
Comunicação Pública no contexto da produção de conteúdo informativo em jornalismo rural: análise da Webrádio ‘MS no Rádio’¹

Aline de Oliveira Silva²
Ana Barbosa de Souza³
Daniela Cristiane Ota⁴

RESUMO

O crescimento de webrádios em Mato Grosso do Sul tem despertado o interesse de pesquisas acadêmicas regionais que objetivam aprofundar o entendimento sobre o perfil do ouvinte/internauta e as iniciativas de emissoras digitais em produzir conteúdo jornalístico direcionado para municípios mais afastados da capital, Campo Grande. O governo do Estado idealizou um programa institucional com conteúdo noticioso sonoro que é disponibilizado para download, com conteúdo segmentado ao meio rural. A iniciativa de comunicação pública, inédita na região, tem contribuído para divulgação de informações noticiosas que são de interesse do setor produtivo e a população em geral.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, webrádio, comunicação pública, jornalismo rural

INTRODUÇÃO

A iniciativa de apresentar a análise de um programa de webrádio institucional desenvolvido no estado de Mato Grosso do Sul é parte de um trabalho que começou em 2018, com a catalogação da quantidade de veículos disponíveis na rede, bem como, identificar quantos teriam foco no conteúdo jornalístico (OTA e SILVA, 2018). Apesar do expressivo número de emissoras online disponíveis na rede, 136 no total, ficou confirmado que a Rádio Web MS era a única que privilegiava as notícias com foco na população do interior do Estado.

Nesta nova etapa de pesquisa (entre maio de 2018 a março de 2019)) observou-se que houve um aumento de 15% no número de rádios, porém, o cenário continua semelhante, a maior parte veicula conteúdo musical segmentado, programas religiosos,

¹Trabalho apresentado na DT 4 Comunicação Audiovisual – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019.

²Mestranda do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: alineolsilva@hotmail.com

³Mestranda do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: anabarbosa_souza@hotmail.com

⁴Orientador do trabalho. Pós-doutora e Docente do Curso de Jornalismo e do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e-mail: daniela.ota@ufms.br

enquanto que os programas jornalísticos se concentram nas emissoras de Frequência Modulada (FM) e Amplitude Modulada (AM).

Contudo, o foco das autoras foi analisar a programação da primeira webrádio com programação 24 horas, idealizada e desenvolvida por uma equipe de profissionais em jornalismo que trabalham na assessoria de comunicação do governo do Estado. Chamou a atenção o fato de rádios comerciais do interior utilizarem (matérias, entrevistas e boletins), na programação. Após entrevista com os produtores ficou confirmado que o material disponibilizado no portal com o nome MS no Rádio atende 107 rádios sul-mato-grossenses⁵.

A partir deste contexto e recortando um período de análise com duração de um mês, em programa segmentado para o público rural - o MS no Campo - observou-se que o conteúdo, ainda que seja de cunho institucional, atende as prerrogativas do fato jornalístico, segundo consultado no Dicionário de Comunicação, de Ciro Marcondes Filho. “O que é apreendido em relação aos acontecimentos da realidade objetiva e possível de produção de informação nele baseada, ou ainda, o substrato para produção e difusão de conteúdo de interesse coletivo (MARCONDES FILHO, 2014, p. 194)”.

Quanto a análise do programa do rural, se deve ao número inexpressivo de programas que privilegiem as informações para o homem do campo. Levando-se em conta a realidade econômica do Estado, considerado um dos maiores produtores de alimentos e matéria-prima do país, faz-se oportuno provocar a reflexão acadêmica sobre o alcance de programação que privilegie produtores e trabalhadores rurais, além de todos os personagens envolvidos na cadeia produtiva do agronegócio.

Optou-se ainda por traçar um breve relato dos principais momentos históricos que o veículo rádio protagonizou desde o início oficial das transmissões, em setembro de 1922. Considera-se fundamental esclarecer as transformações e desafios enfrentados pelo meio e os profissionais que estiveram à frente da produção e pesquisa, para defender que a webrádio já é o futuro do rádio, a partir da propagação no ambiente virtual. Além disso, contextualizou-se o cenário do veículo em Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, aonde é produzido o MS no Rádio. Com apoio no relatório atualizado do portal *Rádios.com*⁶ identificou-se que o veículo ocupa a 72ª colocação de acessos (no portal), dentre 157 em funcionamento.

⁵www.ms.gov.br

⁶www.rádios.com.br

Diante da escolha por analisar um programa de rádio institucional, produzido por um grupo de profissionais que atuam na assessoria de comunicação da administração estadual faz-se necessário conceituar as possíveis definições de Comunicação Pública, seu surgimento, mudanças e funcionamento na atualidade. A decisão em elencar essa trajetória deve-se ao fato de que ainda há muita resistência por parte dos veículos da imprensa diária e dos jornalistas em aceitar as sugestões de pauta enviadas pelas assessorias. É fato que o relacionamento melhorou muito com o passar das décadas, porém, é preciso um entendimento das duas partes, que o assessor objetiva divulgar as informações de seu assessorado e o jornalista, busca conteúdos que possam pautar a produção de matérias e reportagens que atendam aos interesses e demandas da sociedade.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA:

DAS ONDAS AOS BITS:

O início das atividades do rádio no Brasil, em setembro de 1922, durante as comemorações do Centenário da Independência deu início a uma trajetória pontuada por desafios e a necessidade de readaptação, por parte de empresários e profissionais que experimentaram o apogeu e a queda da audiência e dos recursos publicitários, primeiro com a implantação da televisão e posteriormente, com a internet. No entanto, essa capacidade do veículo em se reconfigurar frente as tecnologias do último século possibilitaram aos pesquisadores, a oportunidade de pesquisar a memória radiofônica, construída com o passar das décadas e ainda, compreender como os ouvintes foram absorvendo e respondendo a cada mudança realizada.

A introdução apresentada tem objetivo de argumentar sobre a importância de resgatar os períodos marcantes do rádio, ainda que possa parecer repetitivo nas produções acadêmicas. Muito mais do que recordar datas e atualizações tecnológicas é preciso reforçar o quanto as características do rádio: oralidade, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia foram essenciais para sua continuidade e preferência entre os ouvintes. Conforme observado por Gisela Ortriwano (1985):

“Este status foi alcançado por dois fatores congregados: o primeiro de natureza fisiopsicológica – o fato de ter o homem a capacidade de captar

e reter a mensagem falada e sonora simultaneamente com a execução de outra atividade que não a especificamente receptiva; o outro de natureza tecnológica – a descoberta do transistor (ORTRIWANO, 1985, p.78) ”.

A observação da pesquisadora é oportuna para compreensão da interação que o veículo proporciona junto aos ouvintes e para iniciarmos as reflexões sobre o começo e desenvolvimento das webrádios no Brasil. Um dos pioneiros das pesquisas da nova modalidade é Fernando Kuhn, que em 2000 analisou as questões de ordem técnica, implantação no cenário nacional, além de avaliar o potencial e a capacidade de irradiação do rádio online. No entendimento do pesquisador, um dos aspectos mais fascinantes é a alternativa dos ouvintes/internautas sintonizarem emissoras de qualquer parte do mundo. “Isso já era possível através das ondas curtas, mas, com severas restrições. Dependia-se das condições ionosféricas que influenciavam a propagação das ondas eletromagnéticas (KUHN, 2000, p.47) ”. Além disso, a internet democratizou o acesso e alargou o espaço para criação e incorporação de gêneros pouco explorados no meio radiofônico. Isso significa que o usuário terá condições de escolher a programação, estilo musical e conteúdo que mais lhe interessa.

“A segmentação do rádio na rede afirma-se como uma realidade sem volta e em permanente aceleração. Ela passa a ocorrer não mais meramente em função de diferenciais estilísticos, plano em que também se enriquece ainda mais pela variedade: assume ainda uma dimensão geográfica e outra modal, concernente ao meio em que originalmente a rádio realizava suas transmissões - cabo, ondas curtas, satélite, AM, FM, Internet apenas, etc (KUHN, 2000, p. 67)”.

Colaboração fundamental vem de Nair Prata que aponta dois modelos de radiofonia na web, “emissoras de rádio hertzianas com presença na internet e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet, as quais são chamadas de webrádios (PRATA, 2008, p. 53) ”. Em sua tese de doutorado, a pesquisadora evidencia ainda, três variantes tecnológicas do rádio digital, a saber: emissoras hertzianas (com transmissão analógica ou digital); emissoras hertzianas com presença na internet (com transmissão digital) e as emissoras com presença exclusiva na internet, denominadas de webrádio (PRATA, 2008). Em trabalho mais recente apresentado em 2013, apresenta pesquisas atualizadas, tendo em vista a observação quanto ao comportamento do público que acessa as emissoras e consome os conteúdos. “O suporte importa menos, pois temos agora a diferenciação dos formatos que se tornaram mais híbridos. Saímos de um rádio de massa,

com ouvintes passivos e dispersos geograficamente, para chegar a modelos onde a rede é a palavra-chave (PRATA, 2013, p. 02) ”.

DO GLOBAL AO LOCAL:

Com a proposição de realizar um resgate sobre a primeira emissora de rádio no município de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, Miguel Angelo Corrêa (2014) detalha que a primeira emissora de rádio a iniciar as transmissões foi a “Sociedade Rádio Difusora de Campo Grande Limitada”, em 26 de agosto de 1939. A iniciativa colocou a cidade em destaque nacional, como uma das primeiras do país a deter ondas eletromagnéticas moduladas de amplitude em funcionamento, distante dos grandes centros da região Sudeste.

“A *Cidade Morena* contava então cerca de trinta e cinco mil habitantes, ainda não tinha esse apelido e, embora sua elite já desejasse se desvencilhar do distante e oneroso norte do estado, somente se tornaria capital em 1979, após a formalização da divisão do Estado de Mato Grosso, concedida em 1977, por conveniência política, pelo governo Geisel, em plena ditadura militar (CORRÊA, 2014, p. 190)”.

Na atualidade, Campo Grande se destaca como o município sul-mato-grossense com maior número de emissoras de rádio, visto que são 14 veículos de comunicação transmitindo em Frequência Modulada (FM), 07 em Amplitude Modulada (AM), conforme verificado pelo grupo de pesquisa em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Portal de Mídia. Em contrapartida, o maior portal brasileiro de hospedagem de rádios online, *Rádios.com* contabiliza a existência de 80 webrádios na cidade. Ampliando a pesquisa para o cenário regional, no mês de março, o monitoramento mensal da página revela que existem 157 webrádios em Mato Grosso do Sul, contra 136 verificadas em 2018. A atualização nos números representa um aumento de 15% na quantidade desses veículos, o que torna relevante o aprofundamento de análises para compreender o perfil do ouvinte/internauta do Estado e a escolha por uma emissora que é produzida institucionalmente, pela administração executiva estadual.

Neste contexto, outra informação expressiva apresentada no relatório da *Rádios.com* diz respeito ao ranqueamento dos veículos mais acessados, lembrando que para ser computada a visita, o internauta precisa permanecer por mais de um minuto navegando no portal. Em um cenário regional de 157 rádios (março de 2019), a webrádio

‘MS no Rádio’ objeto de estudo do presente trabalho alcançou a 72ª colocação em número de acessos, colocação expressiva para um veículo que se propõe a oferecer um conteúdo prioritariamente institucional noticioso.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA:

A fim de justificar a escolha pelo objeto de estudo que é uma webrádio institucional idealizada pela administração estadual elencamos alguns conceitos sobre a comunicação pública que demonstram sua importância na difusão de informações para sociedade. No Dicionário de Comunicação organizado pelo pesquisador Ciro Marcondes Filho, o termo é chamado comunicação organizacional e se apresenta como um espaço de atuação profissional para assessores, consultores e gestores, oriundos, principalmente das áreas de relações públicas, jornalismo, publicidade, propaganda, marketing e administração (MARCONDES FILHO, 2014). Estes profissionais são responsáveis pelo planejamento e a construção estratégica da gestão de informação, discursos e imagem, além de desenvolverem um *mix* de conteúdos em diferentes plataformas de comunicação para seus assessorados. O autor destaca ainda a análise teórica apresentada por Goodal Jr. e Eisenberg, a qual pode ser observada em cinco dimensões diferentes:

“A comunicação organizacional como transferência de informação; como processo transacional; como estratégia de controle; como equilíbrio entre criatividade e constrangimento/coação/sujeição; e como espaço de diálogo, em que haveria equilíbrio expressivo entre todos os interlocutores (Marcondes Filho apud GOODAL JR e EISENBERG, 2014, p. 106) ”.

Entretanto, Heloiza Matos argumenta que o conceito de comunicação pública tem sido compreendido como sinônimo de comunicação governamental, e mais recentemente começou a ser considerado como um espaço para acesso e participação da sociedade organizada (MATOS, 2012). Para tanto, a pesquisadora propõe uma diferenciação na condução destes estudos:

“Não estamos tratando das políticas de comunicação como forma de controle e regulamentação ou desregulamentação da propriedade e da utilização dos meios e tecnologias da comunicação. Referimo-nos aqui às normas, princípios e rotinas da comunicação social do governo, explicitadas ou não em suportes legais que visem regulamentar as comunicações internas e externas do serviço público (...) consideramos

que a comunicação pública envolve também a resposta do cidadão e iniciativas no fluxo das relações comunicativas entre o Estado e a sociedade (MATOS, 2012, P. 48)”.

O pesquisador Jorge Duarte destaca que os debates sobre comunicação pública na academia pontuam o direito de informação para sociedade e argumenta que a defesa é relevante se considerarmos que este meio pode ser fundamental no acesso e uso de outros direitos concernentes à cidadania (DUARTE, 2012). É válido destacar que a resistência entre os profissionais de comunicação em utilizar informações disponibilizadas por órgãos públicos remete ao período do governo de Getúlio Vargas na década de 1930, quando teve início um controle acirrado das informações contrárias à administração do poder executivo. A coerção ao trabalho jornalístico teve mais intensidade entre 1939 e 1945, com a intervenção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips). O pesquisador ressalta que neste cenário, “o governo estabelece uma superestrutura de manipulação da opinião pública por meio da censura, fiscalização, controle legal e distribuição em larga escala de noticiário laudatório e controlado (DUARTE apud Barbosa, 2007, p. 54) ”.

Nas décadas subsequentes (1950) o setor privado se destaca ao buscar uma aproximação com a imprensa, a fim de criar um relacionamento cordial, visando a divulgação das ações de grandes corporações empresariais. Duarte relata uma entrevista realizada com o jornalista Ney Peixoto Vale, que atuou por 23 anos no “Diário Carioca” e foi responsável pela profissionalização da assessoria de imprensa, ao assumir a comunicação da refinadora Esso em 1953 (DUARTE, 2012).

“Se num nível acima, a direção conversava diretamente com a direção dos jornais, a assessoria tinha a tarefa de relacionar-se com o reportariado. E uma das estratégias foi a criação do ‘Prêmio Esso de Reportagem’, hoje ‘Prêmio Esso de Jornalismo’. Vale não tem dúvidas que a Esso foi a responsável pela instalação da primeira assessoria de imprensa do país. E conta que, com o tempo, o setor de imprensa passou a predominar na área de comunicação, atuando inclusive como suporte ao marketing comercial da empresa (DUARTE, 2012, p. 56)”.

Com a retomada da democracia, os movimentos sindicais, a liberdade de imprensa, novos padrões de competitividade e desenvolvimento econômico nacional, as empresas criam estratégias para se comunicar com a sociedade e seus diversos segmentos (CHAPARRO, 1996). De lá para cá as transformações na comunicação empresarial e

pública se tornam cada vez mais nítidas e atentas aos interesses da sociedade em geral. Bueno avalia que “a inserção de material editorial no noticiário terá menos relação com a venda imediata de produtos e serviços e mais com o atendimento a demanda por informações da imprensa, construção de imagens e posicionamento (BUENO, 1989, p. 05)”.

Elencados alguns dos períodos mais relevantes da comunicação pública é importante esclarecer que a webrádio ‘MS no Ar’ em funcionamento há menos de dois anos em Mato Grosso do Sul é o segundo veículo a apresentar um conteúdo focado em informações jornalísticas. Ota e Silva (2018) realizaram uma pesquisa a fim de traçar um mapeamento das rádios com presença exclusiva na web, e foi constatado que o primeiro veículo comercial concebido totalmente no conceito jornalístico é a Rádio Web MS, do empresário e jornalista, João Flores.

DESENVOLVIMENTO:

A webrádio ‘MS no Rádio’ foi idealizada por uma equipe de jornalistas que compõem a assessoria de comunicação do governo do estado de Mato Grosso do Sul e iniciou a transmissão pela internet em 8 de outubro de 2017, com objetivo de reunir informações sobre a administração pública, serviços de utilidade pública, educação, cultura e agronegócio e disponibilizar gratuitamente o conteúdo para as emissoras de rádio existentes no interior do Estado. A programação é realizada na capital, Campo Grande e disponibilizada para 107 veículos distribuídos em 79 municípios sul-mato-grossenses.

De acordo com informações disponibilizadas pelo gerente e editor do programa, Fernando Blank, o projeto institucional surgiu com o objetivo de desenvolver uma comunicação efetiva das ações realizadas pela administração estadual e foi idealizado inicialmente no formato de agência de notícias públicas com conteúdo sonoro disponibilizado por arquivos de áudio.

No entanto, a demanda dos municípios mais afastados da capital pelo conteúdo oferecido no portal www.ms.gov.br levou a equipe a montar uma webrádio com programação 24 horas. Atualmente, são produzidos entre 4 e 6 boletins diários, além de quadros que divulgam informações de utilidade pública, previsão do tempo, entrevistas e um espaço mensal que prioriza o trabalho de músicos e cantores sul-mato-grossenses.

Levando em conta a aptidão econômica do Estado, um quadro que começou desde o início na programação e que será analisado no presente trabalho é o “MS no Campo”, com informações e reportagens sobre o setor agropecuário. Com 20 minutos de duração é dividido em dois blocos de 10 minutos e destaca os principais assuntos do segmento, variando entre sanidade animal e vegetal, agricultura familiar, acompanhamento de safras, números do mercado nacional e internacional pecuário e agenda rural, com os principais eventos e feiras realizados em Mato Grosso do Sul. O conteúdo é disponibilizado no portal institucional às sextas-feiras, segundo o gerente, com intuito de informar as notícias mais relevantes e ainda, divulgando a agenda para a semana seguinte.

A relevância de um quadro na programação dedicado especificamente para ações do setor agropecuário está diretamente ligada aos números produtivos registrados em Mato Grosso do Sul. Localizado na região Centro-Oeste do Brasil, a unidade federativa completa 41 anos de emancipação política em outubro de 2019, contudo, mesmo antes da divisão com o estado de Mato Grosso, os moradores da região se dedicavam principalmente à atividade agropecuária. Em quatro décadas, a profissionalização e tecnificação das empresas rurais levou o setor a obter a condição de 2º produtor e 3º maior rebanho bovino do Brasil, conforme dados preliminares do censo agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2017.

Na agricultura, o destaque acontece pela 5ª colocação na produção de soja e o 4º lugar no cultivo de milho e cana-de-açúcar. Outros dados que demonstram a eficiência da atividade primária são os resultados obtidos nas exportações, visto que a participação do agronegócio regional nas vendas externas é de 95,3%, tendo como principais compradores: China, Argentina, Itália, Países Baixos e Hong Kong⁷.

ANÁLISE DO PROGRAMA:

O período delimitado para o recorte da pesquisa foi o mês de fevereiro de 2019, nos dias 01, 08, 15 e 22 de fevereiro, a fim de conseguir a maior atualidade possível sobre as informações que foram noticiadas no Estado.

⁷ Departamento Técnico do Sistema Famasul – Federação da Agricultura e Pecuária de MS

-
- **Semana 1:** o quadro MS no Campo apresenta no primeiro bloco informações sobre um decreto estadual que restringe a retirada de pescado nos rios de Mato Grosso do Sul, a fim de permitir o aumento da fauna, expressivamente prejudicada pela pesca profissional e amadora (projeto Cota Zero). Uma das principais linhas de financiamento para o setor produtivo também é detalhada, o Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste (FCO) que disponibilizou R\$ 2,4 bilhões para produtores rurais investirem nas culturas e criações. Reportagens detalham a importância de treinamento para apicultores combaterem pragas das colmeias e implantação de laboratório de análise de alimentos para fomentar produção leiteira (em fase de construção). Informações da agenda do governador em Brasília (DF) com a ministra da agricultura (Mapa), Tereza Cristina Corrêa e agenda rural complementam o programa do dia 1º de fevereiro.
 - **Semana 2:** MS no Campo começa com informações agrícolas, destacando lançamento do plantio do milho (MS é o 4º produtor nacional do cereal); detalhes do decreto lei cota zero que limita pesca nos rios do Estado; inscrições para empresas que realizam análise de carcaça de bovinos atuarem em programa de pecuária sustentável (Precoce MS); dose de vacinação contra aftosa será reduzida na próxima campanha iniciada em maio e previsão do tempo. No segundo bloco, Produtores rurais (agricultura familiar) de Ivinhema (sudoeste do Estado) receberão serviço gratuito de exame de ultrassom para vacas leiteiras, detalhes da programação de uma das mais importantes feiras tecnológicas agropecuárias, a Dinapec. A agenda rural finaliza o programa de 8 de fevereiro.
 - **Semana 3:** Primeiro bloco enfoca entrega de patrulhas mecanizadas e anúncio de pacote de medidas em prol da agricultura familiar, Agência Estadual de Defesa Sanitária Animal e Vegetal (Iagro) está com inscrições abertas para curso de legislação sanitária, MS pode receber etapa de prova máxima do Cavalinho Crioulo e Freio de Ouro e previsão do tempo. No segundo bloco, o destaque vai para famílias indígenas do interior do Estado que receberão sementes de milho e soja, por intermédio de programa federal que incentiva produção agrícola entre as comunidades existentes no Estado. Iagro visita propriedades rurais que atuam no plantio de soja para fiscalizarem e recomendarem ações que previnam a ferrugem asiática. Agenda rural finaliza o programa do dia 15 de fevereiro.

-
- **Semana 4:** Na primeira parte do programa é anunciado que Mato Grosso do Sul terá cronograma de fiscalização de venda e uso irregular de agrotóxicos, ministra da Agricultura, Tereza Cristina Corrêa e representantes do Codesul terão agenda para discutir vigilância sanitária, controle da aftosa e produção de leite; médicos veterinários serão capacitados para coleta de mormo e previsão do tempo para semana. No segundo bloco, governo destaca importância da pesquisa agropecuária durante a feira Dinapec, governador se reúne com representantes do Ministério do Meio Ambiente para realizar tratativas de recuperação do Rio Taquari. A agenda rural encerra o programa do dia 22 de fevereiro.

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO:

O roteiro e distribuição das informações apresentadas no programa MS no Campo demonstram a atenção da equipe de jornalistas em levar informações de utilidade pública, como inscrições para: cursos, fiscalizações, eventos, condições de lavouras e previsão do tempo. Neste sentido, o conteúdo atende a finalidade inicial dos idealizadores que foi disponibilizar conteúdo jornalístico institucional para emissoras de rádio do interior do Estado, que na maioria das vezes não tem condições de filtrar as principais informações sobre o setor rural, as quais são importantes em regiões que têm na atividade agropecuária a principal fonte de renda.

Aliás, essa é uma discussão que não se restringe ao jornalismo rural, mas, a todas as editorias da imprensa brasileira e regional. Equipe reduzida, falta de estrutura para deslocar equipes para outros municípios, são algumas das dificuldades que precisam ser administradas pelos editores dos jornais. Reforçando o pensamento de Nelson Traquina sobre as decisões tomadas pelos profissionais cotidianamente, “Não é possível ‘ir a todas’, pois, é necessário tomar decisões em relação aos acontecimentos que serão cobertos, isto é, que serão agarrados pela imprensa jornalísticas e transformados em notícias (TRAQUINA, 2012, p. 161)”. Na avaliação do pesquisador, a notícia é um produto perecível, por isso, uma ideia muito propagada nas sedes de agências de notícias é que a notícia “que chega primeiro será a primeira a ser utilizada durante todo o ciclo de notícias sobre esses acontecimentos (TRAQUINA, 2012)”.

Diante do contexto apresentado pelas redações jornalísticas, a iniciativa de criar uma webrádio de conteúdo noticioso foi assertiva, visto que a atuação institucional

sempre esteve mais presente no *mailing list* das assessorias com envios de release, e a partir da implantação da internet com os sites institucionais, a produção de conteúdo (textos) resulta em opções de pautas para imprensa diária. No caso regional, o material produzido para rádio é fundamental para as regiões mais afastadas da Capital e pelo veículo ter forte penetração em áreas mais isoladas, como a zona rural.

Corroborando com a análise destacamos uma publicação orientada pela docente e pesquisadora Débora Lopez, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no qual é analisado um programa de rádio idealizado pela assessoria de imprensa da instituição de ensino que mescla notícias institucionais, radiodifusão de notícias da agência experimental de notícias e radiojornalismo. O produto veiculado semanalmente apresenta uma boa aceitação da mídia e sociedade. Na avaliação dos pesquisadores, os conteúdos produzidos pela assessoria de imprensa a partir dos meios massivos, melhoram o fluxo de informações, contudo toda informação, ainda que tenha vínculo institucional ou pessoal deve ser pensada para quem vai consumi-la, ou seja, o público (LOPEZ, et. al., 2010).

“O trabalho do assessor de imprensa, então, é comandar estratégias de melhoramento da imagem de uma instituição ou pessoa facilitando o acesso dos jornalistas à informação, seja na forma de notícias, seja na forma de entrevistas. O objetivo consiste em otimizar o trabalho dos jornalistas nas redações, em troca de um espaço em que seu cliente apareça (LOPEZ, et.al, 2010, p. 04)”.

Na avaliação de (MILHOMEM, 2011), o rádio é um alvo muito importante para a assessoria de imprensa, em razão da capacidade de penetração entre a população, e ainda, por alcançar os formadores de opinião com mais eficácia do que jornais impressos e revistas. Um conteúdo produzido com qualidade atrairá dessa forma, tanto a imprensa quanto os ouvintes e, no caso do programa MS no Campo, conseguirá melhor recepção por ser produzido para um público específico, no caso todos os envolvidos no setor agropecuário.

CONCLUSÃO:

A pluralidade de opções proporcionada na produção em webrádio demonstra que ainda há muito espaço a ser explorado, principalmente pelos veículos de comunicação. Os profissionais que detêm conhecimentos técnicos para produção desses programas tem

à mão, uma importante ferramenta de divulgação de notícias jornalísticas e institucionais, indo muito além de programas musicais segmentados.

No caso do objeto analisado foi possível observar o cuidado da equipe em produzir um programa que cumpra o objetivo apresentado, de disponibilizar informações para toda região, sem deixar em segundo plano, o caráter informativo. Neste sentido, a internet atende seu papel de pluralizar a informação com investimentos mais modestos, lembrando que antes de sua implantação, um programa com este formato demandaria mais investimentos por parte dos realizadores.

Espera-se com este trabalho contribuir para o aumento dos estudos sobre webrádio em Mato Grosso do Sul, seja no sentido de coletar informações, determinar o perfil do ouvinte/internauta e ainda, debater a formatação dos programas disponibilizados na rede.

BIBLIOGRAFIA:

BUENO, C. Wilson. **Novos contornos da comunicação empresarial brasileira. Comunicação & Sociedade.** São Bernardo do Campo, Umesp, v.16, 1989. P.71-99.

CHAPARRO, M. Carlos. **A notícia (bem) tratada na fonte: novo conceito para uma prática de assessoria de imprensa.** São Paulo. Escola de Comunicações e Artes da USP, 1987 (Dissertação de mestrado).

CORREA, A. M. PRI-7: Achegas para uma historiografia do rádio no Centro-Oeste. In.: **Revista Rádio-Leituras.** Ano V, nº 01. Edição Janeiro – Junho 2014. ISSN: 2179-6033. Acesso em 10 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://radioleituras.wordpress.com>

DUARTE, J. (Org.) **Comunicação Pública.** Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2012. 3ª edição. ISBN: 978-85-224-7348-9.

FAMASUL. www.famasul.com.br . Acesso em 29 de janeiro de 2019

IBGE: www.ibge.com.br Acesso em 18 de janeiro de 2019

KUHN, F. **O rádio na internet: rumo à quarta mídia.** Dissertação de Mestrado, Campinas (SP), 2000. Acesso em 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/284183>

LOPES, et.al. Estação Cesnors: um estudo de caso de assessoria de imprensa no rádio. In.: **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Acesso em 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1550-1.pdf>

MARCONDES FILHO, Ciro. **Dicionário da Comunicação.** (Org.) 2ª edição, 2014, Editora Paulus, São Paulo. ISBN: 978-85-349-3969-0

MATOS, H. **Comunicação Pública. Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.** In: DUARTE, Jorge (org). São Paulo: Atlas, 2012 3ª edição. ISBN: 978-85-224-7348-9

MILHOMEN, L. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica.** In: DUARTE, Jorge (org.). São Paulo: Atlas, 2011. 4ª edição. ISBN: 978-85-224-6361-9

ORTRIWANO, S. G. **A informação no rádio. Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** São Paulo: Summus Editorial, 4ª edição, 1985. CDD-384-540981

OTA C. D.; SILVA, O. A. Rádio Digital como mecanismo de difusão no interior: pioneirismo e alcance da Rádio Web MS. In.: **XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste** – Campo Grande, MS – 15 a 17/6/2018. Acesso em 10 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2018/trabalhos.htm>

PRATA, N. Panorama da webrádio no Brasil. In.: **XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013. Acesso em 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0095-1.pdf>

PRATA, N. Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação. In.: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. Acesso em 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/AIRR-7DDJD8>

PRATA, N. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação.** Tese de Doutorado disponível na internet. Acesso em 29 de janeiro de 2019. Disponível em: file:///C:/Users/Aline%20de%20Oliveira/Documents/MESTRADO%202018%201%20SEMESTRE/Intercom%202018%20Nacional/nair_prata_tese%20Webradio_novos%20generos.pdf

PORTAL GOVERNO MS – www.ms.gov.br. Acesso em 10 de janeiro de 2019

PORTAL DE MÍDIA UFMS – www.portaldemidia.ufms.br Acesso em 14 de janeiro de 2019

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são.** Volume I, 3ª edição, 2012. Editora Insular, Florianópolis (SC). ISBN: 978-85-7474-627-2.