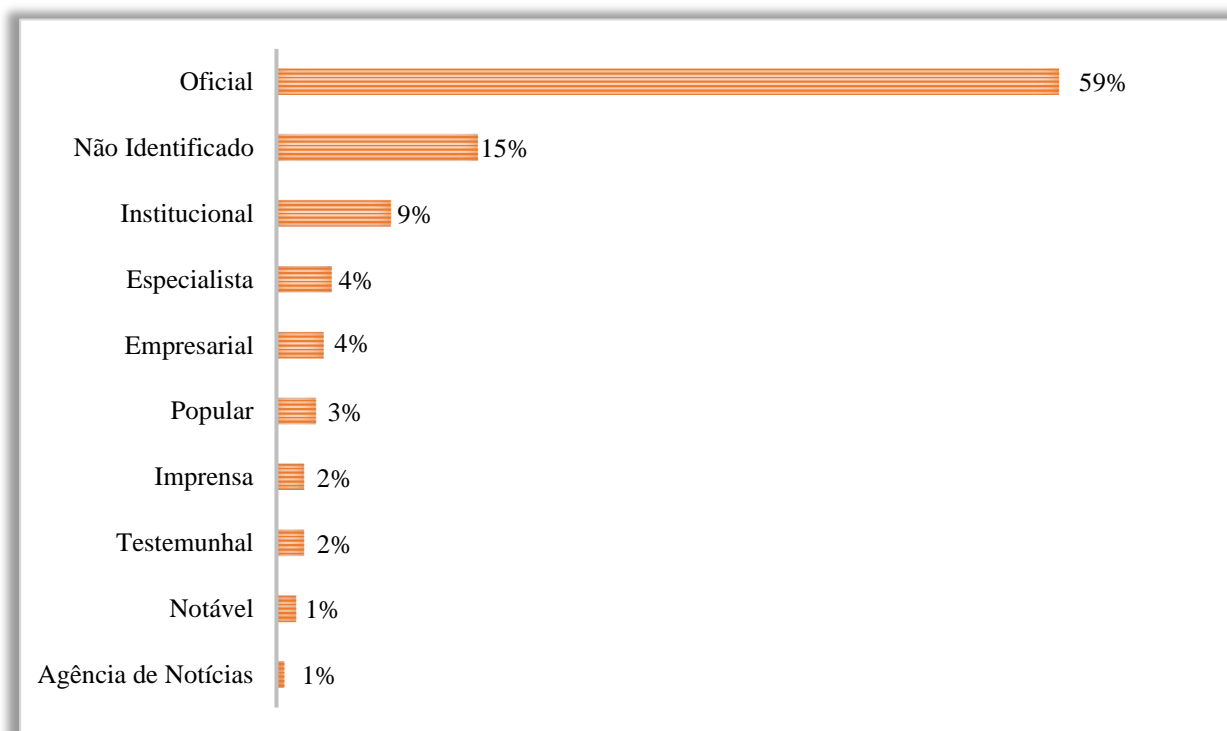
No *Espaço Aberto*, observou-se que o tom opinativo se materializa, por certas vezes, com a divergência de posicionamento entre os jornalistas que compõem a bancada diária. Dentre os radiojornais avaliados, o programa da Grande FM está entre os que apresentam o caráter interativo com as audiências de forma mais evidente. Neste sentido, observa-se que o contraditório tem espaço reservado no quadro denominado *Na boca do Povo* em que os ouvintes interagem com os apresentadores, manifestando sua opinião sobre a enquete do dia e sobre problemas corriqueiros relacionados à prestação de serviço público que afetam o território de proximidade. Nos demais radiojornais avaliados, a participação dos ouvintes é limitada e, em geral, são os denominados “alôs” encaminhados por redes sociais e filtrados pelos apresentadores.

#### 8.4.5 As fontes de informação consultadas

O **quinto e último indicador de análise** do conteúdo veiculado no radiojornalismo sul-mato-grossense, busca identificar as principais **fontes** de informação selecionadas na construção das matérias dos radiojornais estudados, e podem ser considerados fatores determinantes da qualidade jornalística. As fontes aqui categorizadas correspondem a sujeitos observados ou entrevistados por jornalistas durante o processo de construção da notícia, que sejam capazes de fornecer informações e que se encontrem na posição de membros ou representantes de grupos sociais (WOLF, 1999).

Este indicador de qualidade do radiojornalismo, portanto, se difere do item **origem da informação** já amplamente analisado anteriormente. Ainda que um percentual significativo de conteúdo proveniente de outros veículos tenha sido identificado no radiojornalismo de Mato Grosso do Sul, a categorização das fontes, nesta etapa de análise, buscou avaliar os personagens agendados como fontes de informação, independentemente do veículo de origem.

Desta forma, a categorização das fontes está alicerçada no referencial teórico proposto por Chagas (2020), pesquisador que tem se debruçado na compreensão das fontes agendadas pelo radiojornalismo brasileiro a partir da pluralidade e diversidade em seu conteúdo. O pesquisador sintetiza a classificação das fontes em: oficiais, empresariais, institucionais, testemunhais, populares, especialistas e notáveis.

**GRÁFICO 20** – Fontes de informação agendadas no radiojornalismo de MS

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Na AC desenvolvida nos radiojornais avaliados, considerou-se como fontes oficiais os representantes dos poderes executivo, legislativo e judiciário de diversos âmbitos territoriais, que corresponde a 59% da amostragem total, conforme pode ser observado no Gráfico 20. O índice expressivo de fontes oficiais presentes na narrativa jornalística do radiojornalismo de proximidade comprova a percepção de Chagas (2020) ao investigar o radiojornalismo em consagradas emissoras brasileiras de rede nacional: CBN e Band News. O oficialismo das fontes, no entanto, é mais evidente no *Difusora Notícia* chegando a 75% das UR analisadas. O *Primeira Página*, por outro lado, é o radiojornal que menos se observa a presença de fontes oficiais (43%), ainda que este tipo também seja expressivo nesta emissora.

O gráfico revela também um percentual significativo de fontes categorizadas como não identificáveis (15% da amostragem). Em geral, foram predominantes em notas curtas lidas pelos apresentadores do radiojornal ou mesmo repórteres, cuja informação veiculada foi construída a partir da extração de dados constante em bases diversas. São informações sobre partidas de futebol, previsão do tempo, indicadores econômicos, sorteios de loterias e até mesmo boletins de vacinação e relativos à pandemia no qual não foram ouvidas fontes de informação.

As fontes institucionais estão presentes em 9% das matérias analisadas e correspondem segundo Chagas (2020), a organizações não governamentais, movimentos sociais e sindicatos. Esta tese optou por acrescentar nesta categoria, associações e entidades paraestatais do terceiro setor a exemplo do Sistema S, cujas entidades possuem grande penetração no território de Mato Grosso do Sul. O radiojornal que mais recorre a fontes institucionais é o *Primeira Página* (28%), em contraponto ao *Difusora Notícias* (6%) e ao *Estúdio 91* (7%).

Representando apenas 4% da amostragem total, estão matérias jornalísticas que recorreram a fontes especialistas e empresariais. O número de especialistas ouvidos pelo radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense é ínfimo quando se considera que 20% do conteúdo veiculado abordava questões de saúde pública. Como já destacado anteriormente, o período analisado compreende uma situação de pandemia de Covid-19 em nível global, o que exigiu do jornalismo profissional, consulta a fontes especialistas capazes de informar e trazer orientações com credibilidade no desdobramento de pautas relacionadas à saúde.

A situação é ainda mais crítica nos programas *Estúdio 91* e *Difusora Notícias*, em que não se observou no conteúdo do período recortado, a participação de fontes especialistas na construção das matérias jornalísticas veiculadas. O *Primeira Página* da Morena FM é o radiojornal onde as fontes especialistas tiveram destaque no conteúdo analisado, identificadas em 10% das UR analisadas, comprovando que a emissora da RMC, por estar sediada na capital do estado e integrar um conglomerado de comunicação, prioriza a informação jornalística mais bem estruturada no radiojornal diário.

As fontes populares foram agendadas em apenas 3% do conteúdo veiculado nos radiojornais analisados e dizem respeito a sujeitos comuns vítimas da criminalidade, ou pessoas afetadas por problemas da localidade, diante da escassez de ações de políticas públicas no território de proximidade.

O baixo percentual de populares ouvidos pelo rádio sul-mato-grossense traz à tona duas questões: o silenciamento das audiências nos reclames de seus direitos enquanto agentes da cidadania e a inexistência da pluralidade e diversidade de vozes nas narrativas diárias, o que demonstra que nem mesmo o cenário de possibilidades multiplataformas, asseguradas pelas tecnologias de comunicação, é capaz de fomentar ou ampliar a capacidade interativa do rádio, como vislumbrava Bertolt Brecht (2005).

Dentro do arcabouço teórico proposto por Chagas (2020), observou-se a presença irrisória de fontes testemunhais (2%) e notáveis (1%) nos programas jornalísticos analisados. As testemunhais, conforme o autor, diz respeito a “personagens que presenciaram acontecimentos com valor-notícia”. Já os notáveis correspondem a “celebridades, artistas,

esportistas que desempenham ou desempenharam atividades de grande reconhecimento social” (CHAGAS, 2020, p.57).

No rádio de proximidade, a definição de notabilidade é restrita ao reconhecimento social concedido pelos habitantes do território local, a partir da proeminência que os sujeitos conquistam para além do território de pertencimento. Neste sentido, atletas e desportistas que se destacaram em competições nacionais e estaduais, duplas sertanejas formadas localmente que raramente conseguem visibilidade da grande imprensa, modelos e até mesmo profissionais de inúmeras áreas projetados para além dos limites do território, são considerados pela mídia de proximidade como fontes notáveis de informação, do rádio ao jornal *online* local.

Por fim, duas propostas de categorização não previstas por Chagas (2020) e encontradas na AC do conteúdo do radiojornalismo sul-mato-grossense são agências de notícia (1%) e a imprensa (2%) que congregam diversos canais de mídia. Wolf (1999, p.102) considera as agências de notícias como “a fonte mais notável de materiais noticiáveis”. Para o autor, estas fontes eram consideradas “anônimas”, por raramente serem reportadas como originárias da informação no rádio e na TV. No conteúdo analisado no radiojornalismo sul-mato-grossense, agências como fontes de informação foram identificados apenas no *Espaço Aberto* da Grande FM.

A AC revela também, que o *Primeira Página* da Morena FM, é o único radiojornal analisado no qual, em uma mesma UR, se observou a recorrência a mais de um tipo de fonte de informação. Em sete matérias veiculadas no programa, que corresponde a 10% das UR, se observa a multiplicidade a partir da combinação de fontes oficial e testemunhal (uma); especialista e institucional (duas); especialista e popular (uma); empresarial e institucional (uma); institucional, oficial e popular (uma); empresarial, institucional e oficial (uma).

A diversidade de fontes, em parte do conteúdo jornalístico veiculado no *Primeira Página*, ainda que diminuto, se torna um diferencial da Morena FM perante as demais emissoras analisadas, sendo este um dos pilares na mensuração de qualidade no conteúdo jornalístico. Embora a diversidade de fontes seja algo desejável no radiojornalismo, a AC demonstra que em Mato Grosso do Sul, ainda está aquém do necessário.

## 8.5 A QUESTÃO MULTIPLATAFORMA

O rádio de proximidade em Mato Grosso do Sul também está em busca de se tornar hipermidiático e expandido conforme as proposições de Lopez (2010) e Kischinhevsky (2016). Além de abranger os territórios locais e regionais, respeitando as limitações das tradicionais

ondas hertzianas, as emissoras sul-mato-grossenses, na modalidade comercial, integram o ecossistema midiático contemporâneo estando cada vez mais imersas no ambiente multiplataforma. Neste aspecto, além de manter a narrativa sonora tradicional formada por voz, música, efeitos e silêncio, buscam remediação no ambiente digital e entrega as audiências elementos parasonoros, tais como “imagens, vídeos, gráficos, links para blogs e toda uma arquitetura de interação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.133).

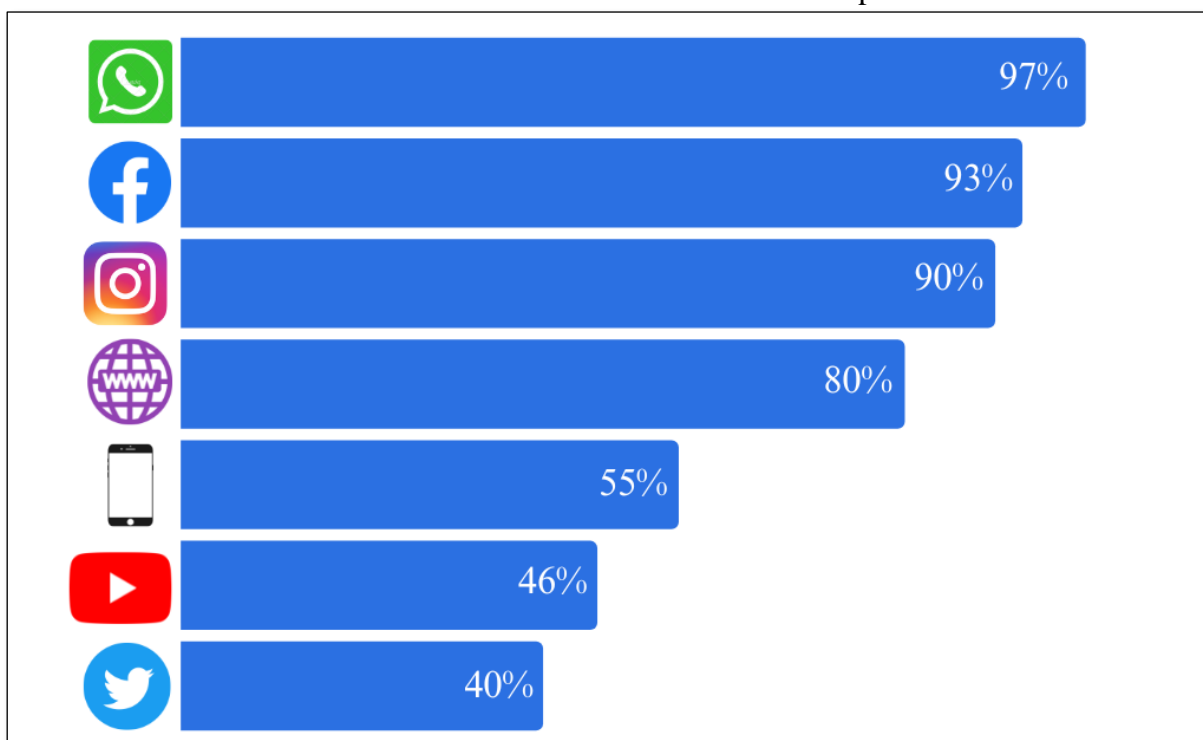
A adoção de estratégias neste sentido tem como pano de fundo o veloz crescimento das audiências no ambiente digital. Dados do *Digital 2023 Global Overview Report* mostram que no Brasil mais de 181 milhões de pessoas estão conectadas à internet, atingindo uma taxa de penetração de 84,3%, dentre os quais 152,4 milhões configuram-se em usuários de redes sociais, o equivalente a 70,6% da população total. Outro dado relevante do relatório diz respeito ao uso de dispositivos móveis que alcançou 221 milhões conexões ativas em 2023, atingindo 102,4% da população brasileira, dentre os quais 93% possuem conexões acima do 3G (DATA REPORTAL, 2023).

Como as emissoras de rádio reconhecem que não há espaço para rivalizar com o ambiente digital, o plano traçado prevê a imersão gradativa nas redes sociais a fim de potencializar as respectivas marcas, explorando novos nichos de audiência a partir da oferta de conteúdo para além da onda emitida pela antena tradicional. Para se ter uma noção da abrangência que as redes sociais possuem no Brasil, dados do *Global Overview Report* apontam que há 109 milhões de usuários no *Facebook*, 142 milhões no *YouTube*, 113 milhões no *Instagram*, 82 milhões no *Tik Tok* e 24 milhões no *Twitter*.

Por este motivo, além de transmitirem simultaneamente sua programação em sites próprios ou portais de hospedagem agregadores de conteúdo, as emissoras têm adotado estratégias mercadológicas na tentativa de capturar novos públicos de audiência, sobretudo os jovens situados na faixa etária dos 25 aos 34 anos que lideram o ranking de usuários da plataforma Meta que agrupa o *Facebook*, *Instagram* e *Messenger*. Soma-se a isso a possibilidade de interconexão e compartilhamento de conteúdo jornalístico (NAPOLI *et al.*, 2016).

Neste sentido, durante a etapa da cartografia realizada no primeiro semestre de 2022 para inventariar dados preliminares das rádios de Mato Grosso do Sul, pôde-se observar também as principais ferramentas tecnológicas adotadas por estas emissoras no ambiente multiplataforma. Além de portais institucionais próprios, as emissoras recorrem ao *WhatsApp* para interação com as audiências, e mantém perfis em redes sociais a exemplo do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*, conforme pode ser observado no Gráfico abaixo:

GRÁFICO 21 – Rádios de MS no ambiente multiplataforma



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp* é predominante em 97% das rádios comerciais de Mato Grosso do Sul. A ferramenta de interação *online* através de smartphones, aproxima as audiências dos programas radiofônicos, pois a partir dele, os ouvintes podem encaminhar mensagens de textos, bem como imagens, áudios e vídeos. De um modo geral, o aplicativo é predominante no rádio de proximidade não somente pela sua praticidade, mas principalmente por dispor de recursos de fácil acesso, se tornando, atualmente, a principal ferramenta de interação entre locutores e audiências.

De acordo com Kischinhevsky (2016, p.55), o *WhatsApp* no rádio permite formar uma rede de ouvintes “claramente identificáveis, que podem não apenas opinar sobre temas do momento, mas também colaborar com a produção jornalística, prestando informações voluntariamente ou auxiliando na circulação dos conteúdos veiculados online e offline”.

Em Mato Grosso do Sul, 93% das emissoras de rádio possuem páginas ou perfis no *Facebook*. Esta plataforma funciona como um sítio institucional onde a emissora pode detalhar as informações institucionais tais como endereço, telefone, horário de funcionamento, e-mail, além de possibilitar a inserção de hiperlinks de acesso a outras plataformas da própria rádio, a exemplo do *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *WhatsApp*.

No *Feed* de Notícias, é possível efetuar a publicação de texto e imagens, compartilhar links com conteúdo jornalístico do site institucional da emissora, além de permitir a veiculação de conteúdo audiovisual com a transmissão da programação radiofônica neste ambiente *online*. Para assegurar a interação, as emissoras podem recorrer ao *Messenger*, uma espécie de sala de bate-papo *online* que permite a troca de mensagens privadas entre os seguidores e os administradores que têm acesso à página da rádio. Para que a emissora amplifique o alcance de seu conteúdo na plataforma, elas contam com o engajamento das audiências através de curtidas e compartilhamento de publicações.

Outra rede social bastante utilizada pelas rádios comerciais de Mato Grosso do Sul é o *Instagram*. Ao todo, 90% das rádios inventariadas possuem perfil nesta plataforma. Inicialmente criado para publicação de fotografias por meio de um dispositivo móvel, remediando o modelo dos clássicos fotoblogs da web, o *Instagram* possui atualmente uma série de novos recursos, alguns, inclusive, incorporados de outras redes sociais.

Dentre as principais possibilidades desta rede, está a publicação de fotos e vídeos fixos na grade de exibição do perfil, a publicação de fotos e vídeos com duração limitada a um dia na linha do tempo por meio de *stories*, uma adaptação do aplicativo cada vez mais em desuso no Brasil, o *Snapchat*; bem como a publicação de vídeos nos denominados *reels*, uma reprodução fiel da principal característica da plataforma chinesa, *Tik Tok*<sup>136</sup> cuja ênfase remete a vídeos de curta duração.

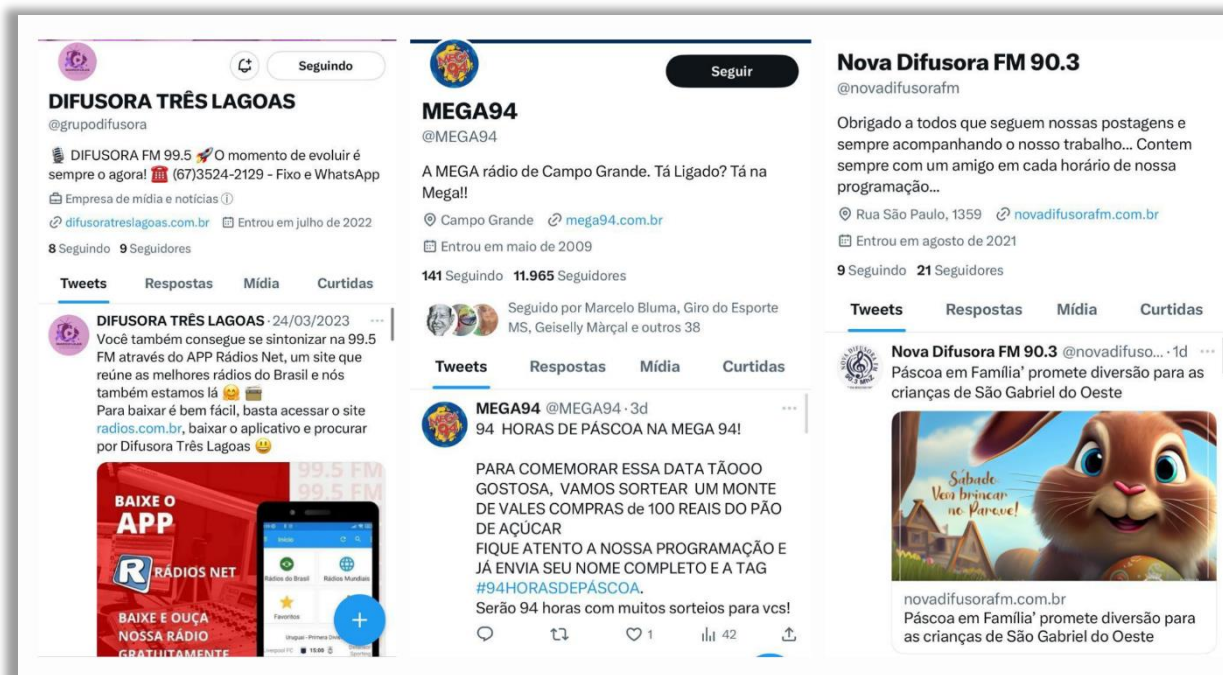
O micro blog *Twitter* ainda é uma rede social pouco usada no rádio sul-mato-grossense. Embora observável em 40% das estações cartografadas, apenas três emissoras dentre as 46 que possuem conta nesta plataforma, mantêm atualização semanal de forma regular: Mega 94 de Campo Grande, Difusora FM de Três Lagoas e Nova Difusora FM de São Gabriel do Oeste.

A maioria das emissoras apenas criou a conta e a mantém inutilizável ao longo dos anos. Por se tratar de uma plataforma em que o elemento predominante é o texto (limitado a 140 caracteres), é pouco atrativo para rádios generalistas cujo enfoque perpassa pelo entretenimento e outros gêneros radiofônicos. No *Twitter*, as emissoras que atualizam de forma regular, buscam compartilhar *links* de notícias publicadas em seus portais oficiais ou publicam chamadas curtas para que os “*twitteiros*” acompanhem a programação do dia e interajam com locutores durante a programação por meio das *hashtags*.

---

<sup>136</sup> Diante da proporção desta pesquisa no inventário das emissoras de rádio no ambiente multiplataformas, optou-se por excluir deste levantamento as estações imersas na rede social *Tik Tok*, que poderá ser incorporada em investigações posteriores deste pesquisador.

**FIGURA 11** – Emissoras que mantêm regularidade no Twitter

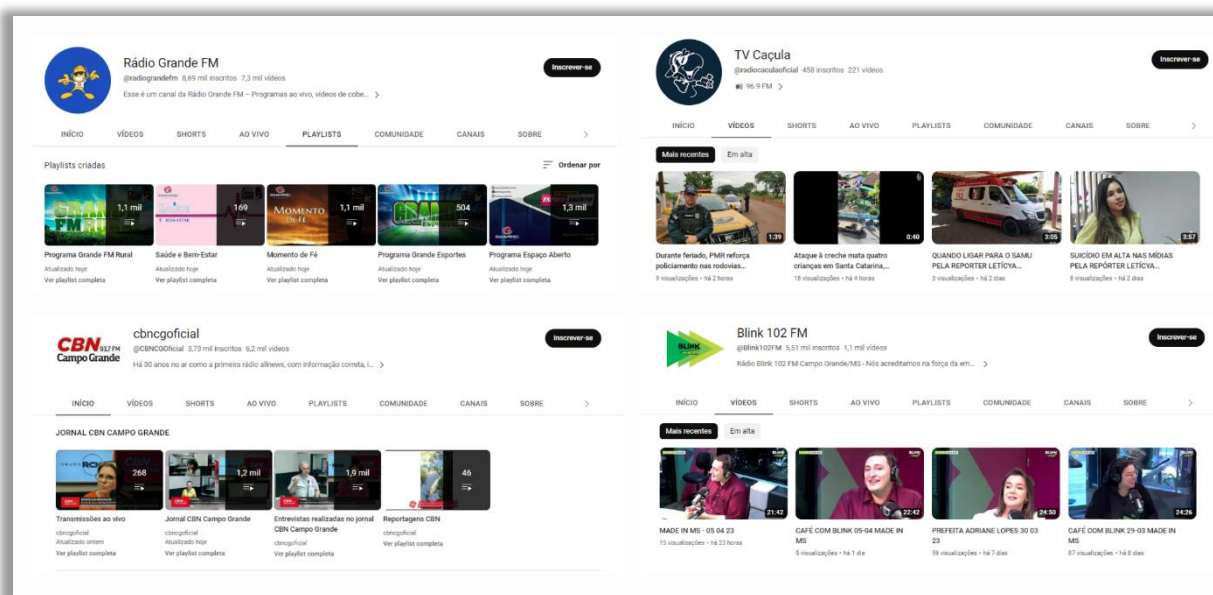


**Fonte:** Interface capturada das respectivas emissoras no *Twitter* (2023).

A plataforma *YouTube*, criada inicialmente como canal para veiculação de conteúdo em áudio e vídeo *on demand*, tem sido adotada por 46% das rádios de Mato Grosso do Sul. Da mesma maneira que as emissoras que estão no *Twitter*, 67% destas estações estão inativas no *YouTube* ou não possuem regularidade de publicação em seus respectivos canais. Há cinco emissoras, por exemplo, que nunca postaram conteúdo algum na plataforma: Transa Hits de Corumbá, 94 FM de Dourados, Nova FM de Pedro Gomes, Rádio Liberdade FM de Paranaíba, e Band FM de Três Lagoas.

Dentre as emissoras que possuem atualização semanal de modo regular estão: CBN e Blink 102 de Campo Grande; Grande FM de Dourados e Caçula FM de Três Lagoas, conforme Figura 12. Além da transmissão simultânea dos programas na plataforma em áudio e vídeo com imagens direto dos estúdios, as emissoras buscam criar *playlists* por programa que ficam arquivados na plataforma, uma estratégia de assegurar a memória que possibilita aos internautas recuperar o áudio veiculado anteriormente para acesso sob demanda (KISCHINHEVSKY, 2016).

**FIGURA 12 – Emissoras com performance considerável no YouTube**



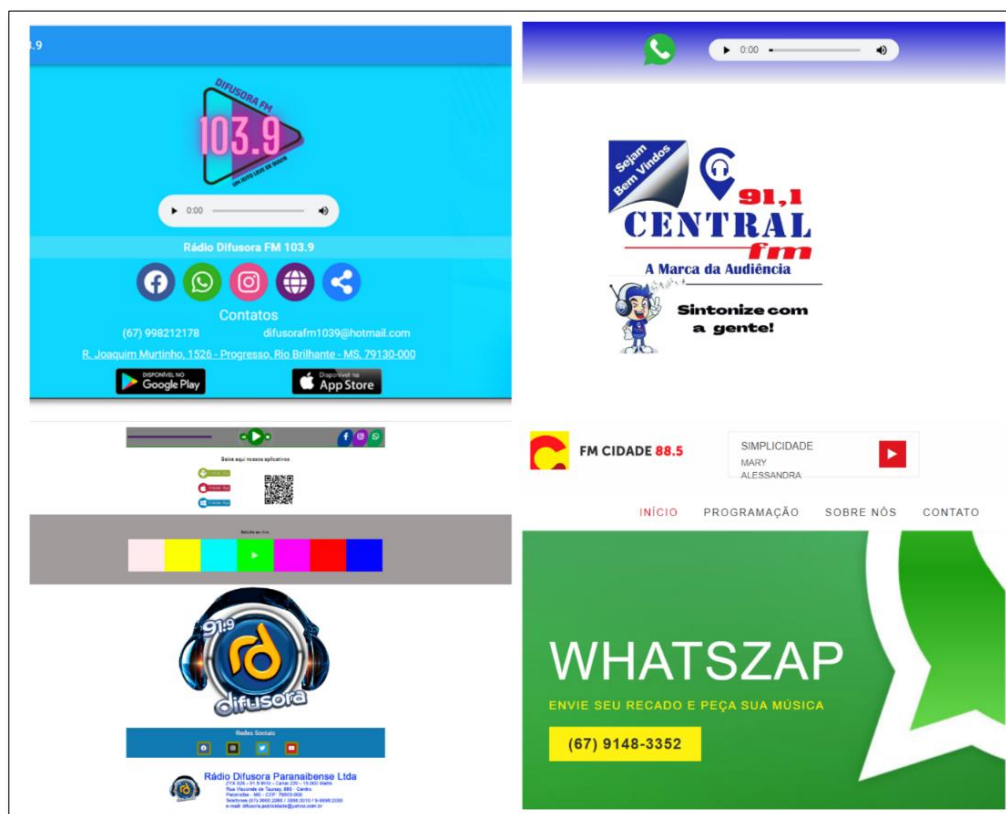
**Fonte:** Interface capturada das respectivas emissoras no *YouTube* (2023).

Em que pese as emissoras comerciais de Mato Grosso do Sul tenham aderido de forma significativa ao ambiente multiplataformas, nota-se que uma parcela significativa busca investir em iniciativas próprias no ambiente digital como a criação de sites institucionais (80% das rádios), bem como aplicativos para dispositivos móveis (55% das estações).

O número inferior de emissoras com sites e aplicativos institucionais para *smartphones* em relação ao total de perfis identificados no *Facebook*, está associado ao custo de manutenção e hospedagem dos domínios na web, custos estes praticamente inexistentes ou apenas indiretos, para manter os perfis ativos em redes sociais. Soma-se a isso os portais agregadores de transmissão da programação na web: *Rádios.Com* e *Tudo Rádio*, no qual as rádios que não possuem site próprio buscam remediar sua programação das ondas hertzianas.

O *layout* e as funcionalidades das páginas próprias na web destas emissoras apresentam caráter heterogêneo, sendo que as possibilidades de conteúdo ofertadas dependem da estrutura empresarial da emissora, que perpassa pelo número de profissionais engajados na atualização dos portais e redes sociais, bem como na estruturação da interface dos sítios. Em síntese, a partir da cartografia realizada nos sites das emissoras de Mato Grosso do Sul, observou-se que a retransmissão simultânea da programação veiculada no tradicional rádio de antena na internet é unânime nos portais explorados.

**FIGURA 13** – Layout das páginas da web de emissoras de Rádio de MS



**Fonte:** Capturado dos portais na web das emissoras pelo autor (2023).

Nesta pesquisa, conforme consta na Figura 13, observou-se que boa parte dos sites das estações de rádio apresentam estrutura rudimentar, estando ausentes informações cruciais como a história da rádio, grade de programação, locutores, *podcasts*, notícias, arquivo dos programas, ainda que este não seja, um cenário unânime. Há sites de emissoras que disponibilizam ícones que redirecionam os ouvintes-internautas para as redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, bem como *WhatsApp*, deixando evidente ser este o canal sugerido para interação entre audiências e os locutores em detrimento de formas tradicionais como o telefone convencional.

### 8.5.1 Percepções em meio a um cenário digital

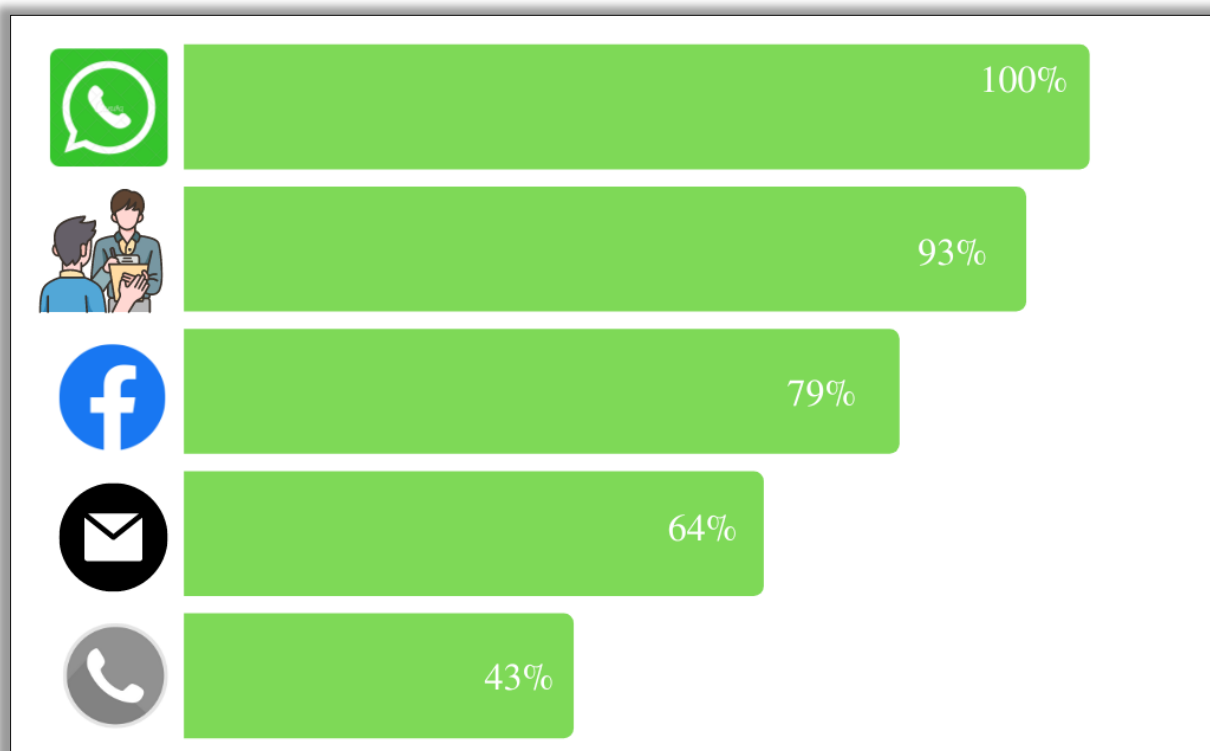
Consolidado o inventário das principais ferramentas digitais observáveis na pesquisa cartográfica desenvolvida para esta tese, o contexto multiplataforma no qual as emissoras estão imersas também foi objeto de investigação na pesquisa de campo. Durante a aplicação do questionário estruturado em 16 estações de rádio sul-mato-grossenses, o ambiente multiplataforma apareceu nos indicadores relativos à estrutura das emissoras, nas rotinas

produtivas do conteúdo jornalístico e, também, nas formas de interação e na mensuração dos níveis de audiência.

No nível estrutural, os radiodifusores entrevistados foram indagados sobre a presença de produtores de conteúdo para redes sociais no quadro de colaboradores. Neste aspecto, 13 emissoras afirmaram possuir profissionais para atender à demanda de criação de conteúdo genuíno para as redes sociais, totalizando 81% do conjunto representativo, ante 3 emissoras referente a 19% que afirmaram não contar com esse perfil de profissional. Cabe ressaltar aqui, porém, que estas funções são exercidas de forma concomitante, conforme já amplamente destacado anteriormente, ou ainda correspondem a profissionais terceirizados de outras organizações que prestam serviço de atualização das redes sociais para as emissoras.

A fim de avaliar de que maneira as ferramentas multiplataformas contribuem no processo de produção jornalística durante as rotinas produtivas, observou-se que as redes sociais têm sido adotadas na estratégia de contato junto às fontes. Aplicativos de mensagens instantâneas como *WhatsApp* e *Telegram* foram citados unanimemente pelas rádios que participaram do questionário estruturado, totalizando 100% das respostas.

**GRÁFICO 22** – Formas de contatar as fontes nas rotinas produtivas



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

O gráfico 22 revela que das 93% das emissoras optam por manter o repórter no palco dos acontecimentos ao afirmarem preferir preservar o contato presencial com as fontes de informação, algo inobservável, porém, no conteúdo jornalístico avaliado no subcapítulo anterior, no qual a AC revela que prevaleceram matérias jornalísticas lidas e comentadas de outros veículos de informação. Soma-se a isso, a estrutura deficiente no tocante ao número de profissionais em atividade no departamento de jornalismo, o que inviabiliza o repórter no palco dos acontecimentos, e contrapõe a afirmação dos radiodifusores.

Demais redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Messenger* foram apontadas por 79% das emissoras como principal canal de contato junto às fontes jornalísticas. O correio eletrônico e o telefone convencional surgem em menor número, sendo apontados por 64% e 43% das rádios investigadas, uma evidente constatação de que a ruptura tecnológica tem afetado as redações na medida em que canais de comunicação, atualmente consideradas “analógicos”, têm sido relegados a segundo plano nas rádios investigadas.

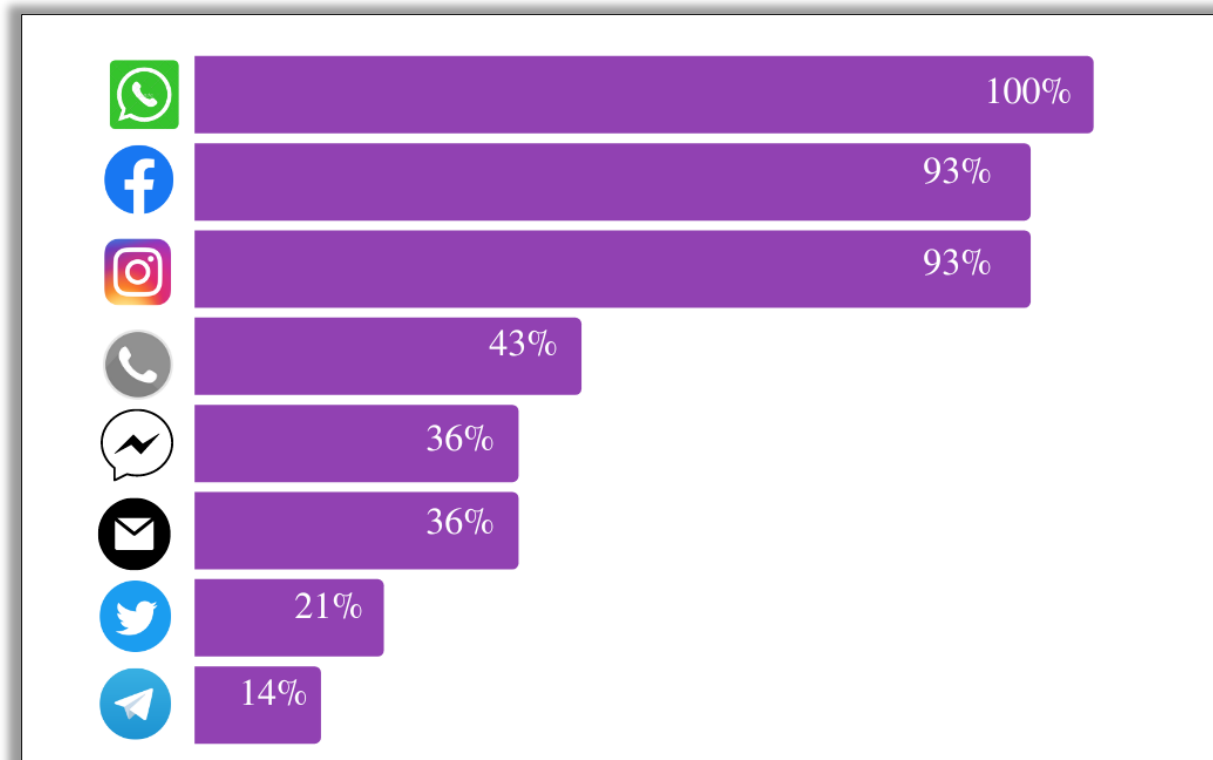
No indicador interação, esta pesquisa buscou identificar os principais canais de participação adotados pelas audiências para entrar em contato com radialistas, âncoras e jornalistas dos programas de informação. Este indicador, tem importância significativa para os estudos do meio rádio, pois a interação, na concepção utópica de Bertolt Brecht, “constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de emitir, mas também de receber. O ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar” (BRECHT, 2005, p.42)

De acordo com o Gráfico 23 a seguir, o *WhatsApp* é a ferramenta predominante na interação entre as audiências e as emissoras pesquisadas totalizando 100% do conjunto. A vantagem desta ferramenta é a possibilidade de leitura no ar das mensagens recebidas de forma instantânea, ou mesmo a reprodução das notas de áudio com a voz dos próprios ouvintes.

Na sequência, vem o *Facebook* e o *Instagram* com 93% de menções, e o resistente telefone fixo convencional com 43% de menções. Chama a atenção o número significativo de emissoras que consideraram o telefone como canal de interação junto às audiências. Em rádios do interior, por exemplo, esta ferramenta ainda mantém apelo popular e cultural.

Durante a pesquisa de campo, constatou-se na Rádio Alvorada de Itaporã que o telefone convencional ainda é predominante na interação com as audiências, sobretudo de comunidades rurais. Os pedidos musicais e os recados são anotados de forma manual numa folha de papel para que o locutor interaja durante os blocos musicais do programa. Em menor número, estão os seguintes canais de interação: *Messenger* e e-mail (36% cada), *Twitter* (21%) e *Telegram* (14%).

GRÁFICO 23 – Principais canais de interação nas rádios de MS



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

No tocante aos instrumentos adotados pelas emissoras de Mato Grosso do Sul para aferir a audiência, os radiodifusores apontam as redes sociais e demais elementos multiplataformas como preponderantes para acompanhar o nível de penetração junto ao público, uma evidente constatação de que estes empresários reconhecem a importância que os canais multiplataformas possuem frente aos modelos de negócio estabelecidos no ramo da Comunicação.

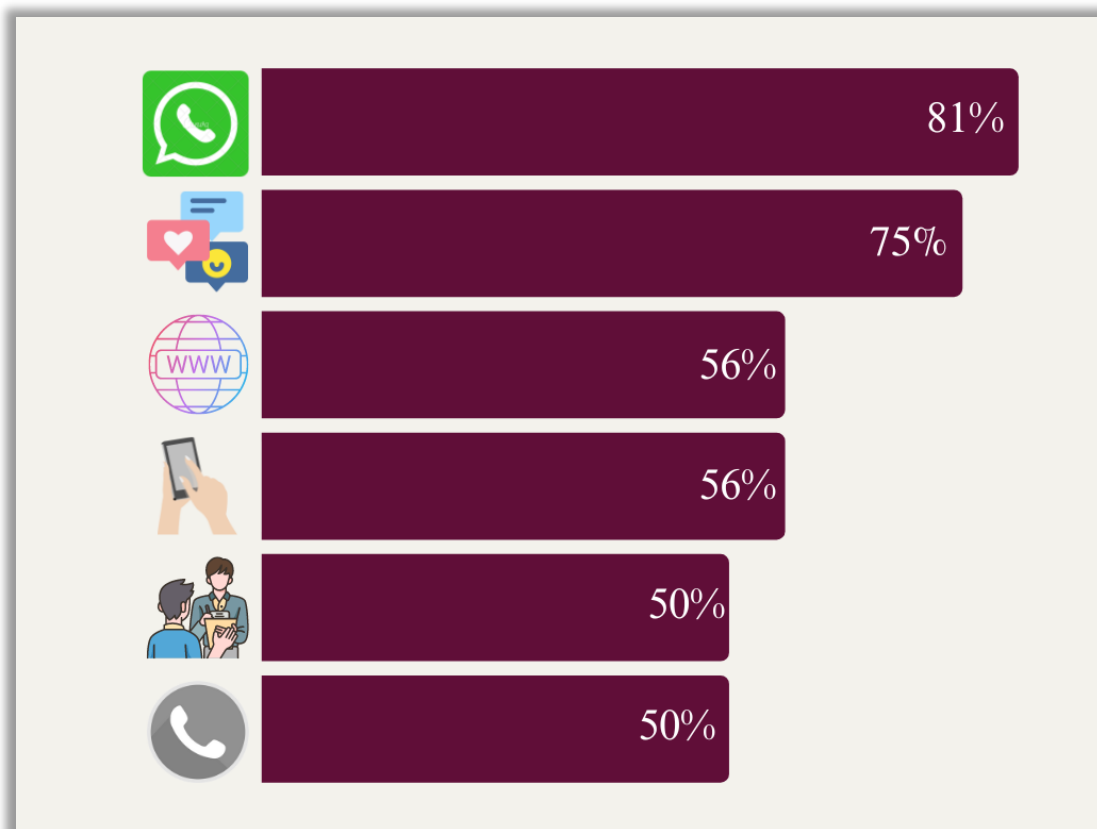
Conforme está demonstrado no Gráfico 24, 81% das emissoras apontam o *WhatsApp* como indicador de alta penetração das rádios junto aos públicos. Durante a pesquisa de campo, alguns locutores e jornalistas entrevistado faziam questão de exibir o número de mensagens diárias que recebiam dos ouvintes.

Houve situações em que o total de mensagens encaminhadas pelos ouvintes ultrapassou a marca de mil, um número considerável, principalmente em rádios de cidades do interior no qual condições econômicas, sociais e tecnológicas se tornam limitadores para o acesso à internet móvel. Outras redes sociais foram apontadas por 75% das rádios como termômetro para aferir as audiências.

Em 56% das emissoras, o acesso a aplicativos para smartphones e páginas na internet foram mencionados como instrumento para medir o índice de audiência, ainda que os radiodifusores optassem por não considerar o âmbito territorial deste perfil de ouvinte, muitas

vezes, formado por emigrantes do território de origem para outras localidades que buscam manter o vínculo com suas raízes culturais e identitárias pela rádio de proximidade.

**GRÁFICO 24** – Instrumentos utilizados para medir a audiência



**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

Por fim, o Gráfico 24 demonstra que 50% das rádios investigadas ressaltaram medir o nível de audiência pelo telefone convencional, mesmo percentual que admitiu recorrer a pesquisas de audiência para este fim. Neste caso, as emissoras realizam a contratação de institutos especializados buscando medir o percentual de audiência, que auxilia na definição de estratégias de atuação frente à concorrência do mercado local, sob o aspecto de programação e publicitário.

### 8.5.2 Performance das rádios nas redes sociais

Reconhecendo as limitações de realizar uma análise qualitativa da performance das 91 emissoras de rádio de Mato Grosso do Sul no ambiente multiplataformas, buscou-se observar avaliar as mesmas emissoras selecionadas como corpus empírico na etapa de AC: Morena FM

de Campo Grande, Grande FM de Dourados, Avenida 91 de Aquidauana e Difusora FM de Três Lagoas.

Os resultados aqui dispostos, coletados no mês de março de 2023, mostram que a performance destas emissoras nas redes sociais, nem sempre estão relacionadas à estrutura que dispõem perante as demais que integram o ecossistema midiático nos territórios de proximidade. Foram avaliadas, de forma mais efetiva, a presença no *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, consideradas as principais plataformas no qual as rádios buscam ampliar sua narrativa.

**TABELA 6** – Performance das emissoras nas Redes Sociais

Variáveis das Plataformas	Avenida 91	Difusora FM	Grande FM	Morena FM
Seguidores no Facebook	6,4 mil	21 mil	36 mil	5,8 mil
Curtidas no Facebook	4,7 mil	14 mil	33 mil	5,3 mil
Seguidores no Instagram	2,2 mil	24,2 mil	66,9 mil	6,2 mil
Publicações no Instagram	150	1,1 mil	832	648
Inscritos no YouTube	-	142	8,6 mil	32
Vídeos no YouTube	-	51	7,3 mil	22
Visualizações no YouTube	-	1,5 mil	1 milhão 395 mil	1,6 mil

Fonte: elaborado pelo autor (2023)<sup>137</sup>.

A tabela 6 revela que a rádio **Grande FM de Dourados**, apresenta a melhor performance perante as demais nas redes sociais avaliadas. A emissora possui alto engajamento no *YouTube*, onde seu canal acumula mais de oito mil inscritos e contabiliza quase um milhão e meio de visualizações. O canal da emissora foi criado em fevereiro de 2008, o que pode justificar a consolidação nesta plataforma. Cabe destacar também a regularidade de atualização dos programas que são transmitidos de forma simultânea no *YouTube*<sup>138</sup> e posteriormente arquivados para acesso não instantâneo.

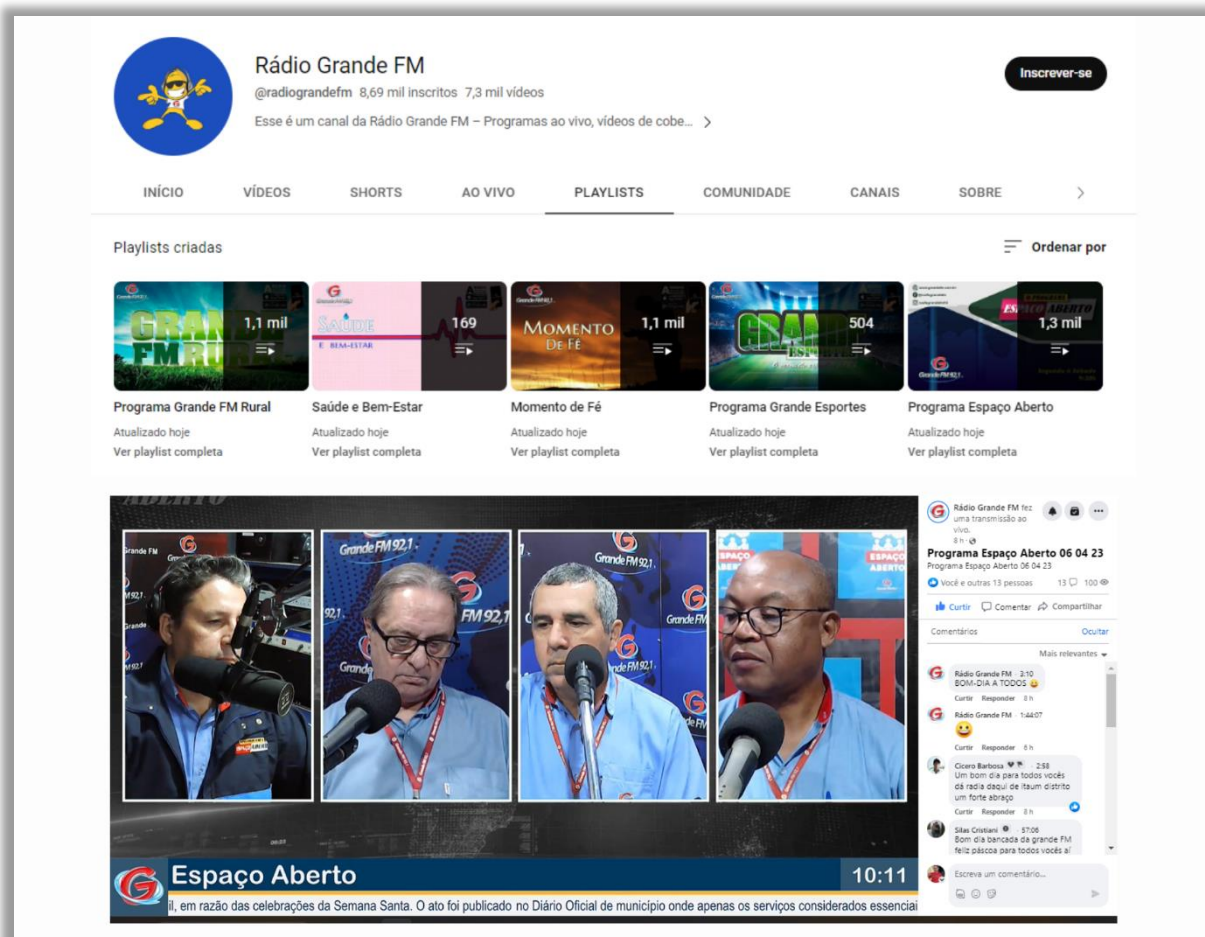
As *playlists* da Grande FM na plataforma encontram-se organizadas, o que facilita a busca por programas específicos. No canal do *YouTube*, pode se acessar os seguintes programas que são retransmitidos em áudio e vídeo nesta plataforma: *Grande FM Rural*, *Patrulha da Cidade*, *A hora da verdade*, *Grande Esportes*, *Espaço Aberto*, *Momento de Fé*, além dos

<sup>137</sup> Dados de março de 2023.

<sup>138</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@radiograndefm>. Acesso em: 11 abr. 2023.

podcasts exclusivos para as plataformas: *Saúde e bem-estar*, *Resenha da Grande*, *Papo de valor e Grande em Foco*.

**FIGURA 14** – Performance da Grande FM no YouTube e Facebook



**Fonte:** Interface capturada das redes sociais da emissora (2023).

No *Facebook*<sup>139</sup>, a emissora também possui performance consistente em número de curtidas e seguidores, este último indicador ultrapassando trinta mil usuários. Nesta plataforma, observa-se a presença efetiva de detalhes sobre a organização midiática como endereço, telefone, e-mail, hiperlinks que redirecionam para outras plataformas como *Instagram*<sup>140</sup>, *WhatsApp*, *YouTube* e site oficial.

As publicações se restringem às transmissões das *lives* dos programas e posts convidativos para acompanhar os programas da grade diária. Por outro lado, no *Instagram*,

<sup>139</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/radiograndefm>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>140</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/radiograndefm92/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

predominam posts de entretenimento e voltados para as promoções realizadas pela emissora como os sorteios de prêmios e brindes durante a programação musical.

No âmbito do jornalismo, as plataformas são utilizadas única e exclusivamente para remediar o conteúdo já transmitido no rádio *offline*. Não se observa, por exemplo, o compartilhamento de links de notícias, algo comum em emissoras que priorizam o conteúdo informativo em sua programação. A emissora é uma das poucas analisadas que possui produção de *podcasts* exclusivos disponíveis nas principais plataformas de *streaming* a exemplo do *Spotify*, *Google Podcasts*, *Deezer* e *Apple Podcasts*. Disponibiliza para os usuários, aplicativo exclusivo em *smartphones Android* e com tecnologia *IOS*.

**FIGURA 15** – Layout do site institucional da Grande FM



**Fonte:** Interface capturada do portal <https://www.grandefm.com.br> (2023)

No site oficial da Grande FM, conforme pode ser observado acima, o conteúdo jornalístico é inexistente no formato textual, estando restrito a seção de *podcasts* e arquivos no formato audiovisual do *YouTube*. Há links na página principal que redirecionam para o canal do *YouTube* onde pode ser acompanhado o programa que se encontra no ar de forma simultânea em formato audiovisual. O site conta ainda com informações institucionais, informações sobre o departamento comercial, dados de programação e locutores, bem como links de acesso aos múltiplos canais no ambiente multiplataformas.

Ainda que apresente perfil criado em junho de 2009 no *Twitter*<sup>141</sup>, a emissora não mantém regularidade na atualização desta plataforma. Durante a pesquisa cartográfica nesta

<sup>141</sup> Disponível em: <https://twitter.com/grandefm921>. Acesso em: 11 abr. 2023.

rede social, identificou-se que o último *tweet*, foi realizado em novembro de 2022 onde traz um post sobre o ex-presidente Jair Bolsonaro, fazendo seu primeiro pronunciamento público, após a derrota no segundo turno das eleições presidenciais de 2022.

A **Difusora FM de Três Lagoas** apresenta uma performance desejável no ambiente multiplataformas, sobretudo quando se leva em consideração os condicionantes estruturais da organização. Possui baixa adesão no *YouTube*<sup>142</sup>, mas demonstra sua capilaridade no *Facebook* com número significativo de curtidas e seguidores que totalizam 21 e 14 mil respectivamente.

A exemplo da Grande FM, mantém um conjunto de informações básicas nesta plataforma: endereço, telefone, e-mail e *hiperlink* para o site oficial. Mantém regularidade na transmissão de *lives* com a remedição dos programas veiculados no *dial* tradicional e reproduz as reportagens externas no formato audiovisual que são produzidas para os radiojornais da emissora. A equipe de jornalismo também utiliza o *feed* do *Facebook*<sup>143</sup> para o compartilhamento de *hiperlinks* de matérias jornalísticas publicadas no site oficial da rádio<sup>144</sup>, que são replicadas, também, no *Twitter*<sup>145</sup> da emissora, ainda que eventualmente.

---

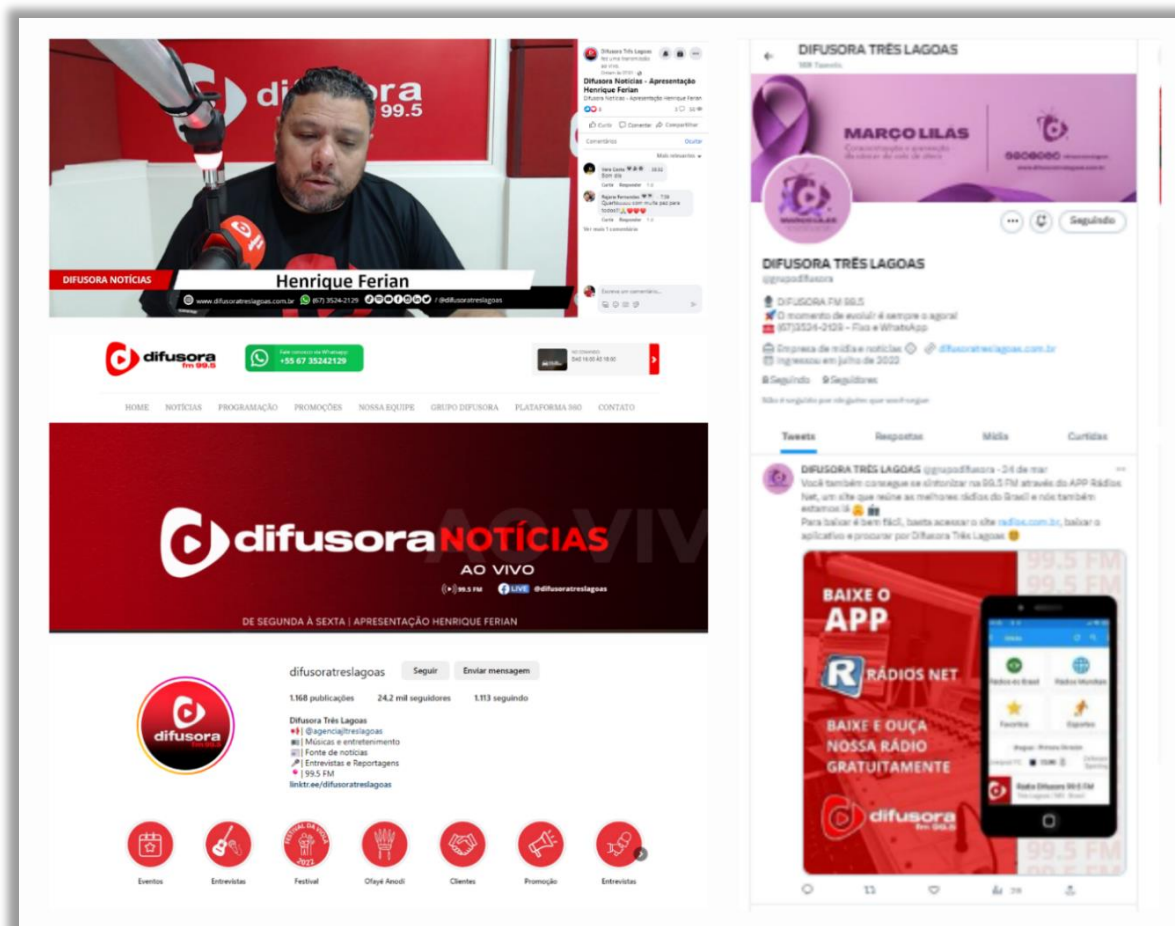
<sup>142</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@difusoratreisagoas>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>143</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/difusoratreisagoas>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>144</sup> Disponível em: <https://www.difusoratreisagoas.com.br/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>145</sup> Disponível em: <https://twitter.com/grupodifusora>. Acesso em: 11 abr. 2023.

FIGURA 16 – Performance da Difusora FM no ambiente multiplataformas



Fonte: Interface capturada das respectivas redes sociais da Difusora FM (2023).

Mesmo sendo a plataforma com o maior número de seguidores, o *Instagram*<sup>146</sup> da Difusora FM não apresenta atualização regular, tanto no feed de publicação quanto por meio de stories limitados na linha do tempo. Ademais, congrega uma infinidade de publicações com finalidades distintas: divulgação da programação, fotos de eventos, prestação de serviço, sorteio de prêmios, vídeos curtos de matérias produzidas para o radiojornal bem como a escalada com os principais destaques da edição.

A Difusora FM está presente na plataforma de *streaming Spotify*, porém não utiliza o espaço para divulgação de produtos genuínos como *podcasts*, mas apenas organiza listas de músicas por gênero musical tais como pagode, gospel, sertanejo raiz, entre outros. Apresenta perfil no *LinkedIn*, porém sem atualização. É uma das poucas emissoras que aderiram à plataforma *Tik Tok*, mas com baixa adesão de seguidores, restritos a pouco mais de 20 usuários. Não dispõe de aplicativos oficiais nas lojas do *Google Play Store* e *Apple Store*. Nas suas redes

<sup>146</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/difusoratreslagoas/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

sociais, inclusive, a emissora sugere que as audiências façam *download* do aplicativo Rádios.Com para acompanhar a transmissão da programação.

Na **Morena FM** de Campo Grande, o cenário multiplataforma é deficitário, quando se considera que a emissora faz parte do maior conglomerado midiático de Mato Grosso do Sul. O *Facebook*<sup>147</sup> da emissora apresenta apenas informações de endereço e *hiperlink* para o site oficial<sup>148</sup>. A atualização do *feed* é esporádica e é exclusiva para publicações relativas a conteúdo de entretenimento e datas comemorativas, *posts* estes que são compartilhados também no *Instagram*<sup>149</sup> da rádio.

A emissora possui aplicativo oficial disponível nas lojas da *Apple Store* e *Google Play Store*, porém não possui perfil no *Twitter* e o canal do *YouTube*<sup>150</sup> está desatualizado desde 2021, onde constam vídeos do quadro *Música e Vinho*, veiculado em formato de *podcast* de curta duração. Além do *Música e vinho*, a Morena FM considera como *podcasts* exclusivos, os quadros *Pense Nisso*, *Empreender* e *Visão de negócios* que são veiculados durante a programação diária na onda hertziana tradicional e estão disponíveis também na plataforma de streaming *Spotify*.

---

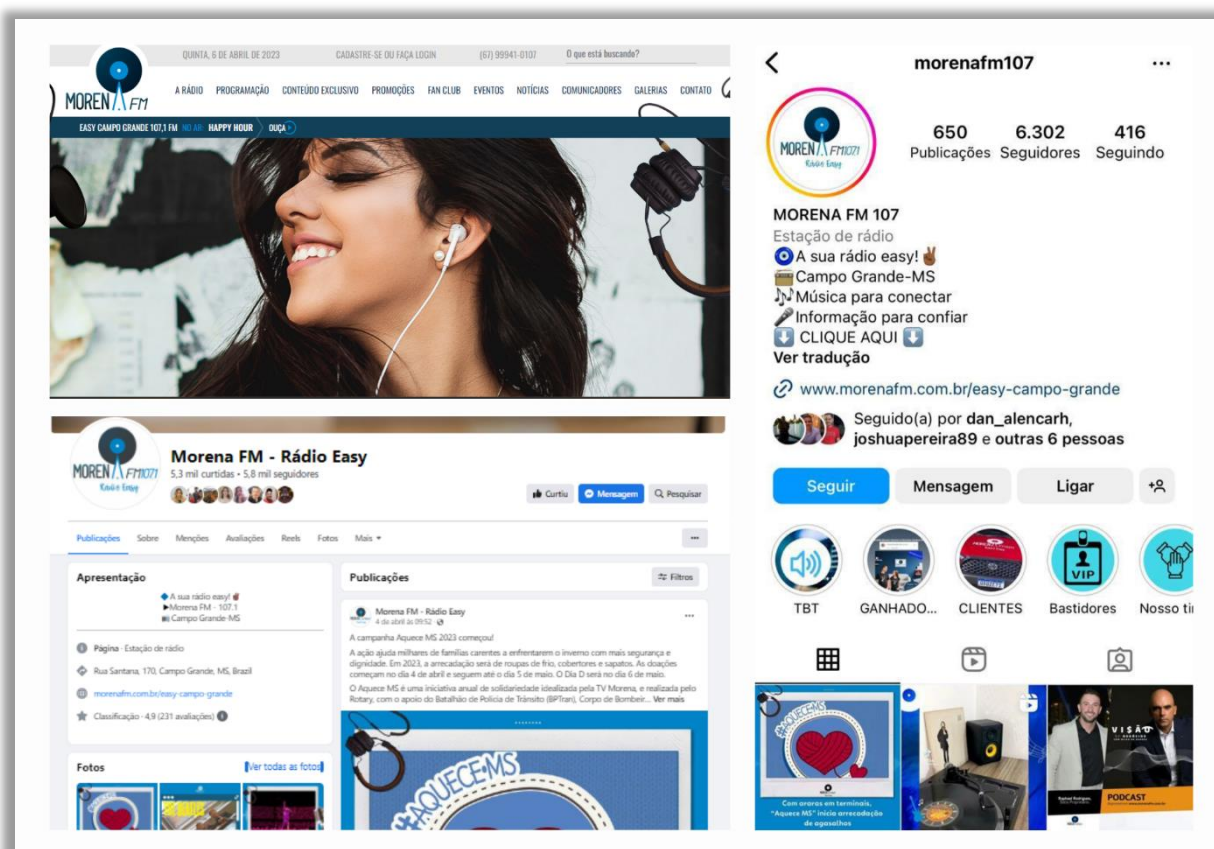
<sup>147</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/morenafm107>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>148</sup> Disponível em: <https://www.morenafm.com.br/easy-campo-grande/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>149</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/morenafm107/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>150</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@morenafm1548>. Acesso em: 11 abr. 2023.

FIGURA 17 – Performance da Morena FM no ambiente multiplataformas



Fonte: Interface capturada das respectivas plataformas da Morena FM (2023).

Por fim, a **Avenida 91** de Aquidauana apresenta a menor performance no ambiente multiplataforma, dentre todas as emissoras avaliadas. Não possui site institucional, nem mesmo canal no *YouTube* ou perfil no *Twitter*. A *fan page* no *Facebook*<sup>151</sup> não possui atualização regular, nem mesmo informações básicas sobre a emissora, restringindo-se apenas ao número de *WhatsApp* utilizado para interação com as audiências durante a programação.

No *Facebook*, a seção de vídeos é ocupada majoritariamente por transmissões de partidas do time local, o Aquidauanense, pelo campeonato sul-mato-grossense. Ao explorar os demais vídeos transmitidos na página da emissora nesta rede social, observa-se que em 2022, a emissora priorizou entrevistas com candidatos a cargos eletivos que possuíam relações políticas com os dirigentes da estação.

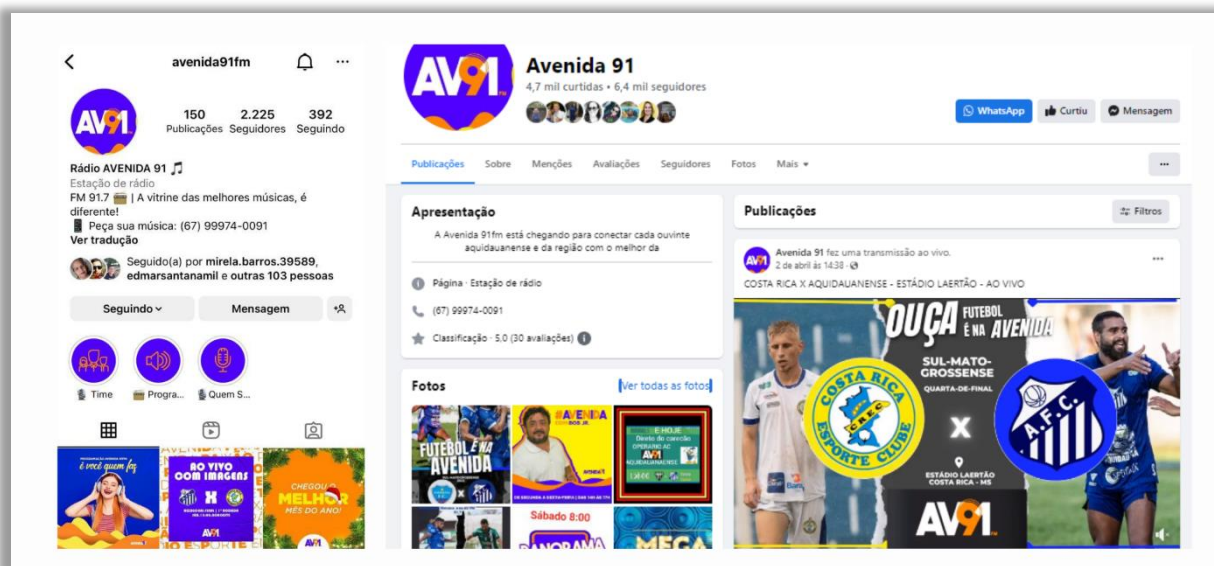
O *Instagram*<sup>152</sup> da rádio está desatualizado desde junho de 2022, e as publicações lá dispostas correspondem a informações sobre os programas, sorteio de prêmios e a agenda de partidas de futebol do time local, o Aquidauanense. A emissora não apostou na criação de

<sup>151</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/avenida91fm>. Acesso em: 11 abr. 2023.

<sup>152</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/avenida91fm/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

*podcasts*, embora conte com aplicativo próprio exclusivo para *smartphones* com tecnologia *Android*, onde pode-se apenas ouvir a transmissão da programação do dia tradicional.

**FIGURA 18** – Performance da Avenida 91 no Facebook e Instagram



**Fonte:** Interface capturada das respectivas redes sociais da Avenida 91 FM (2023).

Resguardadas as devidas proporções, considera-se que o radiojornalismo sul-mato-grossense de proximidade é *offline* e caminha a passos curtos para se inserir no contexto digital. A avaliação qualitativa das emissoras, constata um cenário marcado por amadorismos, falta de estratégia e definição clara de uma visão de futuro para as estações tanto no interior quanto na capital. No próximo subcapítulo, a discussão se dará em torno do cruzamento dos achados nesta pesquisa.

## 8.6 LEITURAS E IMPRESSÕES DO RADIOJORNALISMO DE MS

Este subcapítulo busca compreender o fenômeno do radiojornalismo de proximidade em Mato Grosso do Sul a partir de uma perspectiva holística e interpretativa subsidiada no contato com o objeto real que está inserido em um contexto determinado (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2010), no qual as condicionalidades sociais, econômicas, políticas e geográficas do território em questão são determinantes.

De uma maneira geral, avalia-se que a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense deve ser compreendida a partir do tripé formado pelos liames construídos entre as

rádios e os agentes políticos, conexões desencadeadas entre as estações e denominações religiosas e formação de conglomerados a partir dos fenômenos das redes de rádio regionais.

No primeiro aspecto, entende-se que as relações políticas estabelecidas perpassam historicamente pela concessão das outorgas e se mantêm na atualidade, através dos vínculos estabelecidos com os comunicadores políticos e na saúde financeira das estações, cada vez mais dependentes da publicidade oriunda de órgãos do Estado, ainda que na coleta de dados os radiodifusores de Mato Grosso do Sul tentem minimizar esta prática.

No âmbito da propriedade, agentes políticos mantêm de forma direta ou indireta o controle das concessões, seja como detentores ou mesmo como padrinhos de empresários do setor. Soma-se a isso, a percepção de que a maior parte das rádios investigadas, autodenominam-se como empresas de radiodifusão familiar, o que tendem a resultar num modelo de negócio patriarcal.

Outro aspecto a ser ressaltado diz respeito ao potencial que as rádios mantêm ao assegurar a visibilidade de comunicadores políticos que frequentemente são alçados a cargos eletivos de destaque regional no território sul-mato-grossense. Neste sentido, o rádio considerado nos primórdios um dos mais brilhantes meios de comunicação democráticos, por possibilitar a interação das audiências, se mantêm como um meio de quase-interação mediada. Neste modelo defendido por John Thompson, prevalece a lógica de interesses hegemônicos, favorecendo, portanto, a manutenção do *status quo* destes comunicadores, que recorrem ao meio para falar “diretamente para milhares e até milhões de pessoas de forma a permitir um tipo de intimidade especial” (THOMPSON, 2008, p.24).

Além desta associação com representantes do poder político constituído, lideranças de templos confessionais visualizaram nas ondas sonoras um canal a serviço da liturgia e do fundamentalismo religioso, uma relação promissora para ambos os lados, já que as denominações cristãs oferecem cotas consideráveis de publicidade, mesmo que somente um terço das emissoras reconheçam essa prática. Neste sentido, o serviço de profissão da fé no rádio visa fidelizar e ampliar os rebanhos, sobretudo evangélicos, em crescimento exponencial no Brasil.

O fenômeno regional das redes de rádio também faz parte desta tríade que incide na caracterização do radiojornalismo sul-mato-grossense. A queda constante no faturamento das emissoras, associada aos altos custos exigidos no processo de migração do AM para FM, bem como o cenário de emergência de mídias digitais e as dificuldades impostas pela pandemia de Covid-19, foram elementos primordiais no processo decisório para que emissoras de municípios impotentes economicamente fossem incorporadas a estas redes de rádio regionais.

Estas três condicionantes impactam, sobremaneira, na configuração do radiojornalismo de proximidade em Mato Grosso do Sul. Em 28 municípios considerados semidesertos da notícia pelo Atlas (2022), apenas nove<sup>153</sup> possuem emissoras comerciais, dentre os quais encontram-se territórios cobertos por rádios confessionais, integrantes de redes regionais, e apenas quatro municípios possuem rádios comerciais com programas jornalísticos genuínos.

Este cenário traz reflexos, portanto, na cobertura jornalística local destes territórios, uma vez que a programação jornalística em rede nem sempre priorizam acontecimentos paroquiais acometidos no *locus* sede da rádio. Conforme amplamente discutido no capítulo 7, as redes regionais tendem a replicar das emissoras matrizes, em sua maioria situadas em Campo Grande, os programas jornalísticos gestados na capital para as afiliadas de localidades no interior, o que enfraquece a democracia em nível de base e inviabiliza o exercício da cidadania local.

Por outro lado, no emaranhado de rádios comerciais, fica perceptível a partir da análise qualitativa das emissoras, que o radiojornalismo colocado em circulação não se apresenta de maneira estanque nem unívoca. Há vários “radiojornalismos” nas estações comerciais, a depender das singularidades do território que afetam diretamente a estrutura empresarial do negócio midiático, especialmente em localidades do interior.

O radiojornalismo de proximidade sul-mato-grossense é diverso e heterogêneo, confirmando a percepção de Pinto (2015) ao investigar os sistemas regionais de mídia nas macrorregiões Norte e Sul do Brasil. No entanto, aqui observa-se que há um cenário marcado por heterogeneidade local em meio a heterogeneidade do sistema midiático estadual, reforçando que num mesmo território periférico há vários “jornalismos” em circulação.

A triangulação metodológica, a partir do cruzamento dos dados de cartografia, análise de conteúdo, entrevista e questionário, realizada na Morena FM, Grande FM, Difusora FM e Avenida 91, torna evidente esta percepção, sobretudo nos indicadores relativos à produção de conteúdo jornalístico, estrutural empresarial, sustentabilidade e performance no ambiente multiplataforma, elementos indissociáveis nesta interpretação.

A Morena FM por estar situada na capital de Mato Grosso do Sul e integrar um conglomerado de comunicação supraestadual<sup>154</sup> (AGUIAR, 2019), apresenta a melhor robustez na produção jornalística. Cabe enfatizar que a localização central e as demais condicionantes fornecidas pela Geografia como liderança no PIB estadual, alto IDHM e contingente

---

<sup>153</sup> Os municípios considerados semidesertos que possuem rádios comerciais e possuem programa jornalístico genuíno são: Anastácio, Bandeirantes, Dois Irmãos do Buriti e Pedro Gomes.

<sup>154</sup> São considerados como supraestaduais os grupos de comunicação cuja atuação engloba dois ou mais estados contíguos (AGUIAR, 2019), como é o caso da RMC que possui emissoras de rádio e TV, bem como veículos na modalidade *online* nos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

populacional na ordem de 900 mil habitantes em Campo Grande justifica e está diretamente relacionada à estrutura empresarial aprimorada da emissora, e por conseguinte reflete na prática jornalística do *Primeira Página*, ratificando a percepção de Deolindo (2016) de que as firmas de mídia mais sólidas estão situadas em localidades centralizadas e de referência, como é o caso da Morena FM, cenário este, no entanto, não observável na performance apresentada nos canais multiplataformas.

Em termos estruturais a emissora conta com cinco profissionais exclusivos na produção jornalística, o que resulta numa produção jornalística original relevante que ultrapassa mais de 80% do material analisado, conforme ressaltado anteriormente. Soma-se a isso, a diversidade e pluralidade de fontes, superior ao observável nas demais emissoras, ainda que o percentual de fontes oficiais agendadas seja considerável (43%), ocupando a liderança do ranking neste quesito.

No que tange a qualidade do material sonoro veiculado, o *Primeira Página* é o programa jornalístico que mais recorre à sonora das fontes e a produção das matérias veiculadas contempla os elementos sonoros essenciais do radiojornalismo como a música, a voz e os efeitos. Cabe destacar, porém, que a qualidade na produção do material está associada, em parte, como foi identificado na AC, à produção conjunta e aproveitamento do material jornalístico produzido tanto para a rádio quanto para a TV da RMC.

Com relação às necessidades de informação, o *Primeira Página* atende parcialmente aos preceitos de interesse público a partir do agendamento dos temas do radiojornal que privilegiaram assuntos de saúde, economia, trânsito e política (58% da amostragem). A proximidade geográfica foi preponderante nos temas veiculados, com predominância para conteúdos locais (43%), embora boa parte remetesse a âmbitos que não pudessem ser considerados de proximidade geográfica: internacional, nacional e de outras localidades (39%).

A debilidade nesta emissora diz respeito à sua performance no ambiente multiplataformas. A Morena FM ainda não compreendeu a necessidade de estar imersa nos canais digitais. Além disso, a regularidade de atualização neste ambiente está aquém do desejável, e o portal oficial não tem sido aproveitado para a produção de conteúdo radiojornalístico. Não se observou, por exemplo, arquivos dos radiojornais veiculados nas edições do *Primeira Página*, nem mesmo conteúdo exclusivo para o formato digital, como *Podcasts* jornalísticos. A emissora também não busca expandir sua transmissão para além do rádio de antena, e as transmissões do radiojornal em redes sociais são inexistentes.

Na Grande FM de Dourados, observou-se algumas discrepâncias em relação à produção jornalística, estrutura empresarial da rádio, sustentabilidade e performance no ambiente

multiplataformas. Embora situada numa cidade polo do agronegócio regional, no qual se observa o maior contingente populacional e maior número de veículos do interior do estado, a estrutura empresarial é formada por apenas cinco jornalistas, que são responsáveis por ao menos cinco programas desta natureza: *Grande FM Rural*, *Grande Esportes*, *Espaço Aberto*, *Patrulha da Cidade* e *A hora da Verdade*. Pela classificação do Regic, Dourados é considerada capital regional C por figurar como polo na região da Grande Dourados, no qual pressupunha-se inicialmente uma influência para as localidades do entorno, sobretudo no jornalismo regional, como identificado por Reis (2022) na cidade de Imperatriz no Maranhão, de porte similar a Dourados. Esta percepção, no entanto, não foi confirmada no radiojornalismo da Grande FM.

O conteúdo jornalístico veiculado no *Espaço Aberto* é majoritariamente formado por acontecimentos que se dão em outros âmbitos territoriais que não o de proximidade (57% de conteúdo internacional, nacional e de outras localidades). O nome fantasia da emissora, por exemplo, não faz jus à região da Grande Dourados na qual ela afirma possuir ampla abrangência e cobertura pelas ondas tradicionais, uma vez que apenas 3% do conteúdo jornalístico veiculado corresponde ao âmbito regional. A força da emissora se encontra no conteúdo local (31%), embora o percentual esteja abaixo da média perante os demais radiojornais avaliados.

Em que pese os âmbitos local e regional devam ser considerados como critério principal de noticiabilidade na cobertura jornalística, conforme propõe este pesquisador na definição do modelo de radiojornalismo de proximidade, a Grande FM adota uma estratégia de cobertura que busca produzir conteúdo para além dos limites geográficos da sua sede, conforme revela o editor-chefe de jornalismo:

Nós já projetamos o programa e já pensamos no programa, inclusive para quem nos ouve ou nos assiste, que inclusive a gente está com imagens fora do estado, fora do país. Então, a gente precisa produzir esse conteúdo pensando nesse público maior, não restrito somente para o douradense. Dourados tem a sua importância, sua relevância e tem o conteúdo, uma certa parte do programa bastante direcionada para Dourados, mas ela não é o ponto central das informações do programa. A notícia, ela é a mais importante independente de qual seja a região, de qual seja a cidade que ela está sendo visitada (SILVA, 2022, informação verbal).

Outro indicador que demonstra a fragilidade na produção de conteúdo por esta emissora é o indicador originalidade, uma vez que apenas 12% foram considerados genuínos e 74% provenientes de outros veículos midiáticos. Soma-se a isso, o agendamento de fontes oficiais preponderantes na construção da narrativa jornalística superior a 60% do material analisado,

mais um indicativo que corrobora a avaliação anterior de que o conteúdo jornalístico veiculado apresenta pontos a serem melhorados.

No tocante aos temas agendados, observa-se a incidência de matérias de saúde (25%), substancial para o atendimento das necessidades de informação dos territórios locais. O número, no entanto, pode estar associado ao período recortado que coincidiu com a pandemia de Covid-19 em nível global. Os demais temas preponderantes nesta emissora abarcam questões de economia (14%), esportes e internacional (11% cada), policial (9%) e política (7%). Deste modo, diante do conjunto de dados apresentados na AC, é impossível afirmar se a informação jornalística veiculada no *Espaço Aberto* é capaz de promover nas audiências o interesse para o exercício da cidadania no respectivo território.

Por outro lado, a alta performance da emissora no ambiente multiplataformas é notável. A Grande FM é a única estação de rádio avaliada que está imersa de forma proeminente nas redes sociais, explorando de forma regular e efetiva as potencialidades do *Facebook* e *YouTube* na transmissão da programação jornalística em formato audiovisual. É uma rádio que compreendeu a necessidade de incorporar os canais digitais na circulação de conteúdo jornalístico, a fim de resistir ao concorrido mercado midiático contemporâneo dominado pelas plataformas. A emissora busca também estar imersa no mercado competitivo de *podcasts*, produzindo materiais exclusivos para plataformas de *streaming*.

Soma-se a isso, as ferramentas de interatividade utilizadas pela emissora por meio do *WhatsApp* que permite diariamente a participação dos ouvintes nos quadros *Enquete do dia* e *Na Boca do Povo* que fazem parte do último bloco do *Espaço Aberto*. Os quadros contam com vinhetas específicas que reforçam a estratégia da emissora em valorizar as audiências a partir do jargão “*aqui você tem voz e vez*”.

O quadro *Na Boca do Povo* prioriza denúncias, reclamações, queixas das audiências sobre os problemas da localidade, que na avaliação deste pesquisador, favorece a mobilização das audiências para o acionamento da cidadania de forma mais efetiva do que o conteúdo jornalístico veiculado no radiojornal diário. Em média, a emissora informa receber entre 350 e 400 mensagens dos ouvintes com queixas diversas sobre problemas enfrentados na cidade de Dourados. Na etapa da AC, nota-se que somente as mensagens enviadas no formato textual são repercutidas no programa, não havendo interação dos ouvintes por notas de áudio, por exemplo.

Dentre os principais assuntos encaminhados ao quadro *Na Boca do Povo* pelos ouvintes, destacam-se: iluminação pública, limpeza urbana, cobrança de impostos, abandono de animais, pavimentação asfáltica, atendimento nas unidades de saúde, ausência de medicamentos, entre outros. Além de denúncias e reclamações contra a gestão municipal e estadual, os ouvintes

também enviam dúvidas sobre locais de vacinação, período de matrícula escolar, calendário de pagamento de benefícios sociais, pedidos de doação etc.

A emissora afirma apostar num formato de jornalismo colaborativo, no qual parte das denúncias encaminhadas pelas audiências tornam-se pautas a serem reportadas no programa jornalístico, embora esta prática não tenha sido confirmada na AC. O editor-chefe Paulo Wagner da Silva, explica que toda demanda de informação proveniente das audiências, é apurada pela equipe de reportagem do *Espaço Aberto* antes de ser levada ao ar.

Você faz, por exemplo, uma denúncia sobre um posto de saúde. Então, o repórter vai lá no posto de saúde checar se aquela denúncia que foi feita procede. Se ela procede, a partir daí ela vira notícia e a gente coloca no ar, e aí depois vai ver os desdobramentos. Existem muitas informações que nos chegam todos os dias lá que na verdade não [procedem]. É alguém que apenas ficou insatisfeito por um atendimento pessoal, [...] que transforma aquilo no geral. [...] a gente já utilizou e utiliza muita informação que vem desse ouvinte, mas vai lá primeiro checar se aquela informação procede, para depois ela virar notícia (SILVA, 2022, informação verbal).

Em Três Lagoas, a concepção de proximidade extrapola os limites geográficos de Mato Grosso do Sul, sobretudo pela fronteira física estabelecida com municípios do oeste do estado de São Paulo. A localidade considerada polo regional no Bolsão e Centro Sub-regional pela classificação do Regic, tem peculiaridades que a torna singular diante das demais localidades do território sul-mato-grossense, em que se nota um convívio mútuo entre três-lagoenses e paulistas do interior oeste na oferta de postos de trabalho, vagas na educação superior, e acesso a serviços de saúde etc.

A estrutura econômica da cidade formada por fábricas multinacionais no ramo de papel e celulose, que garantem o segundo maior PIB no estado e o terceiro maior contingente populacional, resulta num ecossistema midiático de padrão intermediário com a presença de emissoras de rádio e TV, porém com número insuficiente de profissionais, principalmente no departamento de jornalismo.

Na Difusora FM, por exemplo, há três jornalistas com formação superior e um estagiário que se desdobram diariamente para cobrir os acontecimentos e fatos que se desenrolam no cotidiano da localidade e são veiculados nos dois radiojornais da emissora: *Tribuna Livre* e *Difusora Notícias*. Mesmo com a deficiência estrutural no departamento de jornalismo, a produção de conteúdo no *Difusora Notícias* busca contemplar o território de proximidade com predominância para notícias locais, estaduais e regionais (79%).

A deficiência, no entanto, é perceptível no indicador originalidade do conteúdo, em que apenas 8% das UR foram consideradas originais<sup>155</sup>. Outra fraqueza mensurada no conteúdo do *Difusora Notícias* está associada às temáticas agendadas, indicador essencial para avaliar se a informação veiculada atende ao interesse público e as necessidades de informação do território. Neste segmento analisado, observa-se a prevalência de matérias policiais em detrimento de temáticas capazes de contribuir efetivamente para o acionamento da Cidadania no respectivo território. Soma-se a este indicativo, o percentual de fontes oficiais agendadas na construção da narrativa jornalística (75%), e o direcionamento editorial com viés político expreso a partir de comentários do âncora em algumas matérias provenientes de órgãos oficiais como o Governo do Estado e Prefeitura Municipal da localidade, uma prática corriqueira no radiojornalismo de proximidade em outros territórios.

O mercado midiático de Três Lagoas também apresenta uma característica específica em relação ao observado nos demais territórios: há uma rotatividade acentuada de profissionais. Na pesquisa exploratória desenvolvida no primeiro semestre de 2022, em período anterior a banca de qualificação, as jornalistas contatadas na Difusora FM não mais se encontravam em atuação na emissora durante a pesquisa de campo realizada em janeiro de 2023. Este não é um traço apenas da Difusora FM, mas identificado em outra rádio da cidade por Lima (2018), como resultado da defasagem salarial e da sobrecarga de funções, conforme relato de jornalistas entrevistados.

Embora tenha-se observado a inexistência de sonora das fontes nas edições analisadas na AC, a equipe de jornalismo da emissora garante que as audiências exploram os canais digitais de interatividade disponíveis ao encaminhar, de forma espontânea, pautas de interesse da comunidade para que sejam agendadas pelos radiojornais da emissora.

Chega bastante demanda no *Facebook*. Só que assim, o que que a gente deixa claro para o ouvinte, para o leitor, para o espectador: a gente deixa claro para ele que, se você está reclamando de um buraco na rua, você tem que falar. Porque a gente vai lá, mostra a denúncia sem entrevistado? [...] Porque denunciar por denunciar não é assim que trabalha o jornalismo. A denúncia tem que partir do morador para dizer o que está incomodando, entendeu? É o mau cheiro? Que seja. Então a gente sempre deixa claro. A gente tenta marcar entrevista com esse morador para que ele faça a denúncia. Se está pedindo um quebra-molas, porque está tendo muito acidente, então esse morador faça a denúncia (VERAS, 2023, informação verbal).

---

<sup>155</sup> Cabe enfatizar que os dados analisados na etapa da AC correspondem ao período de janeiro e fevereiro de 2022. Na época, a equipe de jornalismo da Difusora FM era composta por outros profissionais que estavam à frente das rotinas produtivas dos programas jornalísticos. Na atualidade, os jornalistas entrevistados afirmaram priorizar a produção de reportagens externas com foco em pautas essencialmente locais e captação de sonora das fontes.

Apesar da participação das audiências pelo *Facebook*, com sugestão de pautas para os radiojornais, observa-se que a questão multiplataformas na Difusora FM ainda se apresenta de forma incipiente. De fato, a emissora se apropria das potencialidades do *Facebook* com a transmissão dos programas jornalísticos de forma simultânea em formato audiovisual, porém ainda busca se posicionar no ambiente digital, a exemplo da baixa regularidade no *YouTube*.

O portal de notícias da rádio na *web* é pouco atrativo e está ancorado exclusivamente no formato textual e imagético, não explorando outras ferramentas multimídia, a exemplo do áudio, recurso sonoro inerente à produção jornalística no rádio. Além disso, a performance em outros canais digitais a exemplo do *Twitter* é insatisfatória, carecendo de publicação customizada para a plataforma, no qual nota-se a predominância de compartilhamento de links de matérias publicadas no sítio oficial da emissora.

A criação de *podcasts* exclusivos, já está no radar da direção para 2023, numa tentativa de ampliar os nichos de audiência. “*Nosso público é acima de 35 anos, 40 anos, acima disso. Então, com a plataforma digital, com alguns novos produtos, a gente consegue renovar o público e alcançar mais gente*”, ressalta Veras (2023).

No Portal do Pantanal, a infraestrutura midiática é condizente com a realidade socioeconômica do território. Por se configurar num centro sub-regional pelo Regic com oferta de serviços de menor complexidade, não dispõe de emissoras de TV local, o que garante às emissoras de rádio o protagonismo na cobertura jornalística local do AP Aquidauana-Anastácio.

Nestas localidades, observa-se que fragilidade econômica do território, no qual as receitas que formam o PIB provêm, em sua grande maioria, do setor de comércio e serviços, é incapaz de assegurar a saúde financeira dos veículos de mídia, interferindo significativamente na estrutura do departamento de jornalismo da rádio, formado apenas por um profissional. Na Avenida 91, em específico, os dirigentes possuem relação de parentesco com personagens da política municipal que nos últimos pleitos, se portaram como adversários dos eleitos para o executivo municipal e estadual, inviabilizando o repasse de cotas de publicidade governamental de ambas as esferas de poder.

Este déficit de natureza estrutural aliada à falta de investimentos no setor, resulta num modelo de radiojornalismo exequível, sob o ponto de vista da produção diária. Em meio a este cenário, no entanto, identificou-se que a produção jornalística atende majoritariamente aos territórios de proximidade formados predominantemente por matérias locais, regionais e estaduais que totalizam 65% do conteúdo analisado.

Embora a deficiência do *Estúdio 91* seja observada no indicador de originalidade do conteúdo, formado majoritariamente por matérias jornalísticas capturadas de outros veículos, o radiojornal se destaca com o segundo melhor desempenho na veiculação de conteúdo original (24%), acima das demais emissoras situadas em territórios mais proeminentes, com capilaridade regional acentuada, mais desenvolvidos economicamente e com redações mais bem estruturadas.

O indicador “temáticas agendadas” demonstra que o *Estúdio 91*, no entanto, enfatiza questões policiais e assuntos de esporte na sua narrativa diária, que apesar de relacionadas ao território de proximidade, são incapazes de despertar nas audiências o senso crítico necessário para o exercício da cidadania. A terceira temática mais veiculada no radiojornal é formada por matérias de política nacional, porém capturadas da Jovem Pan News, demonstrando, desta forma, um posicionamento editorial favorável ao ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), e crítico em relação ao principal adversário nas eleições de 2022, o presidente Luís Inácio da Silva (PT).

Dentre as matérias de política estadual, identificou-se a cobertura de eventos que reforçam os vínculos políticos da emissora, a exemplo da convenção estadual do PSD no radiojornal de 07 de março de 2022, que replicou na íntegra o discurso do deputado Felipe Orro e da sua esposa Viviane Orro, personalidades que possuem grau de parentesco com dirigentes da rádio, já detalhados no Capítulo 7.

As fontes agendadas pelo *Estúdio 91*, a exemplo das demais estações, se concentram no oficialismo preponderante, embora tenha se observado situações excepcionais no qual fontes populares participam do radiojornal cobrando soluções para o desabastecimento de água nos municípios que integram o AP. Diferentemente do observado em outras emissoras, na Avenida 91 a participação dos ouvintes, por meio de notas de áudio, é veiculada no ar. O principal meio de interação na rádio é o *WhatsApp*, que na concepção do jornalista responsável, se tornou numa ferramenta em favor do jornalismo de proximidade.

A pessoa grava um áudio, fala que está sem água, está sem luz, que o pessoal está colocando fogo no terreno, estão jogando lixo na frente da casa. Esse papel do *WhatsApp* no jornalismo comunitário é de suma importância [...] é como se ela fosse repórter da emissora. Ela traz um fato do que está acontecendo no bairro dela [...] ela vai trazer a notícia para muitas pessoas através do rádio e ela está ali no fato (REGIS, R. L., 2022, informação verbal).

Neste sentido, avalia-se que a sugestão de pauta fomentada por populares da localidade, acaba se transformando em conteúdo jornalístico no *Estúdio 91*, suprimindo parcialmente a presença do repórter no palco dos acontecimentos, já que o quadro de jornalistas da emissora

formada por apenas um profissional, é insuficiente para atender às demandas factuais das duas cidades contíguas. O ouvinte, além de se sentir prestigiado por ter sua demanda veiculada no rádio, retroalimenta o veículo com informações caras a sua comunidade, uma simbiose de interesses que se estabelece de forma recíproca.

Em relação ao ambiente multiplataformas, pode-se dizer que a Avenida 91 opera de forma analógica, diante de tudo que já fora exposto no subcapítulo anterior. A ausência de regularidade na alimentação das redes sociais e a inexistência de um site oficial, está associada a questões estruturais que a estação enfrenta, cujas receitas provêm, em sua grande maioria, do comércio local, incapaz de garantir saúde financeira e autossuficiência no mercado midiático local.

## CONCLUSÃO

À guisa de conclusão deste estudo, faz-se necessário retomar os princípios norteadores que desencadearam esta investigação. A questão problema que orientou esta pesquisa, cujo objetivo geral buscou apontar a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense, foi amplamente discutida e detalhada a partir dos elementos apresentados nos capítulos 7 e 8.

A perspectiva teórica adotada para a compreensão desse fenômeno está alicerçada nos estudos da Geografia da Comunicação numa perspectiva interdisciplinar que dialoga com a proposta de jornalismo de proximidade à luz dos estudos conduzidos por pesquisadores portugueses numa interconexão entre as condicionalidades do território, a prática jornalística de proximidade e a cidadania.

Para se chegar a respostas capazes de mensurar a configuração do radiojornalismo sul-mato-grossense, recorreu-se à triangulação metodológica a partir da associação dos métodos da Cartografia capaz de fornecer pistas sobre o panorama geral da radiodifusão sonora no território de análise; análise de conteúdo colocado em circulação nos radiojornais avaliados, entrevista estruturada com dirigentes das emissoras e em profundidade com os profissionais envolvidos nas rotinas produtivas, etapas estas que foram conduzidas durante a pesquisa de campo na sede das emissoras elencadas como corpus empírico.

Diante de todo o exposto nesta tese, chega-se à percepção de que o radiojornalismo de proximidade em Mato Grosso do Sul é permeado por um cenário marcado pelo dinamismo e pela diversidade acentuada, com emissoras estruturadas como empresas de radiodifusão familiar, nas quais os vínculos políticos e religiosos são perceptíveis na organização empresarial e na formatação da grade diária de programação. Soma-se a isso a formação das redes regionais e a afiliação às redes nacionais de rádio, principalmente em rádios de um mesmo grupo empresarial que recentemente migraram do espectro de AM para FM.

No aspecto do conteúdo, elencado como objetivo específico na tentativa de identificar em que medida o território de proximidade é repercutido nos programas jornalísticos analisados, observa-se que mesmo em meio a este cenário dinâmico e heterogêneo, o radiojornalismo de proximidade posto em evidência contempla acontecimentos noticiáveis para além da municipalidade.

Neste sentido, identificou-se que os radiojornais avaliados também incorporam acontecimentos e fatos do território de Mato Grosso do Sul como um todo, abarcando outras dimensões de proximidade na narrativa construída, para além dos limites do território geográfico. Um dos entrevistados, inclusive, atribui ao sucesso do seu programa jornalístico

diário ao destaque concedido “*àquilo que a gente vive, àquilo que a gente sofre, àquilo que a gente sorri, o que é nosso, aqui da região*” (REGIS, R.F., 2022, informação verbal).

Apesar de contribuir timidamente para o exercício da cidadania no respectivo território, o radiojornalismo colocado em circulação nas emissoras de Mato Grosso do Sul é capaz de alimentar suas audiências com informações em nível de base, sobretudo, em iniciativas que se abrem para que populares interajam e exponham as demandas da coletividade por meio das ondas sonoras. A figura do “cidadão repórter”, embora limitada aos interesses editoriais e atuante no suprimento da deficiência de mão de obra na rádio, deve ser vista positivamente por ressoar as demandas da coletividade do território no qual está inserida.

Em que pese a prevalência de notícias de natureza policial ou sobre eventos esportivos, o radiojornalismo de proximidade atende às necessidades de informação das localidades, diante da pluralidade de temas agendados, em especial, pela expressiva veiculação de matérias de saúde em meio a um cenário de pandemia de Covid-19, no qual o rádio ocupou um papel central na prestação de informações credíveis para as audiências, no reforço das medidas de biossegurança, no enfrentamento à desinformação, e principalmente nos informes sobre o calendário diário de vacinação.

Em meio a um cenário multiplataformas, no qual a disputa por audiências é cada vez mais acirrada no ecossistema de mídias, o radiojornalismo de Mato Grosso do Sul pode ser considerado analógico quanto ao uso das plataformas digitais. Apresenta-se em estágio embrionário, por não se apropriar efetivamente das potencialidades que estes canais possam oferecer no aspecto de produção, recepção e emissão de conteúdo em múltiplas plataformas, não podendo, portanto, serem definidos como rádios hipermidiáticas e expandidas como propuseram Lopez (2010) e Kischinhevsky (2016), confirmando, conseqüentemente, as premissas estabelecidas no início desta investigação.

Por fim, avalia-se que as condicionantes espaciais do território, fortemente marcado por singularidades socioeconômicas, políticas e culturais incidem diretamente nesta configuração do modelo de jornalismo de rádio colocado em circulação, principalmente na estrutura empresarial marcada fortemente por poucos profissionais que atuam em múltiplas funções no departamento de jornalismo e resulta num modelo empresarial dependente do sistema político e empresarial local que tende a colocar em cheque a credibilidade das emissoras.

No radiojornalismo de proximidade, é verdade que a qualidade técnica da produção se configura num gargalo para as emissoras, mas esta é suprida à medida em que o veículo prioriza a prestação de serviço com informes corriqueiros necessários para o cotidiano das localidades. As emissoras comportam-se como um “hospital” para audiências, no qual as enfermidades que

acometem a localidade sejam de natureza social, educacional, de infraestrutura ou de saúde em seu sentido literal, buscam no radiojornalismo a instância possível para ajudar na solução de demandas da coletividade. Diante do exposto até aqui, trata-se, portanto, de um modelo de radiojornalismo viável e exequível a medida em que:

- Se apresenta como **catalisador dos acontecimentos do território de proximidade** com ênfase para o local e âmbitos geográficos de maior ordem (estadual), porém contextualizados para a realidade do município, contemplando dimensões de proximidade não restritas apenas ao espaço geográfico.
- É **resiliente**, enfrenta as condicionalidades estruturais e os conflitos de interesse de natureza socioeconômica, política e religiosa, que embora afetem diretamente a linha editorial das emissoras e impactam na estrutura, produção jornalística e performance no ambiente multiplataformas, busca alimentar **minimamente** as democracias em nível de base com informações essenciais do seu quintal.
- Agenda temáticas de interesse público que atende às necessidades de informação da localidade, mas nem sempre capazes de mobilizar as audiências para o exercício pleno da cidadania local, em grande parte motivada por conteúdo no qual há predominância de fontes oficiais e interferências editoriais de múltiplas naturezas.
- Apresenta-se no ambiente multiplataformas de forma **rudimentar e analógica**, no qual as potencialidades do digital são inexploradas, e a ausência de conteúdo customizado para estes canais é evidente.
- É um modelo de **radiojornalismo viável**, produzido sem muitos recursos tecnológicos e, embora, tenha relegado a segundo plano as características essenciais do rádio, repercute de forma satisfatória a informação de proximidade.

Diante destas evidências, a pesquisa sobre o radiojornalismo sul-mato-grossense reafirma a necessidade de pesquisadores em Comunicação se debruçarem na compreensão das inúmeras realidades que compõem o ecossistema midiático, num país de dimensões continentais como o Brasil. Soma-se a isso a percepção de que o rádio, mesmo em meio a tantas deficiências de ordem estrutural, se mantém como um canal legítimo na circulação de informação jornalística de proximidade, ávido em contemplar os territórios de sua abrangência de forma efetiva e responsável.

Na conexão interdisciplinar entre a Geografia e a Comunicação estabelecida nesta investigação, mergulhar-se na realidade do território e seus recortes como região e lugar são essenciais na tarefa de delimitar a configuração deste modelo de radiojornalismo praticado em Mato Grosso do Sul, marcado por especificidades e particularidades.

Ainda que a qualidade técnica no processo produtivo tenha sua relevância para consolidação do jornalismo de rádio, esta tese entende que a informação veiculada pelas emissoras de proximidade, mais do que atender às necessidades do local de abrangência, se porta como elos de conexão entre as vielas de um mesmo território, a ponto de estabelecer condições para o vivido desta comunidade.

É neste quintal de proximidade, *locus* em que a vida é desenvolvida em todas as suas dimensões, que as demandas coletivas surgem por meio de problemas de naturezas múltiplas que merecem respaldo da mídia e atenção do poder público. Neste sentido, reforça-se que o fortalecimento da democracia e o exercício pleno da cidadania dependem da informação jornalística verídica e norteada por princípios éticos.

O estado de Mato Grosso do Sul, conforme pode ser observado nesta tese, se configura num espaço promissor para o desenvolvimento de investigações que contemplem o jornalismo local e regional, principalmente pelas inúmeras heterogeneidades observáveis até aqui. Há muito ainda que descortinar, sobretudo no cenário do radiojornalismo, retratado nesta tese de forma substancial num cenário mais generalizante, mas apreendido em suas especificidades nas regiões da Grande Dourados, Pantanal, Bolsão e na capital.

Em meio a este cenário de possibilidades, destacam-se realidades radiojornalísticas a serem aprofundadas em outros territórios, a exemplo das redes regionais situadas no Cone-Sul, rádios da região Norte, no Sudoeste que envolve cidades com foco no ecoturismo e reconhecidas mundialmente, Leste e Sul-fronteira em estações ainda não descortinadas nos trabalhos já desenvolvidos por Ota (2006), Raddatz (2009), Rodrigues (2016) e Souza (2020).

As limitações desta investigação perpassam pela não abrangência das 91 emissoras comerciais na aplicação do questionário estruturado, conforme previsto inicialmente. A materialidade deste objetivo só seria possível mediante recursos de fomento capazes de suprir as despesas decorrentes dos deslocamentos necessários para integralizar a pesquisa em sua totalidade, uma vez que a imersão entre os territórios locais demanda trajetos que consomem 800 quilômetros de distância entre os extremos norte e sul do estado, a exemplo dos municípios de Sonora e Mundo Novo; e aproximadamente 750 quilômetros entre Corumbá na fronteira com a Bolívia e Três Lagoas na costa leste, na divisa com o estado de São Paulo.

A necessidade de estar em contato com a realidade na pesquisa em Comunicação se mostrou obrigatória a partir da experiência deste pesquisador cartógrafo. A radiodifusão sonora no cenário brasileiro configura-se num terreno movediço, sujeito a mutações constantes que somente a presença *in loco* é capaz de decifrar. As ferramentas digitais, ainda que tenham sido adotadas por muitos pesquisadores no período compreendido da pandemia de Covi-19 que exigiu o isolamento social, não são capazes de fornecer impressões precisas sobre a realidade do radiojornalismo quando a etapa coleta de dados é realizada de forma remota.

Muitas nuances só puderam ser evidenciadas a partir da imersão no campo, a exemplo das emissoras que se encontravam com ausência de locutores e programação automatizada em Aquidauana, e o cenário amador formado por apenas um profissional numa rádio AM de Itaporã que acumula inúmeras funções na sua rotina diária, desde a locução a recepção de ouvintes e convidados, mas que busca manter-se motivado em sua missão diária de informar, entreter, prestar serviço e interagir com seu público cativo.

Dentre as principais contribuições que esta investigação traz para a pesquisa em Comunicação e para o jornalismo, além de descortinar o cenário do radiojornalismo sul-mato-grossense, está a possibilidade de refletir sobre as categorias limitantes fornecidas pelo Atlas da Notícia. O rigor metodológico e o aperfeiçoamento das estratégias adotadas na coleta de dados devem ser perseguidos constantemente para que a realidade seja apreendida em sua totalidade.

Conforme ficou evidenciado na análise dos dados deste estudo, a avaliação do conteúdo jornalístico colocado em circulação nos veículos midiáticos torna-se imprescindível na categorização dos territórios considerados desertos noticiosos (ABERNATHY, 2020). Em consonância ao evidenciado por Reis (2022) em pequenas localidades do interior do Maranhão, o estado de Mato Grosso do Sul é, seguramente, formado por uma proporção consideravelmente maior de territórios considerados desertos ou sujeitos à desertificação, na contramão ao apontado pelos levantamentos do Atlas da Notícia (2022).

Esta consideração é reafirmada a partir do momento em que se observa acuradamente o perfil de programação adotado nas emissoras de rádio generalistas, majoritariamente musicais, com programação jornalística cumprindo o percentual mínimo exigido pela legislação brasileira, além daquelas que possuem vocação confessional transformando as ondas sonoras em templos a serviço da fé ou de palanques eletrônicos em favor de interesses políticos mascarados de prestação de serviço e informação.

Para pesquisas futuras, sugere-se a adoção da proposta metodológica da AC desta tese a partir dos indicadores de originalidade, âmbito territorial da informação, principais temáticas

abordadas e fontes agendadas no radiojornalismo a fim de avaliar o conteúdo circulado em outros veículos de mídia englobando não somente o rádio, mas jornais impressos e on-line, bem como páginas informativas em redes sociais e blogs, que tem avançado consideravelmente em municípios do interior sul-mato-grossense na tentativa de minimizar a desertificação dos territórios.

A partir desta percepção conjunta do conteúdo jornalístico veiculado em diversos canais num mesmo território, será possível estabelecer fielmente uma categorização dos desertos noticiosos, a exemplo do realizado por Philip Napoli *et al.* (2016) ao explorar o conteúdo dos ciberjornais norte-americanos com base nas necessidades de informação dos *counties*.

Ainda que seja imperativo reconhecer as inquietações na compreensão do radiojornalismo de proximidade marcado por influências políticas e religiosas manifestas na estruturação dos programas radiofônicos, deve-se considerar que há desafios de outras naturezas a serem superados em meio a este cenário enigmático.

Na era multiplataforma, no qual a oferta de conteúdo cresce exponencialmente nos canais digitais, o rádio de Mato Grosso do Sul deve buscar fomentar nestes espaços, conteúdos informativos cada vez mais relacionados ao cotidiano de suas localidades, a partir da criação de *podcasts* com periodicidade regular que envolva a realidade do território em suas narrativas.

Nas emissoras generalistas, que dedicam extensas faixas da programação para conteúdo de entretenimento, deve-se pensar em alternativas visando ampliar o espaço para a prestação de serviço e informação de proximidade, uma vez que conteúdos musicais já são amplamente contemplados em plataformas de *streaming* acessadas *on demand* pelas audiências que filtram os gêneros de suas preferências numa lógica cada vez mais personalista.

O rádio de proximidade precisa compreender que a veiculação de notícias nacionais e internacionais, amplamente disponíveis em ciberjornais, redes sociais, televisão e rádios de rede não atraem as audiências do seu entorno. Neste sentido, os critérios de noticiabilidade adotados neste modelo de radiojornalismo, deve priorizar os acontecimentos e fatos de proximidade com vocação para o território que apresentem relevância e atendam ao interesse público, descartando, portanto, noticiar ocorrências policiais, que embora seduzam os ouvintes pelo caráter mórbido e trágico, em nada contribuem para o fortalecimento da cidadania nestas localidades.

Como forma de melhor aproveitar as potencialidades dos canais digitais, é possível ampliar a participação das audiências e implementar um modelo de jornalismo colaborativo, no qual os ouvintes atuem efetivamente na sugestão de pautas e tenham suas demandas ecoadas.

A iniciativa, que tem se mostrado eficaz em parte das emissoras analisadas, ainda que de forma pontual, deveria ser incorporada de forma efetiva.

Vale destacar que as ferramentas digitais, através dos aplicativos de mensagens instantâneas como *WhatsApp* e *Telegram*, além de facilitar o processo de apuração e checagem da informação de forma imediata, podem ser utilizados também na captação da declaração das fontes, uma estratégia que permite incorporar a sonora na narrativa jornalística, elemento basilar do radiojornalismo.

No aspecto das rotinas produtivas, os jornalistas que atuam em rádios de proximidade também podem ancorar-se em dados públicos disponíveis em portais da transparência, para que investiguem a correta aplicação dos recursos destinados às políticas públicas da localidade. A medida exigiria do poder público a transparência das ações governamentais por meio de uma ação fiscalizadora do radiojornalismo, minimizando a prática de um jornalismo declaratório que tende a decorrer no aumento da credibilidade perante as audiências do território.

No eixo da sustentabilidade, recomenda-se que as emissoras busquem fontes alternativas de financiamento para que não se tornem reféns do poder público local e estadual, e de grupos religiosos. Uma das possibilidades é a imersão efetiva nas redes sociais, buscando engajamento das audiências do território de proximidade, que pode resultar na captação de receitas exclusivas para estes canais, além da possibilidade de conquistar monetização proveniente das plataformas.

Um outro aspecto a ser destacado, percebido por este pesquisador cartógrafo durante a coleta de dados na pesquisa de campo, é a resistência dos radiodifusores em fornecer dados acerca das organizações que controlam. Mesmo configuradas como concessões públicas, o acesso às informações relativas às receitas de sustentabilidade e fontes de financiamento, é impossibilitado pela blindagem estabelecida pelos dirigentes, tornando-se um impeditivo na elaboração de um diagnóstico capaz de propor ações alternativas efetivas visando manter a sustentabilidade e saúde da organização.

A resistência criada na relação entre dirigentes e pesquisadores se deve, em grande parte, à desconexão entre as emissoras de rádio e as instituições públicas de ensino superior. Uma das principais queixas dos radiodifusores é a ausência de *feedback* por parte dos pesquisadores após a compilação dos dados e interpretação dos achados.

O compartilhamento dos resultados e as impressões conclusivas obtidas são essenciais para a garantia da confiabilidade e para o estabelecimento de parcerias mútuas entre o setor e o ambiente acadêmico. Soma-se a isso a necessidade de as universidades públicas desenvolverem projetos de extensão, visando contribuir com as emissoras que sofrem com a ausência de mão

de obra qualificada no interior, sobretudo nas rádios comunitárias, cujas dificuldades de natureza estrutural inviabilizam a contratação de jornalista profissional para a produção informativa.

Além de cursos viabilizados por projetos de extensão, visando aperfeiçoar e atualizar estes profissionais para a produção jornalística num cenário multiplataforma marcado por inúmeras possibilidades digitais, a implementação de uma agência de notícias nos cursos de jornalismo por meio das disciplinas práticas, com a produção e disponibilização de conteúdo jornalístico na modalidade sonora, é algo a ser pensado para que se torne viável a longo prazo.

A medida evitaria a apropriação de conteúdos alicerçados num modelo de jornalismo declaratório, sujeito a narrativas tendenciosas agendadas pela grande mídia. Ainda que esta proposta não seja desejável, diante da natureza comercial da maioria das rádios de Mato Grosso do Sul, nem figure como algo inovador, poderia, ao menos, minimizar os vazios da notícia ao oferecer condições mínimas de informação para populações do imenso interior brasileiro.

Encaminhando-se para o findar deste percurso, ressalta-se que há inúmeras outras possibilidades a serem pensadas, exploradas e desvendadas no radiojornalismo brasileiro, quiçá em territórios periféricos, a exemplo de Mato Grosso do Sul. A complexidade é imensa, mas a persistência e a curiosidade deste pesquisador, os levará a descortinar outros “**radiojornalismos**” praticáveis em lugares minúsculos, despercebidos, porém afetivos e de proximidade.

## REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, Penelope Muse. **Saving Community Journalism: The Path to Profitability**. Chapel Hill, NC: UNC Press, 2014. Disponível em: <https://flexpub.com/preview/saving-community-journalism>. Acesso em: 20 jan. 2022.
- ABERNATHY, Penelope Muse. **The Rise of a new media baron and the emerging threat of News Deserts**. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 2016. Disponível em: [https://www.usnewsdeserts.com/wp-content/uploads/2016/09/07.UNC\\_RiseOfNewMediaBaron\\_SinglePage\\_01Sep2016-REDUCED.pdf](https://www.usnewsdeserts.com/wp-content/uploads/2016/09/07.UNC_RiseOfNewMediaBaron_SinglePage_01Sep2016-REDUCED.pdf). Acesso em: 26 jan. 2022.
- ABERNATHY, Penelope Muse. **News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?** Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 2020. Disponível em: [https://www.usnewsdeserts.com/wp-content/uploads/2020/06/2020\\_News\\_Deserts\\_and\\_Ghost\\_Newspapers.pdf](https://www.usnewsdeserts.com/wp-content/uploads/2020/06/2020_News_Deserts_and_Ghost_Newspapers.pdf) . Acesso em: 26 jan. 2022.
- AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes; Rio de Janeiro, RJ: Editora PUC-Rio, 2016.
- AGUIAR, Sonia. O Conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional. In: MOREIRA, Sonia Virgínia et al. (org.). **A nova geografia cultural das identidades**. 10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil. São Paulo, SP: Intercom, 2019.
- AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy dos. **Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil**. 1. Ed. Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2017.
- ALGERI, Carla. **O local e o global: fatores que definem a pauta em dois jornais do oeste de Santa Catarina**. 2011. 167f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2011.
- ANATEL. **Relatório de acompanhamento do setor de telecomunicações**. Serviço de Comunicação Multimídia – Banda Larga Fixa – 2º semestre de 2021. Brasília, DF: ANATEL, 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados/relatorios-de-acompanhamento/2021>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- ANATEL. **Relatório de acompanhamento do setor de telecomunicações**. Serviço de Móvel Pessoal – Telefonia Móvel – 2º semestre de 2021. Brasília, DF: ANATEL, 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados/relatorios-de-acompanhamento/2021>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- ANATEL. **Sistema Mosaico: Canais de Radiodifusão**. Brasília, DF: ANATEL, 2023. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso em: 10 jan. 2022.
- ANDI, Simge. **How and Why do Consumers Access News on Social Media?** Digital News Report 2021. 10th Edition. Oxford: Reuters Institute, 2021. Disponível em:

[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf). Acesso em: 26 jan. 2022.

ARAÚJO, Vera. **A Sociedade em Rede em Portugal 2008**. Lisboa: Obercom, 2009.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MATO GROSSO DO SUL. **Deputados: Lucas de Lima – PDT**, 2023. Disponível em: <https://al.ms.gov.br/Deputados/Visualizar/38> . Acesso em: 01 abr. 2023.

ASSIS, Francisco. Imprensa do interior: conceitos a entender, contextos a desvendar. In: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Estatísticas**. 2022. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/plataforma/estatisticas/>. Acesso em: 19 jan. 2022.

AVRELLA, Bárbara. **O radiojornalismo local em pequenas emissoras: um estudo das rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM**. 2014. 306f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2014.

AZEVEDO, Carlos Eduardo Franco Azevedo. *et al.* A Estratégia de Triangulação: Objetivos, Possibilidades, Limitações e Proximidades com o Pragmatismo. In: Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, 4, 2013, Brasília. **Anais [...]** Brasília: Anpad, 2013. p. 1- 16.

BAINES, David. Hyper-local news: A glue to hold rural communities together? **The Journal of the Local Economy Policy Unit**, v. 27, n. 2, 2012. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0269094211428860>. Acesso em: 21 fev. 2022.

BALDESSAR, Maria José; DELLAGNELLO; Pedro Henrique. Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 28, p. 53-62, jul. 2013.

BANYASZ, Ana Paula. **Radiojornalismo e Produção Local: um estudo sobre o programa Ronda do MS, da Rede Jota FM**. 2021. 125f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2021.

BARBOSA, Tiago Alexandre Leme. Radiografia da classe política de Mato Grosso do Sul (1978-2014). In: MIRANDA, Daniel Estêvão Ramos de; SILVA, Marcos Antonio da; MIRANDA, Victor Garcia (org.). **Os (des) caminhos da política no Mato Grosso do Sul: tradição continuidades e mudanças**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2019.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo, SP: Paulinas, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BEL MALLÉN, José Ignacio. **La información local y regional en la Comunidad de Madrid**. Cuenta y Razón. Fundación de Estudios Sociológicos. Madrid: Imprime Gramadosa,

2008. Disponível em: <http://cuentayrazon.com/wp-content/uploads/2016/05/revista1.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2022.

BELTRÃO, Luiz. O jornalismo interiorano a serviço da comunidade. *In*: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó, SC: Argos, 2013.

BETTI, Juliana Gobbi. As Redes de Rádio no Brasil: estratégia e desenvolvimento. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife, PE. **Anais [...]**. Recife, PE: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-2774-1.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2023.

BOOTH, Wayne; COLOMB, Gregory; WILLIAMS, Joseph. **A arte da pesquisa**. 2ª ed. - São Paulo, SP: Martins Fontes, 2005.

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

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. E-compós, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

BRASIL. **Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963**: Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. Brasília, DF: Presidência da República, 1963. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/d52795.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm). Acesso em: 19 jan. 2022.

BRASIL. **Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008**: Dispõe sobre o estágio de estudantes. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111788.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111788.htm). Acesso em: 29 mar. 2023.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Painel Outorgas de Rádio e TV**. Brasília, DF: Ministério das Comunicações, 2023. Disponível em: <https://11nq.com/ubd5T>. Acesso em: 10 mar. 2023.

BRASIL. **Plano Nacional de Outorgas 2018/2019 Radiodifusão Comunitária**. Brasília: Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/media/arquivos-serad/radcom-pno-2018-2019.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2021.

BRECHT, Bertolt. Teoria do Rádio. *In*: Meditsch, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. vol. I. Florianópolis, SC: Insular, 2005.

BREMAEKER, François E. J. de. **Perfil dos vereadores do estado do Mato Grosso do Sul (2013 – 2016)**. Estudo Técnico nº 199 - Associação Transparência Municipal. Salvador, BA: Associação Transparência Municipal, 2012. Disponível em: [http://oim.tmunicipal.org.br/abre\\_documento.cfm?arquivo=\\_repositorio/\\_oim/\\_documentos/3D02A8A3-E6DF-E31D-2AF6621873CAF45B26102012095109.pdf&i=2129](http://oim.tmunicipal.org.br/abre_documento.cfm?arquivo=_repositorio/_oim/_documentos/3D02A8A3-E6DF-E31D-2AF6621873CAF45B26102012095109.pdf&i=2129). Acesso em: 01 abr. 2022.

BRITO, Nayane Cristina R. **Panorama do radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do Sul do Maranhão**: mapeamento, rotinas produtivas e produtos jornalísticos. 2017. 359f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Setor de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR, 2017.

BONIXE, Luís. **Jornalismo radiofónico e Internet**: um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. *Comunicação e Sociedade*, vol. 20, 2011. Disponível em: [https://doi.org/10.17231/comsoc.20\(2011\).881](https://doi.org/10.17231/comsoc.20(2011).881). Acesso em: 19 abr. 2022.

BONIXE, Luís. **As rádios locais portuguesas na transição para a internet**. JERÓNIMO, Pedro (org.). *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. Editora LabCom.IFP. Covilhã, 2017. Disponível em: [https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710\\_mediajornalismoproximidade\\_pjeronimo.pdf](https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf). Acesso em: 05 mar. 2022.

BONIXE, Luís. **As rádios locais em Portugal** – da génese ao online: contexto e prática do jornalismo de proximidade. Lisboa: ICNOVA, 2019. Disponível em: [https://www.icnova.fcsh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/38/2019/10/ICNOVA\\_RádiosLocais.pdf](https://www.icnova.fcsh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/38/2019/10/ICNOVA_RádiosLocais.pdf). Acesso em: 05 mar. 2022.

BUENO, Wilson da Costa. *Jornal do interior: conceitos e preconceitos*. In: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do interior**: conceitos e contextos. Chapecó, SC: Argos, 2013.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade**: Rituais de Comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CAMPONEZ, Carlos. *Jornalismo regional: proximidade e distâncias*. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade**: Limites, Desafios e Oportunidades. Covilhã: Labcom Books, 2012.

CÂNCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto**: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional. Campo Grande, MS: Editora UFMS, 2005.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo, SP: FFLCH, 2007, 85p.

CARRO, Rodrigo. **Brazil**: Analysis by Country and Market. Digital News Report 2021- 10th Edition. [S. l.]: Reuters Institute, 2021. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf). Acesso em: 26 jan. 2022.

CARVALHO, Juliano Maurício de. CARVALHO, Angela Maria Grossi de. *Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade*. In: BRONOSKY, Marcelo Engel; CARVALHO, Juliano Maurício de. (org.). **Jornalismo e Convergência**. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2014.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *O rádio no contexto da comunicação multiplataforma*. **Rádio Leituras**, v. 2, n. 2, jul. a dez. 2011.

CHAGAS, Luãn José Vaz. **Entre fontes e jornalistas**: a seleção de vozes na construção das notícias na Band News e na CBN. 2019. 393f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/8854>. Acesso em: 13 abr. 2023.

CHAGAS, Luãn José Vaz. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá, MT: EdUFMT, 2020.

CHAGAS, Luãn; DA CRUZ, Marcio. Rádio que virou partido: jornalismo declaratório e passividade na cobertura eleitoral do Jornal da Manhã da Jovem Pan. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, MG, v. 13, n. 02, p. 33-52, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/download/5724/5080>. Acesso em: 13 abr. 2023.

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

COMASSETTO, Leandro Ramires. **A Voz da Aldeia**: o Rádio Local e o Comportamento da Informação na Nova Ordem Global. Florianópolis, SC: Insular, 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço: um conceito chave da Geografia. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (org.). **Geografia**: conceitos e temas. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2000.

CORREIO DO ESTADO. **Quem somos**. Disponível em: <https://correiodoestado.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

COSTA, Osmani Ferreira da. **Rádio e política**: a aventura eleitoral dos radialistas no século XX. Londrina, PR: Eduel, 2005.

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Fundação Getúlio Vargas. **Flávio Derzi**: Biográfico. Rio de Janeiro, RJ: CPDOC, 2009a. Disponível em: <https://www18.fgv.br/CPDOC/acervo/dicionarios/verbete-biografico/flavio-augusto-coelho-derzi>. Acesso em: 05 abr. 2022.

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. **Harry Amorim Costa**: Biográfico. Rio de Janeiro, RJ: CPDOC, 2009b. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/amorim-harry>. Acesso em: 05 abr. 2022.

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. **Rosário Congro Neto**: Biográfico. Rio de Janeiro, RJ: CPDOC, 2009c. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/congro-neto-rosario>. Acesso em: 05 abr. 2022.

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. **Valdir Guerra**: Biográfico. Rio de Janeiro, RJ: CPDOC, 2009d. Disponível em: <https://www18.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/guerra-valdir>. Acesso em: 05 abr. 2022.

CRISELL, Andrew; STARKEY, Guy. News on local radio. *In*: FRANKLIN, Bob. (org.). **Local Journalism and Local Media: Making the local News**. Routledge: London, 1998.

CRUZ NETO, Otávio. O trabalho de campo como descoberta e criação. MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

DARR, Joshua P.; HITT, Matthew P.; DUNAWAY, Johanna L. **Home Style Opinion: How Local Newspapers Can Slow Polarization**. Editora: Cambridge University Press, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/9781108950930>. Acesso em: 12 abr. 2023.

DATA REPORTAL. **Digital 2023 Global Overview Report: Brazil**. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 31 mar.2023.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. **Remediação do radiojornalismo na era da informação**. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO DA SBPJor, 2., 2004, Salvador, BA. Anais [...]. Salvador, BA: SBPJor, 2004. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2021.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet. *In*: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (coords.). **Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã (CCCC): Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico**. Vol. 4, Covilhã: Universidade da Beira Interior, Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online, 2005. p. 157-166.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores-notícia. *In*: MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ: EdUERJ, 2011.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. *In*: DEL BIANCO, Nelia Rodrigues (org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo, SP: INTERCOM, 2012.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense**. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2016. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/8857>. Acesso em: 13 nov. 2021.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michéle. O delineamento da pesquisa qualitativa. *In*: POUPART, Jean *et al.* (org.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. p.127-153.

DIAS, Leila Christina. Redes: emergência e organização. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (org.). **Geografia: conceitos e temas**. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2000.

DIFUSORA TRÊS LAGOAS. **Equipe**. Disponível em: <https://www.difusorateslagoas.com.br/equipe/>. Acesso em: 04 fev. 2023.

DORNELLES, Beatriz. O futuro do jornalismo em cidades do interior. *In*: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do Interior**: conceitos e contextos. Chapecó, SC: Argos, 2013.

DUARTE, Aluizio Capdeville. O Centro-Oeste na organização regional do Brasil. *In*: **Geografia do Brasil**. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Diretoria de Geociências. Rio de Janeiro: IBGE, 1988. 268 p. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv81437\\_v1.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv81437_v1.pdf). Acesso em: 06 abr. 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª edição, São Paulo, SP: Atlas, 2006.

DUARTE, Teresa. A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica). **CIES**, e-Working Paper, n.60, 2009.

EGLER, Claudio A. G. Questão regional e gestão do território no Brasil. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (org.). **Geografia**: conceitos e temas. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2000.

FADUL, Anamaria; MOREIRA, Sonia Virgínia. Prefácio. *In*: MOREIRA, Sonia Virgínia [*et al.*] (Org.). **10 anos**: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil. São Paulo, SP: Intercom, 2019. 236 p.

FERNANDES, Mário Luiz. **A força do jornal do interior**. Itajaí, SC: Univali, 2003.

FERNANDES, Mário Luiz. Panorama do rádio em Campo Grande. *In*: PRATA, Nair. **Panorama do rádio no Brasil**. Florianópolis, SC: Insular, 2011.

FERNANDES, Mário Luiz. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. *In*: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do Interior**: conceitos e contextos. Chapecó, SC: Argos, 2013.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre, RS: Editora Sagra Luzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos. *In*: MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ: EdUERJ, 2011.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo, SP: Summus Editorial, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. Por que o rádio brasileiro começou em Recife. **Revista FAMECOS**, v. 28, n.1, p. e40142, 2021. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/40142>. Acesso em: 23 jun. 2023.

FERREIRA, Sidnei Carlos Santos Bonfim. **Os impressos de Três Lagoas no “boom” industrial**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande, MS, 2013.

FERREIRA NETO, João. **Raízes de Coxim**. Campo Grande, MS: Editora UFMS, 2004.

FÍGARO, Roseli. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos: Unisinos**. v. 16, n. 2 - maio/ago. 2014.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel. Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. Tendencias de Periodismo Mundial. **Cuadernos de Periodistas**, n. 29, 2015. Disponível em: <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2015/03/38-54-JESUS-FLORES.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª edição, São Paulo, SP: Atlas, 2006.

FONTOURA, Marcelo; LÜDTKE, Sérgio. Ethics and journalism in Brazil: A study of local journalism through the Brazilian News Atlas. **Ethical Space: The International Journal of Communication Ethics**. v. 18, N. ¾, 2021.

FRANKLIN, Bob. Preface. **Local Journalism and Local Media: Making the local news**. Routledge: London, 1998.

FUNDADOR da Rede MS, Ivan Paes Barbosa completa 87 anos. **Diário Digital**, Campo Grande, 8, jan. 2021. Disponível em: <https://www.diariodigital.com.br/geral/fundador-da-rede-ms-ivan-paes-barbosa-completa-87-anos/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

GARCÍA, Xosé López. **Ciberperiodismo en la proximidad**. 1ª edición. Sevilla: Colección Periodística, 2008.

GENTILLI, Victor. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. **Revista FAMECOS**, v. 9, n. 19, p. 36-48, 2002.

GOMES, Cláudia Santos do Nascimento; SILVA, Ivani Ribeiro da; LIMA, José Juarez Tavares; MARIA, Luiz; FEITOSA, Sérgio. A comunicação na cartografia. **Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico**, v. 1, p. 5a.1, 2012.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. O conceito de região e sua discussão. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (org.). **Geografia: conceitos e temas**. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2000.

GONÇALVES, Tatiana Santos; JERÓNIMO, Pedro; CORREIA, João Carlos. Local News and Geolocation Technology in the Case of Portugal. **MDPI Publications**, v. 9, n. 53. 2021. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2304-6775/9/4/53>. Acesso em: 19 fev. 2022.

GUIMERÀ, Josep Àngel; DOMINGO, David; WILLIAMS, Andy. Jornalismo local na Europa: reencontrando seu público. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo** [En ligne, online], v. 7, n. 2, 2018. Disponível em: <http://www.surlejournalisme.kinghost.net/rev/index.php/slj/article/view/354/340>. Acesso em: 16 set. 2021.

HAESBAERT, Rogério. Região, Diversidade Territorial e Globalização. **GEOgraphia**, v.1, n.1, p. 15-39, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia1999.v1i1.a13361>. Acesso em: 22 mar. 2022.

HAESBAERT, Rogério. Da desterritorialização à multiterritorialidade. **Boletim Gaúcho de Geografia**, v. 29, p. 11-24, jan., 2003. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/bgg/article/view/38739/26249>. Acesso em: 01 mar. 2022.

IBGE. Coordenação de Geografia. **Arranjos populacionais e concentrações urbanas no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. e-Book (PDF). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99700.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2022.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**: 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017, 82 p. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv100600.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2022. I

IBGE. **Regiões de influência das cidades**: 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. 192 p. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101728.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

IBGE. **Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2021**. 2021a. Disponível em: [https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2021/estimativa\\_dou\\_2021.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2021/estimativa_dou_2021.pdf). Acesso em: 19 jan. 2022.

IBGE. **Produto interno bruto dos municípios 2019**: Rio de Janeiro, IBGE, 2021b. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101896>. Acesso em: 31 jan. 2022.

IBGE. **Cidades e Estados**: Mato Grosso do Sul. 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ms.html>. Acesso em: 19 mar. 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo, SP: Aleph, 2009.

JERÓNIMO, Pedro. **Ciberjornalismo de Proximidade**: Redações, jornalistas e notícias online. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2015.

JORGE, Thais de Mendonça; BATISTA, Paula Cristina Brito. Rádio Local sem fronteiras: a experimentação de uma pequena emissora portuguesa na internet. **Brazilian Journalism Research**. [online]. v.17, n. 2, p. 376-401, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/bjr.v17n2.2021.1324>. Acesso em: 14 fev. 23.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. 2ª ed. São Paulo, SP: Contexto, 2005.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Radio**. 2022. Disponível em: [https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022\\_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf](https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf). Acesso em: 03 abr. 2023.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. **Revista Psicologia & Sociedade**. v. 19, n.1. p.15-22, jan./abr. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/8rWQrJSBTg7w8zTV47svGTq/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 13 abr. 2022.

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

KINTSCHNER, Fernanda. Assembleia Legislativa lamenta morte de ex-deputado estadual Armando Anache. **Portal da Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul**, 2021. Disponível em: <https://al.ms.gov.br/Noticias/106845/assembleia-legislativa-lamenta-morte-de-ex-deputado-estadual-armando-anache#>. Acesso em: 18 mar. 2022.

KRINPPENDORF, Klaus. **Metodologia de Análisis de Contenido**. Barcelona: Paidós, 1990.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. Prefácio à edição brasileira. In: CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

LEMOS, André. Nova esfera Conversacional. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; COELHO, Cláudio Novaes Pinto *et al.* (org.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. E-Papers, 2009.

LEMOS, Cândida Emília Borges; PEREIRA, Reinaldo Maximiano. Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório Contramão Online. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16., 2011, São Paulo, SP. **Anais [...]**. São Paulo, SP: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.

LESNIESKI, Marlon Sandro. **Radiojornalismo e Internet: um estudo da Rádio Catarinense AM da Cidade de Joaçaba**. 2012. 168f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2012.

LIBNI, Thais. Morre aos 49 anos, Carlos Eduardo Longo, proprietário da Rádio FM Capital. **Correio do Estado**, 10 out. 2021. Disponível em: <https://correiodoestado.com.br/cidades/morre-carlos-eduardo-longo-proprietario-da-radio-fm-capital/391953>. Acesso em: 11 jun. 2022.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos. **A Migração do Rádio AM para FM em Mato Grosso do Sul: um estudo comparado das Rádios Caçula e Difusora Pantanal**. 2018. 166f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande, MS, 2018. Disponível em: <https://posgraduacao.ufms.br/portal/trabalho-arquivos/download/5386>. Acesso em: 22 dez. 2021.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos; DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. FM América de Aquidauana: uma história intrínseca à trajetória do fundador. **Panorama: Revista Científica de Comunicação Social**. Goiânia, v. 11, n. 1, p. 26-33, jan./jun. 2021. Disponível em: <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/9034/5243>. Acesso em: 18 mar. 2022.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos; DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. Cartografia das rádios de Mato Grosso do Sul: uma categorização preliminar a partir dos gêneros radiofônicos. In: BORGES, Rosana Maria Ribeiro; CORDEIRO, Douglas Faria. (org.). **Comportamento Informacional e Produção Social de Sentidos**. 1 ed. Goiânia, GO: Cegraf, 2022. v. 1, p. 159-178. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/2022\\_-\\_Comportamento\\_Informacional\\_e\\_Produ%C3%A7%C3%A3o\\_Social\\_de\\_Sentidos.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/2022_-_Comportamento_Informacional_e_Produ%C3%A7%C3%A3o_Social_de_Sentidos.pdf). Acesso em: 13 abr. 2023.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos. OTA, Daniela Cristiane. Rádio AM e a questão local: uma análise da programação da Difusora Matogrossense de Corumbá (MS). **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**. n. 6, vol. 6, 2017. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/2194/1865>. Acesso em: 22 abr. 2022.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos; OTA, Daniela Cristiane. A migração do Rádio AM para FM: perspectivas no novo dial. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nelia R. (org.). **Migração do rádio AM para o FM: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2018.

LOPEZ, Debora Cristina. A construção da notícia no rádio contemporâneo: o papel do Gatekeeper no jornalismo radiofônico num ambiente de convergência. **Revista Latinoamericana de Comunicación: Chasqui**, n. 108, diciembre, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057453013.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2022.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, UBI, LabCom, 2010. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/24>. Acesso em: 15 ago. 2022.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública. **Comunicação & Informação**, Goiânia, GO, v. 21, n. 3, p. 166-184, out./dez. 2018.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é Cidadania**. São Paulo, SP: Brasiliense, 2002.

MATO GROSSO DO SUL. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico. **Estudo da Dimensão Territorial do Estado de Mato Grosso do Sul: Regiões de Planejamento**. Campo Grande, MS: SEMADE, jan. 2015a. Disponível em: [http://www.semagro.ms.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/estudo\\_dimensao\\_territorial\\_2015.pdf](http://www.semagro.ms.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/estudo_dimensao_territorial_2015.pdf). Acesso em: 30 mar. 2022.

MATO GROSSO DO SUL. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico. **Perfil Estatístico de Mato Grosso do Sul 2015: Ano base 2014**. Campo Grande, MS: SEMADE, 2015b.

MEDEIROS, Magno. Violência da mídia, tecnorracionalismo e cidadania. **Comunicação & Informação**, v. 12, n.1, p. 16-26, jan./jun. 2009.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo - 2ª Ed.** Florianópolis, SC: Insular, Ed. da UFSC, 2007.

MELO, José Marques de. Prefácio. *In*: MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **Geografias da comunicação**: espaço de observação de mídia e de culturas. São Paulo, SP: INTERCOM, 2012.

METZGAR, Emily; KURPIUS, David; ROWLEY, Karen. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. **New Media and society**, v.13, n. 5, 2011. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444810385095>. Acesso em: 21 fev. 2022.

MICK, Jacque; CHRISTOFOLETTI, Rogério; LIMA, Samuel Pantoja. Para pensar a crise no jornalismo, um olhar para a governança social. *In*: MICK, Jacque; CHRISTOFOLETTI, Rogério; LIMA, Samuel Pantoja (org.). **Jornalismo Local a serviço dos públicos**: como práticas de governança social podem oferecer respostas às crises do jornalismo. 1ª edição, Florianópolis, SC: Editora Insular, 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. *In*: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; GÓMEZ, Carlos Minayo. Difíceis e Possíveis Relações entre Métodos Quantitativos e Qualitativos nos Estudos de Problemas de Saúde. *In*: GOLDENBERG, Paulete; *et al.* (org.). **O Clássico e o Novo**: tendências, objetos e abordagens em ciências sociais e saúde. Rio de Janeiro, RJ: Editora FIOCRUZ, 2003. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/d5t55/pdf/goldenberg-9788575412510-09.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2021.

MIRANDA, Giovani Vieira; VICENTE, Guilherme Henrique; CARVALHO, Juliano Maurício de. O espaço hiperlocal e as novas possibilidades para a produção jornalística. **Acervo On-line de Mídia Regional**, v. 10, n. 1, p. 44-58, jan./jun. 2015.

MOREIRA, Ruy. Da região à rede e ao lugar: a nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. **Etc..., espaço, tempo e crítica: Revista Eletrônica de Ciências Humanas e Sociais**. v.1, n. 3, 2007. Disponível em: [http://docs.fct.unesp.br/docentes/geo/raul/cartografia\\_ensinoGeografia2016/racioc%EDnio%20geogr%E1fico%20-%20ruy%20moreira.pdf](http://docs.fct.unesp.br/docentes/geo/raul/cartografia_ensinoGeografia2016/racioc%EDnio%20geogr%E1fico%20-%20ruy%20moreira.pdf). Acesso em: 21 mar. 2022.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Palanque**: fazendo política no ar. Rio de Janeiro, RJ: Mil Palavras, 1998.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio em Transição**: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Mil Palavras, 2002.

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nelia Rodrigues; MARTINS, César Franco dos Santos. Mídia audiovisual no interior do Brasil e produção local de informação. **Intercom – RBCC**. São Paulo, v. 44, n. 2, p.113-135, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844202126>. Acesso em: 01 fev. 2022.

MOREIRA, Walter. Revisão de Literatura e Desenvolvimento Científico: conceitos e estratégias para confecção. **Janus – Revista de Pesquisa Científica – UNIFATEA**, v. 1, n. 1, 2004. Disponível em:

[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/19/o/Revis\\_\\_o\\_de\\_Literatura\\_e\\_desenvolvimento\\_cient\\_\\_fico.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/19/o/Revis__o_de_Literatura_e_desenvolvimento_cient__fico.pdf). Acesso em: 10 jan. 2021.

MORENA FM. **Expediente**. 2023. Disponível em: <https://www.morenafm.com.br/easy-campo-grande/a-radio/6/expediente>. Acesso em: 10 jan. 2023.

MORRE ex-deputado estadual e ex-presidente da Assembleia Legislativa de MS Roberto Orro. **G1 MS**, Campo Grande, 24, nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2020/11/24/morre-ex-deputado-estadual-e-ex-presidente-da-assembleia-legislativa-de-ms-roberto-orro.ghtml>. Acesso em: 03 mar. 2022.

NAPOLI, Philip M.; STONBELY, Sarah; MCCOLLOUGH, Kathleen; RENNINGER, Bryce. Local Journalism and the Information needs of Local Communities. **Journalism Practice**, v. 11, n. 4, p. 373-395, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>. Acesso em 04 mar. 2022.

NASCIMENTO, Luciana de Cassia Nunes. *et al.* Saturação teórica em pesquisa qualitativa: relato de experiência na entrevista com escolares. **Revista Brasileira de Enfermagem**. v. 71, n.1, p. 228-233, 2018.

NEGÓCIOS GLOBO. **Atlas de Cobertura**. 2021. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>. Acesso em: 19 jan. 2022.

NEWMAN, Nic. **Executive Summary and Key Findings**. Digital News Report 2021- 10th Edition. Oxford: Reuters Institute, 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>. Acesso em: 26 jan. 2022.

NEWMAN, Nic. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022**. Digital News Project. Oxford: Reuters Institute, 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2022>. Acesso em: 01 fev. 2022.

NORONHA, Daisy Pires; FERREIRA, Sueli Mara S. P. Revisões de literatura. *In*: CAMPELLO, Bernadete Santos; CONDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

O PANTANEIRO. **Sobre Nós**. 2022. Disponível em: <https://www.opantaneiro.com.br/sobrenos/>. Acesso em: 16 nov. 2022.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo, SP: SUMMUS, 1985.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, São Paulo, n.56, p. 66-85, dez./fev., 2002.

OTA, Daniela Cristiane. **A informação jornalística em rádios de fronteira: a questão da binacionalidade em Ponta Porã-Pedro Juan Caballero e Corumbá-Puerto Quijarro**. 2006. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2006.

PÉREZ, Arturo Merayo. **Las radios locales y su penetración en la audiencia**. Covilhã: Labcom, 1994. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/merayo-arturo-radio-local.pdf>. Acesso em: 14 fev. 23.

PEREIRA, Marcelo da Silva. **Da sua Casa para a Urna**: Um estudo sobre a recepção do Programa "Picarelli com Você". 2015. 176f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2015.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, n. 43, p. 67 – 84, 1º. sem. 2005.

PINTO, Pâmela Araújo. **Mídia regional brasileira**: características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul. 2015. 336f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, RJ, 2015. Disponível em: [https://ppgcom.uff.br/wp-content/uploads/sites/200/2020/03/tese\\_doutorado\\_2015\\_pamela\\_araujo.pdf](https://ppgcom.uff.br/wp-content/uploads/sites/200/2020/03/tese_doutorado_2015_pamela_araujo.pdf). Acesso em: 10 jan. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RADDATZ, Vera Spacil. **Rádio de fronteira**: da cultura local ao espaço global. 2009. 187f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2009.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo, SP: Editora Ática, 1993.

REIS, Thays Assunção. **A cidade de notícias**: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão. 2022. 257f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://www.btd.uerj.br:8443/handle/1/17702> . Acesso em: 13 abr. 2023.

ROCHA, Jeferson Luís Pires. **Processos de produção em radiojornalismo**: um estudo sobre a construção da notícia local nas rádios CBN Natal e CBN João Pessoa. 2015. 200f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2015.

ROCHA, Jordânia Bispo. **O Telejornal Local “A Serviço” do Cidadão**: um estudo do Jornal Anhanguera 1ª edição. 2018. 256f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

ROCHA, José Milton. **O ‘Glocal’ no ciberjornalismo regional**: Análise dos sítios de webnotícias de Dourados. 2014. 204f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2014.

RODRIGUES FILHO, Lairtes Chaves. **Mba’éichapa chamigo!** programação radiofônica e multiculturalismo na fronteira sul-matogrossense de Brasil e Paraguai. 2016. 194f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2016.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. Cartografia na Comunicação: questões de método e desafios metodológicos. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Pesquisa em Comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas**. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, 2016.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; COCA, Adriana Pierre. A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação. **Comunicação & Inovação**, v.19, n. 41, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/ci.vol19n41.5481>. Acesso em: 12 abr. 2022.

R.R. Soares muda nome da TV Campo Grande para SBT MS. **Marco Eusébio**. Entrelinhas da Notícia. Campo Grande, MS, 20 set. 2011. Disponível em: <https://www.marcoeusebio.com.br/coluna/rr-soares-muda-nome-da-tv-campo-grande-para-sbt-ms/18839>. Acesso em: 25 abr. 2022.

SANCIONADA lei que dá o título de Capital Nacional da Celulose a Três Lagoas (MS). **Agência Senado**. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/04/20/sancionada-lei-que-da-o-titulo-de-capital-nacional-da-celulose-a-tres-lagoas-ms>. Acesso em: 05 abr. 2023.

SANT'ANNA, Francisco. Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas. **Líbero (FACASPER)**, São Paulo, v. 11, n. 22, p. 75-92, 2008. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/564/536>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado**: fundamentos Teórico e metodológico da geografia. São Paulo, SP: Hucite, 1988. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5350058/mod\\_resource/content/1/texto3B\\_msantos\\_1988.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5350058/mod_resource/content/1/texto3B_msantos_1988.pdf). Acesso em: 14 mar. 2022.

SANTOS, Milton. **O retorno do território**. Observatorio Social de América Latina (OSAL). Ano 6, n. 16. p. 251-261, jan./abr. 2005.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/1799/A%20natureza%20do%20Espa%C3%A7o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 mar. 2022.

SANTOS, Milton. Classificação funcional dos jornais brasileiros: as regiões jornalísticas. **Revista da Rede Alcar**, ano 7, n. 83, 1 nov. 2007.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. 7ª ed. 2ª reimpressão, São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SARTOR, Basílio Alberto. **A noção de interesse público no jornalismo**. 2016. 252f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2016.

SCHULZ, Anne. **Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies**. Digital News Report 2021- 10th Edition. Oxford: Reuters Institute, 2021. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf). Acesso em: 26 jan. 2022.

SIGNATES, Luiz.; MORAES, Ângela. A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania. *In*: Signates, Luiz; Moraes, Ângela. (org.) **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. 1ed. Goiânia, GO: Gráfica UFG, 2019.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *In*: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mário Luiz. (org.). **Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis, SC: Insular, 2014.

SILVA, Luiz Custódio da. Desafios e caminhos possíveis para uma nova concepção de imprensa do interior. *In*: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó, SC: Argos, 2013.

SILVA, Paulo Celso. Milton Santos e a Mídia. Frentes e enfrentamentos de um intelectual. *In*: BALDESSAR, Maria José; MONJE, Daniela Inês (org.). **Diálogos Latino-Americanos: Comunicação e democracia em tempos de convergência**. São Paulo, SP: INTERCOM, 2018. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/dialogos-latinos.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2022.

SILVA, Suzana Costa de Oliveira. **História da Rádio Difusora há 65 anos em Três Lagoas**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdades Integradas de Três Lagoas, Três Lagoas, MS, 2021.

SOUSA, Jorge Pedro de. Comunicação regional e local na Europa Ocidental: Os casos português e galego. **Comunicação: Veredas**. v.1, n. 2, 2003.

SOUZA, Marcelo José Lopes. O Território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (org.). **Geografia: conceitos e temas**. 2ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2000.

SOUZA, Marcelo José Lopes. “Território” da divergência (e da confusão): em torno das imprecisas fronteiras de um conceito fundamenta. *In*: SAQUET, Marcos Aurelio; SPOSITO, Eliseu Savério. (org.). **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. 1. ed. São Paulo, SP: Expressão Popular: UNESP. Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2009.

SOUZA, Odávia Ferreira de. **A Trajetória da Rádio Vale do Taquari como meio de comunicação de massa em Coxim (1976 - 2007)**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Coxim, MS, 2007.

SOUZA, Ana Barbosa. **A programação informativa no rádio fronteiriço: um estudo das emissoras nova 96,9 FM de Ponta Porã e Mburucuyá 980 AM de Pedro Juan Caballero**. 114f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 2020.

STÜRMER, Arthur Breno. Território: usos e significados de um conceito. **Revista Espaço Acadêmico**. v.17, n. 199, dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/36536>. Acesso em: 19 jan. 2022.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL (TCE-MS). Institucional. Conselheiro: **Diretor-Geral da Escoex - Conselheiro Waldir Neves Barbosa**. Disponível em: <http://tce.ms.gov.br/institucional/conselheiro/46/diretor-geral-da-escoex-conselheiro-waldir-neves-barbosa>. Acesso em: 01 abr. 2022.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MATO GROSSO DO SUL (TRE-MS). **Resultado das eleições anteriores**. Disponível em: <https://www.tre-ms.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores>. Acesso em: 01 abr. 2022.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Revendo elementos clássicos da pesquisa empírica: gênero e análise de conteúdo como bases de pesquisas empíricas em comunicação. *In*: BARBOSA, Marialva.; MORAIS, Osvando (org.). **Quem tem medo da pesquisa empírica?** São Paulo, SP: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/337a61995de8f72ef1d4842382986b6a.pdf>. Acesso em: 05 mar. de 2021.

THOMPSON, John. B. A nova visibilidade. **Matrizes**, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p15-38>. Acesso em: 3 maio. 2023.

THOMPSON, John. B. A interação mediada na era digital. **Matrizes**, v.12, n. 3, p.17-44, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44>. Acesso em: 16 fev. 23.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis, SC: Insular, v.1, 2.ed., 2005.

TUDO RÁDIO. **O Rádio**: Migração das AMs - Levantamento no FM. 2022. Disponível em: <https://tudoradio.com/conteudo/ver/45-o-radio-migracao-das-ams-levantamento-no-fm>. Acesso em: 19 jan. 2022.

TURRA NETO, Nécio. Espaço e lugar no debate sobre território. **Geograficidade**. v. 5, n. 1, p. 52-59, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/geograficidade2015.51.a12918>. Acesso em: 15 mar. 2022.

TUZZO, Simone Antoniaci. BRAGA, Claudomilson Fernandes Braga. O processo de Triangulação da Pesquisa qualitativa: o Metafenômeno como gênese. **Revista Pesquisa Qualitativa**. São Paulo, SP, v. 4, n.5, p. 140-158, ago. 2016.

UNDP. **IDHM Municípios 2010**: Brazil. 2023. Disponível em: <https://www.undp.org/pt/brazil/idhm-munic%C3%ADpios-2010>. Acesso: 13 abr. 2023.

VACCARI, Glauceia. Jornalista e radialista Armandinho Anache morre de Covid-19 aos 60 anos. **Correio do Estado**, 2021. Disponível em: <https://correiodoestado.com.br/cidades/jornalista-e-radialista-armandinho-anache-morre-de-covid19/384074>. Acesso em: 18 mar. 2022.

VIDIGAL ROCHA, Liana. Mobilidade, convergência e hiperlocalismo no webjornalismo brasileiro. **Interin**, Curitiba, v. 20. n.2. p. 43-65, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://interin.utp.br/index.php/i/article/view/6/4>. Acesso em: 21 fev. 2022.

VIEIRA, Jorge; CARDOSO, Gustavo; MENDONÇA, Sandro. **Os novos caminhos da rádio: Radiomorphosis. Tendências e Prospectivas**. Lisboa: Obercom, 2016. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Os-novos-caminhos-da-radio-Radiomorphosis.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Ciberjornalismo de Proximidade e desenvolvimento: uma análise sobre três casos do interior paulista**. 2019. 182f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2019. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1964>. Acesso em: 20 set. 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Strasbourg: Council of Europe report, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 31 jan. 2022.

WERDEMBERG, Ângela. Desertos de notícias reduziram 15,5% durante a pandemia no Centro-Oeste. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 22, fev. 2022. Edição 1176. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/desertos-de-noticias-reduziram-155-durante-a-pandemia-no-centro-oeste/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5. ed. Lisboa, Portugal: Ed. Presença, 1999.

YAFUSSO, Paulo Massaharu. Reinaldo Azambuja anuncia pavimentação do Distrito Nova Itamarati e participa de entrega de 2,8 mil títulos a assentados. **Portal do Governo de Mato Grosso do Sul**. Campo Grande, 05 fev. 2022. Disponível em: [encurtador.com.br/gpM24](http://encurtador.com.br/gpM24). Acesso em: 06 abr. 2022.

YHAIA, Hanna. Jornais em 2021: impresso cai 13%; digital sobe 6%. **Poder 360**. 1 fev. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-em-2021-impresso-cai-13-digital-sobe-6>. Acesso em: 20 ago. 2022.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis, SC: Insular, 2012.

## Entrevistas

FERIAN, Henrique. Entrevista I. [jan.2023]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Três Lagoas, MS, 2023. 1 arquivo .mp3 (14 min.).

REGIS, Ronald Lima. Entrevista I. [nov.2022]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Aquidauana, MS, 2022. 1 arquivo .mp3 (46 min.).

REGIS, Ronaldo Francisco. Entrevista I. [nov.2022]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Anastácio, MS, 2022. 1 arquivo .mp3 (70 min.).

RODRIGUES, Luciano Medeiros Barbosa. Entrevista I. [dez.2022]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Campo Grande, MS, 2022. 1 arquivo .mp3 (44 min.).

SILVA, Paulo Wagner Santos da. Entrevista I. [dez.2022]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Dourados, MS, 2022. 1 arquivo .mp3 (42 min.).

VERAS, Flávio Henrique Lourenço. Entrevista I. [jan.2023]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Três Lagoas, MS, 2023. 1 arquivo .mp3 (40 min.).

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Relação de Emissoras Comerciais ativas em Mato Grosso do Sul

Nº	Município	Entidade	Nome Fantasia	Freq.
1	Amambaí	Radiojornal de Amambai Ltda	Canal 100,1 FM	100,1
2	Amambaí	Radiojornal de Amambai Ltda	Amanda FM	94,5
3	Anastácio	Rádio Nova FM Anastácio Ltda	Nova FM Anastácio	103,5
4	Aparecida do Taboado	Rede Sul Matogrossense de Emissoras Ltda	Jota FM Aparecida do Taboado	99,5
5	Aquidauana	Empresa Rádio Independente Ltda	Rádio Independente	90,9
6	Aquidauana	Rádio Difusora de Aquidauana Ltda	Avenida FM	91,7
7	Aquidauana	Rádio FM América de Aquidauana Ltda.	FM América de Aquidauana	100,9
8	Bandeirantes	Sistema de Radiodifusão Ribas do Rio Pardo Ltda	Nova Moriá FM	91,7
9	Bataguassu	Sistema de Radiodifusão Ribas do Rio Pardo Ltda	Rádio Portal	98,9
10	Bataguassu	Rádio FM D. A. Ltda	Nossa FM Bataguassu	100,1
11	Bela Vista	Rádio Bela Vista Ltda	Rádio Bela Vista	98,5
12	Bonito	Aurora Comunicações Ltda	Bonito FM	98,9
13	Caarapó	Rede Sul Matogrossense de Emissoras Ltda	Rádio Jota FM Caarapó	99,9
14	Caarapó	Rádio FM D. A. Ltda	Nossa FM Caarapó	96,7
15	Camapuã	Rádio Princesa do Vale de Camapuã S/C Ltda	Explosão FM	99,5
16	Camapuã	Rádio FM D. A. Ltda	Nossa FM Camapuã	90,9
17	Campo Grande	Rede MS Integração de Rádio e Televisão Ltda	Rádio IPB Novo Tempo	97,3
18	Campo Grande	Rádio Cultura de Campo Grande Ltda	Rádio Hora	92,3
19	Campo Grande	Sociedade Rádio Difusora de Campo Grande Ltda	FM Difusora Pantanal	101,9
20	Campo Grande	Rádiosul Emissoras Integradas Ltda	Jovem Pan Campo Grande	95,3
21	Campo Grande	Sociedade Campograndense de Radiodifusão Ltda	Morena FM Easy	107,1
22	Campo Grande	Empresa de Radiodifusão Campograndense Ltda	CBN Campo Grande	93,7
23	Campo Grande	Rede Centro Oeste de Rádio e Televisão Ltda	Mega 94	94,3
24	Campo Grande	Rádio Capital do Som Ltda	Capital 95 FM	95,9
25	Campo Grande	Rede MS Integração de Rádio e Televisão Ltda	FM Cidade	97,9
26	Campo Grande	Acaiaba Emissoras Integradas Ltda	Blink 102 FM	102,7
27	Cassilândia	Rádio Patriarca de Cassilândia Ltda	Rádio Patriarca de Cassilândia	88,7
28	Cassilândia	Rádio Central de Cassilândia Ltda	Jota FM Cassilândia	98,3
29	Chapadão do Sul	Empresa Chapadense de Comunicação Ltda	Rádio Cultura FM	97,3

30	Coronel Sapucaia	Ibiapina Radiodifusão Ltda	Jota FM Coronel Sapucaia	106,5
31	Corumbá	Sociedade Rádio AM Fronteira Ltda	FM Fronteira	106,9
32	Corumbá	Rádio Difusora Matogrossense Ltda	Difusora Corumbá	95,9
33	Corumbá	FM Corumbá Ltda	Band FM	94,3
34	Corumbá	Rádio Tamengo FM Ltda	Transa Hits	92,9
35	Costa Rica	Maia & Oliveira Ltda	Super FM	105,9
36	Costa Rica	Rádio Cidade de Costa Rica Ltda	Cidade 106 FM	106,5
37	Coxim	Rádio Vale do Taquari Ltda	Vale 102 FM	102,9
38	Coxim	Rádio Pantanal de Coxim Ltda	Jovem Pan Coxim	90,3
39	Coxim	Sociedade Rádio FM Pé de Cedro Ltda	Band FM Coxim	91,7
40	Deodópolis / Dourados	Emissoras Integradas M. F. Limitada	Jota FM Grande Dourados	101,3
41	Dois Irmãos do Buriti	Empresa de Radiodifusão FM Tuiuiú Ltda	NFM 106,7	106,7
42	Dourados	Rádio e Televisão Gran-Dourados Ltda	Grande FM	92,1
43	Dourados	Empresa de Radiodifusão Dinâmica FM Ltda	94 FM Dourados	94,7
44	Dourados	Rádio Terra FM Ltda	FM Cidade	101,9
45	Eldorado	Rede Eldorado de Rádio Ltda	Rádio Independência	106,7
46	Eldorado	Rádio FM M. M. Ltda	Eldorado FM	107,5
47	Fátima do Sul	Rede Guaicurus de Rádio e Televisão Ltda	Central FM	91,1
48	Fátima do Sul / Dourados	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Band FM Grande Dourados	100,9
49	Glória de Dourados	Rede Regional de Radiodifusão Ltda	Jota FM Glória de Dourados	95,5
50	Iguatemi	Fundação Artística e Cultural Imaculada Conceição	Boa Nova FM	106,9
51	Inocência	Ibiapina Radiodifusão Ltda	Montana FM	89,9
52	Itaporã	Fundação Terceiro Milênio	Rádio Coração	95,7
53	Itaquiraí	Sistema de Rádio e Televisão Jaguarete Ltda	Maracaí FM	97,5
54	Ivinhema	Rádio Regional Piravevê Ltda	Jota FM	98,1
55	Ivinhema	Rádio Difusora de Ivinhema Ltda	Guavira FM	103,1
56	Ivinhema	Rádio FM S. L. Ltda	Ativa FM	96,5
57	Jardim	Rede Independente de Rádio Ltda	Rádio Laguna	102,1
58	Ladário / Corumbá	Gomes Comunicações Ltda	FM Cidade	88,5
59	Maracaju	Rádio Cidade de Maracaju Ltda	Rádio Cidade FM	104,3
60	Maracaju	Rádio Marabá Ltda	Marabá FM	93,9
61	Miranda	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Capital FM	90,1
62	Mundo Novo	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Fera FM	88,5
63	Mundo Novo	Rádio Mundo Novo FM Ltda	Rádio FM Pantanal	105,5
64	Naviraí	Rádio Cultura de Naviraí Ltda	Rádio Cultura	105,7
65	Naviraí	Empresa de Radiodifusão Karandá Ltda	Karandá FM	95,3
66	Nioaque	AMG Publicidade e Comunicação Ltda.	Serrana FM	88,7

67	Nova Andradina	Rádio Difusora Cacique Ltda	Massa FM	99,5
68	Nova Andradina	Rádio Excelsior Ltda	Excelsior FM	96,1
69	Paranaíba	Rádio Difusora Paranaibense Ltda	Rádio Difusora	91,9
70	Paranaíba	Rádio Liberdade de Paranaíba Ltda – Me	Rádio Liberdade	101,9
71	Paranhos	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Band FM	88,5
72	Pedro Gomes	Sistema de Radiodifusão Ribas do Rio Pardo Ltda	Nova FM	94,3
73	Ponta Porã	Sistema Sul Matogrossense de Radiodifusão Ltda	Mais FM	93,5
74	Ponta Porã	Rádio Transamérica FM Ltda	Nova FM	96,9
75	Ribas do Rio Pardo	Sistema Riopardense de Comunicação Ltda	Rádio 90 FM	90,7
76	Rio Brillhante	Rádio Difusora Rio Brillhante Ltda	Rádio Difusora Rio Brillhante	103,9
77	Rio Brillhante / Dourados	Prisma Engenharia em Telecomunicações Ltda	Rádio Harmonia FM	98,3
78	Rio Verde de Mato Grosso	Rádio Campo Alegre Ltda	Rádio Campo Alegre	104,9
79	Rio Verde de Mato Grosso	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Serra FM	106,5
80	Rochedo	Sistema de Radiodifusão Ribas do Rio Pardo Ltda	100,3 FM	100,3
81	São Gabriel do Oeste	Sociedade Rádio Difusora Nortestado Ltda	Nova Difusora FM	90,3
82	Selvíria	Sistema de Radiodifusão Ribas do Rio Pardo Ltda	Jota FM Selvíria	92,3
83	Sidrolândia	Sociedade Rádio Pindorama Ltda	Jota FM Sidrolândia	100,7
84	Sidrolândia	Empresa de Radiodifusão Pantaneira Ltda	Capital Sidrolândia	99,7
85	Sonora	Rádio Itai de Rio Claro Ltda	Rádio Deus é Amor	106,1
86	Terenos/Campo Grande	Sociedade Radiofônica Century Ltda	Nova FM 99,1 – Rede Aleluia	99,1
87	Três Lagoas	Rádio Difusora de Três Lagoas Ltda	Difusora de Três Lagoas	99,5
88	Três Lagoas	Rádio e Televisão Caçula Ltda	Rádio Caçula	96,9
89	Três Lagoas	Rádio FM Concórdia Ltda	Band FM Três Lagoas	93,3
90	Três Lagoas	Gomes Comunicações Ltda	Três Lagoas FM	101,7
91	Três Lagoas	Som Três Radiodifusão Ltda	Cidade FM	102,9

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).

## APÊNDICE B – Questionário estruturado e semiestruturado

### **Seção 1: Dados Institucionais da Emissora**

- 1 Nome Fantasia: \_\_\_\_\_
- 2 Faixa de Frequência: \_\_\_\_\_
- 3 Data de Fundação: \_\_\_\_\_
- 4 Modalidade de Operação da Emissora  
 Comercial  Comunitária  Educativa  Outra
- 5 Emissora nativa em Frequência Modulada?  
 Sim  Não
- 6 Em caso negativo na questão 5, quando a emissora passou a transmitir em FM?
- 7 Qual a abrangência geográfica atual da emissora por ondas hertzianas?
- 8 A emissora integra alguma rede de Rádio?  
 Sim  Não
- 9 Em caso afirmativo na questão 8, a qual rede de Rádio a emissora está afiliada?

### **Seção 2: Estrutura Empresarial**

- 10 Considera a empresa de radiodifusão familiar?  
 Sim  Não
- 11 Em caso afirmativo, há quanto tempo a família está à frente da emissora?  
 Menos de 5 anos.  Entre 21 e 30 anos.  
 Entre 6 e 10 anos.  Há mais de 30 anos.  
 Entre 11 e 20 anos.  Não se aplica.
- 12 Em caso negativo na questão anterior, a emissora pertence a algum grupo empresarial?  
 Qual?
- 13 A emissora funciona em sede:  
 Própria.  Na casa do diretor ou sócio-proprietário.  
 Alugada.  Outra.  
 Cedida.
- 14 O (a) diretor (a) possui outra fonte de renda, além da estação de rádio?

- Sim  Não
- 15 Em caso afirmativo na questão anterior, que outra atividade geradora de renda se enquadra?
- Empresário de outro ramo.  Servidor Público.  
 Político.  Outro.  
 Produtor Rural.  Não se aplica.
- 16 O (a) diretor (a) possui curso superior?
- Sim, na área de comunicação.  
 Sim, em outra área de formação.  
 Não possui ensino superior.
- 17 O (a) dirigente é dono/sócio de outras empresas de comunicação?
- Sim  Não
- 18 Em caso afirmativo na questão anterior, qual (is) outro (s) tipo (s) de veículo (s)?
- Jornal Impresso.  Emissora de Rádio Comunitária.  
 Site de Notícias.  Agência de Publicidade.  
 Emissora de TV Aberta.  Gráfica.  
 Emissora de Rádio Comercial.  Revista.  
 Emissora de Rádio Educativa.  Não se Aplica.
- 19 Qual o total de funcionários da emissora?
- 20 Quantos são Radialistas/Locutores?
- 21 Quantos são Produtores?
- 22 Quantos são programadores musicais?
- 23 Quantos atuam no Departamento Comercial?
- 24 Quantos jornalistas?
- 25 Em caso de emissoras que possuem jornalistas no quadro de profissionais, eles possuem formação superior em Jornalismo?
- Sim  Não  Não se aplica
- 26 Possui Estagiários em formação no curso de Jornalismo?
- Sim  Não

27 A emissora possui produtor para conteúdo em redes sociais?

( ) Sim ( ) Não

### **Secção 3: Perfil de Programação**

28 A emissora possui programa diário exclusivamente jornalístico ou informativo?

( ) Sim ( ) Não

29 Em caso negativo, qual o principal motivo/dificuldade de não se ter um programa jornalístico na emissora?

30 Em caso afirmativo na questão 28, dentre os programas da emissora, qual (quais) deles você considera essencialmente jornalístico/informativo?

31 Quais destes gêneros são predominantes na grade de programação da emissora?

( ) Entretenimento.

( ) Educativo-Cultural.

( ) Jornalístico.

( ) Publicitário.

( ) Serviço.

( ) outro.

( ) Religioso.

32 Quais destes formatos compõem a grade de programação da emissora?

( ) Musical.

( ) Programa de Comunicador - Talk

( ) Radiojornal.

Show (Música, Informação, entrevista, prestação de serviço).

( ) Programa de Entrevista.

( ) Programa de Radiojornalismo

( ) Programa Policial.

Especializado Agronegócio / Meio

( ) Programa Esportivo.

Ambiente.

( ) Programa Religioso.

( ) Radiodocumentário.

( ) outros.

33 A emissora considera que programa jornalístico na grade de programação é?

( ) Imprescindível.

( ) Pouco Importante.

( ) Muito Importante.

( ) Irrelevante.

( ) Importante.

34 No programa jornalístico/informativo da emissora, há prioridade para conteúdo jornalístico local?

- 35 A emissora considera que a informação jornalística sobre o âmbito LOCAL na grade de programação é?
- ( ) Imprescindível. ( ) Pouco Importante.  
( ) Muito Importante. ( ) Irrelevante.  
( ) Importante.
- 36 A emissora considera que a informação jornalística sobre o âmbito REGIONAL na grade de programação é?
- ( ) Imprescindível. ( ) Pouco Importante.  
( ) Muito Importante. ( ) Irrelevante.  
( ) Importante.
- 37 A emissora considera que a informação jornalística sobre o âmbito NACIONAL na grade de programação é?
- ( ) Imprescindível. ( ) Pouco Importante.  
( ) Muito Importante. ( ) Irrelevante.  
( ) Importante.
- 38 A emissora considera que a informação jornalística sobre o âmbito INTERNACIONAL na grade de programação é?
- ( ) Imprescindível. ( ) Pouco Importante.  
( ) Muito Importante. ( ) Irrelevante.  
( ) Importante.
- 39 Quais os principais formatos presentes no programa jornalístico?
- ( ) Boletim. ( ) Mesa Redonda / Debates.  
( ) Comentário. ( ) Nota.  
( ) Crônica. ( ) Notícia.  
( ) Editorial. ( ) Reportagem.  
( ) Entrevista.
- 40 Quais as principais temáticas predominantes no programa jornalístico da emissora?
- ( ) Agronegócio. ( ) Direito do Consumidor.  
( ) Cultura. ( ) Economia.  
( ) Datas Comemorativas ( ) Educação.

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Esporte.           | <input type="checkbox"/> Saúde.            |
| <input type="checkbox"/> Meio Ambiente.     | <input type="checkbox"/> Trânsito.         |
| <input type="checkbox"/> Previsão do Tempo. | <input type="checkbox"/> Turismo.          |
| <input type="checkbox"/> Policial.          | <input type="checkbox"/> Tecnologia.       |
| <input type="checkbox"/> Política.          | <input type="checkbox"/> Vagas de Emprego. |

41 A emissora possui unidade móvel à disposição para o departamento de jornalismo?

- Sim  Não

42 Quais as principais fontes de informação para a produção de conteúdo jornalístico na emissora?

- Assessoria de Comunicação de Governos Municipais, Estadual e Federal.
- Assessoria de Comunicação dos Poderes Legislativo Municipal, Estadual, Federal.
- Assessoria de Comunicação de órgãos do Poder Judiciário.
- Assessoria de Comunicação de instituições de segurança pública (Polícia Civil, Polícia Militar, etc.).
- Assessoria de Comunicação de órgãos de classe, associações, conselhos, etc.
- Empresariais (representantes dos setores comerciais, financeiro, industrial, agronegócio, serviços, consultorias).
- Especialistas (profissionais com reconhecido saber científico).
- Institucionais (entidades do terceiro setor, movimentos sociais e sindicatos).
- Jornais Impressos ou Revistas.
- Notáveis (celebridades, artistas, esportistas, etc. que apresentem reconhecimento social).
- Oficiais (ocupantes de cargos eletivos do executivo/legislativo; judiciário;)
- Perfis ou páginas em Redes Sociais (Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.).
- Populares (pessoas comuns afetadas por situações do cotidiano).
- Sites Noticiosos locais, regionais ou nacionais.
- Testemunhais (personagens que presenciaram acontecimentos com valor-notícia)

43 Qual a principal forma de contatar as fontes na produção jornalística da emissora?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Aplicativo de Mensagens<br>(Whatsapp, Telegram, etc). | <input type="checkbox"/> Presencialmente.       |
| <input type="checkbox"/> E-mail.   | <input type="checkbox"/> Redes Sociais.         |
|  | <input type="checkbox"/> Telefone convencional. |

- 44 A programação informativa/jornalística é genuinamente produzida pelos profissionais da própria emissora?
- 45 A internet é uma aliada na produção jornalística? De que forma?
- 46 A emissora tem se preocupado com a disseminação de desinformação (informação falsa) em âmbito local?
- 47 A emissora tem confrontado desinformações de âmbito local no programa jornalístico/informativo? De que forma?

#### **Seção 4 - Sustentabilidade**

- 48 A emissora sobrevive somente com receita própria proveniente da publicidade?
- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Outro
- 49 As receitas que garantem a sustentabilidade da emissora são provenientes de?
- ( ) Assinatura de ouvintes (com fornecimento de material exclusivo).
- ( ) Comercialização de Espaços para agentes Políticos.
- ( ) Comercialização de Espaços para denominações religiosas.
- ( ) Comercialização de Espaços para Pessoas Físicas.
- ( ) Doação da Comunidade / ouvintes.
- ( ) Publicidade de Empresas locais/regionais.
- ( ) Publicidade de Empresas Nacionais.
- ( ) Publicidade de instituições do terceiro setor ou entidades de classe (associações, sindicatos, etc.).
- ( ) Publicidade de Órgãos Governamentais (Prefeitura, Câmara Municipal, Governo do Estado, Assembleia Legislativa).
- ( ) Realização de Eventos que gerem receita.
- 50 No caso de a emissora contar com receitas provenientes da publicidade de órgãos governamentais, qual o percentual equivalente a receita total da emissora?
- ( ) Até 20%. ( ) De 61% a 80%.
- ( ) De 21% a 40%. ( ) De 81% a 100%.
- ( ) De 41% a 60%. ( ) Prefiro Não responder.

51 No caso de a emissora contar com receitas provenientes de publicidade do comércio local, qual o percentual equivalente a receita total da emissora?

- Até 20%.  De 61% a 80%.  
 De 21% a 40%.  De 81% a 100%.  
 De 41% a 60%.  Prefiro Não responder.

52 No caso de a emissora contar com receitas provenientes de instituições do terceiro setor ou entidades de classe, qual o percentual a receita total da emissora?

- Até 20%.  De 61% a 80%.  
 De 21% a 40%.  De 81% a 100%.  
 De 41% a 60%.  Prefiro Não responder.

53 A emissora possui clientes de publicidade oriundos de outras cidades? De Quais?

54 Quem são os maiores concorrentes da emissora de rádio no mercado local?

- Blog Jornalístico local.  Rádio comunitária.  
 Jornal local.  Rádio Educativa.  
 Rádio comercial local no mesmo segmento.  Redes sociais.  
 Rádio comercial regional no mesmo segmento.  Site Jornalístico local.  
 TV local.

### **Seção 5 – Interação com as audiências**

55 Que instrumentos a emissora utiliza para medir a audiência?

- Através da Interação dos ouvintes por telefone  
 Através da Interação dos ouvintes por mensagens no Whatsapp  
 Através da Interação dos ouvintes em outras redes sociais  
 Contagem de acessos ao aplicativo da rádio  
 Contagem de acessos à página da rádio na internet  
 Pesquisa de Audiência  
 Não medimos audiência da emissora

56 Quais as principais formas de interação com o ouvinte que a emissora utiliza?

Cartas  E-mail  Telefone fixo convencional  Facebook  Instagram   
Messenger  Telegram  Whatsapp  Twitter

57 Na sua opinião, que importância a emissora representa para o território local no qual ela encontra-se inserida?

58 Você considera que a emissora tenha autonomia editorial para exercer um jornalismo local independente dada as relações que estabelece com os anunciantes?

### **Seção 6 – Notas Técnicas**

59 Nome Completo do Entrevistado: \_\_\_\_\_

60 Cargo na Emissora: \_\_\_\_\_

61 Telefone: \_\_\_\_\_

62 E-mail: \_\_\_\_\_

63 Comentários adicionais ao pesquisador: \_\_\_\_\_

### APÊNDICE C – Transcrição dos programas analisados

As transcrições dos programas *Estúdio 91*, *Difusora Notícias*, *Espaço Aberto* e *Primeira Página* encontram-se disponíveis no Google Drive a partir dos seguintes links de acesso:

Programa	Data de Edição	Link de acesso
Estúdio 91	03 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13M1KBLb_F5CCdm_aDIP7g-im9wUpWLh4/view">https://drive.google.com/file/d/13M1KBLb_F5CCdm_aDIP7g-im9wUpWLh4/view</a>
Estúdio 91	11 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13M87KWQ5aAwJa0Qa8NJyWtIkSiVb-uDz/view">https://drive.google.com/file/d/13M87KWQ5aAwJa0Qa8NJyWtIkSiVb-uDz/view</a>
Estúdio 91	23 mar. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13M87KWQ5aAwJa0Qa8NJyWtIkSiVb-uDz/view">https://drive.google.com/file/d/13M87KWQ5aAwJa0Qa8NJyWtIkSiVb-uDz/view</a>
Estúdio 91	31 mar. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13O3rKItGH-0IWSVuZRKB80SbJFds8h8a/view">https://drive.google.com/file/d/13O3rKItGH-0IWSVuZRKB80SbJFds8h8a/view</a>
Estúdio 91	04 abr. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13PFDxQbHvYHWQTK3aIl8NuYQWQI3L5iT/view">https://drive.google.com/file/d/13PFDxQbHvYHWQTK3aIl8NuYQWQI3L5iT/view</a>
Difusora Notícias	10 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13aL3sNru_gszp98PKNfocPU_XNc2MvtR/view">https://drive.google.com/file/d/13aL3sNru_gszp98PKNfocPU_XNc2MvtR/view</a>
Difusora Notícias	18 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13awOCdSfRhOM3Gll3T8AxnqYChrm-Uwt/view">https://drive.google.com/file/d/13awOCdSfRhOM3Gll3T8AxnqYChrm-Uwt/view</a>
Difusora Notícias	26 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13ckPGf3OkGU3vf0d81y4DF9bcqNpQluC/view">https://drive.google.com/file/d/13ckPGf3OkGU3vf0d81y4DF9bcqNpQluC/view</a>
Difusora Notícias	03 fev. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13dqIDhz-BU5VY7sGbYUOgVEwYOrIcrKV/view">https://drive.google.com/file/d/13dqIDhz-BU5VY7sGbYUOgVEwYOrIcrKV/view</a>
Difusora Notícias	11 fev. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13f4ddGm0tnTYcexDnQiDyKX1ppBNIQCN/view">https://drive.google.com/file/d/13f4ddGm0tnTYcexDnQiDyKX1ppBNIQCN/view</a>
Espaço Aberto	10 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13UsCeBqhf_zsognsvEzmZvmAwSreHmer/view">https://drive.google.com/file/d/13UsCeBqhf_zsognsvEzmZvmAwSreHmer/view</a>
Espaço Aberto	18 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13WSatw7kp4liQLqav4qdSLooxMHQoK3g/view">https://drive.google.com/file/d/13WSatw7kp4liQLqav4qdSLooxMHQoK3g/view</a>
Espaço Aberto	26 jan. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13ZjWpaU5ejZ8s7XA3fyCfxtkQlzi_o_Q/view">https://drive.google.com/file/d/13ZjWpaU5ejZ8s7XA3fyCfxtkQlzi_o_Q/view</a>
Primeira Página	07 mar. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13UjniQPN-iRAalb49S3z1PIjgAqS12JW/view">https://drive.google.com/file/d/13UjniQPN-iRAalb49S3z1PIjgAqS12JW/view</a>
Primeira Página	15 mar. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13TIgGxv15sHOqxTb9GXFZ6CHA4HfqKKe/view">https://drive.google.com/file/d/13TIgGxv15sHOqxTb9GXFZ6CHA4HfqKKe/view</a>
Primeira Página	23 mar. 2022	<a href="https://drive.google.com/file/d/13Sbjf_Hn4Ku-wv1g8Gqq96Evjc2Q_Awo/view">https://drive.google.com/file/d/13Sbjf_Hn4Ku-wv1g8Gqq96Evjc2Q_Awo/view</a>

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

### APÊNDICE D – Transcrição das entrevistas realizadas

As transcrições das entrevistas realizadas para esta tese encontram-se disponíveis no Google Drive a partir dos seguinte links de acesso:

<b>Entrevistado</b>	<b>Emissora</b>	<b>Link</b>
Ronaldo Francisco Regis	Nova FM	<a href="https://drive.google.com/file/d/13fSXPzQn2JhXnDfqYLjDetKhBXj3Dxrv/view">https://drive.google.com/file/d/13fSXPzQn2JhXnDfqYLjDetKhBXj3Dxrv/view</a>
Ronald Lima Regis	Avenida 91	<a href="https://drive.google.com/file/d/13fSXPzQn2JhXnDfqYLjDetKhBXj3Dxrv/view">https://drive.google.com/file/d/13fSXPzQn2JhXnDfqYLjDetKhBXj3Dxrv/view</a>
Paulo Wagner dos Santos Silva	Grande FM	<a href="https://drive.google.com/file/d/13it2P2bXMe3jBvhKmwEQO5ielkwFawIn/view">https://drive.google.com/file/d/13it2P2bXMe3jBvhKmwEQO5ielkwFawIn/view</a>
Henrique Ferian	Difusora FM	<a href="https://drive.google.com/file/d/13k6rcml4NNUa7EsaqiwIDspqefuSs5m/view">https://drive.google.com/file/d/13k6rcml4NNUa7EsaqiwIDspqefuSs5m/view</a>
Flávio Veras	Difusora FM	<a href="https://drive.google.com/file/d/13rJC4JGA4nRvI_3Ei4omMd2pvf_qQuZi/view">https://drive.google.com/file/d/13rJC4JGA4nRvI_3Ei4omMd2pvf_qQuZi/view</a>
Luciano Medeiros Barbosa Rodrigues	AERMS	<a href="https://drive.google.com/file/d/13fKO2lpDqfSGQCdkqVt8hU8FXvxRYaGm/view">https://drive.google.com/file/d/13fKO2lpDqfSGQCdkqVt8hU8FXvxRYaGm/view</a>

**Fonte:** elaborado pelo autor (2023).