



## **“Liguei o rádio pra conferir se era verdade”: a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de *fake news***

**Rafael Medeiros<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

**Nair Prata<sup>2</sup>**

Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)

**Resumo:** O rádio local tem a capacidade de reforçar laços culturais, perpetuar tradições e demarcar temporalidades. As emissoras locais têm suas programações jornalísticas ancoradas em informações relevantes para o cotidiano da comunidade, contribuindo para a proximidade simbólica com o ouvinte. A credibilidade anda em conjunto com convenções pré-estabelecidas entre ouvinte e rádio em contratos de leitura. Dessa forma, a proposta do artigo é evidenciar os lugares de confiabilidade do radiojornalismo local em tempos de diminuição da confiança na imprensa e da difusão de *fake news*. Como recorte de pesquisa maior, entrevistas realizadas com ouvintes da cidade de Ouro Preto são analisadas à luz das discussões propostas aqui. Os resultados apontam que o radiojornalismo local segue sendo a principal e mais confiável fonte de informação da população de pequenas cidades.

**Palavras-chave:** radiojornalismo; rádio local; credibilidade; recepção; *fake news*.

---

<sup>1</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Membro do Grupo de Pesquisa Usos Sociais da Mídia (UFSM) e do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor – UFOP), e-mail: [rfmedeiros13@gmail.com](mailto:rfmedeiros13@gmail.com)

<sup>2</sup> Jornalista, doutora em Linguística Aplicada (UFMG), com estágio de pós-doutoramento na Universidad de Navarra (Pamplona, Espanha). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Diretora Científica da Intercom. Membro do ConJor, e-mail: [nairprata@uol.com.br](mailto:nairprata@uol.com.br)

## 1. Introdução

A ideia de uma crise de credibilidade jornalística, debatida há anos por pesquisadores e pela indústria midiática, ganhou nova atenção a partir da expansão de tecnologias que possibilitam outras formas de circulação e produção de mídia menos concentrada nos meios hegemônicos<sup>3</sup>. Em um cenário de uso crescente da internet, foram expandidas a criação e difusão de informações para além de um sistema perito jornalístico. Em 2006 Jenkins já atribuía à convergência midiática a possibilidade de transformar os consumidores em produtores de conteúdos de mídia, fenômeno que vem se amplificado nos últimos anos. Se por um lado essa possibilidade colaborou para suprir as necessidades de reconhecimento (COULDRY, 2012) de grupos comumente ignorados ou representados pela mídia hegemônica de maneira falseada, por outro permitiu uma verdadeira avalanche de notícias falsas circulando em redes sociais digitais e aplicativos de mensagens instantâneas, colocando em suspeição as informações que circulam nesses meios e até mesmo nos meios convencionais. Independente da fonte noticiosa, acusar uma informação de ser falsa tornou-se um dispositivo retórico de negação de algum fato que não é agradável ao sujeito, potencializando a desconfiança em relação aos conteúdos midiáticos e essa crise de credibilidade do jornalismo.

O rádio local aparece como um ponto fora dessa curva de desconfiança e perda de credibilidade jornalística amplificada pela difusão em massa de *fake news*. Nas cidades pequenas o rádio continua sendo a principal e mais confiável fonte de informação entre a população que recorre a ele para confirmar ou não os “ouvi-dizer” que circulam antes das notícias. Como recorte de pesquisa de recepção mais ampla, este artigo tem como **objetivo** verificar os lugares de confiabilidade do radiojornalismo local evidenciados nos discursos de ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto, rádio que é parte do cotidiano da pequena cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, há mais de quarenta anos.

O *corpus* da pesquisa é constituído de sete entrevistas realizadas com uma amostra voluntária de ouvintes da emissora, além de respostas registradas em questionários

---

<sup>3</sup> Não é intenção deste artigo corroborar para a já conhecida falácia da horizontalidade midiática. Os meios hegemônicos continuam dominando a cadeia de mídia, mas grupos ignorados por esses canais estão amplificando suas vozes através de diferentes canais online (sejam podcasts, vídeos no YouTube, perfis em redes sociais digitais e tantos outros).

aplicados. Os próximos parágrafos apresentam discussão teórica sobre a credibilidade (rádio) jornalística e a dinâmica dessa crise de credibilidade da imprensa.

## 2. Jornalismo e crises de credibilidade

A credibilidade no radiojornalismo parte de uma série de convenções pré-estabelecidas entre o ouvinte e a emissora. Nair Prata (2000) evidencia cinco aspectos determinantes para uma audiência fiel e que podem ajudar a entender também como é construída a relação de confiança entre ouvinte e rádio gerando uma sensação segurança informacional. Eis os aspectos: seriedade, qualidade, credibilidade, interatividade e tradicionalidade. Em noção concordante, o pesquisador Mozahir Bruck trata dos contratos de leitura<sup>4</sup> para explicar, entre outras questões, a credibilidade adquirida – ou não – pelos meios de comunicação:

Dentro da praxis comunicativa, os contratos revelam-se na credibilidade que determinados veículos alcançam, as concessões que são obrigados a fazer em termos de programação em função de exigências do público, a exigência do estabelecimento de uma “identidade estética” e explicitação das maneiras de abordagem das coisas do mundo (BRUCK, 2003, p. 1).

As conformações sociais passam por modificações constantes, às vezes mais lentas e em outros momentos mais rápidas, mas que redefinem as formas de vida e consumo midiático. Dessa maneira, os acordos afetivos-intelectivos formadores da credibilidade também precisam ser revistos acompanhando essas mudanças. A percepção da população em geral com relação às notícias e ao jornalismo está mudando, para o mal ou para o bem, ressoando alguns efeitos do acesso ampliado às redes sociais digitais, a busca por outros campos de informação e até mesmo uma perda de qualidade nos conteúdos midiáticos tradicionais.

A partir do pensamento de Pena, Somma Neto reflete que “a crença segundo a qual a mídia reflete a realidade como um espelho, serve para legitimar e dar credibilidade aos jornalistas, considerados imparciais, e norteados por noções técnicas de produção

---

<sup>4</sup> “Os contratos podem ser entendidos como um acordo afetivo-intelectivo que os media e públicos estabelecem entre si. Os contratos revelam a opção do receptor não apenas por um modo de se mostrar o mundo, mas denotam definições a partir de identificações e representações que se estabelecem a partir do político e do ideológico, da ética e a moral, o estético e o psicológico” (BRUCK, 2003, p. 1).

profissional no relato dos fatos” (SOMMA NETO, 2018, s.p). Os avanços das TIC’s possibilitaram novas formas de interação e organização social mediada em torno de ideias comuns ao passo em que “jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, vão paulatinamente se afastando do público e não conseguem, por mais que tentem, romper com a comunicação unidirecional e monopolizada que consolidaram ao longo dos anos” (*id. ibid.*). Portanto, essa crença de “espelho do real” que legitimaria a atividade jornalística e concederia credibilidade às notícias tem perdido espaço para a instantaneidade das informações compartilhadas entre grupos com interesses semelhantes nos espaços de redes sociais digitais.

Ainda assim, pesquisa realizada em 2018 no Brasil pelo Instituto Reuters, da Universidade de Oxford, mostrou que 59% dos dois mil e sete participantes afirmou confiar nas notícias veiculadas pelos meios de comunicação em geral, porém a pesquisa indicou um forte crescimento no acesso e difusão de informações através de smartphones nos últimos cinco anos, impulsionado pelo uso de aplicativos de mensagens como o WhatsApp. O aplicativo se mostrou um terreno fértil para a circulação de notícias, já que 48% da população pesquisada acessa conteúdo noticioso via WhatsApp e 61% desses usuários afirmou compartilhar a informação recebida (CARRO, 2018). A instantaneidade na circulação de informações proporcionada pelo aplicativo trouxe questionamentos nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, quando o WhatsApp foi usado para o compartilhamento em massa de conteúdos falsos ou enganosos. Estudo da UFMG, em conjunto com outras universidades, analisou as imagens políticas mais compartilhadas durante o processo eleitoral e constatou que apenas 8% eram totalmente verdadeiras, impactando o processo eleitoral (VALENTE, 2018). Com isso, as temáticas relacionadas ao falseamento de informações se tornaram assuntos recorrentes no cotidiano noticioso brasileiro e o termo *fake news*, que em 2017 já havia sido eleita a palavra do ano por um dicionário britânico<sup>5</sup>, passou a estampar a capa de jornais e revistas nacionais e a integrar os assuntos das conversas cotidianas – mediadas ou não pelas redes digitais.

---

<sup>5</sup> Desde 2013 o dicionário britânico Collins indica um termo que integrará sua próxima edição. A equipe que organiza a seleção afirmou que em 2017 as menções a fake news aumentaram 365%. Fake news “foi um termo amplamente usado por Donald Trump quando estava em campanha para a presidência, em geral para se referir a notícias negativas sobre ele” (BBC, 2017).

Müller e Souza (2018, p. 2) afirmam que “‘notícias falsas’, ‘mentiras’, ‘boatos’, ‘fatos alternativos’, entre outros, têm sido utilizados como sinônimos ou equivalentes à ‘fake news’”. Gelfert esclarece que qualquer definição de *fake news* “deve estar situada em relação a essas variadas formas de desinformação pública e às distorções do processo comunicativo”. Assim, o significado do termo em literal tradução deveria ser expandido contextualmente, “especialmente à luz do fato de que ele já foi cooptado para propósitos políticos contraditórios”. No entanto, todas essas formas que o termo *fake news* apresenta têm desdobramentos teóricos e, nesse sentido, outras possibilidades de interpretação. O boato, por exemplo, tem gênese e desdobramentos sociológicos que ultrapassam a ancoragem da definição de notícia falsa, mas se apresenta como

o mais antigo dos meios de comunicação de massa. Antes mesmo de existir a escrita, o ouvi-dizer era o único veículo de comunicação nas sociedades. O boato veiculava as informações, fazia e desfazia as reputações, precipitava os motins ou as guerras. Apesar dos mídias, o público continua a buscar informações através do ouvi-dizer. A emergência dos mídias, longe de suprimir o boato, contribuiu para torná-lo mais especializado: a partir desse momento cada mídia tem seu próprio território de comunicação” (KAPFERER, 1993, p. 4).

Em cidades pequenas, os boatos circulam antes das notícias de rádio e o ouvi-dizer muitas vezes serve para pautar a mídia local. Enquanto a credibilidade das mídias tradicionais tem sido colocada à prova, os meios de comunicação local aparecem como ilhas em meio a essa crise amplificada pelas *fake news*. Maria Aparecida Albergaria, ouvinte entrevistada no âmbito deste trabalho, sintetiza a discussão traçada até aqui e ajuda a comprovar essa evidência da credibilidade que o rádio local continua tendo com sua audiência fiel:

Às vezes a gente ouve alguém falar alguma coisa que não tem muita certeza e liga o rádio que daqui a pouco a gente fica sabendo [...]. A gente ouve muito boato. Esses dias mesmo alguém me falou que caiu um barranco ali em cima perto do Veloso e eu fui e **liguei o rádio pra conferir se era verdade** (ALBERGARIA, 2018).

As dinâmicas do rádio local são exploradas nos parágrafos seguintes e mais adiante serão evidenciados os lugares de credibilidade do radiojornalismo local que fazem

com que ouvintes como Maria Aparecida continuem ligando o rádio pra conferir se um boato é ou não verdadeiro.

### 3. O rádio local

As emissoras locais têm raízes consistentes no ambiente onde estão inseridas. Seja por meio da linguagem, identificação dos ouvintes com os locutores, assuntos abordados, sotaques e expressões próprias da comunidade, essas rádios buscam reverberar a rotina e as manifestações sociais locais. Quando concebe os valores sociais do lugar em que está inserida, a rádio local gera formas comunicacionais que são compartilhadas com a população, retratando a realidade com base nos diferentes componentes identitários. Ao investigar o rádio no contexto local é primordial associar suas diferentes dinâmicas, que convergem no campo comunicacional, buscando em alguma medida as representações cotidianas que constroem as características das sociabilidades do local ligadas “às formas de pensar intercambiáveis, aos *ethos*, valores significados contidos de coisas, palavras, gestos, comportamentos e ideias” (PESAVENTO, 2006, p. 36).

As dinâmicas de proximidade no rádio local são costuradas por componentes sociais e identitários. Dessa forma, Peruzzo (2005, p.78) esclarece que “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”. Ao reconhecer as singularidades locais e associar sua linguagem com as especificidades cotidianas da população, a rádio local cria vínculos que facilitam o estabelecimento dos contratos de leitura, dos acordos afetivo-intelectivos e vão além da associação dialógica emissora-ouvinte. “Sendo assim, o meio de comunicação local tem, teoricamente, a possibilidade de mostrar, melhor que qualquer outro, a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais, comunidades, etc” (SANTOS, 2010, p. 5). Cebrián Herreros concorda que, além de constituir um elemento de identidade com a comunidade onde está inserida, a rádio local

atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. A rádio está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior.

or e que tenha repercussões na vida da comunidade (CEBRIÁN HERRE-  
ROS, 2001, p. 146, tradução nossa).

A inserção física da emissora em meio à sua audiência pode facilitar o interesse do ouvinte, a credibilidade da emissora e as possibilidades interativas, além de aumentar o sentimento de pertencimento que “faz parte de uma busca pela inclusão ante processos de fragmentação” (MAIA, 2006, p. 6). Na medida em que o imaginário coletivo concebe a importância dos meios de comunicação, a existência de uma emissora próxima gera esse sentimento de pertença porque ela reverbera acontecimentos da vida cotidiana do ouvinte, que se vê representado e percebe “no rádio mais um componente de inserção na vida urbana” (id. *ibid.*). Através da rádio ele pode mandar recados, pedir músicas, interagir com locutores, ele pode se escutar nessa emissora - que passa a ser também dele. Em muitas cidades do interior o rádio serve até mesmo de elo de comunicação entre pessoas da sede do município e habitantes da zona rural através de recados individuais que um cidadão destina a outro, além de informar sobre acontecimentos que de fato interessem à vida diária da localidade, sejam objetos perdidos, notas falecimentos, convites para missas, campanhas de vacinação ou serviços de saneamento.

Embora o radiojornalismo local se baseie muito em fatos relacionados aos poderes oficiais da cidade e acontecimentos regionais de grande porte ou que envolvam pessoas de relevância social, segundo Peruzzo (2005), nos últimos anos é possível perceber que as emissoras locais têm se aberto “a conteúdos mais característicos dos meios comunitários de comunicação, justamente numa fase da história em que o clamor pela cidadania tomou conta de vários segmentos, pessoas individualmente e instituições da sociedade civil” (PERUZZO, 2005, p. 75). Assim, ainda que tenham sido alteradas (potencializadas) suas dinâmicas de proximidade e interação, a dimensão local do rádio continua exercendo um papel importante na cotidianidade da população, como será evidenciado nos resultados da investigação. Já que a pesquisa foi desenvolvida com ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto e em muitos momentos a emissora é citada nos depoimentos que serão explorados adiante, é preciso uma breve identificação da rádio para melhor compreensão do artigo.

A história da Rádio Itatiaia Ouro Preto teve início oficialmente no dia 27 de abril de 1974, quando a emissora começou a funcionar com o nome de Rádio Cultura de

Ouro Preto, sendo a primeira rádio da legalizada da cidade (MARINHO, 1982, p. 2). De acordo com uma das primeiras funcionárias da emissora, Maria Nazaré de Oliveira (2018), a programação pioneira da Rádio Cultura de Ouro Preto foi configurada a partir de notícias locais e música popular brasileira. O jornalismo da Rádio Ouro Preto já nessa época era baseado em informações locais e prestação de serviços. O primeiro programador da emissora, Maurílio Torres, salienta que “as notícias eram mais de Ouro Preto [porque] era obrigatório na programação das rádios ter notícias locais” (TORRES, 2018) e Nazaré Oliveira relembra que além das notícias cotidianas, “a equipe fazia coberturas da semana santa, do vinte e um de abril, sete de setembro e de qualquer outra solenidade que tinha” (OLIVEIRA, 2018).

Como evidência da tradicionalidade da emissora e da proximidade com seus ouvintes com base na comunidade local, desde o seu começo como Rádio Cultura de Ouro Preto e ainda hoje, a população se refere à emissora apenas como “Rádio Ouro Preto”. Marcadamente constituída com características de emissora local, a rádio hoje é o principal e mais duradouro meio de comunicação da cidade dos inconfidentes, reverberando acontecimentos da vida diária da população ouro-pretana, se inserindo no cotidiano da cidade e confirmando um lugar de afeto e confiabilidade entre os habitantes.

#### **4. Metodologia**

A pesquisa de recepção originária deste recorte foi realizada a partir de uma matriz multimetodológica explorando os discursos dos ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto a respeito das suas experiências de escuta, uso de dispositivos, percepções sobre a emissora e sobre o processo de migração da rádio para FM. Inicialmente foram realizadas entrevistas de história oral com a primeira secretária, o primeiro programador e um incentivador da rádio no seu começo, depois foi elaborado um questionário *online* disponibilizado para os ouvintes da rádio. Os questionários foram respondidos por 47 pessoas e sete entrevistas foram realizadas com o objetivo de aprofundar os dados obtidos, substanciar as informações e pormenorizar questões específicas. A tabela que se segue apresenta alguns dados iniciais dos ouvintes entrevistados para entender melhor suas falas sobre a credibilidade da rádio local ouro-pretana.



**Quadro 1 – Identificação dos ouvintes entrevistados**

Nome	Gênero	Idade	Ocupação
Ana Luisa Reis	Feminino	27	Jornalista
Conceição Aparecida da Mata	Feminino	53	Professora
Euclides José Gomes	Masculino	52	Pedreiro
Fátima da Silva Paiva	Feminino	46	Agente legislativo
Geraldo Antônio Gomes	Masculino	53	Pedreiro
Maria Aparecida Albergaria	Feminino	78	Costureira
Vicentina Rosa de Oliveira	Feminino	52	Costureira

**Fonte: Elaborado pelos autores com dados da pesquisa (2019).**

As questões definidas para as entrevistas partiram da observação dos dados do questionário, mas não se limitaram a eles. A base qualitativa da pesquisa toma, desse modo, as entrevistas como elementos centrais da investigação, mas não despreza nenhuma outra unidade de sentido gerada anteriormente nessa matriz multimetodológica pensada para a pesquisa. O método da Análise Textual Discursiva (ATD) é usado para a análise qualitativa dos dados buscando o entendimento das complexas mediações presentes na temática abordada aqui. A análise Textual Discursiva pode ser entendida como o processo de desconstrução, seguido de reconstrução, de um conjunto de materiais linguísticos e discursivos, produzindo-se a partir disso novos entendimentos sobre os fenômenos e discursos investigados” (MORAES; GALIAZZI, 2016, p. 134). Os discursos que interessam neste artigo são os que se conectam à noção de credibilidade do rádio local.

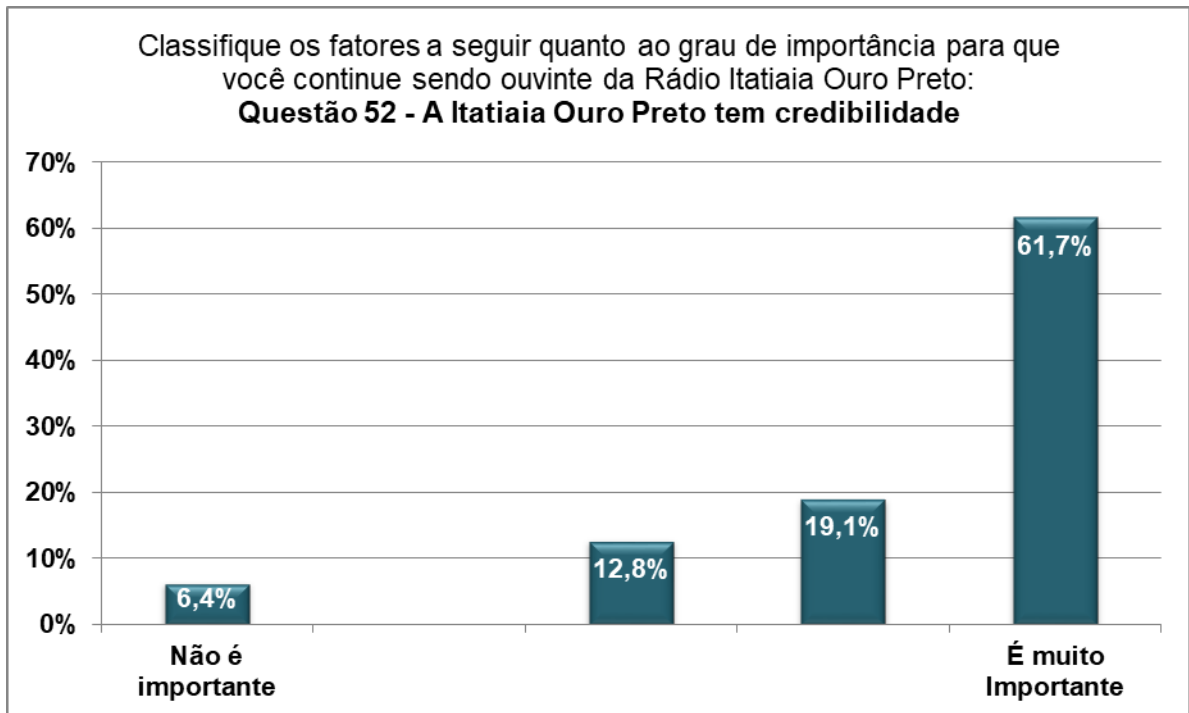
## **5. Lugares de confiabilidade no radiojornalismo local**

Em meio à crise da credibilidade da imprensa, a rádio local consegue manter a confiabilidade do seu ouvinte através de diferentes contratos de leitura. Um desses acordos simbólicos bilaterais é a função primeira dessas emissoras: informar sobre o que é importante para o ouvinte, para o cotidiano da cidade, mesmo que sejam notas de falecimento ou campanhas de vacinação. Quem define o que é importante nesse caso é o ouvinte.

Embora se volte para notícias locais, incluindo os distritos ouro-pretanos, a Rádio Itatiaia Ouro Preto também veicula informações de outras cidades em alguns momentos da programação, mas não com a mesma frequência e profundidade dos acontecimentos locais. Vicentina diz gostar desse formato de programação noticiosa: “eu gosto do que ela faz: ela dá a notícia daqui direitinho e depois vai passando de hora em hora notícia de Minas, do mundo” (OLIVEIRA V., 2019).

Se 59% da população brasileira ouvida na pesquisa do Instituto Reuters disse confiar nas notícias veiculadas pela mídia em geral, 80,1% dos ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto ouvidos na presente investigação afirmaram que a emissora tem credibilidade para veicular as notícias da cidade, sendo considerado fator importante para que essas pessoas continuem ouvindo a rádio, conforme aponta o gráfico a seguir:

**Gráfico 1 – Escala de importância do quesito credibilidade para os ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto**



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

Para Euclides, a **proximidade** é argumento importante para a confiabilidade na exatidão das notícias veiculadas pela Rádio Itatiaia Ouro Preto: “A notícia tá aqui, eles também, então a notícia chega na hora. Pra gente que é da cidade, quando ouve a notícia

na Rádio Ouro Preto, recebe muito melhor porque quando a rádio daqui fala você sabe de que ponto da cidade está falando, já uma rádio de fora não localiza tão bem” (GOMES, E., 2019).

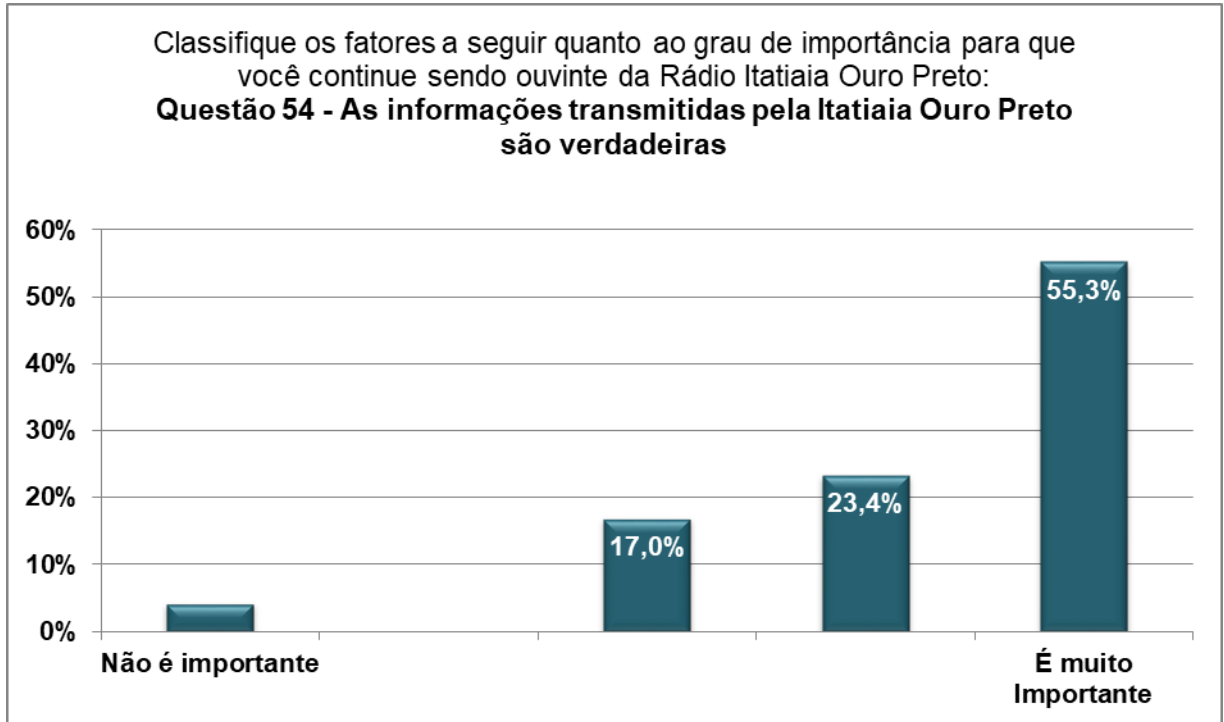
Ao atestar a confiança nas notícias veiculadas pela Rádio Itatiaia Ouro Preto, Conceição se refere às fontes jornalísticas para justificar que a emissora local tem mais capacidade de transmitir fielmente as informações da cidade que emissoras de outras regiões porque ela “sabe até quem vai poder falar e dar a notícia certa” (MATA, 2019). Nesse sentido, Debora Cristina Lopez (2009) afirma que

as fontes podem ser classificadas conforme sua aproximação geográfica, sendo locais, nacionais ou internacionais. Desta forma é possível mostrar ao ouvinte como esses eventos afetam seu cotidiano e assim atender a um dos princípios fundamentais desse meio de comunicação. O que diferencia mais essas fontes é o acesso a elas. Fontes locais podem ser consultadas de maneira direta, através de contato pessoal do jornalista, da sua presença no palco de ação, ou ainda através de contato telefônico (LOPEZ, 2009, p. 108).

No radiojornalismo local as principais fontes tendem a ser autoridades da cidade e órgãos oficiais que são vistos como mais confiáveis pela população. A confiabilidade adquirida pela emissora vem, em grande medida, da qualidade das notícias e da profundidade da apuração. Ana Luisa aponta também que a proximidade contribui para a veracidade das informações veiculadas “por causa desse índice alto de audiência. O pessoal escuta muito, então se ela errou logo todo mundo fala na hora que tá errado” (REIS, 2019). Ao ser questionado sobre suas principais fontes de informação, Geraldo é direto ao afirmar que “é o rádio. É a Rádio Ouro Preto. Não tem jeito de não falar que não é. Se você quer ficar bem informado sobre sua cidade não dá pra ouvir rádio de BH, Inconfidência igual a gente ouvia antes de ter a Rádio Ouro Preto” (GOMES G., 2019).

É nesse sentido que 78,7% dos ouvintes que responderam ao questionário consideraram que as notícias transmitidas pela Rádio Itatiaia Ouro Preto são verídicas e que esse é um quesito importante para que eles continuem ouvindo a rádio após a migração para FM, como mostra o gráfico seguinte:

**Gráfico 2 – Escala de importância do quesito veracidade para os ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto**



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

Fica visível a partir dos dados explicitados anteriormente que a confiabilidade e sensação de veracidade das notícias transmitidas pela Rádio Itatiaia Ouro Preto partem da aproximação da emissora ao cotidiano ouro-pretano. Outro aspecto importante que pode ser evidenciado nos lugares de credibilidade do radiojornalismo local é a relação que os ouvintes desenvolvem com os apresentadores. Ferraretto explica que

o comunicador acompanha donas de casa, idosos, motoristas de táxi, operários..., quebrando a solidão do dia a dia com uma programação marcada por doses de assistencialismo, entretenimento, fofocas a respeito de artistas, horóscopo, noticiário policial, serviço e canções de apelo fácil. E faz a intermediação na tentativa de resolver problemas: do transporte deficiente na periferia à localização de algum parente perdido na vertiginosidade da vida contemporânea (FERRARETTO, 2014, p. 75).

Nas rádios locais essa sensação de proximidade é amplificada porque o comunicador geralmente é uma figura conhecida da população. Fátima evoca a importância do comunicador nessa formação da relação de confiabilidade entre rádio e ouvinte: “Dos locutores da Itatiaia, de Ouro Preto, a gente ouve falar nas roças, agora dessas outras

rádios a gente não ouve falar” (PAIVA, 2019). Ao ser questionada sobre a permanência dos locutores nos mesmos programas por muitos anos, a entrevistada Maria Aparecida não titubeia ao responder que

eles ficam como se fossem pessoas da gente, sabe? Você fala em Antônio Carlos<sup>6</sup> como se estivesse falando de um filho. Outro dia eu tava no Siame, aprendendo a fazer uns negócio lá e ele apareceu, eu falei com ele: "Ó, minhas panelas já queimaram muitas vezes por sua culpa". E ele falou: "Uai, por quê?". "Uai, porque você fica falando, eu fico escutando, quando vou ver a comida já queimou". Aí ele começou a rir. E quantas vezes, muitas vezes, eu já deixei a panela queimar porque tava escutando ele falar? Chega lá o arroz já era... (ALBERGARIA, 2019).

Nesse sentido, o comunicador tem papel fundamental na criação dos contratos de leitura e nas formas de interação do ouvinte com a emissora porque, ao usar linguagem aproximada do seu ouvinte na interlocução, ele “vai oferecendo emoções e reações emuladas com a voz em um diálogo imaginário marcado por um caráter informal” (FERRARETTO, 2014, p. 76) e criando um laço de confiança com a audiência. Essa informalidade e a proximidade (também física) com as pessoas da cidade faz com que elas se sintam parte da emissora, já que os comunicadores, e a rádio como um todo, fazem parte do dia a dia delas.

Ainda no tocante a esses acordos, é importante considerar que a Rádio Itatiaia Ouro Preto presta também um papel assistencialista típico das rádios locais e, mais uma vez, a confiança que a população tem nos comunicadores se coloca à mostra, como explica Maria Aparecida: “Hoje na programação da manhã toda ele tava pedindo uma cama hospitalar pra uma pessoa que tá doente na Bauxita. Ele pede cama, ele pede remédio, pede tudo e num instantinho ele consegue. [...] Hoje ele pediu essa cama e amanhã ou depois ele fala que já conseguiu” (ALBERGARIA, 2018). A maioria dos entrevistados afirmou já ter colaborado com alguma pessoa ou instituição social porque ouviu a solicitação na Rádio Itatiaia Ouro Preto. Esses aspectos demonstram que a emissora está inserida na vida social cotidiana da cidade e que conta com a confiança da população.

A rede de relações cotidianas de um lugar são produzidas a partir de variantes entrelaçadas, sejam afetivas, memoriais, “ideológicas”, políticas, culturais, históricas ou

---

<sup>6</sup> Antônio Carlos é o apresentador do programa de mais audiência da Rádio Itatiaia Ouro Preto, no ar há mais de trinta anos pela emissora.

territoriais. O rádio nesse tocante tem a capacidade de se voltar para seu lugar originário e reforçar essas variantes. Todos os entrevistados afirmam reconhecer como realidade local a realidade da cidade onde eles vivem, reforçando que o entendimento de local enquanto território geográfico não pode ser descolado daquele que concebe o local enquanto território de disputa e de construção de sociabilidades. López García reforça que

o local evoca aquilo que se pode ver, tocar, aprender e, portanto, ser compreendido. Sem dúvida, é a partir dos espaços locais que se definem os contornos da vida diária, onde se constrói a personalidade social e onde se faz a aprendizagem social. Nesse cenário de proximidade, privilegiado para a diversidade e a particularidade, é onde o social, o cultural e o político parecem reencontrar-se prioritariamente (LÓPEZ GARCÍA, 1999, p. 247, tradução nossa).

O local nesse sentido evoca a vida cotidiana da população e a rádio tem capacidade de demarcar aspectos do dia a dia e reforçar costumes construídos socialmente. Essa característica ainda aproxima a emissora dos ouvintes que a veem como uma força importante dentro do extrato social da cidade:

Hoje mesmo uma mulher ligou da Bocaina, um lugar pequenininho aqui perto de Cachoeira (minha filha mora lá), falando que estão sem sinal de telefone. Ele pôs ela direto no ar e falou que ia cobrar pra ela. Eu falo que essa rádio ajuda muito. Minha água ficou vazando aqui, eu liguei uma cinquenta vezes pra prefeitura e não resolveu, eu liguei uma vez pra rádio, ele falou lá e no outro dia eles vieram. Eu sempre falo que se tá pedindo alguma coisa na prefeitura e não faz, liga pro Antônio Carlos que é só ele falar que o negócio resolve (ALBERGARIA, 2018).

Já os outros entrevistados veem na rádio uma forma de saber sobre acontecimentos muito próximos que influenciariam diretamente em seus cotidianos. O lugar social da escuta cotidiana é compartilhado e, segundo todos os ouvintes entrevistados, as informações veiculadas pela Rádio Itatiaia Ouro Preto se transformam em assunto da vida diária. As notícias veiculadas ganham lugar nas conversas entre vizinhos, familiares e colegas de trabalho e, mais recentemente, na arena ampliada das redes sociais *online*.

## **6. Considerações finais**

Enquanto a credibilidade da imprensa vem sendo questionada em um cenário de instantaneidade informacional mediada por redes sociais digitais e aplicativos de troca de mensagens, o rádio local segue resistindo e mantendo a confiança dos ouvintes. Esse fato pode ser explicado pela proximidade (física e simbólica) da emissora com a população, pela tradicionalidade das emissoras locais como a Rádio Ouro Preto, pela relação de afeto desenvolvida entre apresentadores e audiência ao longo dos anos e pela circulação do fato noticiado através das conversas cotidianas e do “ouvi-dizer”.

O rádio é parte do cotidiano de pequenas cidades em hábitos e experiências de escuta compartilhadas social e memorialmente. Através do rádio as pessoas dessas localidades se informam sobre o clima que influencia na plantação, sobre o falecimento de algum vizinho ou familiar distante, sobre a falta de água ou alteração no recolhimento do lixo e até mesmo confirmam os boatos já circulados nas conversas cotidianas. O rádio ajuda a manter tradições, culturas e valores compartilhados socialmente. Para essas comunidades, as experiências transmitidas entre gerações e baseadas em memória e afetos parecem ter mais importância que aquelas advindas de aspectos tecnológicos ou cognoscitivos.

## Referências

ALBERGARIA, Maria Aparecida. **Eu gosto de ouvir notícia de Ouro Preto**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, dez. 2018.

BBC. 'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. [s.l.], 2 nov. 2017. Disponível em: <https://bbc.in/2Mpl1BM>. Acesso em: 27 jul. 2019.

BRUCK, Mozahir Salomão. Contratos de comunicação no rádio: estratégias para representações e vinculação social. *In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Belo Horizonte, 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

CARRO, Rodrigo. Brazil. *In: NEWMAN, Nic et. al. Digital News Report 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, 2018.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergência multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.

COULDRY, Nick. **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.

- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- GELFERT, Alex. Fake News: A Definition. *In: Informal Logic*, v. 38, n. 1, p. 84-117. Disponível em: <https://bit.ly/2YAUf2k>. Acesso em: 27 jul. 2019.
- GOMES, Euclides José. **A transmissão da AM é em linha reta**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.
- GOMES, Geraldo Antônio. **Hoje tá tudo muito evoluído**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.
- JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.
- KAPFERER, Jean-Noël. **Boatos: o mais antigo mídia do mundo**. Trad. Ivone S. R. Maya. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 299 fl. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- LÓPEZ GARCIA, Xosé. Medios locais de futuro e con futuro. *In: ANDIÓN, Margarida Ledo; KUNSCH, Margarida Krohling (orgs.). Comunicaci3n Audiovisual: investigaci3n e formaci3n universitarias*. Santiago de Compostela: Universidade, Servicio de Publicaci3n e Intercambio Científico, 1999.
- MAIA, Marta Regina. **A comunidade radiouvinte e o sentimento de pertencimento**. *In: Anais do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, Brasília, DF, 2006. Disponível em: <https://bit.ly/2VdXczT>. Acesso em: 01 jan. 2019.
- MARINHO, Vânia. **Maior orgulho de José Russo é ser ouro-pretano honorário**. *In: Jornal de Ouro Preto*, Ouro Preto, 19 dez. 1982.
- MATA, Conceição Aparecida da. **O rádio fica como companheiro**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.
- MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise Textual Discursiva**. 3. ed. Ijuí: Editora Unijuí, 2016.
- MÜLLER, Felipe de Matos; SOUZA, Márcio Vieira de. Fake News: Um problema midiático multifacetado. *In: International Congress of Knowledge and Innovation - Ciki*, [S.l.], v. 1, n. 1, set. 2018. Disponível em: <http://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/511>. Acesso em: 11 abr. 2019.
- OLIVEIRA, Maria Nazaré. **O começo da Rádio Ouro Preto**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros. Ouro Preto, ago. 2018.
- OLIVEIRA, Vicentina. **Todo mundo ouvia rádio junto**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.



PAIVA, Fátima. **Pela internet eu não escuto**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Fronteiras culturais em um mundo planetário - paradoxos da(s) identidade(s) sul-latino-americana(s). **Revista del CESLA**, n. 8, p. 9-19, jan. 2006. Disponível em: <https://bit.ly/2SrehF0>. Acesso em: 01 jan. 2019.

PRATA, Nair. **A fidelidade do ouvinte de rádio**: um estudo dos principais fatores determinantes da audiência fiel. 2000. 263 fl. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade São Marcos, São Paulo, 2000.

REIS, Ana Luisa. **Eu já ouço a rádio em FM**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, jan. 2019.

SANTOS, Maria Cláudia. **A importância do noticiário local de rádio em tempos de globalização**: uma análise da opinião dos ouvintes da Rádio Itatiaia. 2010. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local), Centro Universitário – UNA. Belo Horizonte, 2010.

SOMMA NETO, João. Eleição de Bolsonaro e o fim da credibilidade da mídia jornalística tradicional. *In: ObjETHOS*. [s.l.], 31 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2SLid5n>. Acesso em: 27 jul. 2019.

TORRES, Maurílio. **A primeira programação da Rádio Ouro Preto**. Entrevista cedida a Rafael Medeiros, Ouro Preto, ago. 2018.

VALENTE, Jonas. Pesquisa constata só 8% de imagens verdadeiras em grupos de WhatsApp. *In: Agência Brasil*, Brasília, 17 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2P7yWR8>. Acesso em: 27 jul. 2019