

## O Rádio e Sua Importância Na Cobertura do Futebol Amador de Cachoeira/BA<sup>1</sup>

Rodrigo de AZEVEDO<sup>2</sup>

Daniela Costa RIBEIRO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, Bahia

### RESUMO

Este artigo busca mostrar qual o papel da rádio local para a disseminação do futebol amador no município de Cachoeira-BA. Devido o seu grande alcance, o rádio se concretizou como o mais importante meio de comunicação, em locais onde outros veículos não conseguem alcançar. O município de Cachoeira vive essa realidade. Uma vez que produções como os telejornais não atendem a demanda do público sobre o cotidiano da comunidade cachoeirana, as estações e web rádios ganham cada vez mais força, oferecendo conteúdos locais e proporcionando maior interação com o público. E para melhor exemplificar essa situação, foi utilizada como objeto de pesquisa a rádio web Olha a Pititinga, que atualmente é única na cidade que a realizar a cobertura jornalística do futebol amador.

**Palavras-chave:** Rádio, interior, futebol amador, cobertura jornalística.

### 1. Introdução

Ao longo dos anos, o rádio se configurou como um importante e eficaz veículo de comunicação de massa. Diferente de outros meios, como a televisão, por exemplo, esse veículo é capaz de ocupar diversos ambientes e compartilhar inúmeras ideologias. Existem cada vez mais emissoras promovendo conteúdos informativos, comerciais e sociais, nas casas, nos postes da rua, nos carros e em tantos outros lugares.

Devido o seu grande alcance, o rádio se concretizou como o mais importante meio de comunicação, em locais onde outros veículos não conseguem alcançar. O município de Cachoeira vive essa realidade. Uma vez que produções como os telejornais não atendem a demanda do público sobre o cotidiano da comunidade cachoeirana, as estações e web rádios ganham cada vez mais força, oferecendo conteúdos locais e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, email: digo.deazevedo@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Jornalismo da UFRB, email: danielacontato@gmail.com

proporcionando maior interação com o público. Mesmo despertando interesse da população, o futebol amador não está presente na programação dos grandes veículos de comunicação, perdendo o espaço que é destinado prioritariamente aos grandes clubes de destaque nacional. Diante desse cenário, as rádios comunitárias e veículos de menor porte acabam pautando o tema e conquistando a audiência local.

Pensando nisso, o presente artigo busca analisar como os ouvintes interagem com as transmissões esportivas na cidade de Cachoeira-BA, com foco especial no futebol amador. Além de investigar quais elementos são utilizados pelos radialistas para fidelizar e propagar informação de qualidade para este público.

Além do embasamento teórico, os métodos utilizados para a realização contou com seis entrevistas: quatro delas foram com profissionais do rádio, outras duas com ouvintes, e com a revisão bibliográfica sobre o tema.

O objetivo aqui é analisar as formas como as rádios e web rádios constroem uma programação direcionada, atendendo às especificidades do território do Recôncavo, mostrando como são tecidas as relações entre rádio e ouvinte, mais precisamente em relação ao futebol amador, observando quais as demandas apresentadas pelo público e quais as estratégias adotadas pelas emissoras para atendê-las.

## **2. O Rádio Como Veículo De Massa**

O rádio ganhou destaque enquanto veículo de comunicação de massa a partir de 1924, graças à criação da Rádio Clube Brasil, no Rio de Janeiro. Embora a indústria fonográfica estivesse presente em solos brasileiros desde o século XIX, foi a chegada da rádio que passou a influenciar fortemente as produções musicais, em especial no que se refere à cultura popular.

A partir de 1930, as emissoras passaram a buscar verbas de anunciantes, respaldadas pelo decreto nº 21.111, que institucionalizou o valor máximo de 10% de veiculação comercial sobre a programação total das emissoras. A partir daí, passou-se a investir em uma programação mais diversificada, contando com a participação de artistas fixos, produção de rádios novelas e programas de humor.

Com a busca constante por público e anunciantes, o rádio brasileiro transforma-se em meio de comunicação de massa. O primeiro fenômeno das indústrias culturais no país é sem dúvidas a Rádio

---

Nacional, do Rio de Janeiro, emissora inicialmente privada que o governo do federal encampa em 1940 (FERRARETO, 2007. p.21).

O surgimento das emissoras contribuiu fortemente para que milhões de pessoas fossem alcançadas por um mesmo conteúdo e ao mesmo tempo, sendo necessário apenas o uso de um transmissor e um receptor de ondas eletromagnéticas. Assim, a voz começa a se deslocar de um canto a outro de forma rápida e sem a necessidade de fios, configurando o processo de radiodifusão sonora - definido como um serviço de radiocomunicação cuja transmissão é recebida pelo público.

A facilidade de acesso garantiu a esse veículo de comunicação uma audiência ampla, formada por pessoas de diferentes idades, sexo e classes sociais. Devido ao grande número de ouvintes alcançados pelas transmissões, a programação era pensada de acordo com a maioria, ou seja, uma vez que não se conhecia a fundo quem estava do outro lado da transmissão, os conteúdos veiculados buscavam atingir o maior número de ouvintes possíveis, sem especificações.

## 2.1 Rádios Comunitárias e Web Rádios

Com o surgimento das rádios comunitárias, esse contexto de produção radiofônica passa a ser modificado. Diferente das emissoras comerciais, a rádio comunitária possui um público específico, com demandas e necessidades que variam de acordo com o contexto social e econômico de cada comunidade. Nesse modelo, a relação entre emissor e receptor acontece de modo diferente. Muitas vezes, ambos ocupam a mesma posição social e compartilham da mesma realidade, enfrentando problemas semelhantes. Nesse caso, o emissor passa a funcionar como um porta voz da comunidade, utilizando o poder de alcance do rádio para informar, reivindicar e dialogar com diversas instâncias.

Nela, pela pequena potência dos transmissores, fala-se para um grupo de ouvintes próximos no espaço, procurando estabelecer uma via de mão dupla. Neste caso, a proximidade é incentivada inclusive pela participação de integrantes da comunidade ao microfone não só como entrevistados, mas também exercendo a função de comunicadores (FERRARETO, 2007. p.24).

---

A proximidade física entre a rádio comunitária e seus ouvintes, por muitas vezes, acaba se tornando um fator determinante na participação. É comum que emissoras desse tipo desenvolvam programas e quadros com a colaboração do público. As abordagens podem ser realizadas nas ruas, por meio do telefone ou de qualquer outro meio de comunicação, aceitando opiniões, denúncias e dicas.

Com os avanços tecnológicos a radiodifusão sonora foi se adaptando a outros formatos. Além do aparelho de rádio convencional, passou a ser possível receber o sinal através de outros equipamentos como os celulares, por exemplo. Mas a evolução foi além e o veículo se adaptou às novas plataformas de comunicação, passando a operar através dos sinais de internet.

Desde a década de 1990, as emissoras vem tentando se adaptar aos novos conceitos que vieram com a introdução de equipamentos cuja leitura e formato de gravação não mais eram feitos com base nos conceitos analógicos. O mini-disk, CD, Dat e os computadores promoveram transformações irreversíveis na forma e na estrutura do rádio. Incluímos nesse cenário a explosão da gravação e transmissão de arquivos de áudio via Internet, que somada ao processo de digitalização das emissoras, acabaram por levar o rádio para a rede, dotando-o de ferramentas multimídia (BUFARAH, 2004. p.02).

A adequação do rádio às plataformas digitais precisou ir além do quesito hospedagem, sendo necessário dialogar com as principais características da internet, como: interatividade, instantaneidade, multimídia e perenidade. Assim, o rádio, conhecido por distribuir conteúdo de forma prática, podendo ser consumida simultaneamente, passa a criar estratégias para chamar atenção do público e armazenar dados que outrora foram perdidos no mesmo momento da sua emissão.

O advento da web rádio mudou a forma de consumir informação. Se antes era necessário ligar o aparelho para obter uma notícia que se perderia no mesmo instante em que era transmitida, agora ela pode transitar entre as mais diversas formas e ser compartilhada com inúmeras pessoas. A web rádio não está sozinha, a sua existência está diretamente interligada a outros meios de comunicação, como as redes sociais *Facebook*, *Twitter* e plataformas de *blogs*.

A rádio web ‘Olha a Pititinga’, com sede de transmissão situada no município de Cachoeira-BA, é um exemplo de adaptação da rádio convencional e dos desafios do mundo digital. Criada em 2014, o veículo está hospedado em uma plataforma digital e

conta com *fan page* no *Facebook*, *Whatsapp* e aplicativo para *smartphone*. Além de estar presente nas ruas do município, através da transmissão realizada com caixas de som acopladas aos postes, a emissora possibilita que a programação seja acessada através de qualquer aparelho digital, como celulares, computadores ou *tablets*. Essas ferramentas são responsáveis por proporcionar maior interatividade com os ouvintes, que agora se tornam também leitores e agentes multiplicadores de informação. As notícias veiculadas na rádio passam a ser publicadas e armazenadas na *fanpage*, podendo alcançar pessoas de qualquer parte do mundo, sem as delimitações espaciais impostas pela amplitude modulada - AM e frequência modulada - FM.

Embora a conexão via internet consiga expandir o número de receptores das informações transmitidas pela Olha a Pititinga, o seu público alvo continua sendo o mesmo: a população cachoeirana e de cidades circunvizinhas. E é assim, conhecendo o ouvinte de forma mais aprofundada que o veículo consegue direcionar transmissões e coberturas de eventos específicos como o Campeonato Baiano Intermunicipal de Futebol, assunto que embora desperte o interesse da população, não é pautado pela grande mídia.

## 2.2 A Rádio Web Olha a Pititinga

A partir das evoluções tecnológicas e percebendo a necessidade de um veículo que transmitisse informação local com qualidade, o garçom Ivanildo Paulo utilizou sua experiência na antiga Rádio Magnificat, que também se localizava em Cachoeira, para fundar a rádio web.

Sua ideia inicial era criar um informativo impresso para ser distribuído à população. No entanto, ao participar de um curso de formação em rádio, na cidade de São Paulo, ele percebeu as possibilidades que poderiam surgir ao criar uma rádio web.

O objetivo foi fundar uma emissora que seguisse alguns preceitos das rádios comunitárias, na qual permitisse dar voz aos diferentes ouvintes, sem distinção por raça, cor, ideologias políticas ou religião.

Passadas as dificuldades para se consolidar no município ao longo de quase quatro anos, a Pititinga conta hoje com quatro programas na grade: um informativo, um cultural, um de entretenimento e outro esportivo.

---

O programa de esportes Passa a Bola, trabalha prioritariamente com conteúdos locais, oferecendo na sua 1h de duração um curto espaço de tempo para assuntos do âmbito estadual ou nacional.

Dois pontos em comum identificados nas entrevistas com o dono da rádio, Ivanildo Paulo e com as estudantes de Comunicação Social - Jornalismo e funcionárias da rádio, Camilla Souza e Cristiana de Menezes são as formas utilizadas para cativar e fidelizar o ouvinte.

Para Paulo e Souza, utilizar algum momento da transmissão para se posicionar sobre determinado assunto e dar a sua própria opinião é uma forma de se humanizar frente àquilo. Tal postura se transforma numa maneira de dar credibilidade ao radialista e à informação noticiada.

E Menezes ainda reforça que, “focar em pautas que fale de assuntos das cidades cachoeirana e são felista” são estratégias utilizadas para prender a atenção do público. (MENEZES, 2018).

Cristiana de Menezes é atualmente a apresentadora do programa Passa a Bola. A necessidade de produzir um conteúdo esportivo local é demonstrado através do próprio interesse dos ouvintes cachoeiranos, “(os ouvintes) prefere (*sic*) ver falar do futebol amador de cachoeira principalmente, como por exemplo a seleção de cachoeira e sobre o campeonato municipal cachoeirano” (MENEZES, 2018).

O principal foco são pautas sobre o esporte local. abordamos conteúdos nacionais e internacionais relacionados a esportes, mas com curto tempo. É futebol local na maior parte do programa. Falamos de vários esportes durante o programa Passa Bola, que tem uma hora de duração (MENEZES, 2018).

O barbeiro Jurandir de Souza, morador de Cachoeira e ouvinte assíduo da rádio Olha a Pititinga, possui uma rotina diária na qual sempre conta com a companhia de algum aparelho de rádio para se situar com as informações da região.

Ele descreve que, até mesmo antes de sair de casa, ele sintoniza na rádio Paraguassu FM, outro veículo do município. Já quando chega ao trabalho, as atenções se transferem para os programas exibidos na Pititinga.

É bom ter a rádio porque a gente fica informado. Você está tendo um conteúdo bom, porque tem que ter a rádio pra poder ter a informação

---

(...) Tem coisas que acontecem aqui e a gente não sabe. Às vezes tem um falecimento ou algum tipo de violência e a gente não fica sabendo (SOUZA, 2018).

E assim como outras pessoas, Jurandir não se sente tão à vontade de frequentar estádios para assistir uma partida de futebol. E mesmo quando se trata do futebol amador disputado na cidade, ele prefere acompanhar a transmissão pelo aparelho de rádio.

### **3. O Futebol Baiano**

O futebol é, de forma geral, a modalidade esportiva mais popular entre os brasileiros. Além de acompanhar os grandes clubes nacionais e campeonatos importantes, como o Brasileirão, os torcedores também querem viver essa emoção mais de perto, e para isso vale apelar para o famoso baba e outras formas de estar em contato com essa paixão, uma delas é o futebol amador e as disputas intermunicipais.

No estado da Bahia, as atenções para o futebol giram em torno de Bahia e Vitória, que fazem parte do grupo das principais equipes do nordeste. E na TV aberta, por exemplo, quando a transmissão da partida não é entre nenhum dos times da dupla Ba-Vi, o foco da programação é exibir jogos de equipes do Rio de Janeiro ou São Paulo.

E como por muitas vezes as transmissões da mídia hegemônica não proporcionam uma proximidade do torcedor com os clubes, o Campeonato Baiano Intermunicipal de Futebol surge como uma forma de atrair cada vez mais a atenção dos moradores do interior, em especial do Recôncavo baiano. Essa é uma oportunidade de torcer e acompanhar o processo mais de perto. Os torcedores vestem a camisa e vão para o estádio acompanhar o time de sua cidade e muitos deles levam o rádio para acompanhar a transmissão enquanto assistem à partida.

As emissoras, por outro lado, percebem essa demanda e investem na cobertura. É o caso da Rádio Web Olha a Pititinga, que inclui em sua grade um programa esportivo e cobertura das partidas amadoras.

Essa é uma maneira de contemplar não apenas aqueles que vão ao estádio, mas de atualizar os torcedores que estão em casa ou em outros pontos do país e que se sentem conectados à sua cidade natal ou até mesmo a um time de pequeno porte e muitas vezes desconhecido.

---

Para além de informar e fornecer conteúdo exclusivo para os ouvintes, essa também é uma das estratégias utilizadas para fidelizar audiência e ganhar popularidade.

### 3.1 O Futebol Em Cachoeira

A paixão pelo esporte, e em especial o futebol, segue forte nos corações de muitos brasileiros. E não seria diferente no município de Cachoeira. A cidade está situada há 110 km de Salvador, e a prática no município é pouco visibilizada.

Jovens e adultos, cachoeiranos ou de outras regiões, se reúnem para jogar o clássico baba, que pode ser feito na rua, numa quadra ou em qualquer lugar onde se possa ter uma bola e um gol, mas que traga uma mínima sensação de estarem praticando o esporte mais amado entre os brasileiros.

Não há uma equipe profissional que dispute grandes competições no cenário estadual. No entanto, o futebol amador segue atuando na cidade como uma das principais atrações esportivas, a exemplo do Campeonato Cachoeirano, responsável por promover a disputa entre equipes de bairros, mas, sobretudo no que diz respeito ao Campeonato Intermunicipal de Futebol Amador, que é considerada a principal competição amadora de futebol do país.

O Intermunicipal é organizado pela Federação Bahiana de Futebol (FBF), e ocorre desde o ano de 1946. A disputa, além de valorizar o futebol amador no interior do estado, é marcada também por revelar grandes nomes do esporte, a exemplo de Edílson “Capetinha”<sup>4</sup>, Liédson<sup>5</sup>, Bobô<sup>6</sup> e Charles Fabian<sup>7</sup>.

As edições costumam acontecer anualmente durante o segundo semestre. As chamadas seleções de cada município são distribuídas em grupos para se enfrentarem.

As melhores equipes de cada chave avançam para as fases de mata-mata, jogos de ida e volta, em busca da conquista do título. A seleção de Cachoeira possui tradição na

---

<sup>4</sup> Edílson Silva Ferreira um ex-jogador brasileiro que atuou como atacante. Além de passagens marcantes por Corinthians e Palmeiras, foi campeão do mundo em 2002 com a Seleção Brasileira.

<sup>5</sup> Liedson da Silva Muniz é um ex-jogador brasileiro naturalizado português que atuava como atacante. Atuou em grandes equipes como Corinthians e Flamengo, e até mesmo pela Seleção de Portugal.

<sup>6</sup> Raimundo Nonato Tavares da Silva, mais conhecido como Bobô é um ex-jogador brasileiro, que atuava como atacante e meia, que despontou no Bahia, com destaque também em clubes como São Paulo e Fluminense. É um dos maiores ídolos do Bahia, e teve participação marcante no título brasileiro da equipe em 1988.

<sup>7</sup> Charles Fabian Figueiredo Santos é um ex-jogador brasileiro que foi atacante do Bahia, Cruzeiro, Grêmio, Boca Juniors e Flamengo.

disputa do campeonato. No ranking oficial dos maiores campeões, a equipe possui sete títulos, atrás apenas de Itabuna, detentora de oito triunfos.

E toda essa história que a equipe cachoeirana carrega para o futebol amador local faz com que os torcedores criem expectativas para o tal esperado momento que a seleção entrará em campo. A massa veste a camisa, toca e canta para apoiar e incentivar os jogadores rumo à vitória.

Assim como o dono da rádio web Olha a Pititinga, em entrevista feita para a realização desta pesquisa, revela o interesse do público pelo Campeonato Intermunicipal:

Os clubes locais (da cidade) eles tem uma presença de “público no estádio, mas não tem torcida, organizada (...) já a seleção entra em outro patamar, as pessoas vestem a camisa, estão cobrando e exigindo que a gente faça uma cobertura melhor (PAULO, 2018).

Mas essa demanda pelo futebol local não é notada, por exemplo, no município de Cruz das Almas (150 km de Salvador), onde a procura pelo esporte amador não é massiva.

O também estudante de Comunicação Social - Jornalismo, Diego Azevedo, possui experiência superior a 5 anos como radialista, sempre atuando em rádios cruzalmenses, e atualmente trabalha na rádio Santa Cruz FM.

Azevedo percebe que a cobrança do ouvinte ocorre principalmente com o poder público, que pouco incentiva o futebol amador na cidade:

Existe uma cobrança maior do público para com o poder público. Isso porque, no ano de 2017 por exemplo, Cruz das Almas teve apenas uma ‘grande’ competição de futebol amador e a rádio trazia todas as informações sobre essa competição. Teve também o Campeonato Intermunicipal, mas a seleção da cidade não apresentou um bom futebol e em oito partidas, conquistou apenas uma vitória, o que acabou afastando os torcedores do estádio (AZEVEDO, 2018).

Outro detalhe que difere a rádio Santa Cruz e a rádio web Olha a Pititinga são as pautas abordadas sobre o esporte local. Como citado anteriormente, o desempenho da Seleção de Cruz das Almas não foi de encher os olhos no último Intermunicipal. E, dessa forma, esse é um dos fatores que afastam a população local do futebol amador.

---

Com o pouco interesse do ouvinte pela modalidade, a programação da rádio Santa Cruz oferece conteúdos esportivos focados, majoritariamente, na dupla Bahia e Vitória, ambas equipes de Salvador.

Programa exclusivamente esportivo só tem um. Porém, em todos os programas jornalísticos existe o momento esportivo, além das transmissões de jogos ao vivo do Bahia e Vitória. Se debate mais sobre a dupla Ba-Vi, até porque o esporte local pode praticamente se resumir em futebol, e são pouquíssimas as competições (AZEVEDO, 2018).

Dessa forma, nota-se que a tradição, aliada ao bom futebol praticado pela Seleção Cachoeirana, são fatores positivos, que incentivam o crescimento da demanda do público pela cobertura do futebol e, automaticamente, promove o interesse da rádio web em prestar esse papel ao público interessado.

#### **4. Cobertura Jornalística do Futebol Amador**

Como já foi mencionado no início deste trabalho, devido ao pouco espaço que as notícias do futebol amador recebem em grandes veículos da TV e do rádio, há uma cobrança para que as emissoras radiofônicas do interior cumpra esse papel.

Ouvir as informações do que está acontecendo na sua própria cidade, ao lado de onde o indivíduo vive faz com que o seu engajamento e interação com as rádios aumente. Foi ao perceber essa demanda que o fundador da rádio web mais popular do município de Cachoeira assumiu a responsabilidade de fazer as transmissões do Intermunicipal.

Segundo Paulo, a Pititinga oferece um programa esportivo à comunidade há cerca de três anos e meio, no segundo semestre de 2014. Mas foi só em 2017 que a emissora passou a fazer as transmissões ao vivo do campeonato.

O foco principal era cobrir a seleção de Cachoeira, em jogos na cidade ou na casa dos adversários. No entanto, sempre que houvesse partidas da seleção de São Félix, cidade vizinha, em seu estádio, um membro da equipe era enviado para fazer a cobertura do jogo.

De acordo com Menezes, quando há partidas da Seleção de Cachoeira pelo Intermunicipal em outra cidade, “uma equipe com narradores, comentaristas, repórteres e técnicos de operação viaja para cobrir o jogo”.

---

O músico cachoeirano Tin Tim Gomes possui uma relação muito próxima com o veículo, e mesmo não sendo fanático por futebol, revela sua preferência quando ocorre um jogo de alguma equipe da região:

Eu não gosto muito de agitação, de ir pro estádio. Mas quando tá (sic) passando na rádio (o futebol local) eu ouço (...) minha preferência é ouvir na rádio, claro. Porque eu não sou apaixonado pelo futebol... eu não gosto daquela agonia que o pessoal faz, aí eu ouço no rádio, tranquilamente (GOMES, 2018).

A audiência na transmissão do Intermunicipal 2017 foi tão significativa que Ivanildo Paulo já garante que, para os próximos anos, a rádio “não vai ter para onde correr”, e terá que ir em busca do melhor conteúdo sobre o futebol amador da cidade, tanto coberturas quanto transmissões ao vivo.

## **5. Considerações Finais**

A rádio web Olha a Pititinga representa um exemplo do crescimento das rádios comunitárias diante da mídia hegemônica. A oferta de conteúdo local, a proximidade e as formas de interação com o público constroem uma relação com o ouvinte, fidelizando a audiência.

Além disso, a cobertura exclusiva do Campeonato Intermunicipal dá visibilidade a uma pauta crescente entre os torcedores e simpatizantes do futebol amador. Mas claro, essa relação positiva entre a cobertura jornalística pelo futebol amador e a demanda do ouvinte se dá, principalmente, pela tradição da equipe cachoeirana na disputa da competição.

As coberturas e transmissões realizadas pela emissora no município de Cachoeira ajudam a levar o conteúdo esportivo para qualquer lugar do mundo, sendo necessária apenas a conexão de internet. Isso só foi possível através do advento do modelo de rádio web. A Pititinga possui atualmente o site, onde é hospedada a rádio web e as notícias em forma de texto, aplicativo para celular, página no Facebook e número de Whatsapp, todas formas que ampliaram o consumo, a participação e a interação do público com a emissora.

E a expectativa é que esse cenário se amplie, já que cada vez mais a Pititinga se consolida no município e na região, seguindo a proposta da difusão da informação local e a expansão da cobertura do futebol amador local.

## Referências Bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia; *Manual do jornalismo esportivo*; Editora Contexto, 2006.

BONIN, Ana Paula Cabral; MAOSKI, Dioma; CAPRARO, André Mendes; MEZZADRI, Fernando Marinho, *A transmissão radiofônica de jogos de futebol: a incoerente gratuidade de um espetáculo esportivo?*, Revista Ciências do Esporte, 2016.

BUFARAH, Álvaro Júnior; *Rádio na Internet: desafios e possibilidades*; NP 06 – Rádio e Mídia Sonora, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom

CÉSAR, Cyro; *Rádio: a mídia da emoção*; Summus Editorial, 2005.

FERRARETO, Luiz Arthur; *Rádio: o veículo, a história e a técnica*; Editora Doravante, 2007.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves; *O rádio na era da convergência das mídias*; Editora UFRB, 2012.

VIEIRA, André Luiz de Mesquita; DA SILVA, Fabiano José Morais, *O papel da rádio na divulgação do Futebol local*, Intercom, 2014.

ZAMIN, Ângela Maria, *A discursivização do local - fronteira no jornalismo, estudo de caso de programas jornalísticos em rádios comunitárias*, UNISINOS, 2008.

## APÊNDICES

Entrevista com Cristiana de Menezes.

<https://docs.google.com/document/d/1koDQe3TiLF-AHGYDykq2o4xdw3teR-Kd4vihjLMjoTc/edit>

Entrevista com Diego Azevedo.

[https://docs.google.com/document/d/1\\_3Xy8tL0BHhjljKvQEe6zXZ1NsgyWuSC4MtWVD75G0E/edit](https://docs.google.com/document/d/1_3Xy8tL0BHhjljKvQEe6zXZ1NsgyWuSC4MtWVD75G0E/edit)

Playlist com as entrevistas de Camilla Souza, Ivanildo Paulo, Jurandir de Souza e Tin Tim Gomes.

<https://soundcloud.com/rodrigo-de-azevedo-1/sets/entrevistas-para-o-artigo-de-radiojornalismo-ii>