

DOI: <https://doi.org/10.13037/ci.vol23n51.8142>

Radiojornalismo de proximidade e desinformação no contexto da Pandemia de Covid-19

Proximity radio journalism and misinformation in the context of the Covid-19 Pandemic

└─ *Nélia Rodrigues Del Bianco*^{ai}
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3701-0929>

Hélder Samuel dos Santos Lima^{bii}
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3021-3923>

Recebido em: 14/10/2021. Aprovado em: 14/02/2022.

Resumo

Este artigo sobre radiojornalismo de proximidade, no estado de Mato Grosso do Sul, visa compreender em que medida a cobertura noticiosa dedicada à pandemia de Covid-19 resultou em alterações nas rotinas produtivas de seis emissoras de rádio sediadas na capital e em municípios do interior. A partir de entrevistas semiestruturadas com representantes das estações sonoras, conclui-se que elas têm se dedicado, ainda que em níveis distintos de importância, a contrapor a desordem informacional de propagação de conteúdo falso relacionado a pandemia de Covid-19 recorrendo a agências de fact-checking, sites jornalísticos tradicionais e fontes institucionais do âmbito local.

Palavras-chave: Radiojornalismo de proximidade; desinformação; pandemia de covid-19.

Abstract

This article on proximity radio journalism, in the state of Mato Grosso do Sul, aims to understand to what extent the news coverage dedicated to the Covid-19 pandemic resulted in changes in the productive routines of six stations located in the capital and in interior municipalities. From semi-structured interviews with sound stations representatives, it is concluded that they have been dedicated, although at different levels of importance, to counteract the informational disorder of spreading false content related to the Covid-19 pandemic by resorting to fact-checking agencies, traditional news sites and institutional sources at the local level.

Keywords: proximity radio journalism; misinformation; covid-19 pandemic.

Introdução

Considerada pela Organização das Nações Unidas (ONU) como uma emergência não só de saúde pública, mas também de comunicação, a pandemia do novo coronavírus resultou num cenário de *infodemia*, em que impera a superabundância de informações, tanto online

^a Universidade Federal de Goiás; Universidade de Brasília; Universidade Federal de Ouro Preto. Brasil. E-mail: neliadelbianco@gmail.com

^b Universidade Federal de Goiás; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul Brasil. E-mail: helder_jorn@hotmail.com.



quanto offline, que de forma deliberada dissemina informações falsas para minar a resposta de saúde pública e promover agendas alternativas de grupos ou indivíduos (OMS, online, 2020, tradução nossa).

A circulação massiva de informações falsas sobre a Covid-19, considerada como uma espécie de “pandemia da desinformação”, tem impactado de forma imensurável a vida das pessoas. Estudo da Avaaz (2020) identificou que nove em cada dez brasileiros viram pelo menos uma informação falsa sobre a doença, e sete em cada dez acreditaram em um conteúdo desinformativo sobre a pandemia. São as redes sociais as maiores responsáveis pela propagação de informação enganosa: 59% viram pelo menos uma das notícias falsas no WhatsApp, e 55% no Facebook.

A desinformação não é uma novidade, sendo possível encontrá-la em propagandas enganosas sobre produtos, na política, em governos. No entanto, o diferencial, na atualidade, está na rapidez de criação e divulgação dessas informações, uma prática que causa danos diretos como políticos, financeiros e físicos (FALLIS, 2015). O conceito traduz melhor a complexidade do fenômeno ao contrário de *fake news* que equivale a uma informação divulgada com aparência de notícia, sem base factual, e que levanta incerteza quanto à veracidade de seu conteúdo (DELMAZO; VALENTE, 2018).

O fenômeno atual foi definido por Wardle e Derakhshan (2017, p.4-6) como “desordem informacional”, uma espécie de poluição informativa em escala global formando uma complexa teia de motivações para criar, disseminar e consumir mensagens sem qualidade que são amplificadas por plataformas e seus algoritmos. Wardle (2019) acrescenta que a desinformação é motivada por três fatores distintos: lucrar financeiramente; ter influência política; e causar danos à sociedade, sobretudo como tem se observado no contexto da pandemia de Covid-19.

Configurada na sociedade contemporânea “como um circuito de produção, circulação e legitimação de pseudo-verdades” (SALGADO; MATTOS, 2021), a desinformação é formada por uma miríade de conteúdos não confiáveis que traz inúmeras implicações para mídia tradicional. Um deles é desviar esforços jornalísticos para a refutação de informações falsas quando deveria priorizar o relato proativo de novas informações, reduzindo o estado de desconfiança permanente (BONTCHEVA; POSETTI, 2020).

O rádio brasileiro está imerso nesse ecossistema, convivendo com a crise de confiança do público em relação à mídia tradicional, em parte, impulsionada pelos ataques do presidente Jair Bolsonaro com agressões verbais a jornalistas e postagens com linguagem depreciativa

para definir o trabalho da imprensa, aumentando a desconfiança e ódio ao jornalismo (CARRO, 2021).

Considerando que na pandemia, as emissoras registraram alta na credibilidade com 69% dos entrevistados afirmando confiar no meio para se manter informado (KANTAR IBOPE, 2021), devido, em parte, a notabilidade da marca e do comunicador, como a desinformação impactou a produção do radiojornalismo de proximidade (CAMPONEZ, 2002; BONIXE, 2019) em emissoras de rádio do interior e da capital situadas fora do eixo sul-sudeste? As rotinas produtivas foram revisadas para enfrentar a infodemia?

O presente artigo procura responder essas perguntas por meio de uma pesquisa qualitativa exploratória realizada no estado de Mato Grosso do Sul junto a seis rádios do segmento popular com conteúdo jornalístico, sendo cinco do interior: Grande FM de Dourados, Difusora de Três Lagoas, Avenida 91 de Aquidauana, Vale 102 de Coxim, Karandá FM de Naviraí; e a Morena FM, da capital Campo Grande.

Para tanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com jornalistas e dirigentes das emissoras, no mês de junho de 2021, de forma remota por videochamadas na plataforma Google Meet ou por mensagens de texto e de áudio no aplicativo WhatsApp, considerando o contexto da pandemia de Covid-19 e em atendimento aos protocolos sanitários de biossegurança.

Denominadas por Duarte (2006, p.66) como entrevistas semiabertas, este modelo "segue um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse da pesquisa", mesclando flexibilidade com um roteiro de controle. Desta forma, o roteiro de questões buscou identificar se houve aumento na busca por informações jornalísticas na emissora, de que forma os desdobramentos da Covid-19 foram abordados nos programas jornalísticos e quais as principais fontes selecionadas no processo produtivo. Além disso, os entrevistados foram indagados se as estações se preocuparam com a disseminação de desinformação sobre a pandemia no âmbito local e de que forma contribuíram para minimizar esta prática.

1 Desinformação e modelo tradicional de produção da notícia

Na esteira da pandemia de Covid-19, o Instituto Reuters (2021) identificou que cresceu, em média, 6% a confiança nas notícias durante a pandemia. O índice global aponta 44% da população atribuindo credibilidade à informação que circula na mídia tradicional. Mas há disparidades: nos EUA chegou a 29% o nível de confiança, o mais baixo em 2020, enquanto o Brasil atingiu o patamar de 54%.

Como constata a Reuters, houve uma melhora nas marcas de confiabilidade se comparadas a 2018. No entanto, é preciso considerar que o uso de mídias sociais para receber notícias continua forte, especialmente entre os jovens com níveis de escolaridade mais baixos, criando a maior preocupação quando se trata de espalhar informações incorretas sobre o Coronavírus.

Em relatório produzido para a Unesco, as pesquisadoras Kalina Bontcheva e Julie Posetti (2020) argumentam que a desinformação, originada pela infodemia, ameaça não apenas indivíduos, mas sociedades inteiras. Induz cidadãos a se colocarem em risco por ignorarem recomendações científicas; amplia a desconfiança nos governos e formuladores de políticas públicas.

Uma das principais estratégias dos agentes que promovem a desinformação é desacreditar jornalistas e veículos de comunicação por meio de acusações de parcialidade na construção de narrativas. Assim, “a desinformação e a informação incorreta desafiam não só a reputação e segurança de jornalistas. Elas questionam seus propósitos e eficácia, e perpetuam a degradação do jornalismo em detrimento do discurso cívico” (IRETON; POSETTI, 2019, p.22).

As pesquisadoras alertam também que a desinformação se torna perigosa para a sociedade diante da facilidade de propagação, uma vez que são elaboradas “com bons recursos, e acentuada pela tecnologia automatizada” (IRETON; POSETTI, 2019, p.7).

Além disso, contestar a desinformação tem sido um grande desafio para o jornalismo, uma vez que os usuários tendem a selecionar suas fontes de informação e interpretar as mensagens de uma forma que confirme suas convicções anteriores (LOTERO-ECHEVERRI et al. 2018), o que exige do jornalismo local, estabelecer uma relação ainda mais efetiva de proximidade com as audiências no intuito de formar opinião pública coerente, baseada em evidências verdadeiras dos fatos.

Tanto o relatório da Reuters quanto o da Unesco destacam o papel da mídia local neste cenário de pandemia. A Reuters (2021) entende que a mídia local tradicional tem sido um canal de acesso a uma gama de notícias da comunidade. É vista como a melhor fonte apenas quando se trata de assuntos de proximidade, estando claro, pela pesquisa, que as pessoas preferem plataformas e sites especializados para a maioria dos outros assuntos.

Essa separação, na percepção da Reuters, prejudicou ainda mais modelos de negócios tradicionais, especialmente para a mídia local que se posiciona como fonte alternativa de informação. Num ambiente muito competitivo, atender apenas a demanda local pode tornar a monetização mais difícil. O Instituto identificou jornais locais em várias partes do mundo

trabalhando para desenvolver novos produtos editoriais e se distinguirem por apresentar valor agregado ao jornalismo de proximidade frente à abundância informativa online.

O relatório da Unesco (BONTCHEVA; POSETTI, 2020) aponta caminhos para o envolvimento da mídia local como engajamento em ações de alfabetização midiática (*media literacy*); investimento em checagens de fatos e em inovações para produzir informações em formatos mais acessíveis e atraentes, podendo até utilizar conteúdo produzido pela audiência, desde que devidamente checado; estabelecer parcerias em investigações relacionadas à desinformação com outras organizações de notícias nacionais e internacionais; intensificar a transparência sobre suas respostas à desinfodemia, como remoção de conteúdo; evitar a dependência excessiva da automação de publicações online, expandindo o processo de revisão humana principalmente na moderação de conteúdo; e, o mais importante, investir na verificação rigorosa de fatos e fontes, entendendo que as respostas investigativas a informações inverídicas vão além de perguntar se um conteúdo é falso ou se a fonte é confiável e imparcial, mas se envolver na desmistificação.

Imerso no ecossistema midiático digital, o rádio passou a conviver localmente, de forma ainda mais significativa, com boatos e informações enganosas que circulam velozmente em múltiplas plataformas digitais. Ao investigar a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de *fake news* por meio de um estudo de recepção em pequenas localidades de Minas Gerais, Medeiros e Prata (2021, p.7) identificaram que “os boatos circulam antes mesmo das notícias de rádio e o “ouvi-dizer” muitas vezes serve para pautar a imprensa local”.

Como instituição conhecida pela credibilidade^c conquistada junto ao público, em parte, pelo seu discurso sonoro baseado na transmissão ao vivo, através do imediatismo com o a presença do repórter no local do acontecimento ou com entrevistados no estúdio, ampliando a compreensão dos fatos, acrescido de valores inerentes à expressão sonora, como clareza verbal (BALSEBRE, 1994); o radiojornalismo se fortalece como opção viável no combate à desinformação.

^c Entende-se nesta pesquisa que o conceito de credibilidade é multidimensional. Diz respeito a qualidade do jornalismo como competência narrativa, uso de fontes de autoridade, compromisso com a verdade, a sinceridade em expor motivações e interesses e, sobretudo, a reputação do veículo e do jornalista. Silvia Lisboa e Marica Benetti (2017, p.58) apontam para duas dimensões do conceito de credibilidade: a constituída pelo emissor (jornalista, veículo jornalístico ou o próprio jornalismo) notada quando se aproxima das dimensões ideais e socialmente reconhecidas que o torna digno de confiança (equilíbrio no relato dos fatos, transparência, integridade das fontes, provas e evidências de veracidade etc.); e a percebida de natureza subjetiva e de difícil mensuração que é resultado da avaliação que a audiência faz da presença dos indicadores de credibilidade. A credibilidade jornalística, portanto, é uma espécie de chancela que atesta o pacto de confiança estabelecido entre os jornalistas e o público.

No entanto, contrapor a desordem informacional exige mais do que o sentido de realidade e presenteísmo do discurso sonoro. É necessário prover a audiência de debate plural e atuar com transparência e independência no tratamento da informação livre de constrangimentos publicitários, acordos com grupos de interesse político e econômico da localidade. Focar menos no jornalismo de declaração, ainda muito presente no radiojornalismo brasileiro, para dar mais espaço para o jornalismo de verificação preocupado em checar fatos e fontes, e principalmente contextualizá-los (KOVACH; ROSENTIEL, 2003).

Para Ferraretto e Silva (2021), no contexto da pandemia, o rádio enquanto meio de comunicação massivo, deve tornar ainda mais efetiva sua atuação a partir da disseminação de conteúdo de forma profissional. Os autores ressaltam que “trata-se de uma responsabilidade bem superior à de outros tempos, que cresce na medida do perigo proporcionado pelo negacionismo, em geral a andar de mãos dadas com **fake news** e interesses econômicos e políticos escusos” (FERRARETTO; SILVA, 2021, p. 392, grifo dos autores).

2 O local e o regional na formação do radiojornalismo de proximidade

Desde os primórdios, o rádio tem ocupado um papel de relevância, coesão social e de proximidade com a audiência. Porém, nesta nova ordem mundial em que o fluxo instantâneo de informações associado às facilidades de suportes midiáticos tecnológicos que ampliam o acesso a acontecimentos de âmbito internacional e nacional, tem forçado as estações interioranas a adotarem novas estratégias a fim de atrair a população dessas localidades a partir da produção noticiosa local.

Conforme Comassetto (2007, p.69), ao rádio local não há alternativa a não ser estreitar os laços com as comunidades no qual está inserido a partir do exercício do radiojornalismo. “É isso que justifica a existência, confere identidade e fortalece a presença do rádio nas localidades”. O autor acrescenta ainda que, no âmbito local, o jornalismo de rádio deve se pautar nos “acontecimentos da proximidade, aos valores, situações e vivências próximas”.

Além de responsabilizar os políticos locais e regionais acerca da solução de problemas coletivos do território de proximidade, cabe ao jornalismo local, em especial neste estudo o radiojornalismo, oferecer uma infinidade de assuntos para conquistar e fidelizar as audiências.

[...] o jornalismo local pode oferecer muito mais: fornecer histórias que ajudem a construir a comunidade, apresentando pessoas locais que participam de esportes locais, casamentos ou aniversários, ou informações de

serviços, como previsões do tempo, atualizações de trânsito ou horários de funcionamento de lojas. E, claro, a cobertura das consequências locais da pandemia de Coronavírus foi adicionada a essa lista de tarefas no ano passado (SCHULZ, 2021, p.43, tradução nossa).

Em Portugal, a definição de rádio local contempla diversas categorias de emissoras: comunitárias, populares, rádios livres, rádios locais, rádios piratas, rádios clandestinas, rádios ilegais, rádios comerciais ou rádios locais privadas, independentes, rádios alternativas ou rádios utopia (BONIXE, 2019). Para o autor, três dimensões explicam o aparecimento de diversas designações para as rádios locais: alternativa, democrática e por fim, a dimensão de proximidade que dialoga com a proposição que sustentamos.

Sob esta perspectiva, a rádio local caracteriza-se pelo seu carácter de localismo e de proximidade com os ouvintes e com a comunidade onde está inserida e de onde retira a sua razão para existir. Representa, nesse sentido, um espaço para o debate sobre a comunidade e no qual essa mesma comunidade se revê. A rádio local é, deste modo, um palco para que se afirme o individual e o coletivo fundidos numa identidade local. É facilitadora da integração do homem na sua comunidade, no seu bairro ou na sua região (BONIXE, 2019, p.15).

Na pesquisa que desenvolvemos sobre o rádio sul-mato-grossense, temos procurado traçar definições para o modelo de radiojornalismo vigente nas estações sobretudo de municípios interioranos. A partir da perspectiva defendida por Dornelles (2013), o espaço geográfico é central nesta definição do jornalismo local, pois se apresenta como lugar de produção e cobertura dos acontecimentos, e principalmente, espaço de circulação.

[...] é determinante o papel que a Geografia desempenha na definição de informação local. Ela pode ser entendida mais pelo espaço geográfico do que pelas características do seu conteúdo. Já o jornalismo do interior, além da questão geográfica, pode ser reconhecido por outras características próprias, por serem do interior (DORNELLES, 2013, p. 71).

Nos estudos que desenvolveu em jornais impressos de Portugal em sua tese de doutoramento, Carlos Camponez (2002) trabalha com a definição de jornalismo de proximidade. Crítico a abordagens que enfocam essencialmente o aspecto geográfico, o autor defende que a delimitação territorial é insuficiente para abarcar a complexidade do fenômeno comunicacional em determinadas localidades.

De acordo com Camponez (p.95), além de não se definir exclusivamente pelo espaço geográfico, o jornalismo local “é, sobretudo, uma forma de comunicação que emerge das mesmas mesas de café, das mesmas ruelas, das mesmas reuniões familiares onde

quotidianamente se recria a comunidade”. Por outro lado, a definição de jornalismo regional para Camponez não está focalizada apenas nas instituições midiáticas locais, mas sim vista a partir da aglutinação num todo: instituição social, compromisso midiático e territorial e por fim estratégia empresarial.

Desta forma, no jornalismo de proximidade, para além da ênfase na informação sobre o território, Camponez (2002) recupera elementos propostos por Mercadé (1997) como a vocação e intencionalidade, o tratamento dado aos conteúdos, a percepção do veículo sobre o leitor e o vínculo com fontes institucionais. Para o pesquisador português, “as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projecto editorial”. É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação” (CAMPONEZ, 2002, p.103).

De acordo com o autor, embora o conceito de proximidade geográfica assuma um papel preponderante na definição e delimitação do jornalismo local/regional, observa-se a recriação de especificidades num contexto de geometria variável. Além da proximidade geográfica, as vertentes temporal, psicoafetiva e social são influentes na configuração do denominado jornalismo de proximidade.

[...] a lei de aproximação temporal marca a distância do leitor face ao momento em que se deram os acontecimentos (ontem, hoje, amanhã, na História). A proximidade geográfica começa no acontecimento da nossa rua do bairro e alarga-se à região, ao país. A proximidade social diz respeito a temáticas relacionadas com a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política. Por fim, a proximidade psico-afectiva integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino (CAMPONEZ, 2002, p.117).

Ainda no início dos anos 2000, Camponez (2002, p.114) apontava que o jornalismo de proximidade se constituía numa estratégia dos jornais locais/regionais a fim de reconquistar seu público que “normalmente estão alheados dos grandes meios de comunicação de massa, quer pelo acesso ao seu conteúdo, quer pela possibilidade de se constituírem como sujeitos de comunicação”. Para o autor, o jornalismo de proximidade surgiu “como uma alternativa, num contexto mediático cada vez mais exigente em termos financeiros e onde só os grandes parecem ter lugar” (p.115).

Consideramos pertinente adotar como denominação para o modelo de radiojornalismo em vigor no estado de Mato Grosso do Sul, radiojornalismo de proximidade. Primeiro, por contemplar vertentes de outra natureza como propõe Camponez (2002) que extrapolem o

âmbito localizado, considerando que a cobertura atual do rádio de proximidade supera o território geográfico limitado pelas ondas hertzianas, através da transmissão pela internet e no ambiente multiplataformas, ou seja, o rádio de proximidade também é hipermidiático (LOPEZ, 2010) e expandido (KISCHINHEVSKY, 2016).

Além disso, é notório um modelo de programação no rádio do interior brasileiro que constrói vínculos afetivos e de proximidade com seu público. Embora sofra dificuldades naturais de sustentabilidade de diversas naturezas, esse rádio busca restabelecer e traçar estratégias a fim de recuperar fôlego junto às audiências, promovendo a ressonância dos anseios e dificuldades do território, o que lhe garante confiabilidade e os torna referência em informação de determinada localidade.

No ecossistema midiático competitivo e segmentado da sociedade em rede, cabe às emissoras informativas se assumirem, conforme acrescenta Kischinhevsky (2016, p.129), “como meios de comunicação fortemente locais, alimentando identificação por parte dos ouvintes, prestando serviços de utilidade pública, oferecendo análise e informação aprofundada e contextualizada”.

Soma-se a isso, segundo Lopez (2009; 2010), utilizar as tecnologias como aliadas no processo produtivo facilitando e agilizando o contato com as fontes e na apuração e checagem da informação. Por seu caráter de proximidade, a pesquisadora alerta que o veículo requer do jornalista que mantenha sua presença no local dos acontecimentos, conheça a realidade e a audiência com quem fala, ainda que se tenha observado um cenário de jornalista cada vez mais sentado em meio ao avanço tecnológico nas redações.

No cenário da pandemia de Covid-19, o rádio local além de cumprir sua função social no que tange a circulação de conteúdo noticioso relativo aos desdobramentos da doença, reforçou o perfil de companheiro fiel das audiências ganhando ainda maior relevância “em função do confinamento, período de fragilidade em que o ser humano, gregário por natureza, sente falta de companhia” (FERRARETTO, 2021, p.20).

3 Panorama do radiojornalismo sul-mato-grossense

Conforme levantamento realizado entre janeiro e fevereiro de 2021, o estado de Mato Grosso do Sul apresenta um cenário radiofônico marcado por forte heterogeneidade. Ao todo, são 177 emissoras em atividade nos 74 dos 79 municípios o que garante uma presença significativa em boa parte do território sul-mato-grossense.

No que diz respeito à configuração da programação, observa-se que embora na capital Campo Grande haja um cenário com tendência à segmentação e emissoras especializadas, a realidade das rádios do interior é estabelecida por dinâmicas distintas em que há uma miscelânea de gêneros e formatos, resultando numa programação generalista a fim de assegurar públicos distintos.

Na tentativa de elucidar, ainda que em caráter exploratório, de que forma o rádio sul-mato-grossense tem atuado na cobertura relacionada a pandemia de Covid-19 e no enfrentamento da desinformação, realizamos coleta de dados a partir de entrevistas semiestruturadas junto a representantes de seis emissoras situadas em seis municípios do estado: Morena FM Easy (107,1 MHz) da capital, Campo Grande; Grande FM (92,1 MHz) de Dourados; Karandá FM (95,3 MHz) de Naviraí; Vale 102 FM de Coxim (102,9 MHz); Difusora FM de Três Lagoas (99,5 MHz) e Avenida FM de Aquidauana (91,7 MHz).

É importante registrar que a seleção do *corpus* empírico nesta fase exploratória obedeceu a critérios geográficos a fim de contemplar não somente a capital, Campo Grande, mas principalmente municípios do interior que são representativos em seis das 12 principais regiões geográficas imediatas estabelecidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017): Dourados, Naviraí-Mundo Novo, Três Lagoas, Aquidauana-Anastácio e Coxim.

A programação destas emissoras é heterogênea e plural. Em sua grande maioria, possuem programas destinados a informação jornalística com duração entre trinta minutos e duas horas diárias, a depender da realidade de cada estação, conforme pode observado no quadro a seguir:

Quadro 1 – Emissoras de Mato Grosso do Sul com programas informativos

Rádio	Programas Informativo / Jornalístico	Duração Média Diária	Principais Formatos
Morena FM	Primeira Página Happy Hour	1 hora e 30 min. 2 horas	Radiojornal Musical / Informativo
Grande FM	Espaço Aberto Patrulha da Cidade	2 horas 1 hora e 30 min.	<i>Talk and News</i> Jornalismo Policial
Difusora FM	Difusora Notícias Tribuna Livre	1 hora 1 hora	Radiojornal <i>Talk and news</i>
Avenida FM	Estúdio 91	1 hora	Radiojornal
Vale 102	Coxim Precisa Saber Jornal do Meio Dia	2 horas 30 minutos	Jornalismo Policial Radiojornal
Karandá FM	Jornal do Grupo Medeiros	30 minutos	Radiojornal

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Conforme pode ser observado no Quadro 1, as emissoras de rádio podem ser categorizadas como populares e generalistas, ou na classificação de Ferraretto (2014, p.68) como rádios ecléticas constituindo-se por “um conjunto de programas tentando agradar a vários tipos de ouvintes”.

As rádios ecléticas ou generalistas, conforme a concepção de Meneses (2007, p.30), são aquelas emissoras que se dirigem “num mesmo período de tempo (dia ou semana) a diferentes tipos de públicos, tentando conquistar o máximo de ouvintes do universo total que a consegue”. Estas emissoras preenchem a grade com programas diversificados visando contemplar um universo maior de ouvintes e não somente o público-alvo definido como em rádios especializadas.

Nas emissoras pesquisadas, além de espaço significativo para o entretenimento com ênfase no conteúdo musical, há na grade diária programas informativos em que mesclam notícias, comentários e entrevistas; programas esportivos, programas policiais, programas religiosos e espaço considerável para prestação de serviços, algo comum em rádios locais situadas em contextos interioranos.

Em termos organizacionais, todas as rádios do interior Karandá, Vale 102, Avenida 91, Difusora Três Lagoas e Grande FM possuem um quadro reduzido de comunicadores atuando no Departamento de Jornalismo, o que resulta num cenário de profissionais multifunções. Porém, mesmo diante das dificuldades de ordem estrutural, os profissionais do radiojornalismo do interior procuram alimentar a territorialidade que lhe compete com informações de proximidade úteis, interessantes e importantes para as audiências (LOPEZ, 2009).

A Karandá FM de Naviraí tem uma especificidade em relação às demais estações do interior, pois integra o Grupo Medeiros de Comunicação formado também pela Cultura FM em Naviraí, Ativa FM em Ivinhema, Massa FM de Nova Andradina (antiga Difusora Cacique AM), e as Rádios Independente e Eldorado FM no município de Eldorado; e Fera FM e Pantanal FM em Mundo Novo. O radiojornal é produzido na sede do grupo em Naviraí com a participação de repórteres de cada localidade.

Tanto a Difusora Três Lagoas quanto a Grande FM de Dourados, além da transmissão no rádio hertziano tradicional, atuam em múltiplos canais, estando imersas no ambiente de convergência. Nos portais institucionais destas emissoras, se observa uma miscelânea de formatos a partir do conteúdo sonoro (podcasts e transmissão ao vivo da programação) associado a conteúdos jornalísticos em texto e imagem. Soma-se a isso as inúmeras possibilidades de interação facilitada pelas redes sociais, comprovando-se que o rádio local e

de proximidade caminha para se tornar, cada vez mais, expandido e hipermidiático (LOPEZ, 2009; KISCHINHEVSKY, 2016).

Na Morena FM^d de Campo Grande, observa-se um radiojornal com maior duração diária dentre as emissoras que possuem programas deste gênero. Integrante da Rede Mato-grossense de Comunicação (RMC), a estação foi inaugurada em agosto de 2019 e desde então se intitula como uma rádio *easy* próxima do formato *adulto contemporâneo*, caracterizado por Ferraretto (2014) por apresentar uma sonoridade menos agitada.

Apesar do mote da emissora ser uma programação essencialmente musical voltada para músicas de *Flash Back*, há um radiojornal diário, *o Primeira Página*, com cobertura de âmbito local e regional abrangendo não somente informações da capital, mas das principais cidades de Mato Grosso do Sul onde o grupo RMC possui afiliadas ou sucursais da TV Morena: Corumbá, Dourados, Ponta Porã e Três Lagoas. Por fazer parte de um grupo de mídia de capilaridade regional abrangendo dois estados do Centro-Oeste, a Morena FM possui estrutura robusta para o jornalismo, conseguindo, desta forma, agregar no radiojornal diário uma infinidade de informações tanto de âmbito local quanto regional. Atualmente conta com um quadro de profissionais formado por quatro repórteres, dois apresentadores e um comentarista (MORENA FM, 2021), além da colaboração de jornalistas que atuam tanto nos portais online^e quanto nas emissoras de TV do grupo.

A partir da deflagração da pandemia de Covid-19 em Mato Grosso do Sul, em março de 2020, a direção da Morena FM identificou a necessidade de atuar no combate a desinformação de boatos e postagens falsas relacionadas aos desdobramentos da doença na capital e no estado. A partir de então, foi levado ao ar em 1º de abril de 2020 o quadro *Desmentindo Fake News* que até então tem se tornado fixo no radiojornal diário.

Apesar de priorizar a checagem de boatos e informações falsas de âmbito local e regional, dependendo da proporção da desinformação que circula nas redes sociais, seja de âmbito nacional ou internacional, a equipe recorre a agências de checagem de informação para desmentir a propagação da desinformação como *Fato ou Fake* do G1, Aos Fatos e Agência Lupa, com prioridade para a iniciativa do G1, considerando que a emissora sul-mato-grossense é afiliada da Rede Globo.

^d Antes de integrar a Rede Mato-grossense de Comunicação (RMC), a emissora tinha como nome fantasia Rádio Ativa. Operava em AM e migrou para FM estando vinculada à Rádio Deus é Amor, transmitindo em rede a programação religiosa da Igreja Pentecostal de mesmo nome. (SILVA; LIMA; OTA, 2020).

^e Em Mato Grosso do Sul, o grupo RMC atualiza o G1 MS que integra o conglomerado do grupo Globo e lançou em janeiro de 2022 o portal online Primeira Página com informações dos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

[...] a gente percebeu que era profundamente necessário. [...] é um serviço que a gente faz questão de trazer porque não acaba né! Quanto mais fakes que a gente desmente todos os dias, duas vezes por dia, continuam novas informações falsas rodando por aí, há uma criação numa velocidade absurda (NAUJORJKS, 2021, informação verbal)^f.

Além do *Primeira Página*, o *Desmentindo Fake News* também integra o programa *Happy Hour* que vai ao ar das 17h30 às 19h30. Embora essencialmente voltado para o entretenimento, o programa mescla música, prestação de serviço com informações sobre o trânsito no principal horário de pico em Campo Grande, além de informações atualizadas sobre o cotidiano da capital sul-mato-grossense.

Para a checagem das informações, a equipe da emissora atua de forma colaborativa com profissionais do grupo RMC que atuam tanto na televisão quanto nos portais online do grupo. De uma forma geral, a checagem prioriza fontes oficiais, institucionais, especialistas (cientistas e pesquisadores da área) para garantir a confiabilidade e a veracidade da informação.

No jornalismo periférico, representado neste caso em particular pelas emissoras de Mato Grosso do Sul situadas fora do eixo sul-sudeste, a preferência por fontes oficiais faz “parte do contexto de escolha”, motivados em grande parte pelas condições de trabalho (CHAGAS, 2019, p.274) das estações de proximidade.

Além disso, a preferência por “fontes de maior prestígio não se realiza apenas pela confiabilidade atribuída a estas ou pelo acesso que proporcionam a dados críveis, mas também na facilidade de contato, na relação interpessoal e na credibilidade construída ao longo do tempo” (CHAGAS, 2019, p.308), o que no interior tende a ser mais acentuado, diante da proximidade que se constrói na relação entre jornalistas-fontes-público.

4 Rotinas produtivas na pandemia

A perspectiva que guia a análise está vinculada ao paradigma construcionista (TRAQUINA, 2000) que privilegia o papel das práticas profissionais e as rotinas criadas para levar a cabo o processo de produção de notícias. Entende que as notícias resultam do processo de interação social não só entre os jornalistas e as fontes, mas também entre os próprios jornalistas vistos como membros de uma comunidade profissional.

^f Informação concedida pela jornalista Jaqueline Naujorks, em 23/06/2021.

Dessa perspectiva, os jornalistas são agentes possuidores de um certo grau de autonomia na ação em relação aos poderes constituídos, e têm papel relevante nos processos de construção negociada de sentidos quando elaboram seu relato sobre os acontecimentos a partir de dados fornecidos pelas fontes (WOLF, 1995).

Os jornalistas situados na redação em interação com o ambiente organizacional e suas rotinas e procedimentos, a cultura profissional e a estrutura de valores–notícia dominante são sujeitos no domínio de operações lógicas produtivas. Como atores desse processo fazem a mediação dessa estrutura com as ações objetivas, a realidade social e a sua própria subjetividade. E em tal condição buscam ajustar regras práticas que guiam os procedimentos para definir o que é notícia às condições objetivas de produção.

A noticiabilidade de um fato é constantemente avaliada quanto ao seu grau de interação aos processos rotineiros de produção, sugerindo o que deve ser escolhido, omitido, realçado (WOLF, 1995). Além disso, como reforça Lopez (2009, p.60), o “perfil editorial dos veículos, a cultura organizacional e as relações político-econômicas do veículo, afetam a seleção e a hierarquização das informações”, sendo, ainda mais acentuado no contexto interiorano e periférico.

O desafio que se coloca na atualidade para o jornalista é navegar no emaranhado de informações proveniente de diferentes fontes acessíveis pela Internet, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas para interpretar os acontecimentos e obter informações confiáveis e de qualidade num curto espaço de tempo.

Ao analisar as entrevistas dos jornalistas, observa-se que o rádio ainda possui relevância perante as demais mídias. As emissoras de proximidade pesquisadas recebem diariamente inúmeras mensagens de ouvintes pedindo esclarecimentos sobre situações repassadas via redes sociais. A situação reforça a percepção de que a audiência se informa por várias plataformas e meios, mas ainda mantém um grau de proximidade e confiança em relação às emissoras da cidade.

Dois tipos de desinformação são levados às emissoras pela audiência, em sua grande maioria, por meio do WhatsApp: as locais, produzidas na cidade; e as nacionais. No caso específico da Difusora de Três Lagoas, os questionamentos sobre desinformação também chegam à redação através de comentários na página da rádio no Facebook e por ligações telefônicas, algo ainda recorrente em estações do interior.

Desinformações de âmbito local estão relacionadas a fatos como o início da vacinação de determinada faixa etária, chegada de novas doses, tentativa de fraude na aplicação ou lotação de UTIs, óbitos e casos, testagens, decretos de fechamento, entre outros. Nestes casos,

a verificação se faz prioritariamente junto à Secretaria Municipal de Saúde, hospitais da cidade e profissionais que atuam nas unidades de saúde da localidade, ou seja, observa-se uma preferência por fontes oficiais e institucionais. Quando a informação falsa é nacional, recorre-se às agências de *fact-checking* como Lupa, Aos Fatos e agências de notícias tradicionais.

O apresentador do programa *Estúdio 91* na Avenida FM em Aquidauana, Ronald Lima Regis (2021), verificou que desde a deflagração da pandemia, a demanda por informações verdadeiras pelos ouvintes se intensificou junto à emissora. Fenômeno semelhante ao observado na Difusora Três Lagoas pela jornalista Ana Carolina Kozara (2021). Para ela, no entanto, a partir da pandemia de Covid-19 a disseminação de desinformação foi massificada no âmbito local a partir das redes sociais, principalmente pela velocidade de circulação que possuem.

Na Vale 102 FM, o diretor de programação Osney de Oliveira Campos (2021) destaca que as dúvidas de ouvintes acerca de conteúdo falso são, majoritariamente, de âmbito nacional, embora reconheça haver desinformação na dimensão municipal. Num passado recente, a emissora chegou a ter um quadro específico de combate à desinformação no programa “Coxim Precisa Saber”, considerado pela direção, o de maior audiência e apelo popular. A iniciativa, porém, foi extinta, devido a reformulação da grade jornalística da emissora.

Em contato com a audiência, Jaqueline Naujorks (2021), da rádio Morena FM, constatou que a disseminação local se dá de forma violenta, antecipando situações que nem estavam no horizonte, a exemplo da primeira morte pela doença em Campo Grande, decretação de *lockdown* etc.

Na visão dos jornalistas entrevistados, o compromisso prioritário é com a qualidade da informação e não cometer erros que possam prejudicar a vida das pessoas. A cautela na verificação dos fatos alterou o fluxo dentro da redação e, com isso, a aplicação dos valores-notícia de imediatismo e novidade. O furo, a notícia em primeira mão, não está mais no horizonte dos profissionais entrevistados e sim no interesse em transmitir informação confiável, conforme relatou a jornalista da Morena FM.

A gente não se arrisca. Eu não me recordo de, em algum momento, a gente ter voltado atrás numa informação. Então é uma escolha. [...] o furo não nos preocupa, o que nos preocupa é colocar no ar uma informação que as pessoas possam confiar. [...] Preferimos, às vezes, não dar (informação) no momento, para ter certeza do que a gente está falando (NAUJORKS, 2021, informação verbal).

Houve reforço nos mecanismos de checagem também em fontes de segunda e terceira mão como agências e jornais online. A atribuição do grau de confiabilidade está vinculada a tradição da marca e a reputação de agências e menos com a familiaridade dada pelo acesso frequente. Critérios de comparação de relatos, busca de informações coerentes e análise das fontes mencionadas nos informes das agências são adotados pelos jornalistas das rádios pesquisadas na hora de levar ao ar as notícias. Eles entendem que, neste momento de crise, é preciso reforçar a confiança junto ao público a partir da reputação e credibilidade construídas pela emissora, a considerar que é uma referência em informação na localidade e que mantém relacionamento e vínculos afetivos com a audiência.

As emissoras estão desenvolvendo uma narrativa para desconstruir a desinformação. Na Morena FM, ao divulgar os dados obtidos numa apuração, narra primeiro o fato corretamente e, por último, menciona a informação enganosa que deu origem à investigação.

Na rádio Karandá FM, da cidade de Naviraí, o jornalista Wilson Soares Filho (2021) afirmou que nunca repercute notícia espalhada na rede social ou aplicativos de celulares e muito menos soluções sem embasamento científico. Ele utiliza a estratégia de abordar temas controversos e enganosos dentro de entrevistas com autoridades, especialistas e profissionais de saúde. O jornalista da Grande FM, de Dourados, Paulo Wagner Santos da Silva (2021) afirma que a emissora busca confrontar a desinformação a partir do relato de informações verdadeiras e entrevista com especialistas, estratégias, que na concepção dele, fazem a notícia falsa perder força no noticiário radiofônico.

É interessante notar que a maioria dos pedidos de verificação na Morena FM são apresentados pelos ouvintes por meio de áudio gravado no WhatsApp. Quando os jornalistas da emissora percebem a grande frequência de algum tipo de dúvida, não somente levam a informação ao ar como enviam mensagens de áudio aos ouvintes com o desmentido, sempre mencionando as fontes consultadas. Essa relação de proximidade tem sido explorada como uma estratégia de enfrentamento à desinformação utilizando a credibilidade da emissora.

Para além da desconstrução da desinformação, no radiojornal diário da Karandá FM, as narrativas factuais sobre a Covid-19 são elaboradas com a participação de repórteres das emissoras do Grupo Medeiros de Comunicação de outras cidades da região. A amplitude da doença e o crescente número de casos, fez com que a direção do grupo determinasse a criação de um boletim diário, veiculado às 17 horas, com atualizações recentes sobre os desdobramentos da pandemia no âmbito regional. Nas demais emissoras, estas atualizações entram como boletins ao longo da programação.

De forma unânime, os entrevistados nas emissoras investigadas, nesta etapa exploratória, reconhecem a prática corriqueira de recorrer a fontes institucionais e oficiais, seja nas estratégias de verificação de desinformação, ou mesmo, na construção noticiosa de pautas factuais relacionadas ao coronavírus. De acordo com os jornalistas e comunicadores entrevistados, os secretários estaduais e municipais de saúde são consultados constantemente na cobertura noticiosa, alimentando a troca de interesses entre jornalistas e autoridades da localidade, algo observável por Chagas (2020) em sua pesquisa sobre as fontes no rádio expandido.

6 Considerações finais

Os jornalistas das rádios do interior já descobriram o poder da desinformação e estão combinando o tradicional jornalismo de declaração, com foco em personalidades e autoridades, com o jornalismo de verificação, impulsionado pela necessidade de desmentir as inúmeras informações enganosas que chegam à redação pelas mãos dos ouvintes. O jornalismo local ainda confia muito na declaração de autoridades da cidade. No entanto, há percepção de que sempre serão confrontadas com outras informações que circulam nas redes que podem até contrariar as autoridades.

Os veículos que deixam de comunicar os acontecimentos que tornam seu próprio jornalismo mais próximo e distinto, correm o risco de serem vistos como substituíveis por outras fontes online. Afinal, a desinformação está hoje no cotidiano de forma acelerada gerando desconfiança e incertezas. Há necessidade desse enfrentamento em tempos sombrios com a voz da proximidade, do vínculo afetivo que só o rádio de proximidade é capaz de construir. É com essa marca que se dá a relação dos jornalistas com seu público.

A desinformação relativa ao Covid-19 é mais tóxica porque introduz falsidades na consciência das pessoas focando em crenças e no sentimento de medo, ao invés de fatos e evidências científicas. O radiojornalismo pode oferecer um "ponto de vista" mais claro e próximo, como também pode construir uma confiança profunda. Esta é apenas uma das frentes de combate para enfrentar uma construção discursiva que se baseia nos preconceitos, na credulidade, no cinismo e na oferta de uma verdade conveniente e palatável.

Referências



AVAAZ. **O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19**. Brasil, 2020. Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso: em 02 jul. 2021.

BALSEBRE, Armand. **La credibilidad de la radio informativa**. Barcelona: Feed Back Ediciones, 1994.

BONTCHEVA Kalina; POSETTI, Julie. **Desinfodemia** - Decifrar a desinformação sobre a Covid-19. Unesco, 2020. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por. Acesso em: 30 jun. 2021.

BONIXE, Luís. **As rádios locais em Portugal** – da gênese ao online. Contexto e prática do jornalismo de proximidade. Lisboa: ICNOVA, 2019.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade: Rituais de Comunicação na imprensa regional**. Minerva Coimbra. Coimbra, 2002

CAMPOS, Osney de Oliveira. Entrevista. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Coxim, 2021.

CARRO, Rodrigo. **Brazil: Analysis by Country and Market**. Digital News Report 2021- 10th Edition. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf. Acesso em: 26 jan. 2022.

CHAGAS, Luãn José Vaz. **Entre fontes e jornalistas: a seleção de vozes na construção das notícias na Band News e na CBN**. Tese (Doutorado em Comunicação – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2019. 391f. Disponível em: https://www.bdtd.uerj.br:8443/bitstream/1/8854/1/Tese_Luan%20Jose%20Vaz%20Chagas.pdf. Acesso em: 01 fev. 2022.

CHAGAS, Luãn José Vaz. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá, Mato Grosso: EdUFMT, 2020.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **A Voz da Aldeia: o Rádio Local e o Comportamento da Informação na Nova Ordem Global**. Florianópolis: Insular, 2007.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, [S.l.], v. 18, n. 32, p. 155-169, maio 2018. Disponível em: <http://impactumjournals.uc.pt/mj/article/view/5682>. Acesso em: 01 jul. 2018.

DORNELLES, Beatriz. O futuro do jornalismo em cidades do interior. *In*: ASSIS, Francisco de. (org.). **Imprensa do Interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FALLIS, D. What is disinformation? **Library Trends**, v. 63, n. 3, 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. Responsabilidade e negacionismo: apontamentos sobre o rádio brasileiro em tempos de Covid-19. **Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 02, p. 15-38, mai./ago. 2020. Disponível em:

<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4510/3514>. Acesso em: 01 fev. 2022.

FERRARETTO, Luiz Artur; SILVA, Gilson Luiz Piber da. **O rádio no contexto da covid-19: informar corretamente e combater o negacionismo**. Pandemia e produção de sentidos: relatos, diálogos e discursos. WESCHENFELDER, Aline et al. (orgs.). Campina Grande – PB: EDUEPB, 2021.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, 2019. Disponível em:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 04 fev. 2022.

KANTAR IBOPE. **Inside Radio 2021**. Rio de Janeiro: Kantar Ibope Media, 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas Digitais de Comunicação**. Ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KOZARA, Ana Carolina. Entrevista. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Três Lagoas, 2021.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem.

Estudos em Jornalismo e Mídia v. 14, n. 1, Dejan./jun. 2017. DOI:

<http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n1p51>

LOPEZ, Debora Cristina. A construção da notícia no rádio contemporâneo: o papel do Gatekeeper no jornalismo radiofônico num ambiente de convergência. **Revista Latinoamericana de Comunicación: Chasqui**, n. 108, diciembre, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. LabCom Books, 2010. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf. Acesso em: 24 jul. 2021.

LOTERO-ECHEVERRI, Gabriel; ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis Miguel; PÉREZ-RODRÍGUEZ, María-Amor. Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. **Index.Comunicación: Revista Científica de Comunicación Aplicada**, n. 8, v. 2, p. 295-316, 2018. Disponível em:

<https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/370>.

Acesso em: 31 jan. 2022.

MEDEIROS, Rafael. PRATA, Nair. “Liguei o rádio pra conferir se era verdade”: a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de *fake news*. **Intexto**, Porto Alegre,

UFRGS, n. 52, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/98044>. Acesso em: 04 fev. 2022.

MENESES, J. P. Os equívocos da Rádio Generalista: Reflexões sobre a Rádio em Espanha e nos Estados Unidos, passando por Portugal. **Observatorio Journal**, v. 1, p. 27-54, 2007. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/47/49>. Acesso em: 24 jul. 2021.

MERCADÉ, J. M. La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica. In: AAVV, **Estudios de Periodística V** - Número especial dedicado al periodismo local, Pontevedra, Diputación de Pontevedra, p. 45-70, 1997.

MORENA FM. **A Rádio**: expediente. 2021. Disponível em: <https://www.morenafm.com.br/easy-campo-grande/a-radio/6/expediente>. Acesso em: 08 ago. 2021.

NAUJORKS, Jaqueline. Entrevista I. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Campo Grande, 2021. 1 arquivo.api (34 min.)

OMS - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation**. 2020. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>. Acesso em: 31 jan. 2022.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2021** 10TH Edition. Reuters Institute e University of Oxford, 2021.

REGIS, Ronald. Entrevista I. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Aquidauana, 2021.

SALGADO, Tiago; MATTOS, Maria Ângela. Da informação à desinformação: conceitos e abordagens das teorias acerca da comunicação. Sociedade da desinformação e infodemia. In: ALZAMORA, Geane; MENDES, Conrado Moreira; RIBEIRO, Daniel Melo. (orgs.) Sociedade da desinformação e infodemia, Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2021.

SCHULZ, Anne. **Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies**. Digital News Report 2021- 10th Edition. Reuters Institute, 2021. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf. Acesso em: 26 jan. 2022.

SILVA, Aline de Oliveira; LIMA, Hélder Samuel dos Santos; OTA, Daniela Cristiane. O contexto radiofônico em Mato Grosso do Sul: cartografia, migração para FM e presença na web. In: FERNANDES, Mario Luiz; OTA, Daniela Ota; FENELON, Taís Tellaroli (Orgs.). **Regionalidade e discursos midiáticos: mapeamento e análise em Mato Grosso do Sul**. Campo Grande, MS: Editora UFMS, 2020.

SILVA, Paulo Wagner Santos da. Entrevista I. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Dourados, 2021.

SOARES FILHO, Wilson. Entrevista I. [jun.2021]. Entrevistador: Hélder Samuel dos Santos Lima. Naviraí, 2021.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Revista de Comunicação e Linguagens**. Jornalismo/2000. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Houssein. **Information Disorder** - Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe, 2017.

WARDLE, Claire. **Understanding Information Disorder: Essential Guides**. First Draft, 2019. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701. Acesso em: 04 fev. 2022.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

ⁱ Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG) e Universidade de Brasília (UnB), além de visitante na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com estágio de pós-doutorado na Universidade de Sevilha – Espanha. Foi vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom e da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação. Integra a Rede de Radiojornalismo da SBPJor e o GP de Rádio e Mídia Sonora da Intercom.

ⁱⁱ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG). Mestre em Comunicação pela Faculdade de Artes, Letras e Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (FAALC-UFMS). É Técnico-Administrativo em Educação na UFMS e atualmente integra o Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).