

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA **[não retirar esta indicação]**

RADIOJORNALISMO LOCAL: UM DEBATE SOBRE DESAFIOS E CONTRIBUIÇÕES NAS RELAÇÕES COM AS COMUNIDADES E O OUVINTE

Daniely Neiverth; dani.neiverth@gmail.com¹
Guilherme Gonçalves de Carvalho; guilhermegdecarvalho@gmail.com (orientador)²

RESUMO

O seguinte trabalho tem como objetivo debater sobre a relevância do radiojornalismo local. A pesquisa busca destacar a importância do rádio na construção da identidade das comunidades e na divulgação de informações de interesse público. O estudo discute as características do rádio como meio de comunicação, que, apesar dos desafios impostos pela era digital, continua a desempenhar um papel fundamental na proximidade com o público e na veiculação de notícias locais. O debate traz resgates bibliográficos sobre o tema e se apoia em autores como Avrella e Zuculoto (2013) e Chantler e Harris (1998), que enfatizam a importância da cobertura jornalística local no fortalecimento da relação entre as emissoras e a audiência. Além disso, o trabalho aborda o contexto regulatório da radiodifusão no Brasil, incluindo questões relacionadas às concessões e à diversidade de formatos das emissoras, com um espaço para a discussão sobre as rádios comunitárias, que, embora não sejam o foco central, se inserem no debate sobre o rádio local. O argumento central é que, apesar das dificuldades enfrentadas pelas emissoras locais, o rádio continua sendo central na promoção da cidadania e na integração das comunidades. A discussão faz parte de um trabalho de dissertação de mestrado que tem como foco a análise de cobertura jornalística de uma emissora de rádio da cidade de Ponta Grossa (PR).

PALAVRAS-CHAVE

Radiojornalismo; Radiojornalismo local; Rádio no Brasil.

1. INTRODUÇÃO

O rádio passou por inúmeras transformações e adaptações ao longo dos anos, como demarca Zuculoto (2004). Na década de 1960, por exemplo, no Brasil, o rádio teve uma fase de transformação com a chegada da televisão. Adaptações que ocorreram

1 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

2 Pós-doutor em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2019). Professor no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

a partir de transições tecnológicas, as quais garantiram a sobrevivência do rádio, pois, mesmo com a maior concorrência que poderia enfrentar, o rádio não só sobreviveu, como se adaptou e se transformou. O veículo presenciou diferentes fases e mudanças e, apesar de ter sido o primeiro artefato eletrônico a penetrar nas casas, há uma visão obscurecida sobre o que seria uma “era do rádio”, ligada ao passado, e uma “era da imagem”, ligada ao futuro (Meditsh, 1997). No entanto, o rádio superou a “era da imagem”, justamente por ser um meio que se diferencia da televisão. Ou seja, a televisão não seria uma atualização do rádio, mas, um meio de comunicação diferente. “[...] tanto o rádio como a TV pertencem à era da informação, e o rádio foi a manifestação mais precoce da era eletrônica na comunicação de massa (Meditsh, 1997, p.2).

Ainda de acordo com o pesquisador, a radiodifusão distinguia-se dos demais meios de comunicação por sua condição ao vivo, o que torna todo o processo mercadológico diferente, assim como a produção de conteúdo. A comunicação ao vivo é capaz de conquistar a empatia do público por gerar um forte “efeito de realidade” (Meditsh, 1997, n.p.).

Prado (2012) explica de que maneira o jornalismo nasceu e se consolidou no rádio, enfatizando que o segmento do radiojornalismo no Brasil se desenvolveu com o nascimento das emissoras que precisavam atingir mais ouvintes. A pesquisadora destaca que mesmo nascendo com programação musical, o radiojornalismo surgiu para dar importância fundamental para o veículo. Para complementar, Zuculoto (2004) cita que, pelo baixo custo e demais facilidades de transmissão, o rádio se tornou uma opção de veículo de massa com mais condições de informar.

Como não há o uso de imagens, é a voz e o ritmo utilizado que define os moldes de uma emissora. A pesquisadora também enfatiza que as mudanças de assuntos também pedem mudanças de entonação. Timbres e trilhas mudam conforme a editoria, por exemplo. Meditsch (1997, p. 8) explica a linguagem do rádio:

A lógica da cultura letrada passou então a ver o discurso do rádio como algo mais do que apenas texto, mas ainda assim como uma forma de escrita. Por esta lógica, em todos os manuais a linguagem do rádio é apresentada então

como uma composição de palavra falada, música, ruídos e silêncios. Na verdade, esta composição não descreve exatamente a linguagem do rádio, descreve antes a linguagem fonográfica. O supertexto radiofônico se caracteriza não apenas pela agregação de um subtexto ao texto propriamente dito, mas também pela sua enunciação em tempo real.

Uma mudança que marcou o radiojornalismo e permanece até hoje é a participação do ouvinte nas programações, seja comentando, repassando informações, ou até mesmo criticando a emissora. Ferraretto (2011, p. 34) demarca a época em que este fenômeno foi estabelecido no Brasil:

Deve-se considerar, ainda, que, desde a Constituição Federal de 1988, cresceu a noção de cidadania na opinião pública, num processo complementado por legislações posteriores, como o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Criança e do Adolescente. Com o conjunto de possibilidades tecnológicas colocadas à disposição pelo processo de convergência, ampliou-se a participação do ouvinte no radiojornalismo. [...] Nas grandes cidades, o ouvinte chega a emular funções da reportagem, contatando as rádios e dando informações quando, por exemplo, ocorrem acidentes de trânsito.

Como supracitado, o radiojornalismo foi visto como um meio de comunicação capaz de ampliar a participação popular, permitindo que diferentes vozes fossem ouvidas e informações fossem compartilhadas. Ferraretto (2011) ressalta que o jornalismo, quando não está dedicado às classes A e B, está presente em rádios populares e têm em sua programação editorias que vão além das coberturas policiais e serviço à população.

De acordo com Chantler e Harris (1998, p. 20), pesquisas sobre recepção de notícias mostraram que o rádio é considerado a “fonte mais pura de informações”, isso devido à rapidez de transmissão das notícias. Ainda de acordo com os autores, diferente da televisão que necessita de mais equipamentos e pessoas para a sua operação, o rádio é um meio que traz aos ouvintes informações, muitas vezes, em primeira mão, indicando que o rádio pode ser um meio mais acessível e de menor custo, permitindo maior agilidade na transmissão das informações. “O fato de as

notícias no rádio serem geralmente curtas, torna-as bem sintéticas, concentradas apenas no acontecimento, sem maiores rodeios” (Chantler; Harris, 1998, p. 20).

O radiojornalismo utilizou as ferramentas disponíveis neste meio para moldar a sua programação e seguir como um recurso útil aos ouvintes, que se mostram ainda presentes e que consideram o rádio, inclusive, um dos meios mais rápidos para se obter informações.

Este trabalho, portanto, direciona o debate entre radiojornalismo e público ouvinte para o contexto local, explorando a relevância do radiojornalismo em pequenas e médias cidades. Embora as transformações tecnológicas e a concorrência com outros meios serem desafios de comunicação constantes, o rádio local continua a desempenhar um papel fundamental na proximidade com a comunidade. A partir desse contexto, a pesquisa visa compreender como as emissoras de rádio locais utilizam linguagem e a interação com o público para se consolidar como fonte primária de informação e fortalecer a identidade das comunidades em sua atuação.

2. RADIOJORNALISMO LOCAL

Historicamente, o jornal, o rádio e a televisão são os principais veículos de comunicação. Nos primeiros dias, eles costumavam alcançar apenas audiências locais ou regionais. Alguns desses meios evoluíram, ampliando sua abrangência para o nível nacional ou até internacional, enquanto outros mantiveram um alcance local. O rádio, por exemplo, caracteriza-se por seu forte vínculo com o público local, embora possa eventualmente chegar a longas distâncias (Peruzzo, 2005).

Segundo Avrella e Zuculoto (2013), tudo o que for de certa relevância para uma comunidade deveria ser veiculado em uma rádio. “Por estarem mais próximos daquela cultura, as emissoras locais têm o poder de criar o que podemos chamar de identidade local” (Avrella; Zuculoto, 2013, p. 62). Outro ponto ressaltado pelas autoras é de que um dos principais critérios de noticiabilidade do jornalismo é a proximidade, a qual é priorizada pelo radiojornalismo local, devido ao seu alcance e veiculação de informações específicas de uma comunidade.

Chantler e Harris (1998) explicam que as rádios locais, quando decidem por não inserir o jornalismo em sua programação e ainda querem atingir grande audiência, acabam correndo riscos. “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 ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo” (Chantler; Harris, 1998, p. 22). Ou seja, a programação local permite que pessoas possam acompanhar acontecimentos que as rodeiam e, muitas vezes, interferem em seu cotidiano. Portanto, a notícia local gera um grau de identificação mais palpável ao ouvinte. Quanto mais envolvido no conteúdo transmitido, maiores são as chances de fidelização do ouvinte.

[...] é notório um modelo de programação no rádio do interior brasileiro que constrói vínculos afetivos e de proximidade com seu público. Embora sofra dificuldades naturais de sustentabilidade de diversas naturezas, esse rádio busca restabelecer e traçar estratégias a fim de recuperar fôlego junto às audiências, promovendo a ressonância dos anseios e dificuldades do território, o que lhe garante confiabilidade e os torna referência em informação de determinada localidade (Del Bianco; Lima, 2022, p. 8).

Entretanto, apesar da importância da veiculação de notícias locais, Chantler e Harris (1998) levantaram a possibilidade de divulgação de notícias nacionais e internacionais, mesmo em uma rádio local. “Uma estação de rádio local não será convincente se transmitir apenas notícias locais” (1998, p. 33). E essas notícias podem ser obtidas através de organizações especializadas que mandam a notícia praticamente finalizada, pronta para veiculação nas rádios. Entretanto, Moro e Carvalho (2023, p. 346) explicam que as notícias que não são locais também devem impactar ao público ouvinte, mesmo que não diretamente. “O valor-notícia de proximidade é capaz de gerar memórias e significados. Se a notícia é de outra localidade, então é preciso construir relações que façam sentido para o ouvinte e o aproxime do acontecimento”.

Já entre as fontes de radiojornalismo local, Chantler e Harris (1998) destacam os serviços de emergência, serviços de utilidade pública, políticos e prefeituras,

ouvintes, funcionários de outros setores da emissora, grupos de pressão da sociedade, jornalistas e agências *free lancers*, *press releases* e concorrentes.

No radiojornalismo local, onde a sensação de pertencimento dos ouvintes é um fenômeno recorrente, como citado anteriormente, a narração de um fato pode ser ainda mais moldada à realidade daquela comunidade. Nestes casos, o rádio pode ser operado apenas por uma pessoa, e os autores destacam que os apresentadores devem “fazer o melhor uso possível das grandes qualidades do rádio: a velocidade e a simplicidade” (Chantler; Harris, 1998, p. 21). O direcionamento da locução para apenas uma pessoa é uma característica deste tipo de jornalismo. Mesmo que ciente da capacidade de transmissão para milhares de ouvintes, o apresentador fala apenas para uma única pessoa, como se estivesse em uma conversa pessoal. Neste sentido, a simplicidade de narração fica em destaque, pois, uma abordagem intimista contribui para a identificação do ouvinte com o comunicador. Este, por sua vez, acaba se tornando um indivíduo notório no âmbito local.

Um jornalista de rádio local precisa trabalhar suas narrativas de acordo com a realidade da comunidade onde está inserido. A sua capacidade de imaginação e desenvolvimento das locuções podem trazer mais “emoção” à notícia, ainda que o profissional precise manter seu compromisso com o jornalismo e, como salientado por Chantler e Harris (1998), não deve fantasiar as notícias para trazer mais impacto aos ouvintes.

Meditich (1997, p. 5) defende que o jornalismo é uma forma de produção de conhecimento que traz realizações e transformações na vida humana. Se colocado no contexto local, o jornalismo pode afetar diretamente a vida das pessoas. De acordo com o autor:

O processo incessante de produção e reprodução do conhecimento depende não só do equipamento cognitivo dos indivíduos, mas também das possibilidades de socialização de suas experiências. Por isso, cada vez mais se presta atenção no papel desempenhado pelas instituições e pelas tecnologias intelectuais disponíveis em cada sociedade e em cada cultura.

Peruzzo (2003, p. 4), por sua vez, ao abordar as aproximações geográficas, defende que os elos de proximidade e familiaridade são definidos não por contornos territoriais, mas, por “laços de identidades de interesses e simbólicas, do que por razões territoriais, ainda que, em algumas situações, a questão geográfica seja peça importante na configuração da realidade”. Ainda, segundo a pesquisadora, as demarcações geográficas podem ajudar a configurar um local, entretanto, não deve ser tomada como única fonte. Elas devem ser somadas a identidades e diversidades históricas e econômicas, por exemplo. É dessa forma que o espaço local é constituído. A visão da pesquisadora é de que a localidade geográfica não é capaz de definir a identidade de um público. As aproximações que o rádio local tem com uma comunidade podem ser definidas por outros critérios, como a própria interferência no cotidiano e não necessariamente uma proximidade de identidade cultural. Avrella e Zuculoto (2013) explicam que isso ocorre porque, mesmo em meio a informações diversas, o público se interessa por notícias que interferem no seu cotidiano e, portanto, dão certa prioridade a elas diante de uma possível sobrecarga de informações.

As rádios locais são imprescindíveis para a vitalidade de sua comunidade, pois são elas que falam do bairro, da vizinhança e dos problemas do dia a dia. Em muitos municípios, o rádio é o único meio de comunicação instalado, sendo responsável por noticiar conteúdos locais e globais (Avrella; Zuculoto, 2013, p. 61).

Ou seja, os laços criados pelo radiojornalismo local vão além de apenas uma identificação com o público. É, por vezes, uma necessidade para que uma comunidade não fique deslocada e escassa de informações de sua cidade e do resto do mundo.

2.1 Presença e ausência do rádio no Brasil

De acordo com dados da Anatel, compartilhados pelo Ministério das Comunicações, em 13 de abril de 2023, havia 4.275 rádios FM ativas no Brasil, 1.001

rádios AM e 5.034 rádios comunitárias (Ministério das Comunicações, 2023). No Brasil, as rádios precisam de concessões, permissões e autorizações para iniciarem a prestação de serviços:

De acordo com o Decreto nº 52.795, de 1963, concessão “é a autorização outorgada pelo poder competente a entidades executoras de serviços de radiodifusão sonora de caráter nacional ou regional e de televisão”, permissão “é a autorização outorgada pelo poder competente a entidades para a execução de serviço de radiodifusão de caráter local” e autorização “é o ato pelo qual o Poder Público competente concede ou permite a pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, a faculdade de executar e explorar, em seu nome ou por conta própria, serviços de telecomunicações, durante um determinado prazo”. Grosso modo, as concessões são aplicáveis a outorgas de televisão e rádios AM, enquanto as permissões se referem a emissoras FM. As autorizações, por sua vez, aplicam-se a rádios comunitárias e serviços de rádio e televisão prestados diretamente por Estados e Municípios (Paz Filho, 2020, n.p).

A situação da radiodifusão no Brasil é caracterizada principalmente pela atividade comercial. Já a presença pública é considerada fraca e o serviço comunitário principiante. Essas características reduzem a diversidade e pluralismo, promovendo um desequilíbrio nas esferas do poder (Varjão, 2015). “Configura-se, desse modo, a atualidade do debate sobre o papel da imprensa – seus fios condutores, regras, fronteiras. E a urgência de se pensar em mecanismos democráticos de regulação” (Varjão, 2015, p. 5).

Botelho (2022), em sua pesquisa, cita que “30 cidades nortistas deixaram de ser desertos de notícias em 2021”, conforme pesquisa elaborada para o Observatório da Imprensa, censo da imprensa brasileira que apresenta resultados do mapeamento da cobertura jornalística no país. No entanto, algumas regiões continuam sem veículos de imprensa. Segundo a pesquisadora, em 2021 houve o crescimento de veículos de imprensa locais. Segundo Botelho (2022).

Apesar deste avanço importante, a região Norte continua em primeiro lugar quando se trata de desertos de notícias, com 63,1% do seu território sem

cobertura jornalística. Isso significa que, do total de 450 cidades nortistas, 284 não têm nenhum veículo local, cobrindo pautas e produzindo conteúdo de interesse público.

De acordo com o Atlas da Notícia³ – uma iniciativa para mapear veículos produtores de notícias, especialmente de jornalismo local, que se baseia na contabilização de veículos de notícia no Brasil, seja através de pesquisa própria como de colaboração de terceiros – atualmente, 2.965 municípios brasileiros são considerados desertos de notícia, ou seja, municípios que não possuem nenhum veículo cadastrado no Atlas da Notícia.

E como o Atlas da Notícia apontou, em 2022 mais de dois mil municípios ainda não possuíam veículos de imprensa locais. No entanto, houve uma diminuição de desertos de notícia. Em 2021 havia 3.280 desertos de notícia. Já em 2022 o número caiu para 2.968. Isso demonstra um interesse de novos veículos de imprensa pela mídia local. Se tratando de rádio, o Atlas da Notícia levantou o número de 4.842 emissoras de rádio locais ativas no Brasil, em 2024. Entre 2020 e 2023, durante o auge da pandemia de COVID-19, 17 emissoras de rádio locais fecharam no país.

Já durante a virada do século, Peruzzo (2003, p. 5) detalhava algum tipo de interesse de novas mídias pelo local:

Por que ocorre esse novo interesse pelo local? Justamente pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Elas curtem as benesses trazidas pela globalização, mas não vivem só do global, que em última instância é uma abstração. Elas buscam suas raízes e demonstram interesse em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico cultural local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor.

Peruzzo (2003) explica que a mídia comunitária não tem finalidades lucrativas e vive de doações ou é autofinanciada. A autora também detalha que uma das

³ Dados obtidos no site www.atlas.jor.br. Acesso em: 20 mar. 2023.

estratégias deste tipo de mídia é a participação direta das pessoas do próprio lugar e que a finalidade principal é divulgar assuntos da própria comunidade. No entanto, a pesquisadora destaca que “a propriedade pode ser coletiva, individual ou institucional, mas colocada a serviço da comunidade” (Peruzzo, 2003, n.p). Ou seja, muitas emissoras comunitárias podem também ser aparelhadas para fins políticos.

Mesmo que a mídia comunitária seja moldada em um tipo de conteúdo, para um público específico, rádios não-comunitárias podem se apropriar deste modelo para também se destacarem no contexto local – seja pela participação de ouvintes, da cobrança pela resolução de problemas na comunidade, das técnicas utilizadas pelos apresentadores para dar mais ênfase a certos assuntos, entre outras possibilidades. Peruzzo (2003, n.p) explica que a demarcação geográfica é apenas um dos fatores que envolvem as mídias locais e comunitárias:

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

2.2 Lógica comercial

Peruzzo (2003) atenta para a questão de que a mídia local tende a reproduzir a lógica de produção de outros grandes meios de comunicação, mas, acaba se diferenciando destes meios justamente por dar mais atenção às especificidades de cada comunidade. Entre as principais características de uma mídia local está o interesse mercadológico. Apesar de trabalhar, muitas vezes, como um “serviço” à comunidade, a mídia local é um negócio comercial e, portanto, vende espaço a anunciantes. Outra característica é a exploração do local enquanto nicho de mercado. Neste ponto, as mídias locais se interessam pelas especificidades de uma comunidade para formular

estratégias que consigam manter a audiência e, por consequência, ter retorno financeiro. Ainda falando da questão mercadológica, os interesses políticos e econômicos de uma região também são priorizados pela imprensa local (Peruzzo, 2003).

Segundo Marcondes Filho (1986, p. 12), o jornalismo é uma prática ideológica que envolve decisões conscientes sobre o que será veiculado, como será apresentado e o espaço destinado a cada tema. “Definir a notícia, escolher a angulação, a manchete, a posição na página ou simplesmente não dá-la é um ato de decisão consciente dos próprios jornalistas”. Esses critérios de seleção e exclusão podem fazer com que o jornal reproduza apenas uma parcela da realidade, influenciando diretamente a percepção do público sobre os acontecimentos. Assim, o jornalismo não se limita a transmitir informações, mas também construir narrativas que refletem interesses específicos.

Ainda de acordo com Marcondes Filho (1986, p. 13), “a notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais”. Para atender às demandas do mercado, a notícia é moldada de forma a seguir normas de simplificação, padronização e generalização, o que a despoja de subjetividade. Essa abordagem também revela seu papel como mecanismo de manipulação ideológica e instrumento de poder político. Inserida no “jogo de forças da sociedade”, segundo o pesquisador, a notícia não apenas informa, mas atua como ferramenta estratégica para legitimar interesses econômicos e políticos, reforçando as estruturas de poder vigentes.

Para compreender completamente a lógica da notícia, Marcondes Filho (1986, p. 13) propõe três dimensões: sua função como “fator de sobrevivência econômica”, seu papel como “veiculador ideológico” e sua atuação como “estabilizador político”. Economicamente, a notícia sustenta as opções financeiras dos veículos de comunicação, atendendo às normas mercadológicas. Ideologicamente, reforçam narrativas de grupos de poder social, influenciando a percepção pública. Politicamente, contribui para a estabilidade social ao legitimar estruturas de poder e decisões políticas. Essas dimensões evidenciam que a notícia vai além da mera transmissão de fatos, desempenhando papel fundamental nas dinâmicas sociais e políticas.

Com isso, nota-se que o radiojornalismo local também é uma mídia comercial e, portanto, apesar de suas características e tipos de produção voltados a uma comunidade, há interesse por parte das emissoras naquela região. Não é somente uma prestação de serviços ou uma tentativa de aproximação com o público, mas uma tendência que já ocorre desde os anos de 1990, como apontado por Peruzzo (2003), de prestar atenção ao potencial das comunidades e investir nisso. Peruzzo (2003, p. 25) explica que a marca destes meios de comunicação é a proximidade, sintetizada através dos sentimentos de pertencimento e de elos de familiaridade e identidade.

Nos últimos anos vem ocorrendo uma tendência crescente de valorização do espaço local e comunitário pelos grupos humanos na dinâmica da vida cotidiana, em contraponto a massificação e as alterações de identidades motivadas pelo processo de globalização dos mercados (Peruzzo, 2003, p. 25).

À época, Peruzzo (2003) já salientava que as mídias locais estavam na contramão do que era previsto a partir do processo de globalização. Esta proximidade, destacada pela pesquisadora, pode ajudar uma emissora local a prosperar e garantir a sua aceitação em uma comunidade local.

Em suma, as rádios locais desempenham um papel vital no fortalecimento da identidade e da coesão das comunidades, funcionando como um elo entre o público e os eventos que impactam diretamente o seu cotidiano. Embora sejam desafios econômicos e tecnológicos, esses emissores continuam a ser essenciais para a difusão de informações relevantes, promovendo um senso de pertencimento e engajamento entre os ouvintes. A relevância do jornalismo local no rádio não se limita apenas à cobertura de notícias regionais, mas também se estende à criação de uma narrativa que se aproxima do ouvinte, fortalecendo a confiança e a fidelidade.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O radiojornalismo local continua sendo um elemento essencial na construção da identidade e na disseminação de informações dentro das comunidades. Sua

abordagem intimista e direta cria laços de proximidade entre os ouvintes e os comunicadores, gerando engajamento e uma espécie de “recompensa” – comercial, para as emissoras, e representativa, para os ouvintes. A capacidade do rádio de se adaptar às necessidades locais reforça sua relevância, mesmo em um cenário de avanço tecnológico e novas formas de comunicação.

Mesmo assim, apesar de sua importância, o rádio enfrenta desafios significativos, como a concorrência com mídias digitais e dificuldades na sustentabilidade financeira, especialmente no caso das rádios comunitárias. Além disso, o cenário regulatório exige constante adaptação por parte das emissoras, o que pode limitar sua atuação em determinadas regiões.

Diante disso, a valorização do rádio local deve ser incentivada como meio de democratização da informação e fortalecimento das comunidades. Seu papel na difusão de notícias relevantes e na construção de vínculos sociais reforça sua necessidade, garantindo que as comunidades tenham acesso a informações que impactem diretamente seu cotidiano.

Também é fundamental que mais pesquisas sejam realizadas sobre o rádio local em diferentes contextos, de modo a explorar suas particularidades e contribuições para a formação de opinião pública, o engajamento social e a preservação da cultura local. Esses estudos ajudam a compreender melhor o impacto desse meio na vida cotidiana e podem identificar soluções para os desafios enfrentados pelas emissoras.

REFERÊNCIAS

ATLAS da Notícia. Dados e estatísticas, 2022. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/dados/app/>. Acesso: 15 mar. 2023.

AVRELLA, Bárbara; ZUCULOTO, Valci. A programação jornalística local: o caso da Rádio Luz e Alegria AM. **Rádio-Leituras**, Ouro Preto, v. 4 n. 1, p. 53-71, Janeiro/Junho 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/349>. Acesso em: 20 mar. 2023.

BOTELHO, Jessica. 30 cidades nortistas deixaram de ser desertos de notícias em 2021. Observatório da Imprensa, 2022. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/30-cidades-nortistas-deixaram-de-ser-desertos-de-noticias-em-2021/>. Acesso em: 25 mar. 2023.



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

FERRARETTO, Luiz Artur. Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2011. (p. 17-41).

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986.

MEDITSCH, Eduardo. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 1997.

Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2023.

MORO, Luiza Zanotti; CARVALHO, Guilherme. Contradições convergentes: estratégias do radiojornalismo local no interior de Santa Catarina. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 44, p. 342 - 352, set./dez. 2023.

PAZ FILHO, José de Sousa. Tutorial de tramitação dos processos de radiodifusão dos deputados. **Consultoria Legislativa**. 2020. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cctci/arquivos-noticias/noticias/tutorial-de-tramitacao-dos-processos-de-radiodifusao-na-camara-dos-deputados>. Acesso em: 20 maio 2023.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. **Anais [...]** Belo Horizonte: Intercom, 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99061099541813324499037281994858501101.pdf>. Acesso em 10 de maio de 2023.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 10. sem. 2005.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

VARJÃO, Suzana. **Violações de direitos na mídia brasileira: ferramenta prática para identificar violações de direitos no campo da comunicação de massa**.

Brasília: ANDI, 2015. Disponível em: https://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2015/06/guia_violacoes_volume1_web.pdf. Acesso: 20 mar. 2023.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. As transformações da notícia de rádio na fase pós-televisão. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 34-45, jan./jul. 2004. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1896/1805>. Acesso em: 14 jun. 2023.