

---

## Ronda do MS: radiojornalismo e produção de conteúdo local pela Rede Jota FM<sup>1</sup>

Ana Paula BANYASZ<sup>2</sup>  
Daniela Cristiane OTA<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

### RESUMO

O rádio é considerado um veículo de informação eminentemente local, sobretudo nas pequenas emissoras, por conta do seu formato e características, como a prestação de serviços e a utilidade pública. No entanto, o cenário atual mostra que o local e o global dividem espaço nas ondas do rádio, trazendo reflexos na produção e programação radiojornalística das pequenas emissoras, voltadas à cobertura de fatos de âmbito local e regional. Focado nesta questão, este estudo tem como objeto o conteúdo de radiojornalismo local transmitido em rede pelo programa Ronda do MS, da Rede Jota FM, maior grupo de mídia sonora do Mato Grosso do Sul, com nove veículos no interior do Estado.

**PALAVRAS-CHAVE:** radiojornalismo local; programação radiojornalística; interior; rede.

### INTRODUÇÃO

A mídia local existe desde o surgimento dos veículos de comunicação de massa, como o jornal, o rádio e a televisão. A partir do uso das tecnologias de transmissão, muitos atingiram uma dimensão regional e nacional. Na opinião de Abernathy<sup>4</sup> (2018, p. 1), os meios locais desempenham um papel vital na construção da comunidade, promovendo um senso de identidade geográfica para residentes em várias comunidades, como bairros centrais, subúrbios ricos e cidades rurais. Para essas pessoas, “os jornais locais têm sido a principal, senão a única, fonte de notícias e informações confiáveis e abrangentes que podem afetar a qualidade de suas vidas diárias”.

O jornalismo do interior, diferente daquele realizado pela grande imprensa, tem narrativas próprias, a partir do local de onde se narra e, de acordo com Temer (2013, p. 321), “entender as narrativas do jornalismo do interior, seus processos e propósitos, é igualmente compreender uma narrativa nova do mundo, novas realidades e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação – PPGCOM/UFMS. E-mail: abanyasz@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutora, profesora associada da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Email: daniela.ota@ufms.br

<sup>4</sup> Informações retiradas do site: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/>

racionalizações da vida contemporânea”. Porém, apesar de sua importância reconhecida, esse jornalismo ainda carece de estudos verticalizados “que possam inseri-lo, de maneira sistematizada, no contexto dos estudos de Comunicação do país” (SILVA, 2013, p. 274). Para o autor, “resta muito a ser pesquisado e compreendido, sobretudo a respeito da imprensa das áreas distantes dos grandes centros urbanos”.

Com o desenvolvimento da globalização, chegou-se a pressupor o fim da comunicação local, “para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas”, avalia Peruzzo (2005, p.4). Ainda de acordo com a pesquisadora, (PERUZZO, 2005, p. 72), alguns desses meios de comunicação desenvolvem seu potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais. “É o caso do rádio, por exemplo, que é eminentemente local, embora possa percorrer também longas distâncias”.

Nesse sentido, o rádio se sobressai como o veículo mais apropriado para atingir e registrar os acontecimentos de ordem local, uma vez que a característica principal do veículo continua sendo a da proximidade com a comunidade. O rádio, de modo especial, cumpre uma função relevante quanto ao seu aspecto de veículo local com característica do global, como avalia, Raddatz (2009, p.20):

Com todas as distâncias que percorre via antena ou via internet, o rádio é um canal entre os cidadãos ouvintes que podem estar no fundo de uma fazenda ou na área urbana, sujeitos diferentes, que denotam a diversidade relativa à sociedade moderna, que fragmenta também o universo da cultura e de suas práticas.

O rádio fala do bairro, dos vizinhos, dos problemas que o ouvinte sofre diariamente e de sua cidade, e essas questões acentuam a proximidade, que é o diferencial numa época em que temáticas de interesse global povoam a mídia. O local é parte do processo. Em algumas localidades, muitas vezes a emissora de rádio é a única fonte de informações de uma comunidade. Assim, uma vez que a grande mídia raramente aborda as temáticas de interesse localizados em regiões específicas, compete, portanto, aos veículos locais darem conta delas.

Porém, se por um lado as facilidades tecnológicas favorecem a especialização do rádio brasileiro, por outro, essa tendência, de transmitir a mesma programação em rede, pode descaracterizar a cultura e a realidade de cada local, “perdendo com isso, a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos,

com o linguajar da própria região” (ORTRIWANO, 1985, p. 34). Nos casos em que essas transmissões envolvem o jornalismo, “a crítica volta-se para a homogeneização do conteúdo veiculado e o esquecimento dos problemas imediatos à comunidade” (COMASSETTO, 2007, p. 65).

A partir dessas constatações, após um mapeamento dos principais grupos de mídia sonora existentes no Mato Grosso do Sul, optamos por analisar o programa radiojornalístico: “Ronda do MS”, produzido e transmitido em rede para as nove emissoras afiliadas da Rede Jota MS. Este artigo é resultado da dissertação de mestrado intitulada: “Radiojornalismo e produção local: Um estudo sobre o programa Ronda do MS, da Rede Jota FM”, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM/UFMS.

O *corpus* compreendeu a análise de áudios gravados de cinco programas, durante uma semana, entre os dias 05 e 09/10 de 2020. O período foi escolhido em razão de não haver feriados e datas comemorativas que pudessem alterar o conteúdo. O programa Ronda do MS vai ao ar das 11 às 12 horas, de segunda a sexta-feira, e é apresentado pelo locutor e proprietário Nelson da Silva Feitosa, com contribuições de repórteres de suas afiliadas.

Abordaremos os principais aspectos sobre a mídia e o radiojornalismo local, e suas particularidades. Em seguida apresentaremos os resultados obtidos na pesquisa e as considerações finais.

### **A mídia local**

Dados indicam que os homens, quanto mais mergulham na mundialização, mais querem afirmar as suas raízes. Peruzzo; Volpato (2009, p. 1) também acreditam na tendência do ressurgimento de valorização do que está próximo em meio à intensidade da globalização. “Apesar do fascínio pela informação internacionalizada e pela aparente homogeneização de valores, revitaliza-se o apreço pelo local, pela comunidade, pelo familiar”. De acordo com Peruzzo (2003, p. 2), o local, apesar de estar inserido no global, busca fortalecer suas singularidades:

A valorização do local na sociedade contemporânea é processada pelo conjunto da sociedade e surge no auge do processo de globalização. Particularmente, até os grandes meios de comunicação de massa, que historicamente sempre deram mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional ou internacional, passam a

---

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

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

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

Portanto, é a relação de intenção do indivíduo com o lugar que lhe confere identidade e significado. Assim, o lugar serve para conferir noção de pertencimento ao indivíduo, que “implica em ações objetivadas no sentido de que o indivíduo não é passivo nem tampouco alheio às circunstâncias. Ele age e reage de um modo efetivo e intencional. Significa uma tomada de consciência sobre sua própria história, na perspectiva de sua participação (LEITE, 2012, p. 1).

No jornalismo, pode-se dizer que o local e o regional estão quase sempre associados a duas relações principais: “A de proximidade geográfica com o público, as fontes e os conteúdos com os quais lidam os veículos; e a de identidade sociocultural e histórica com os territórios e sociedades dos quais emergem ou nos quais se inserem”.

---

Para Peruzzo (2005), a proximidade é aquela que expressa as especificidades de uma localidade, que retrata os acontecimentos de uma determinada região e externa os diferentes pontos de vista, dos múltiplos segmentos sociais. Nesse sentido, a mídia de proximidade

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **O rádio local**

---

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

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

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

Em algumas localidades, muitas vezes a emissora de rádio é a única fonte de informações de uma comunidade. Nesse sentido, projeto de jornalismo de dados Atlas da Notícia realiza o mapeamento dos veículos produtores de notícias - especialmente de jornalismo local – no território brasileiro, com o objetivo de localizar os municípios que não possuem presença de veículos jornalísticos. Os chamados *desertos de notícia* são, em geral, cidades pequenas, com população mediana de 7.100 habitantes, sem veículos independentes de notícias. De acordo com o Atlas da Notícia, um município sem jornalismo local, que não possui uma cobertura noticiosa própria, é carente de informações independentes para que sua população possa votar, cobrar os governantes e saber mais sobre serviços, problemas e acontecimentos específicos daquela localidade.

Vale reforçar que, em dezembro de 2019, o Atlas da Notícia divulgou que 3.487 municípios brasileiros, 62,6% do total, eram ‘desertos de notícias’. A cobertura que seus moradores recebem se restringe ao noticiário dos órgãos nacionais, sem foco no que faz o poder público local. Outros 1.074, 19,2%, são o que a pesquisa chama de "quase desertos", com no máximo dois veículos. Ao todo, o levantamento contou 11.833 veículos no país.

Uma das principais constatações da pesquisa é que o rádio é a principal mídia no Brasil, ou pelo menos a mais abrangente, apesar das barreiras de entrada, como a obtenção

---

de concessão de radiofrequência e o alto custo associado à transmissão (também presentes na televisão, mas em menor escala).

O rádio, que desde o início de sua trajetória sempre teve características locais, é o meio que talvez reúna melhores condições para atender ao seu entorno. Ortriwano (1985, p 16) afirmava, já nos anos de 1980 que:

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

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

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

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

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

---

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

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

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

### **O radiojornalismo praticado no interior do MS**

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

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

---

<sup>5</sup> De acordo com contato realizado com técnico do IBGE, em julho/2020, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) foi extinta, tendo sido realizada pela última vez em 2015. Assim sendo, a última informação da PNAD sobre existência de rádio nos domicílios é daquele ano.

---

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

Apesar de tantas mudanças, o veículo ainda está presente no cotidiano de cidadãos de todo país, com mais intensidade em cidades do interior e comunidades afastadas das áreas urbanas. O Sistema de radiodifusão da Anatel<sup>6</sup> apontou que existem 230 emissoras (entre AM e FM) em funcionamento no Estado, das quais, 15 em Ondas Médias (OM), quatro em Ondas Tropicais (OT), 124 em Frequência Modulada (FM), entre comerciais e educativas, e 87 FMs comunitárias.

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

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

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

A seguir, apresenta-se o quadro sintético<sup>7</sup> com a classificação das informações veiculadas quanto ao gênero, formato e proximidade geográfica.

---

<sup>6</sup> Consulta realizada em julho de 2020 no Sistema de Radiodifusão da Anatel.

<sup>7</sup> Os quadros completos podem ser conferidos no apêndice da dissertação.

Quadro 1 – Classificação das unidades de informação.

<b>Dia 01</b>	<b>Gênero</b>	<b>Formato</b>	<b>Proximidade geográfica</b>
Segunda-feira 05/10/2020  37 unidades de informação	08 Opinativos	2 Serviços de utilidade pública	15 Municipal
	03 Utilitários	8 Boletins policial	18 Estadual
	01 Diversional	6 Notas	03 Nacional
	25 Informativos	1 Ouvinte	01 Fronteira
		1 Meteorologia	
		6 Comentários	
		1 Testemunhal	
		1 Notícia	
		1 outro	
<b>Dia 02</b>			
Terça-feira 06/10/2020  10 unidades de informação	5 Informativos	3 Manchetes	8 Municipal
	4 Opinativos	2 Ouvintes	2 Estadual
	1 Utilitário	2 Comentários	
		1 Roteiro	
		2 Boletins policial	
<b>Dia 03</b>			
Quarta-feira 07/10/2020  24 unidades de informação	15 Informativos	5 Manchetes	12 Municipal
	06 Opinativos	5 Comentários	10 Estadual
	03 Utilitários	6 Boletins policial	02 Nacional
		4 Notas	
		2 Serviços	
		1 Roteiro	
		1 Testemunhal	
<b>Dia 04</b>			
Quinta-feira 08/10/2020	24 Informativos	05 Manchetes	19 Municipal
	05 Opinativos	01 Ouvinte	11 Estadual
	02 Utilitários	04 Comentário	01 Fronteira

31 unidades de informação		11 Boletins policial	
		06 Notas	
		01 Serviço de utilidade pública	
		02 Notícias	
		01 Temperatura	
<b>Dia 05</b>			
Sexta-feira 09/10/2020  16 unidades de informação	4 Opinativo	3 Nota	10 Municipal
	9 Informativo	3 Comentário	03 Estadual
	3 Utilitário	3 Serviço de Utilidade pública	03 Interestadual
		2 Manchete	
		5 Boletim	

Após cruzar os dados apresentados, Foram identificadas 118 unidades de informação; dessas, a maioria voltada para o interesse regional, considerando assim, as notícias municipais (64), estaduais (43), interestaduais (3) e de fronteira (2), que, juntas, somam 112 registros, o que representa 95% do total. Apenas seis foram classificadas de abrangência nacional. Tanto as informações referentes à fronteira como aos municípios que fazem divisa com o Estado foram consideradas relevantes e incluídas nas análises pela proximidade com os municípios sul-mato-grossenses.

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

A partir desse resultado, o próximo passo foi a investigação dos gêneros presentes. E, contrariando as expectativas da pesquisadora, que acreditava que além do informativo, o utilitário seria o segundo gênero predominante, por ser mais usual no radiojornalismo,

---

o gênero opinativo apresentou um número 50% maior que o utilitário. Explica-se: diferente do que é realizado pela grande imprensa, a transmissão da informação local faz uso de narrativas próprias, adequadas ao local de onde se narra e ao público ao qual se dirige. E, nesse sentido, o gênero opinativo, foi utilizado por meio dos formatos: comentário, testemunhal e ouvinte.

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

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

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

A emissora analisada possui características de reprodutora de conteúdo e não de geradora de informações jornalísticas com mais profundidade. Porém, apesar da ausência

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

A partir das análises dessas informações, é possível concluir que, apesar do jornalismo praticado pela emissora ser deficitário, a programação do Ronda do MS prioriza as temáticas locais e regionais, privilegiando assuntos que estejam ligados à sua audiência, atendendo às necessidades da comunidade local, o que pode reafirmar que o rádio continua sendo o principal veículo de comunicação local, especialmente por conta das características intrínsecas ao meio como o imediatismo, o baixo custo, a utilidade pública e a simultaneidade.

## REFERÊNCIAS

ABERNATHY, Penélope M. **O deserto de notícias em expansão**. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, UNC Hussman School of Journalism and Media, 2018. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

ANATEL. **Sistema de Controle de Radiodifusão-SRD**. Brasília, 2017. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/srd/Consultas/ConsultaGeral/TelaListagem.asp?SISQSmoldulo=5243>. Acesso em: 12 abr. 2020.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Mapeando o jornalismo local no Brasil**. Projor. [São Paulo], 2020. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 12 abr. 2020.

BARBEIRO, H. Prefácio. *In*: PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

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

- CAMPONEZ, C. **Jornalismo de Proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.
- CHANTLER, P.; HARRIS, S. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.
- COMASSETTO, L. R. **A voz da aldeia: O rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global**. Florianópolis: Insular, 2007.
- CORREIA, J. C. **Jornalismo e espaço público**. Covilha: Livros LabCom, 1998.
- DEL BIANCO, N. R.; PRATA, N. Rádio, mobilidade e ubiquidade: análise do projeto de inclusão *mobile* digital da ABERT. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 41, n 1, 2018. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/3046/212>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- DORNELLES, B. O futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- FADUL, A. Decadência da cultura regional: a influência do rádio e da TV. In: MELO, J. M. (org.). **Comunicação/incomunicação no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1976.
- FERNANDES, M. L. **A força do jornal do interior**. Univali: Itajaí, 2003. p. 62 – 181.
- FERNANDES, M. L. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- FERRARETTO, L. A. Da segmentação à convergência: apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. **Revista Comunicação e Sociedade**, São Paulo, Universidade Metodista de São Paulo, v. 36, n. 1, 2014.
- KLÖCKNER, L.; BRAGANÇA, M. A. Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet. In: MOREIRA, S. V.; DEL BIANCO, N. R. (orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: Uerj, 2001.
- LEITE, C. M. C. **O lugar e a construção da identidade: os significados construídos por professores de Geografia do Ensino Fundamental**. 2012. Tese (Doutorado em Educação) –Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.
- LIMA, H. S. S.; OTA, D. C. Mídia local em Mato Grosso do Sul e o mapeamento dos desertos de notícias. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais eletrônicos...** Joinville: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1639-1.pdf>.
- LUCHT, J. M. P. **Gêneros Radiojornalísticos: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo**. 2009. 173 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. Disponível em:

---

<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/881/1/Janine%20Marques%20Passini.pdf>.  
Acesso em: 25 set. 2019.

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

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

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

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

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

RADDATZ, V. L. S. **Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global.** 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SILVA, M. P. A imprensa do interior no jogo de escalas: os jornais do centro-oeste paulista e a questão local em foco. *In:* ASSIS, F. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos.** Chapecó: Argos, 2013.

TEMER, A. C. R. P. Muito além da grande mídia: razões e racionalizações do jornalismo do interior. *In:* ASSIS, F. (org.). **Imprensa do interior: Conceitos e contextos.** Chapecó: Argos, 2013.