

Representação da cultura local por rádios comunitárias com transmissão *online* no interior do Rio Grande do Sul

Lídia Paula Trentin¹
Álvaro Nunes Lorangeira²

Resumo

Parte da dissertação de mestrado da autora, a presente pesquisa visa compreender como se dá a representação e a disseminação da cultura local por meio de rádios comunitárias com transmissão *online*, tendo a Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, como objeto empírico. A metodologia utilizada na realização do estudo foi de entrevistas em profundidade com ouvintes da Rádio e análise da programação da emissora. Para fundamentar a pesquisa, foram utilizados os conceitos de rádio *online*, radiodifusão comunitária e entrevistas em profundidade. Com as entrevistas e a análise, percebeu-se que há uma grande representação e disseminação da cultura da comunidade Frederiquense, da cultura regional e do Rio Grande do Sul por meio da programação da Rádio Comunitária 87.9 FM, que é transmitida via *dial* e também ao vivo pela internet.

Palavras-chave:

Cultura local. Rádio comunitária. Rádio online.

Abstract

Part of the author's master's dissertation, the present research aims to understand how the representation and the dissemination of the local culture takes place through community radio stations with online transmission, with the Rádio Comunitária 87.9 FM of Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, as an empirical object. The methodology used to conduct the study was depth interviews with listeners of the Rádio and analysis of the station's programming. To base the research, was used the concepts of online radio, community broadcasting and depth interviews. With the interviews and analysis, it was noticed that there is a great representation and dissemination of the culture of the Frederiquense community, of regional culture and of Rio Grande do Sul through the programming of Rádio Comunitária 87.9 FM, which is transmitted via dial and also the internet.

Keywords:

Local culture. Community radio. Online radio

¹ Mestre e Doutoranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) lidiapaulatrentin@gmail.com

² Pós-Doutor em Jornalismo pela Universidade de Coimbra. Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. alvarolarangeira@gmail.com

Introdução

O rádio é um meio de comunicação amplamente utilizado pela população brasileira, segundo a Pesquisa brasileira de mídia 2015 – PBM 2015, que estuda os hábitos de consumo de mídia pelos brasileiros, realizada em 2014, o meio de comunicação rádio é utilizado por 46% dos entrevistados, atrás apenas da televisão, (93%) e seguido pela internet (42%).

O acesso à internet está cada vez mais facilitado, e isso ratifica a importância da adaptação dos meios de comunicação tradicionais à convergência tecnológica, principalmente quando diz respeito às ferramentas disponíveis na internet, como por exemplo redes sociais, sites, blogs e aplicativos. O rádio, assim como outros meios, vem se ajustando às novas ferramentas de comunicação, conforme Lopez (2011, p. 125), com o intuito de “acompanhar o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação e seus potenciais para a apuração e a difusão de informação”.

Tendo isso em vista, o presente estudo, que faz parte da dissertação de mestrado da autora, tem como objetivo geral verificar de que maneira as rádios comunitárias inseridas na internet por meio de sites, blogs e redes sociais, com transmissão da programação online disseminam a cultura local e regional das comunidades nas quais estão situadas, utilizando como objeto empírico o caso da Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul.

Como objetivos específicos têm-se:

- a) Analisar a programação da Rádio Comunitária FM a fim de constatar se na programação da emissora são transmitidos conteúdos sobre a cultura de Frederico Westphalen e do Rio Grande do Sul;
- b) Questionar os ouvintes da emissora para compreender como eles percebem a transmissão da cultura local por meio da programação da Rádio Comunitária FM;
- c) Averiguar, por meio do referencial teórico, a relação entre emissoras de rádio comunitárias e a disseminação de culturas locais.

Para realizar a presente pesquisa, a metodologia utilizada foi de entrevistas em profundidade com ouvintes que acompanham a programação da Rádio Comunitária FM por meio da internet, bem como análise da programação da emissora a partir de critérios definidos na dissertação que serão explanados na metodologia.

A escolha da Rádio Comunitária 87.9 FM se deu pelo fato de ser uma emissora comunitária, o que a torna mais próxima da comunidade e da cultura de Frederico Westphalen, visto que, conforme a Lei nº 9.612, que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária, de 19 de fevereiro de 1998, essas emissoras devem ser de baixa frequência, atendendo apenas uma comunidade restrita e oportunizando à comunidade a divulgação de ideias, cultura e tradições.

Assim sendo, a seguir serão abordadas temáticas de grande importância para esse estudo, como rádio na internet, as diferenças e semelhanças com o rádio tradicional³, as mudanças que ocorreram com a convergência tecnológica; rádios comunitárias, suas características e regulamentações, o histórico da Rádio Comunitária 87.9 FM e entrevistas em profundidade, buscando assim, responder aos objetivos geral e específicos da pesquisa.

Rádio na internet

A utilização de *sites*, redes sociais e aplicativos é cada vez mais frequente por emissoras de rádio que buscam ampliar seu público e manter os ouvintes que, por motivos de distância geográfica, não conseguem ouvir a emissora via *dial*, uma vez que assim elas podem se fazer presentes com mais facilidade no cotidiano dos ouvintes. É um novo rádio, que pode ser acessado por meio de diversos dispositivos, como celulares, *notebooks*, *smartphones*, *tablets*, entre outros.

Para se referir a esse novo rádio, Lopez (2009, p. 12) utiliza o termo “rádio hipermediático”, “que fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco”. Kischinhevsky (2012, p.137) utiliza a nomenclatura “expandido”, para esse rádio que “transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos”⁴.

Ele é um rádio de várias linguagens e diversos suportes, no qual há a possibilidade de complementar as informações sonoras com informações multimídia, mesmo assim, seu foco e elemento chave continua sendo o áudio. Como explica Prata (2009, p. 60), “para entender a mensagem transmitida, não é preciso o auxílio visual da página que pode ser minimizada. A mensagem tem sentido apenas pelo áudio”.

Essa nova forma de radiofonia, segundo Prata (2009), faz surgir um novo público e um novo modelo de conteúdo, que nasceu das modernas tecnologias. Aqui é possível, além de ouvir as mensagens, também as encontrar em formato de texto, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. “Há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que ressignificam o velho invento de Marconi” (PRATA, 2009, p. 43), sem deixar de ser rádio.

Desse modo, o alcance da programação radiofônica na internet é mundial. Para Prata (2009, p. 245): “certamente que esta transformação dá uma nova dimensão às rádios de pequena expressão, antes limitadas a um raio restrito de transmissão”. Não importa o tamanho da emissora, se ela está na internet poderá ser acessada por qualquer pessoa, de qualquer parte do mundo e a qualquer horário, bastando apenas que se tenha acesso à

³ Nesse estudo denomina-se “rádio tradicional” o rádio escutado via dial.

⁴ O termo adotado no texto é “rádio hipermediático” de Lopez (2009, p. 12) uma vez que é um rádio que sofreu alterações a partir da convergência tecnológica e, em decorrência disso, se utiliza de diferentes formatos de conteúdo.

internet e ao dispositivo necessário para ouvir a emissora (por exemplo *tablet*, computador, *smartphone*).

Como mencionado, com as novas configurações do rádio hipermidiático, ocorreram mudanças no conteúdo veiculado pelas emissoras, que agora é multimídia, ou seja, além do áudio, utiliza vídeos, textos, imagens e infográficos (LOPEZ, 2010). No entanto, mesmo que esse novo rádio possibilite diversas formas de complementação de conteúdo, o áudio não deve depender de mais nada para que possa ser entendido.

Além disso, as novas tecnologias tornaram mais fácil para os ouvintes indicarem músicas, mandarem recados e sugerirem pautas para as emissoras, já que isso agora pode ser feito pelas redes sociais, por mensagem de celular, por *e-mail* e até mesmo no próprio *site*. Não há mais a necessidade de se fazer ligações telefônicas, enviar cartas ou ir até a emissora pessoalmente, muito embora isso ainda possa ocorrer, pois, conforme Ferraretto (2001, p. 196), “o rádio é um veículo interativo por excelência”, tanto o rádio tradicional (via *dial*) – que já priorizava a relação próxima com os ouvintes –, quanto o rádio hipermidiático, que facilita essa interação.

Essas alterações que ocorreram no conteúdo, nas audiências e nas características do rádio, trouxeram mudanças também para os seus profissionais, que tiveram que se adaptar, pois, agora, saber falar bem não é o suficiente, é necessário que o profissional saiba produzir conteúdos diversificados, multimídia e multiplataforma. E, de acordo com Lopez (2011), os profissionais do rádio estão percebendo que, devido às novas tecnologias, o meio está se reestruturando e passando por um processo de revisão.

Rapidez e versatilidade são características essenciais para o profissional do rádio hipermidiático, para que ele consiga executar e produzir para diversos formatos e também para que consiga lidar com o ouvinte, que agora, com as novas tecnologias, passou ainda a ser um produtor de conteúdos, querendo, muitas vezes, participar da programação de sua emissora preferida (LOPEZ, 2011).

O rádio está se modificando e se reconfigurando para atender às novas demandas criadas pela internet. É preciso repensar o rádio, coloca Lopez (2010), entender sua inclusão na internet e o novo relacionamento com o público, com as fontes de informação, com os métodos de estruturação da informação, pois, apesar de o conteúdo sonoro ser construído para os ouvintes, agora, o rádio não está mais limitado a isso.

Rádios Comunitárias

As rádios comunitárias surgiram no Brasil na década de 1990. Entretanto, ainda na década de 1980, foram colocadas no ar emissoras, sem a autorização do governo, por entidades sem fins lucrativos que possuíam propostas educativas e culturais (LORENZON, 2009).

A Lei que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária é a nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, e para ser um serviço de Radiodifusão Comunitária, em seu primeiro artigo está definido que se deve operar com frequência modulada, em baixa potência, de até 25 watts de potência efetiva irradiada (ERP) e altura do sistema irradiante não superior a 30 metros, com cobertura restrita, atendendo apenas a comunidade de um bairro ou vila, sem fins lucrativos e com sede na localidade de prestação do serviço.

A Radiodifusão Comunitária tem como objetivo, de acordo com o artigo terceiro da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, o atendimento à comunidade beneficiada, visando:

I - dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário; IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente; V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível (BRASIL, 1998, Art. 03).

A programação das emissoras comunitárias também é definida na Lei nº 9.612, no artigo quarto:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade; II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida; III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida; IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político/ideológico/partidárias e condição social nas relações comunitárias (BRASIL, 1998, Art. 04).

Além disso, a Lei nº 9.612 defende que qualquer cidadão da comunidade em que a emissora comunitária está inserida, tem o direito de emitir opiniões, manifestar ideias, sugestões, propostas, fazer reclamações ou reivindicações, apenas observando o momento apropriado da programação, por meio de um pedido encaminhado à Direção responsável pela emissora.

O formato comunitário de algumas emissoras, segundo Ferraretto (2001, p. 38), “representa a adoção de uma linha de trabalho afinada com os interesses dos ouvintes, servindo de canal aos seus anseios e buscando, deste modo, a resolução de problemas do bairro ou grupo de bairros de sua abrangência”. Isso significa que os ouvintes veem nas

rádios comunitárias um meio rápido e confiável de fazer reivindicações e reclamações, uma vez que, esse tipo de emissora deve priorizar a relação e a interação com seu público.

O que vai ao encontro do que coloca Lorenzon (2009): que as rádios comunitárias são mais democráticas que as emissoras comerciais, uma vez que dão espaço à multiplicidade das vozes que compõe a comunidade, ou seja, as rádios comunitárias oportunizam aos cidadãos participar da programação, ajudando a produzir conteúdo. Essa é uma das diferenças mais marcantes entre rádios comunitárias e comerciais, pois na segunda, dificilmente os ouvintes podem opinar sobre os programas e as pautas da emissora.

Quando os indivíduos da comunidade têm a oportunidade de participar da programação, enviando informações e pautas e até mesmo falando ao vivo na emissora, eles estão exercendo sua condição de cidadão dessa comunidade.

A Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen

A fundação da Associação Frederiquense de Radiodifusão Comunitária ocorreu em 22 de março de 2003. Como era uma entidade sem fins lucrativos, os aparelhos foram adquiridos com investimentos particulares dos associados. Em 15 de maio de 2003, foi ao ar, pela primeira vez, a programação da Rádio Comunitária, o nome foi escolhido em uma assembleia geral da associação, que na época contava com 84 associados.

A emissora abrange o município de Frederico Westphalen, que em 2010, segundo o IBGE, possuía 28.843 habitantes. E em 2006, a rádio disponibilizou sua programação ao vivo para a internet através do *site* (<http://www.comunitaria.com.br/>).

O quadro de funcionários permanente da emissora conta atualmente com 18 (dezoito) locutores. A diretoria da Rádio Comunitária FM é composta por 11 (onze) pessoas, além disso, a emissora conta com 100 (cem) sócios, que colaboram mensalmente com uma taxa no valor simbólico de R\$ 5,00 (cinco reais), sendo que a manutenção se dá essencialmente da contribuição de empresas apoiadoras para as despesas da rádio.

A emissora abre espaço para a participação de ouvintes de forma indireta ou direta pelo telefone. Isso é corroborado por Souza e Freire (2010, p. 10), que explicam que a Rádio Comunitária 87.9 FM tem como objetivo veicular uma programação feita pela e para a comunidade, como o *slogan* da emissora, “A comunicação feita por você”, expressa.

O curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus de Frederico Westphalen, em parceria com a Rádio Comunitária 87.9 FM veiculou programas apresentados pelos acadêmicos na emissora, alguns deles são: “Frederico em Foco” (KOCHHANN; FISCHER; CORBARI; PEDRAZZI, 2008), “Caminhos de Frederico” (PEDRAZZI; CORBARI; DAKAN, 2008) e “Academia da Notícia” (SANTOS; ZORTÉA; CORBARI; FERNANDES, 2010).

Do mesmo modo que a UFSM, a Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), campus de Frederico Westphalen, também estabeleceu uma parceria com a Rádio Comunitária através do projeto “Rádio como Ferramenta Pedagógica para Educação em Saúde” (ROSSETTO; ROSSETTO, 2013).

Metodologia

Para a realização da presente pesquisa, que faz parte da dissertação de mestrado da autora, foram realizadas entrevistas em profundidade com dez ouvintes⁵ da Rádio Comunitária 87.9 FM que escutam a emissora por meio do *site*, eles foram encontrados com o auxílio de três locutores e através de comentários no *popup player* do *site* da rádio e na sua página no *Facebook*. Foi realizada também uma análise da programação da emissora com o intuito de verificar a transmissão da cultura de Frederico Westphalen, da região e do Rio Grande do Sul.

Os critérios para a seleção dos entrevistados, estabelecidos para a pesquisa da dissertação - que originou o presente estudo -, foram: ter um vínculo com o município de Frederico Westphalen (ter nascido ou vivido no município, ter familiares ou amigos na cidade, ou mesmo um laço criado por meio da própria emissora), uma vez que, devido a esse vínculo, essas pessoas possuem um entendimento melhor da cultura da comunidade frederiquense; e escutar a Rádio Comunitária por meio do *site*.

Como os entrevistados estavam vivendo em diversos estados do país, as entrevistas não foram realizadas pessoalmente, e sim por meio de áudios no aplicativo de mensagens *WhatsApp*.

Entrevistas em profundidade

A entrevista em profundidade é um método qualitativo utilizado para investigar determinado tema com base em indivíduos que tenham alguma relação com o assunto, a fim de captar informações, entendimentos e experiências destas pessoas, analisar os dados obtidos e os apresentar como resultado da pesquisa.

É uma metodologia flexível, na qual, de acordo com Duarte (2009, p. 62) o entrevistado é livre para responder o que desejar e o pesquisador pode adaptar as questões da maneira que acredita ser melhor para o estudo, “este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística”. Ou seja, conforme o autor, esta técnica tem o intuito de levantar respostas com base nas práticas e conhecimentos de cada entrevistado, que é selecionado justamente por possuir

⁵ Por questão de privacidade, os entrevistados foram identificados na pesquisa por meio de números.

informações relevantes para a pesquisa, baseado nos pressupostos determinados pelo pesquisador.

As ideias de Gaskell (2008, p. 68) corroboram com Duarte, segundo o autor (2008) “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o mesmo assunto em questão”. Por este motivo, não há um número exato de entrevistados e nem mesmo um número mínimo ou máximo de perguntas nas entrevistas em profundidade, cabe a cada pesquisador verificar quantas serão necessárias para que os resultados da pesquisa sejam satisfatórios e que atinjam os objetivos do estudo.

Resultados

Apontado pelos entrevistados, um aspecto bastante característico do rádio, e principalmente dos veículos comunitários, pela proximidade com o público, é a representação da cultura da comunidade onde ele está inserido. Todos os ouvintes entrevistados percebem um alto conteúdo cultural, representando a cultura local e regional, tanto na programação da Rádio Comunitária FM, quanto no meio de comunicação rádio como um todo, principalmente quando se trata de emissoras de radiodifusão comunitária: “Com toda certeza, né, e acho que principalmente rádios comunitárias, que (é) é onde (o) a comunidade tem um acesso mais fácil, né, pra levar os assuntos da comunidade”. (Entrevistado 03, 37 anos)

Os entrevistados que responderam com maior complexidade quando questionados se o rádio é um meio de comunicação que representa a cultura da comunidade na qual ele está inserido e como isso ocorre explicaram:

Eu acho que o rádio sim representa a cultura local, pelo fato que boa parte dos comunicadores e as demais pessoas que se envolvem em uma rádio, principalmente uma rádio comunitária, são apresentadores locais, eles têm de certa forma algum vínculo com a comunidade. (Entrevistado 02, 36 anos)

Com toda certeza, culturalmente, pelo menos pra mim, o rádio (é o, é) é o principal assim, é o que mais representa aquilo que a comunidade é sabe, pelo menos é o que eu penso, que de todos os veículos de comunicação, o rádio, culturalmente, é aquele que mais se identifica com a comunidade, porque as músicas que vão tocar são baseadas naquilo que a comunidade tá acostumada a ouvir, (ã) as notícias normalmente serão voltadas pra comunidade, em um formato mais popular, como é o caso, porque é da comunidade de Frederico, a comunidade aqui não é uma comunidade (eli) elitizada, então eu não tenho como usar uma linguagem formal, até porque essa não é a linguagem de rádio, né, mas enfim, eu acho que culturalmente (ã) o rádio é o principal (ã) veículo de

comunicação que mais representa (ã) uma comunidade. (Entrevistada 08, 28 anos)

Eu acho que talvez seja o rádio que mais expresse (uma cult) a cultura, ou (as) algumas características de uma comunidade, porque ele é (um do) o veículo de comunicação que tá mais próximo, além de ser o mais imediato, né, mas que existem na maioria das cidades e pequenas cidades, então (é) é aquele que reflete de fato (é) a cultura, (a, ã) os costumes, (ã) o modo de vida daquele lugar. (Entrevistada 09, 31 anos)

Com certeza, por isso tenho sempre a preferência por rádios que expressam essa realidade local, rádios que se aproximam mesmo (é) da comunidade, acho que é isso que faz a diferença (dum rádio) das rádios em geral quando ela valoriza a sua raiz, quando ela valoriza o local que ela tá situada e (usa di) se disso para se aproximar dos ouvintes. (Entrevistado 10, 30 anos)

Além de representar a cultura local, o rádio hipermidiático pode auxiliar também na manutenção dessa cultura, dos hábitos e das tradições de uma comunidade por parte das pessoas que a deixaram e foram viver em outros lugares.

A Rádio Comunitária 87.9 FM ajudou alguns dos entrevistados a manter certos hábitos e tradições da comunidade frederiquense e do Rio Grande do Sul, para aqueles que se mudaram para outros estados. “Principalmente porque é uma programação bastante local, foco bem forte local, algumas coisas regionais, acho que isso ajuda bastante” (Entrevistado 10, 30 anos).

Normalmente quando tu escuta a rádio daí, né, a gente de certa forma tá mantendo as tradições, então claro que auxilia, sempre que a gente pode escutar algum programa, escutar os locutores locais daí falar de certa forma tá auxiliando (Entrevistado 02, 36 anos).

Além disso, com a análise da programação, verificou-se que os espaços abertos às universidades (por meio dos programas mencionados anteriormente) com campus em Frederico Westphalen pela Rádio Comunitária FM contribuem com a difusão da cultura do município, da região e também do Rio Grande do Sul, assim como as informações esportivas locais e regionais, músicas étnicas e músicas que representam a cultura local, regional e estadual que são transmitidas durante a programação da emissora.

Outrossim, a Rádio Comunitária FM abre espaço para artistas locais e regionais divulgarem seus trabalhos e talentos, permitindo assim, o acesso à cultura da região para o mundo inteiro, uma vez que a emissora disponibiliza sua programação ao vivo para a internet através do seu *síte*. Isso torna possível que pessoas ligadas de alguma forma com a comunidade frederiquense – ou qualquer pessoa interessada – possa ouvir a programação de qualquer lugar do mundo, sendo necessário apenas o acesso à internet e a um dispositivo (*smartphone*, *tablet* ou computador).

Considerações finais

Ao finalizar essa pesquisa sobre a representação da cultura local em rádios com transmissão *online*, utilizando a Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, como objeto empírico, por meio de entrevistas em profundidade e da análise da programação da emissora, constatou-se que a emissora acima citada representa e transmite, através da programação, a cultura, os hábitos e características específicas de Frederico Westphalen, da região e do Rio Grande do Sul e também das pessoas que lá vivem.

Como é natural do rádio ser um meio de comunicação próximo do ouvinte – característica que é acentuada quando se trata de emissoras comunitárias, em que essa aproximação ocorre com maior força devido a sua baixa potência –, ele tem o potencial de representar a cultura da comunidade na qual está inserido, e isso foi confirmado pelos ouvintes entrevistados, que afirmam que percebem esse potencial de representação da cultura local quando ouvem rádio. E o rádio hipermediático, com suas novas configurações, faz com que qualquer pessoa, mesmo que esteja distante, possa se manter ligado à cultura de sua ou suas comunidades queridas, por meio da escuta de rádio via internet.

A interação e a aproximação com os ouvintes e com a comunidade são características fundamentais em emissoras de rádio comunitárias, visto que a legislação de radiodifusão comunitária prevê essa aproximação. Além disso, as emissoras comunitárias devem abrir espaço para conteúdos educativos e culturais, principalmente quando se trata da cultura da comunidade na qual está inserida. Isso ocorre com a Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, que abre espaço às universidades com campus no município, às informações esportivas locais e regionais, a artistas da comunidade frederiquense e da região, para que exponham seus talentos e trabalhos, e também para músicas étnicas e músicas que representem a cultura local, regional e estadual.

Além disso, por meio das pesquisas bibliográficas realizadas para a produção desse estudo, compreendeu-se a importância do rádio hipermediático tanto para os ouvintes, que têm a oportunidade de ouvir emissoras que via *dial* não eram acessíveis – devido ao limite da antena, por exemplo –, quanto para as próprias emissoras que podem veicular e divulgar seus programas e conteúdos para um público cada vez maior.

Referências bibliográficas

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 380 p., 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 516 p., 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube**. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 1, jan./jun. 2012. p. 136-148.

KOCHHANN, Roscéli; FISCHER, Morgana; CORBARI, Marcos Antonio; PEDRAZZI, Fernanda Kieling. **Radiojornal Frederico em Foco**. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. LabCom Books, Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2010.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info**. In: Líbero: revista acadêmica, v. 14, n. 27. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2011.

LORENZON, Adriane. **Poder local no ar: a municipalização das rádios comunitárias e fortalecimento de esferas públicas locais no Brasil**. Brasília: Abravideo, 2009.

PEDRAZZI, Fernanda Kieling; CORBARI, Marcos Antonio; DAKAN, Mariane. **Na trilha dos Caminhos de Frederico: uma experiência de rádio baseada no diálogo**. 11º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo. Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), 2008.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

RÁDIO COMUNITÁRIA. **Histórico: Rádio Comunitária 87.9 FM**. Disponível em: <<http://www.comunitaria.com.br/>>. Acesso em: 20 de março de 2017.

ROSSETTO, Maíra; ROSSETTO, Micheli Scolari. **Rádio Comunitária:** uma ferramenta para a educação em saúde. *Revista Científica CENSUPEG*, n.º. 2, p. 119-123, 2013.

SANTOS, Ébida Rosa dos; ZORTÉA, Iedo; CORBARI, Marcos Antonio; FERNANDES, Helena de Moraes. **Academia da Notícia:** O Exercício da Comunicação. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Novo Hamburgo, 2010.

SOUZA, Eliana de; FREIRE, Debora Lopez. **Comunicação no Rádio:** marcas da oralidade no Jornal da Comunitária. Trabalho de conclusão de curso do curso de Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen - RS, 2010.