



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES

CURSO DE JORNALISMO

**RÁDIOJORNALISMO: O USO DA LINGUAGEM COLOQUIAL
NO VALE DO TAQUARI**

Júlio César Jantsch Lenhard

Lajeado, dezembro de 2019.

Júlio César Jantsch Lenhard

**RÁDIOJORNALISMO: O USO DA LINGUAGEM COLOQUIAL
NO VALE DO TAQUARI**

Monografia apresentada na disciplina TCC II, do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Sandro Luís Kirst

Lajeado, dezembro de 2019.

RESUMO

O Vale do Taquari é uma região com diferentes etnias, com imigração e ainda se usa diferentes dialetos diferentes idiomas em alguns casos. O objetivo geral do trabalho é identificar como os veículos de radiojornalismo conseguem atingir essa população tão variada utilizando formas adequadas de linguagem, e como a linguagem coloquial ajuda nisso. Buscou-se junto a autores que tratam de temas relacionados à linguagem, ao jornalismo regional, ao jornalismo em rádio, à produção de texto jornalístico e à locução, definições no uso correto da linguagem que se enquadram em uma região como a do Vale do Taquari. Relacionou-se essas definições de autores em suas obras, com as opiniões captadas de profissionais do radiojornalismo popular no Vale do Taquari, em que contam como fazem para atingir o objetivo de se comunicar da melhor forma com a população regional. Também se relacionou a opinião de um diretor de uma emissora de rádio. que tem como carro-chefe o jornalismo, na qual ele fala da importância desse uso de linguagem e desses profissionais de radiojornalismo popular. Essa correlação entre autores e radialistas resultou em uma conclusão de que a sensibilidade pode ser uma das palavras-chaves para atingir a linguagem ideal em uma população acostumada a ouvir um rádio popular. A natureza da pesquisa desse trabalho foi aplicada, e o objetivo de ordem exploratória.

Palavras-chave: Radiojornalismo. Coloquial. Linguagem. Vale do Taquari. Regional.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
1.1 Justificativa.....	4
1.2 Objetivo geral	5
1.2.1 Objetivos específicos.....	5
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	7
2.1 Linguagem coloquial x Linguagem informal	7
2.2 Termos técnicos.....	8
2.3 O jornalismo regional e sua linguagem coloquial.....	12
2.3.1 A relação histórica da linguagem coloquial com o Vale do Taquari.....	12
2.4 O exemplo do telejornalismo	14
2.4.1 Jornalistas que são referência na linguagem coloquial na TV	15
2.4.2 A postura do Jornal Nacional.....	16
2.5 A linguagem coloquial na produção de rádio.....	19
2.5.1 A produção de rádio no Brasil e a adequação à realidade regional	20
2.6 O testemunho dos radialistas	24
2.6.1 Grupo Independente se inspirando na capital.....	26
2.6.2 O rádio vai acabar?	27
3 METODOLOGIA	29
4 ESTUDO DE CASO	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

Um trabalho que trata sobre a linguagem jornalística no Vale do Taquari. Evidentemente, vê-se muitas coisas em comum com outras regiões, mas as peculiaridades do Vale do Taquari podem influenciar nos cuidados com a produção de um texto jornalístico, de município para município, ou em veículos de abrangência regional. Nesse trabalho abordou-se especificamente o radiojornalismo, onde a linguagem é ainda mais direta, e além do texto, os cuidados com a transmissão desse conteúdo com a locução fazem parte da análise. Uma região com vários municípios pequenos aglomerados com forte colonização europeia de diferentes países, e dezenas de veículos de comunicação produzindo conteúdo jornalístico para a população, faz refletir sobre os cuidados e as diferenças dessa produção local, em relação à produção a nível estadual ou nacional.

1.1 Justificativa

Fazer um texto jornalístico sempre foi uma tarefa singular em relação à produção de textos de outra natureza. Principalmente, quando se trata de texto para veículos de comunicação. Afinal de contas, o texto não está ali apenas para documentar ou registrar um fato, e sim para atrair interessados em consumir esse material produzido. No caso da imprensa escrita, é para atrair leitores. No caso da imprensa falada, atrair ouvintes ou telespectadores.

Por essa razão, os redatores devem ter a sensibilidade de trazer um texto correto, porém que tenha a clareza necessária, e o fôlego necessário para atrair receptores.

Podemos comparar, por exemplo, um texto jornalístico, com um texto para o Diário Oficial da União. Quando esse texto para o Diário Oficial é produzido, a intenção de quem o escreve é utilizar as palavras corretas para que não exista dúvida em sua interpretação, e por mais complexa que possa ser a linguagem, a clareza do que ele quer dizer é o que importa.

Podemos dizer que esse tipo de publicação, diferentemente de um texto jornalístico em veículos de imprensa, não tem o objetivo principal de atrair um maior número de leitores, e sim de dar informação correta aos profissionais que vão ler esse texto e transmiti-lo, ou aplicá-lo após a sua interpretação. Esse exemplo comparativo nos serve para entender o quão tênue é a linha para um jornalista, pois não está contando histórias fictícias, onde pode criar qualquer situação para atrair público.

O jornalista de veículos de imprensa tem a responsabilidade de retratar a verdade, e simultaneamente precisa fazer com que seu texto gere atração do maior número de leitores. Por isso, analisar-se-á de que forma isso acontece no Vale do Taquari, onde as peculiaridades culturais e geográficas se diferenciam em relação a outras regiões, e como os veículos de radiojornalismo vêm buscando atingir o público com uma linguagem muitas vezes coloquial, em uma região que se acostumou com o jornalismo popular, mas sem deixar de cumprir as regras básicas para que se faça um jornalismo ético.

1.2 Objetivo geral

Identificar como os veículos de radiojornalismo conseguem atingir o público com as características variadas do Vale do Taquari, com as diferentes etnias e até dialetos da população, utilizando formas adequadas de linguagem.

1.2.1 Objetivos específicos

a)Descobrir se o texto é que deve ser adequado a uma linguagem mais coloquial, se a informalidade na forma como os programas jornalísticos são transmitidos é que pode influenciar no entendimento dos ouvintes, ou se

apenas no estilo de locução que é feito, pode mudar para melhor a clareza com que uma informação é recebida pela população;

b) Procurar saber se a linguagem coloquial realmente pode ajudar os veículos de rádio, na compreensão do conteúdo pelo ouvinte do Vale do Taquari, mesmo em programas que não são de entretenimento;

c) Analisar a importância da linguagem coloquial em programas de rádio e tendo compromisso com a verdade, como são os programas jornalísticos;

d) Identificar opiniões de alguns ícones do radiojornalismo popular do Vale do Taquari;

e) Realizar uma correlação entre as informações sobre linguagem obtidas nas obras de autores, com os depoimentos dos profissionais nas entrevistas

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nessa parte do trabalho traz-se definições de autores e dicionários, quanto a termos. Relacionar argumentações, com as entrevistas que feitas com profissionais do ramo radiofônico. Estão aqui, não apenas termos técnicos, como alguns conceitos de diversos autores, quanto ao entendimento do tema abordado no trabalho. Serão relacionados a falas dos entrevistados e encontrar-se-á a teoria na prática desses profissionais para, conseqüentemente, encontrar essas práticas nas teorias dos autores.

2.1 Linguagem coloquial x Linguagem informal

Importante definir a relação entre duas expressões usadas de forma frequente: a linguagem coloquial e a linguagem informal. Essas duas expressões, como se pode ver, têm relação, embora não sejam exatamente a mesma coisa. No título, utilizou-se o termo “linguagem coloquial”, porém, no trabalho, por vezes será utilizado o termo “linguagem informal”, justamente pela relação direta que se percebe que os dois têm.

A linguagem coloquial compreende a linguagem informal, popular, que utilizamos frequentemente em situações informais como numa conversa entre amigos, familiares, vizinhos, etc.

Quando utilizamos a linguagem coloquial, decerto que não estamos preocupados com as normas gramaticais. Por isso, falamos de maneira rápida, espontânea, descontraída, popular e regional com o intuito de interagir com as pessoas.

Dessa forma, é comum usar gírias, estrangeirismos, abreviar e criar palavras, cometer erros de concordância, os quais não estão de acordo com a norma culta (TODA MATÉRIA, 2019, TEXTO DIGITAL).

Importante também definir o que é linguagem informal e também o seu oposto, a linguagem formal.

A linguagem informal (ou coloquial) e a linguagem formal (ou culta) são duas variantes da linguagem utilizadas na interação humana e que possuem características particulares. Confira abaixo as diferenças:

Linguagem informal é a variante espontânea utilizada nas relações de informalidade. Ela não apresenta preocupações com as regras gramaticais.

Linguagem formal é a variante prestigiada e padrão utilizada nas relações formais. Ela segue as normas gramaticais da língua. Assim, vale ficar atento ao contexto e ao tipo de linguagem (oral, escrita) para não cometer erros graves nas interações sociais (TODA MATÉRIA, 2019, TEXTO DIGITAL).

Pode-se perceber que a linguagem informal tem basicamente a ver com a espontaneidade. Praticamente, ela tem o único objetivo de fazer o receptor compreender a mensagem, utilizando os recursos mais variáveis possíveis. Já a linguagem formal segue um padrão de normas de gramática. Não basta querer dizer, é preciso deixar claro pelo menos na gramática. Mesmo que o receptor não tenha o conhecimento para interpretá-la de forma correta, as regras gramaticais no caso provam o que se quer dizer.

Pode-se citar como exemplo a prescrição de uma lei, que jamais pode ser postada de maneira informal, pois se trata de algo que serve para base de toda uma população e existem profissionais preparados para traduzir e interpretar esse texto formal.

2.2 Termos técnicos

Traz-se aqui alguns termos técnicos que serão vistos durante o estudo de caso e nas entrevistas analisadas em anexo. No estudo de caso haverá citações que estão inclusas nessa fundamentação teórica. Aqui trar-se-á as citações na íntegra e no estudo de caso como uma maior riqueza de argumentação ao seu redor.

Os termos que serão explicados são: sotaque; dialeto; telejornal; telejornalismo; apresentador; gestor; audiência; chula; radionovela; vinhetas; spots; jingle; e documentários.

A primeira a ser definida é um termo que aparece diversas vezes quando se estuda a linguagem na região do Vale do Taquari. É o termo 'sotaque'.

Substantivo masculino. Pronúncia própria de cada indivíduo, região ou nação: sotaque mineiro. Pronúncia que alguém tem ao falar outro idioma, caracterizada pela influência de aspectos linguísticos da sua língua materna: falava inglês com sotaque. Comentário que repreende, censura; motejo. Dito repleto de atrevimento; gracejo ([SOTAQUE], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

No estudo de caso aborda-se as particularidades da região do Vale do Taquari. Uma delas são os dialetos das línguas alemãs e italianas. Portanto, aqui traz-se a definição de dialeto:

Variedade regional de uma língua. Modo de falar restrito e próprio de uma comunidade linguística menor, pertencente a outra maior, inserida numa mesma língua.[Linguística] Toda variedade linguística que, embora possua particularidades específicas, não é considerada outra língua: dialeto caipira.[Por Extensão] Maneira própria de falar; linguagem ([DIALETO] DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

No desenvolvimento, traz-se exemplos do uso da linguagem coloquial em programas jornalísticos de televisão. Importante ter-se a definição de alguns termos que são utilizados para explicar esses exemplos na área de TV ou da radiodifusão de um modo geral. Aqui define-se o termo telejornal:

Noticiário jornalístico transmitido pela televisão, geralmente acompanhado de cenas cinematográficas dos principais acontecimentos ([TELEJORNAL], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Destaca-se também a palavra telejornalismo, que surge com frequência nessas exemplificações, que são importantes para a compreensão do estudo de caso.

Atividade jornalística que exerce o telejornal ([TELEJORNALISMO], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Dentro de uma empresa de radiodifusão existem várias funções, mesmo aquelas que não estão ligadas à parte técnica. Importante trazer na essência nessa

fundamentação teórica a definição de alguns termos. A seguir traz-se a definição da palavra apresentador

Adjetivo que apresenta. Etimologia (origem da palavra apresentador). Apresentar + dor.substantivo masculino. O que apresenta. Pessoa que apresenta as atrações de um espetáculo, especialmente no rádio ou TV.Portador de título de crédito. Variação de apresentante ([APRESENTADOR], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Nas entrevistas feitas foi importante analisar não apenas a visão dos jornalistas e comunicadores, mas também de um gestor que fala da importância desses profissionais que usam a linguagem coloquial, já que esse é o tema do trabalho. A palavra gestor tem uma definição bastante ampla:

Indivíduo responsável pela administração e pelo gerenciamento (planejamento, organização, controle e direção) dos bens ou dos negócios que pertencem a outra pessoa, empresa ou instituição; administrador: gestor escolar, gestor de empresas, gestor financeiro ([GESTOR], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

O termo audiência é um dos mais emblemáticos pois toda análise e, nesse trabalho, é voltado para aprovação da mesma.

Reunião dos indivíduos (ouvintes ou espectadores) que, por suposição, por pesquisa, por estimativa ou por comprovação estatística, assistem a determinados programas de televisão ou de rádio.[Por Extensão] As pessoas que fazem parte do público em geral; plateia.[Jurídico] Sessão solene que, ocorrendo num tribunal, tem o objetivo de julgar uma causa, ouvir as testemunhas, os advogados e/ou partes interessadas em sua resolução. Ação de prestar atenção ou de ouvir atentamente a pessoa que fala; audição. Ação de receber uma pessoa (ou autoridade) com a intenção de ouvir aquilo que ela tem a dizer, a relatar, a pedir etc.; essa ação e o tempo de sua duração ([AUDIÊNCIA], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Importante sempre separar e deixar muito bem definido o que se fala falando no estudo de caso. Os entrevistados e também os autores de livros se preocupam muito com a confusão que pode ocorrer entre a linguagem coloquial e a linguagem chula.

Sem educação, delicadeza e requinte; rude, grosseiro. De teor obsceno; que se opõe ao pudor; baixo calão: linguagem chula ([CHULA], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

O rádio, em sua história, tem a presença das radionovelas, e não há como falar de rádio em tempos antigos, sem citar a presença delas. A radionovela fez

parte de uma história mais distante, e por isso é importante definir aqui seu significado.

Novela radiofônica; radioteatro (gravado ou ao vivo) transmitido geralmente em capítulos diários, em horários determinados ([RADIONOVELA], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Existem também alguns termos técnicos que talvez sejam difíceis de serem compreendidos por quem não trabalha na área. Ou que possam ter um duplo significado dependendo do contexto. O termo vinhetas é um deles, o que define-se aqui:

Vinhetas é o plural de vinheta. No intervalos comerciais de um programa de rádio ou de televisão, pequena música, texto ou filme, utilizada para destacar o programa, a emissora ou o patrocinador em questão. Artes Gráficas. Pequeno enfeite usado para identificar ou ilustrar um livro, um texto; ornamento usado para enfeitar uma composição tipográfica ([VINHETAS], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Outros termos técnicos têm origem em língua estrangeira. A maioria na língua inglesa. Por exemplo, um dos termos técnicos que mais aparecem no desenvolvimento do trabalho é a palavra *spots*.

Spots é o plural de spot. O mesmo que: anúncios, focos ([SPOTS], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Outro muito comum quando se fala em rádio e em veículos de comunicação é o *jingle*. Ele é utilizado em várias plataformas de comunicação. Onde existe áudio, há a possibilidade de encontrá-lo.

Palavra inglesa, usada em propaganda, com o significado de anúncio musicado em rádio ou televisão ([JINGLE], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Um termo utilizado no desenvolvimento, pois ele é uma parte muito importante: o “documentário” é algo que não faz parte de forma frequente do mundo do rádio hoje em dia. Mas merece ser estudado quando se trata de linguagem.

Documentários é o plural de documentário. Relativo a documentos. Filme montado com filmagens de acontecimentos reais: um documentário sobre os jogos olímpicos ([DOCUMENTÁRIOS], DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

Estes são alguns termos técnicos encontrados durante todo o trabalho. Buscou-se conceitos sobre estes termos para que logo adiante, em caso de

utilização dos mesmos, se possa ter o exato significado para cada um. A partir de agora traz-se também conceitos de autores sobre o tema central do trabalho na prática e também os relaciona com os entrevistados no estudo de caso, analisando e buscando encontrar nos conceitos teóricos dos autores as vivências apresentadas pelos profissionais entrevistados. Certamente estes termos técnicos definidos agora, em sua maioria, aparecem nessa fundamentação e em outras partes do trabalho. Por essa razão, entende-se ser importante essas definições trazidas para que não exista dúvida nas expansões.

2.3 O jornalismo regional e sua linguagem coloquial

Um radialista deve ter respeito pelos costumes e pela história de sua região. O autor Carlos Nascimento em alguma de suas obras fala sobre o cuidado de não confundir informalidade com relaxo, o que segundo ele costuma acontecer em emissoras de menor porte e que abrange uma região. Conhecer a região onde se trabalha pode facilitar a comunicação.

2.3.1 A relação histórica da linguagem coloquial com o Vale do Taquari

A linguagem coloquial cada vez mais ao longo da história vem fazendo parte do radiojornalismo. Pode-se referir a ela também como linguagem informal. É importante dizer que este é um fenômeno que acontece também em outras plataformas como o jornalismo impresso ou o telejornalismo. No Vale do Taquari não é diferente. O trabalho trata do radiojornalismo no Vale do Taquari e o modo de como a linguagem informal é inserida.

Nessa monografia estão inclusas uma série de entrevistas feitas com profissionais da área que costumam utilizar essa forma de linguagem nas suas atividades aqui no Vale do Taquari. Também o depoimento de um gestor de uma emissora de rádio jornalística, em que fala sobre a importância de contar com profissionais que saibam utilizar esse tipo de linguagem. Esse gestor, inclusive, em sua entrevista, nos disse que o Vale do Taquari é uma região e se acostumou a ouvir um rádio jornalismo de linguagem popular. É claro que faz parte desse jornalismo popular a linguagem coloquial, ou informal. O autor Carlos Nascimento

chega a citar, em uma obra sua, que o radiojornalismo regional deve conter características da cultura local em sua linguagem.

A primeira condição para existir um jornalismo regional é que seja Universal (NASCIMENTO apud SAVENHAGO, 2012, p 13).

É evidente que, para uma emissora de radiojornalismo regional atingir o seu público, ela precisa pautar assuntos que interessem a sua região, e Nascimento cita isso na mesma obra.

É necessário que todos entendam a mensagem que está sendo transmitida e percebam que o jornalista quer integrar as pessoas de sua cidade e região ao que se passa no restante do mundo (NASCIMENTO apud SAVENHAGO, 2012, p 13).

Esta é uma região que historicamente se acostumou com o jornalismo popular em rádio, ou seja, em que a grande massa populacional que gosta de notícias em rádio, procura conteúdo popular. Isto nitidamente é sentido nas participações e interação do público quando esse tipo de jornalismo é colocado ao ar, mesmo quando há outras opções disponibilizadas na emissora, como se pode ver no depoimento do diretor executivo do Grupo Independente, Ricardo Brunetto. Ele cita o fato da região se acostumar com uma linguagem que possa ser compreendida por todas as classes, e a grande importância que a única emissora que traz apenas jornalismo em toda a sua programação, dá a esses profissionais. Brunetto diz que o resultado em audiência, interação e, inclusive, comercial, para a emissora é muito positivo. O diretor cita que o respeito pela cultura local é fundamental para que esses bons resultados ocorram.

Essa característica vai de encontro ao que diz o autor Carlos Nascimento, na obra organizada por Igor Savanhago.

Um dos vínculos mais fortes entre um veículo de comunicação e uma comunidade é o respeito pela história comum. Isto custa caro exige profissionais competentes e significa horas de programação local o que acabou se tornando um problema para emissoras de rádio. É mais fácil e lucrativo juntar-se a uma das redes "sat" retransmitir os programas de São Paulo ou de outras capitais que nada tem a ver com o universo local (NASCIMENTO apud SAVENHAGO, 2012, p 19).

O radiojornalismo no Vale do Taquari passou por transformações, especialmente na última década. O surgimento de rádios comunitárias fez com que informações em rádio fossem difundidas, embora grande parte da grade de

programação dessas emissoras seja musical. As emissoras FM possuem em sua programação um estilo popular.

O jornalismo está inserido na programação das rádios musicais, mas nitidamente precisa se adequar ao interesse de quem ouve programas populares de música, tanto no conteúdo que é pautado quanto na linguagem. O rádio AM também passou por transformações. Mesmo com programas ou emissoras totalmente jornalísticas, o jornalismo popular sempre foi a solução quando a busca por audiência ou por uma maior adesão de ouvintes e até a arrecadação comercial era necessária.

2.4 O exemplo do telejornalismo

Essa necessidade de inserção do jornalismo popular mostra que, mesmo quando um espaço radiofônico traz um jornalismo mais técnico, ele necessita de uma adequação de linguagem que atenda também o público com menos grau de instrução escolar, e novamente a linguagem coloquial é utilizada. O autor jornalista William Bonner traz, em seu livro “JN, Modo de Fazer” (2009), a importância que um espaço jornalístico de grande adesão popular de atingir tanto o público mais esclarecido e com maior formação escolar e acadêmica quanto o público com menos formação. Bonner fala do desafio do editor e dos relatores de encontrar uma linha tênue que pelo menos busque se aproximar de todos os extremos do público que se procura alcançar.

É muito importante não confundir linguagem informal ou coloquial com uma linguagem de baixo calão ou até mesmo chula. Estamos falando de jornalismo e a seriedade evidentemente necessita ser mantida.

Sem educação, delicadeza e requinte; rude, grosseiro. De teor obsceno; que se opõe ao pudor; baixo calão: linguagem chula ([CHULA] DICIO, 2018, TEXTO DIGITAL).

2.4.1 Jornalistas que são referência na linguagem coloquial na TV

Alguns nomes na história do telejornalismo, e que atuavam também em emissoras de rádio, são referências a nível nacional quanto ao uso da linguagem coloquial, com o objetivo de traduzir as notícias para a população que a consome.

O jornalista e economista Joelmir Beting evidentemente trabalhava na editoria de economia. Ele exercia, em seus comentários em rádio e TV, a atividade de traduzir para uma linguagem coloquial e até mesmo popular, as novidades da economia que interessavam a população. Ele fazia isso sem perder a credibilidade e a seriedade das suas participações. É uma missão muitas vezes executada por âncoras de programas radiojornalísticos ou até mesmo de telejornais.

O jornalista Ricardo Boechat fazia essa função em programas de rádio, que não eram necessariamente populares, pelas pautas que eram escolhidas. Mas a linguagem que ele utilizava para assuntos políticos econômicos, que até poderiam ser considerados chatos por uma grande parcela da população, fazia uma rádio estilo “*news*”, no caso a Band News, ter uma maciça adesão popular, tanto que dezenas de taxistas homenagearam Boechat no dia do seu trágico falecimento, pois a classe em São Paulo assumidamente gerava uma grande audiência ao jornalista Ricardo Boechat.

Boechat sabia exatamente a linha tênue entre ter opinião e ser sensacionalista. De dar gargalhadas em um programa que ancorava, e ainda assim, ser um programa que não perdia a seriedade.

É claro que se fala de um processo evolutivo ao longo da história de programas radiofônicos jornalísticos. A estrutura das emissoras de rádio mudou, a linguagem também. Isso aconteceu em outras plataformas e não foi diferente na região do Vale do Taquari. Antes de focar na região é importante lembrar que a busca por uma linguagem coloquial ou por métodos de trazer uma maior clareza nas informações mais técnicas das notícias já existe há décadas em todas as plataformas. Pode-se afirmar que a inserção das charges em jornais impressos teve essa função. Além de dar uma leveza nos carregados jornais de décadas passadas, acabava muitas vezes por traduzir temas de destaque nas edições.

Em rádio e TV, pode-se dizer o que é inserção de uma figura que opina sobre alguma notícia pode ter também essa função. Como o cuidado de deixar claro que aquela é uma opinião do comentarista, ele pode, em seu comentário, realizar a função de explicar de uma forma mais minuciosa e coloquial, em função de não estar preso a um texto corrido, uma notícia que anteriormente fora lida, porém de uma forma um tanto mais formal do que um comentário autêntico, e ocasionalmente não compreendida na sua clareza ideal.

Mas isso são apenas maneiras alternativas de trazer uma linguagem mais coloquial às informações de um espaço jornalístico.

2.4.2 A postura do Jornal Nacional

Quando falamos em telejornal que atinge maciça audiência, o maior deles no país é o Jornal Nacional. Programa da TV Globo, o noticioso é líder de audiência no Brasil, ou pelo menos foi, na maioria do tempo desde sua estreia em 1º de setembro de 1969. Em sua obra, em 2009, o editor-chefe do programa, e apresentador do mesmo, William Bonner, trouxe características que exemplificam perfeitamente o uso da linguagem coloquial, mesmo quando se trata de rádio no Vale do Taquari.

O autor e jornalista William Bonner usa como metáfora em sua obra, "Jornal Nacional, Modo de Fazer" (2009), a imagem do quadro Santa Ceia, de Leonardo Da Vinci. Ele disse que em um lado extremo da mesa está Bartolomeu. Bonner o imagina como um homem com alto grau de estudo e pós-graduado, que chegara do exterior após uma viagem de negócios. No outro extremo da mesa está Simão, e Bonner o caracteriza como um homem humilde do interior paulista, que trabalhou o dia todo, que está ansioso pela partida do seu time do coração, e pelo avançado de sua idade, cada vez tem menos esperança de realizar o sonho de conhecer a capital de seu estado. E ao centro dessa mesa está um homem que tem condições de ter contato como esses dois extremos, ou com pessoas que se aproximam deles, pois entre Bartolomeu e o centro da mesa, e entre Simão e o centro da mesa existem ainda outras pessoas que estão no meio termo de diferentes culturas mas que interagem entre si, e todos da mesa têm coisas em comum. Após metaforizar,

Bonner (2009) explica que esse homem do centro de uma certa forma são os programas jornalísticos. O autor provoca trazendo um problema:

Como é que conseguiremos tratar de assuntos tão complexos de forma a sermos compreendidos por Simão e a não aborrecer vamos Bartolomeu? Seria possível encontrar uma equação matemática, ou linguística, que nos indicasse a fórmula para solucionar esse problema? Resposta: não (BONNER, 2009. p 214).

O autor traz ações que podem nos ajudar para tentar pelo menos se aproximar no cumprimento dessa tarefa, pois entende que se aproximar desses públicos é o grande e fundamental desafio.

O que pode nos ajudar é uma abstração. Se mirarmos a área mais Central daquela mesa longa, encontraremos pessoas que, estrategicamente, estão ao alcance de Bartolomeu, de um lado, e de Simão, do outro. É provável que as pessoas postadas nessa porção da mesa estejam e equidistantes de Simão e de Bartolomeu na pirâmide social, no espectro ideológico, no histórico de permanência nas salas de aula. Porque ali, no centro, está o "chefe" da família. Um homem ou uma mulher que ostenta a condição de pessoa mais preparada no núcleo doméstico. Aquela pessoa que, por ter contato com gente mais humilde e com gente mais afortunada, tem acesso aos dois extremos da mesa – e, por isso mesmo, se faz entender tanto de um lado quanto do outro (BONNER, 2009. p 214).

Na obra de William Bonner, "Jornal Nacional, Modo de Fazer", o autor cita uma pesquisa feita no ano de 2003 sobre o principal telejornal de TV aberta do país. O autor conta que duas entrevistas chamaram a atenção na época. Essas entrevistas retratam um pai de família, que é perguntado pelos filhos quando não entendem alguma notícia do Jornal Nacional, pois a família costuma assistir reunida o programa. O pai de família conta que, quando não consegue responder alguma dessas perguntas dos membros da família, ele sente vergonha. Na época isso chamou a atenção dos editores do telejornal.

Se cada um de nós, editores, repórteres, produtores Jornal Nacional, pudesse identificar esse telespectador e se aproximar dele, sabe o que é que diríamos, depois de ouvir esse depoimento? Nós diríamos a ele que não há motivo algum para se sentir envergonhado. Que ele não falhou ao não compreender alguma notícia. Que o fracasso foi nosso, Por que é Nossa a obrigação de levar a ele os fatos do dia numa linguagem adequada - e como nível de detalhamento que lhe permita entender tudo. Somos nós que temos que nos penitenciar, não ele. Somos nós (BONNER, 2009. p 217).

Esse tipo de pesquisa evidencia a necessidade de um programa jornalístico intensificar os cuidados com a clareza dos textos. Para atender a população é preciso construir frases com início, meio e fim na ordem direta. Até porque orações invertidas, quando ouvidas, dificultam muito mais a compreensão, além de não serem usadas naturalmente na linguagem oral.

Importante lembrar que é preciso traduzir palavras técnicas, cujo sentido seja ilusoriamente dominado pelo público, quando na verdade é dominado pelos jornalistas e nem assim são ditas no seu dia-a-dia informalmente. Pode-se aqui citar um exemplo de um termo muito utilizado na economia. A palavra "superávit". Na política se usa outra palavra que se enquadra nessa situação, o termo "quórum". Também é importante traduzir as siglas, ou até evitá-las quando não são necessárias.

William Bonner, em seu livro, conta que a pesquisa citada acima foi uma chamada de atenção na redação do Jornal Nacional em 2003.

Quando passei a integrar a equipe do Jornal Nacional, em 1996, o braço direito do editor-chefe de então, o bauruense Amauri Soares, era o editor executivo Odejaimé Holanda, natural do litoral sul do Rio de Janeiro. Diante de uma palavra ou expressão incomum, Odejaimé "acendia a luz amarela" na redação: - isso aí a minha mãe não vai entender (BONNER, 2009. p 218).

O autor Bonner explica por que conta essa passagem em sua obra, e para quem faz jornalismo popular até mesmo em uma emissora de rádio regional, é algo que deve ser levado em conta.

Naqueles tempos, nosso espectador médio, alvo de todos os nossos cuidados com o texto, era "a mãe do Odejaimé". A ponto de a própria ter sido convidada a participar de um encontro nacional de editores de afiliadas da Rede Globo. É nos perguntávamos, diante de certas frases, se a mãe do Odejaimé iria entender aquilo (BONNER, 2009. p 218).

Esses exemplos da obra de William Bonner e de sua experiência reforçam a ideia de que em um programa de jornalismo popular como é também a característica do Vale do Taquari, deve-se levar em conta o cotidiano e o dia-a-dia. Precisa-se usar a geografia, inclusive. Nas estações que contam a história do Jornal Nacional pode-se perceber que os editores da época usam exemplos de pessoas de

pequenas cidades do principal estado do país. Ele não retrata exatamente toda a característica de um país de dimensões continentais como o Brasil. Mas provavelmente os exemplos utilizados retratam uma grande maioria e esses exemplos são de uma região que aglomera a maior diversidade e encontro de culturas possível dentro do nosso país.

Assim, pode-se olhar para o Vale do Taquari. Talvez esse grande encontro de culturas seja um município-polo. Lajeado possui trabalhadores, estudantes e outros imigrantes de vários municípios da região. Também aglomera muitas pessoas de outras regiões e países. Para um veículo radiofônico regional, talvez buscar termômetro do público da cidade de Lajeado, seja a forma que chegaram mais próximo da compreensão dos extremos da região.

Pode-se lembrar que o Vale do Taquari tem a região alta com forte influência da colonização italiana. Tem os municípios que se aproximam de Taquari e que têm forte origem açoriana. Na sua área Central, a colonização alemã tem forte influência. Quando se fala de veículos radiofônicos com abrangência menor e que fazem radiojornalismo tem que ser os municípios de sede essa área de observação evidentemente é menor e integra a cultura local daquela cidade. Mas mesmo assim, dentro de um mesmo município ou até dentro de um mesmo bairro, há diferentes públicos. Quando se fala em observar o cotidiano de vida das pessoas, pode-se mais uma vez citar William Bonner:

Um carro bateu no ônibus diante dos seus olhos, na esquina da sua rua. Você encontra um amigo e conta a ele o que viu. Você se exprime como um vocabulário de uso comum, de forma a ser compreendido imediatamente. O que é passado é passado - e, portanto, você flexiona os verbos no pretérito para explicar como tudo aconteceu. É assim que as pessoas fazem. Mas será assim que fazem os programas jornalísticos? (BONNER, 2009. p 226).

2.5 A linguagem coloquial na produção de rádio

Mesmo falando de Vale do Taquari, algumas regras em termos de produção de conteúdo de rádio são universais, e ajudam a compreender o uso da linguagem coloquial no Vale do Taquari. Aqui traz-se algumas informações quanto à produção de rádio encontradas na obra de Magaly Prado, e como elas estão inseridas na produção de radiojornalismo no Vale do Taquari.

2.5.1 A produção de rádio no Brasil e a adequação a realidade regional

Aqui uma citação para se fazer uma reflexão, se se está realmente buscando esse encontro de linguagens com o nosso ouvinte.

Para apresentar clareza em uma leitura de notícia em rádio, o locutor não apenas deve ter cuidado com o uso das palavras e a escolha de um vocabulário que atinja o público desejado. Outras questões são importantes para atingir essa meta. Magaly Prado, em seu livro "Produção de Rádio. Um Manual Prático", alerta sobre isso.

Claro que o locutor do noticiário não precisa ler as notícias como se estivesse na sala de casa, contando as últimas para a família. Nesse caso, todos sabem que ele está lendo. Basta caprichar na pontuação e na cadência da velocidade. Uma leitura dando informações não pode ficar monótona. Porém, nada de arroubos interpretativos. O locutor não está no palco. Não pode se exaltar mesmo que notícia e finalmente a prisão de Bin Laden. Muito menos chorar de emoção ao noticiar o bebê encontrado vivo dentro de um saco plástico boiando no lago (PRADO, 2006.p. 93).

É importante destacar aqui as diferenças de funções que existem entre locutores de notícias. Magaly Prado diferencia locutor de um apresentador e também de um âncora.

Locutor é diferente de um apresentador e de um âncora. A denominação muda de uma rádio para outra, mas, em geral, costuma-se dizer que o locutor é aquele que lê - desde notícias a recados e anúncios - e anuncia e desanuncia as músicas. O apresentador além de fazer o que faz o locutor, apresenta convidados, interage, faz perguntas, atende e conversa com os ouvintes no ar. E o âncora faz tudo o que o apresentador faz e ainda pode emitir opinião comenta os fatos, esbraveja, lamenta etc (PRADO, 2006.p. 93).

Pode-se identificar que essa realidade acaba variando de emissora para emissora. No Vale do Taquari existem emissoras de maior porte e que se inspiram em emissoras dos grandes centros. Essas se aproximam mais dessas regras e funções. Mas, evidentemente, não têm uma divisão tão exata. Nessa mesma obra, a autora Magaly Prado afirma que:

Nas emissoras de grande porte essa divisão de funções é bem definida. Já em rádios menores, os locutores fazem de tudo. Acontece muitas vezes de locutor falar mais do que deveria, fazendo comentários indesejáveis, racistas, preconceituosos, machistas, ou seja, soltando o verbo de forma politicamente incorreta. Quando não querem dar uma de humoristas e fazem piadas sem graça... Locutores assim são a vergonha da classe. O responsável pela produção do programa pode alertar o locutor de que ele não está sendo feliz nas intervenções equipe deve seguir o roteiro ou,

quando muito, falar algo que acrescente ao ouvinte e não fazê-lo perder tempo com bobagens (PRADO, 2006.p. 94).

O Vale do Taquari é uma região colonizada por imigrantes europeus. Basicamente alemães italianos e açorianos têm forte influência no linguajar da população da região. Evidentemente que existem outras etnias, como por exemplo os indígenas, ou mesmo pessoas que migraram de outras regiões para o Vale do Taquari. Por mais que o locutor trabalhe em um veículo que tenha alcance apenas em uma pequena região, ou um pequeno município, e que ali predomine apenas uma etnia ou sotaque, ele deve ter cuidado para não excluir aqueles que são minoria mas também podem ser seus ouvintes. É importante utilizar termos que gerem identificação da população local como o locutor de notícias, como é mencionado nas entrevistas com profissionais de radiojornalismo do Vale do Taquari, o está incluso neste trabalho. Mas, em contrapartida, a autora Magaly Prado lembra que é importante evitar o sotaque.

Uma boa pronuncia é fundamental. Não é bom fazer uma locução com sotaque, seja ele qual for. Se o locutor está em uma emissora fora de sua região, onde se fala com determinado sotaque, deve fazer um treinamento para eliminá-lo quando foram para outra rádio de outra região. Na maioria das emissoras é permitido seu sotaque foram bem leve (PRADO, 2006.p. 95).

O Vale do Taquari é um grande exemplo disso. Existem diferentes sotaques dentro do Vale, e a região tem muitas colonizações de diferentes etnias. Os açorianos, municípios próximos a Taquari, os alemães, na região baixa, e os italianos na região alta. Existem emissoras de rádio na maioria desses municípios, e alguns profissionais transitam direto em suas carreiras em várias dessas emissoras. É muito comum na população do Vale do Taquari o uso do dialeto alemão e italiano. No alemão existe uma peculiaridade no Vale do Taquari. Enquanto a maioria das pessoas que falam em alemão, usam o dialeto.

Hunsrückisch, o município de Westfália tem como tradição utilizar o dialeto Plautdietsch, O que é de uma região específica da Alemanha, que colonizou onde hoje se situa Westfália. Lá existe um dicionário desse dialeto, e a prefeitura chegou a aprovar uma lei que considera o mesmo como língua oficial. A Rádio Líder de Westfália é uma rádio comunitária que transmite notícias para o local. Eles usam, em alguns momentos, o dialeto para que a população se identifique. Mas é claro que

nem toda a população do município se identifica com essa forma de falar, e uma linguagem universal e clara é necessária para atender a todos em bom português.

Muita coisa se resume na necessidade do locutor de notícias se colocar no lugar do ouvinte. Em diversas obras que falam sobre locução de notícias, tanto de radiojornalismo como de telejornalismo, essa necessidade é reafirmada.

Ao apresentador cabe também colocar-se no lugar do ouvinte. Assim, caso uma informação do repórter não fique suficientemente clara, é obrigação do apresentador esclarecer, fazer nova pergunta, tentar o entendimento perfeito da informação (PRADO, 2006.p. 96).

Um cuidado muito importante é evitar os vícios de linguagem. Por mais que se tente ser informal, deve-se cuidar para que, ao procurar falar de uma forma espontânea, não se fale de uma forma que irrite quem ouve. Um exemplo é citado na obra de Magaly Prado, "Produção de Rádio, Um Manual Prático":

Hoje em dia é moda colocar o termo "aí" no meio das frases. Por exemplo: "você vai ouvir aí a música." Outra expressão que virou mania é "ele que é" ou "ela que é", normalmente usada para apresentar as pessoas. Se prestar atenção vai descobrir que a expressão pode ser eliminada, sem problemas de entendimento, e a frase vai soar muito melhor (PRADO, 2006.p. 98)

É importante ter cuidado para falar a mesma coisa de diferentes formas. E não se fala apenas de sinônimos, mas sim na formação de frases e argumentações, e isso evidentemente inclui o rádio. O comunicador deve ter um vasto plantel de vocabulário, e também um vasto universo de ideias para explicar, ou argumentar sobre algo.

Você sempre pode encontrar uma forma elegante e criativa de dizer a mesma coisa sem incorrer nas fórmulas desgastadas pelo uso excessivo. Proceda da mesma forma com as palavras e formas empoladas ou rebuscadas que tentam transmitir a mera ideia de erudição. O noticiário não tem lugar para termos como tecnologizado, agudição, consubstanciação, execucional, operacionalização, metalização, transfuncional, paragonado, rentabilizar, paradigmático, programático, emblematizar, congressual, instrucional, embasamento, resocialização, dialogal, transacionar, parabenizar e outros do gênero (PRADO, 2006.p. 99).

Muitas vezes se pode dizer a mesma coisa de formas diferentes, mudando a entonação, trocando certas palavras por sinônimos, ou sendo mais detalhista em uma explicação, e até mesmo sendo mais objetivo em outros casos. A sensibilidade

do que é mais adequado para cada momento é necessária para o jornalista, e como já foi dito, não se trata apenas de trocar palavras por sinônimos.

No Vale do Taquari não é diferente. Em um curto deslocamento, pode-se perceber uma mudança de culturas de município para município, de bairro para bairro, ou até mesmo nas diferentes localidades do interior. Isso faz com que trabalhar em veículos de imprensa exija uma sensibilidade muito grande para entender qual a linguagem a ser utilizada na comunicação.

Tanto em veículos que abrangem toda a região do Vale do Taquari, onde o desafio é atingir a todas essas variantes, quanto em veículos que atingem apenas uma localidade, um bairro ou município pequeno, o ideal é que se conheça muito sobre os costumes locais nesse caso, para que se crie uma identidade da população com o veículo de comunicação, ou mesmo, com o próprio jornalista.

Podemos perceber que isso vai de encontro com o que alguns de nossos entrevistados disseram. O jornalista e radialista Paulo Rogério dos Santos lembra que o apresentador de um programa jornalístico de rádio precisa saber muito mais do que aquilo que está escrito na notícia que ele está apresentando, pois se precisar reverberar algum termo, ou explicá-lo de uma forma diferente, ele precisa ter uma vasta argumentação, ou vocabulário para de diversas formas conseguir esmiuçar a informação até que o ouvinte possa ter entendido.

O entrevistado e radialista João Pedro Stacke também fala sobre a busca de encontrar a linguagem correta para agradar o seu público, e ter a sensibilidade para saber as características desse público, e atingir o objetivo de falar a linguagem dele. João Pedro lembra que, muitas vezes, isso pode mudar de emissora para emissora, de município para município, ou até mesmo de bairro para bairro. O radialista Renato Worm também fala sobre isso, e conta que é uma prática sua repetir uma informação, e buscar repetir de forma diferente, com novas palavras, ou até com outro tipo de texto, sempre com o objetivo de trazer com maior clareza a notícia para o receptor que está ouvindo o programa de rádio. Pode-se perceber, mais uma vez, que a teoria dos autores, quando falam em jornalismo regional, se faz realidade, na prática, com comunicadores no Vale do Taquari.

2.6 O testemunho dos radialistas

Em seu depoimento, o radialista e jornalista Renato Worm, cita o exemplo do programa Boca do Povo, na Rádio Independente. O programa, que iniciou em abril de 2018, vai ao ar das 17 horas às 19 horas, de segundas a sextas. O Boca do Povo justamente tem a linguagem coloquial como característica e vem trazendo resultados em termos de engajamento pelas redes sociais, e também resultados comerciais, ou seja, volume de patrocínio. O apresentador Renato Worm conta com o repórter Joel Alves, que traz entrevistas ao vivo, geralmente envolvendo fatos policiais, e reclamações da população em relação a serviços públicos.

O repórter traz o contraponto dos responsáveis por esses serviços. Outra característica da reportagem do programa são campanhas solidárias com cunho de assistência social. Além de fazer a parte jornalística informando a situação atípica de alguma pessoa que precisa de ajuda, a campanha social que envolve ajuda com mantimentos ou até com alguma necessidade específica, faz parte do programa. Essas características trazem ouvintes de todas as classes sociais para o programa. O horário de fim de tarde, quando as pessoas estão chegando em casa e parte delas acaba tendo tempo de ouvir rádio, colabora com a crescente audiência do programa. Estão inclusas no programa matérias de toda a equipe de jornalismo da emissora. A linguagem é coloquial por parte do apresentador e do repórter, porém existe um cuidado para que essa linguagem seja correta, e que não ultrapasse a autenticidade e vá para o relaxamento.

Essa característica é ressaltada pelo autor Carlos Nascimento como algo importante para se atingir o público regional com respeito a sua cultura.

Quem fala no rádio ou na televisão não pode confundir a "autenticidade" do sotaque regional com um jeito errado caricato e descuidado de pronunciar as palavras. Informalidade é uma coisa. Relaxo é outra (NASCIMENTO apud SAVENHAGO, 2012, p 21).

Nos depoimentos coletados, para anexar nesse trabalho, ouviu-se também o radialista e apresentador de programas populares, que trazem na sua essência jornalismo, João Pedro Stacke.

Quando entrevistado, em março de 2019, João Pedro trabalhava na rádio Studio FM, uma rádio comunitária situada no município de Estrela, no Vale do

Taquari. No seu depoimento, ele destaca a importância de se trazer leveza para um programa que em alguns momentos pode trazer notícias trágicas, o tornando pesado para alguns ouvintes. João Pedro entende que é importante descontrair, mesmo em um programa jornalístico. Segundo ele, isso traz um equilíbrio e torna o programa mais atrativo, mesmo para um ouvinte esclarecido intelectualmente.

O radialista João Pedro destaca, no entanto, que é necessário detectar o limite de um momento de descontração para que ele não tire a seriedade do programa. João também destaca que um apresentador de rádio precisa ter, em qualquer segmento, a capacidade de improviso. Todas essas características são adquiridas com experiência, segundo João Pedro. Características que coincidem com o que diz, em sua obra, o autor Cyro César, que fala da agilidade que o locutor deve ter em suas ideias. O próprio autor define isso como improviso.

O radialista do setor de locução deve desenvolver uma postura extrovertida com facilidade em verbalizar e em processar de maneira ágil suas ideias (improviso). É importante aprimorar a sensibilidade e a intuição para o mínimo estímulo verbal, bem como para poder desenvolver minutos seguidos de improviso, buscando na interpretação a beleza natural da voz, sem impositões. Deve desenvolver ainda a capacidade de mudanças rápidas no que se refere ao comportamento de voz e fala (CÉSAR, 2005, p 141).

Outro jornalista que traz seu depoimento é Paulo Rogério dos Santos. Ele também fala sobre a busca pela melhor compreensão possível do ouvinte de rádio. Paulo Rogério entende que é fundamental que o locutor noticiário que transmite uma informação por rádio, tenha a vivência nos assuntos que noticia. Ele deve ter noção dos impactos que uma informação gera na vida de um consumidor, de uma mãe ou de um pai, enfim, em qualquer pessoa na sociedade. Paulo Rogério acredita que a vivência, o conhecimento mínimo sobre qualquer assunto que o locutor noticia na rádio, faz com que ele consiga atingir o objetivo de clareza para quem está ouvindo. Mas o jornalista Paulo Rogério dos Santos também admite que nada disso é suficiente se você não consegue transferir isso para uma linguagem atraente para quem ouve. Ele não é muito aberto de momentos de descontração em seus programas, mas sim da utilização de termos populares e da cultura local para gerar uma identificação com a população.

Além da linguagem, o rádio possui toda uma característica própria, pois lida com a imaginação do ouvinte. Por isso mesmo, em programas jornalísticos, que costumeiramente possuem muito conteúdo, essa plataforma chamada rádio possui muitos artefatos que colaboram a uma maior compreensão para o ouvinte. Sobre essa característica própria do rádio, o autor Cyro César também explana:

O rádio possui uma característica toda própria para converter, na mente do ouvinte, ideias, palavras e ações em imagens auditivas. Mediante o emprego de técnicas podemos criar uma tela na mente da pessoa, levando-a a imaginar o sentido daquilo que queremos criar. Seja nas radionovelas, spots publicitários, jingles, documentários, notícias, vinhetas, seja em peças institucionais, encontramos no rádio uma ferramenta econômica, rápida e precisa (CÉSAR, 2005, p 141).

2.6.1 Grupo Independente se inspirando na capital

No Vale do Taquari a Rádio Independente é a única rádio assumidamente jornalística em toda a sua programação. Passou por processos evolutivos ao longo do século XXI. A Rádio Independente passou a ter esse estilo se inspirando nas grandes emissoras AM de Porto Alegre. Nos primeiros 50 anos da Rádio Independente esta tinha, em sua grade, a característica popular de uma rádio que mesclava entretenimento, música e jornalismo.

A partir da percepção do grande número de surgimento de emissoras com entretenimento e a facilidade que o surgimento da *internet* trazia para essas mesmas terem condições de oferecer espaços noticiosos em sua programação, a Rádio Independente resolve ter a sua característica voltada apenas para o jornalismo e as transmissões esportivas, como investimento em equipe para realizar trabalhos ao estilo das grandes emissoras do Estado quando o assunto é jornalismo esportivo e transmissões esportivas. Esse estilo foi se consolidando e tendo grande adesão de público ouvinte e retorno comercial. Porém, havia um público antigo e fiel que não podia ser esquecido, um público acostumado ao radiojornalismo popular.

O foco do jornalismo esportivo, por exemplo, passou a ser a cobertura de eventos de esporte profissional. Mas, historicamente, a emissora teve grande relação com eventos amadores regionais, e para conversar com esse público antigo e adepto a esta pauta sempre se procurou inserir mesmo e de forma moderada o esporte amador. O jornalismo geral também se deparou com essa necessidade.

Programas de debate político e outros espaços jornalísticos de linguagem mais técnica e formal tomavam conta de quase toda a grade da emissora durante o dia, porém, em momentos específicos, a linguagem popular ainda sobreviveu. Cita-se como exemplo o programa *Acorda Rio Grande*, que por décadas tem o apresentador Paulo Rogério dos Santos, que traz em seu vocabulário termos que vão de encontro à compreensão e à identificação com um público adepto ao radiojornalismo popular.

Praticamente o programa *Acorda Rio Grande* fora exceção na grade de programação da emissora lajeadense, pois o restante dos programas contava com uma linguagem mais formal. Porém, como passar do tempo, se viu a necessidade, por razões comerciais e editoriais, da inserção de um programa a mais com o jornalismo popular na emissora e que falasse uma linguagem informal. Retorna à Rádio Independente o radialista e apresentador Renato Worm, conhecido por emitir sua opinião mas também por dar a oportunidade aos ouvintes de expressarem-se em sua opinião através dos meios de interatividade. O programa de imediato trouxe grande retorno de interação do público e também, por consequência, retorno comercial. As pautas escolhidas passaram a ser direcionadas ao gosto desse público, que tornava a ter um programa à sua disposição em estilo popular. A inserção em grande escala do jornalismo policial e do jornalismo comunitário evidenciam essa característica.

A busca por se trazer uma linguagem coloquial nas informações tem a intenção de aproximar o público com menos formação escolar, e fazê-lo estar informado de todos os assuntos pautados, inclusive as pautas que fogem da editoria policial e comunitária.

2.6.2 O rádio vai acabar?

Quando se fala em rádio, sempre vem à mente das pessoas o questionamento da longevidade dessa plataforma. Vale a pena ainda pensar em soluções para a qualificação desse meio, como se faz aqui? Importante é trazer o que o autor Eduardo Meditsch disse em 2001, quando a *internet* ainda não havia atingido as dimensões estratosféricas dos dias de hoje.

O rádio não vai desaparecer nem vai ser engolido pelo novo meio vai continuar existindo, convivendo com a internet, e fortalecido pelas possibilidades abertas com as novas tecnologias. Mas para aceitar isso, é preciso entender de que rádio e de que internet estamos falando (MEDITSCH apud MOREIRA; DEL BIANCA, 2001, p 226).

Essa previsão do autor traz a uma reflexão, sobre qual rádio e qual *internet* estamos falando. É pertinente essa questão, quando vemos que o rádio teve de se adequar ao longo dos anos à *internet*. E a *internet* foi se adequando, surgindo as redes sociais, que estão integrando as pessoas, pudesse se ter ali, mais uma plataforma para que as emissoras de rádio tragam o seu conteúdo.

3 METODOLOGIA

Em relação à metodologia, pode-se descrever que a natureza da pesquisa foi aplicada.

A pesquisa aplicada busca gerar conhecimento para a aplicação prática e dirigida a solução de problemas que contenham objetivos anteriormente definidos. Esses objetivos podem ser de médio ou curto prazo de alcance, sendo então uma investigação direcionada pelas instituições financiadoras. A pesquisa aplicada também se relaciona com a básica pelo fato de muitas vezes determinar um uso prático para as descobertas feitas pelas pesquisas puras. Envolvendo também conhecimento disponível, de diversas fontes, visando uma utilidade econômica e social. O custo-benefício também deve compensar, já que muitos investimentos são necessários para produzir uma pesquisa na área científica e tecnológica (BLOG EVEN3, 2016, TEXTO DIGITAL).

Pode-se escrever também que o objetivo é de ordem exploratória, tendo em vista que visa à descoberta, ao achado, à elucidação de fenômenos ou à explicação daqueles que não eram aceitos apesar de evidentes. A exploração representa, atualmente, um importante diferencial competitivo em termos de concorrência (GONÇALVES apud POSGRADUANDO, 2012, TEXTO DIGITAL).

Os procedimentos de pesquisa se deram através de levantamento bibliográfico, que consiste em um tipo de pesquisa onde são consultados bancos de dados nacionais e internacionais para saber o que já existe sobre um determinado assunto. Nesse caso, os estudantes que estão fazendo uma monografia ou outro trabalho acadêmico podem consultar bibliotecas e solicitar o levantamento bibliográfico de um tema em específico (PROJETO ACADÊMICO, 2019).

Esses procedimentos também se deram através de entrevistas, que

caracterizaram estudo de casos relativos ao projeto de pesquisa. Um estudo de caso é um método qualitativo que consiste, geralmente, em uma forma de aprofundar uma unidade individual. Ele serve para responder questionamentos quando o pesquisador não tem muito controle sobre o fenômeno estudado (OLIVEIRA, TEXTO DIGITAL).

Importante salientar que a entrevista representa uma técnica de coleta de dados na qual o pesquisador tem um contato mais direto com a pessoa, no sentido de se inteirar de suas opiniões acerca de um determinado assunto (DUARTE, TEXTO DIGITAL).

Entrevistas essas, que foram de profundidade, o que significa que são definidas como uma entrevista não estruturada, direta, pessoal, em que um responde de cada vez. É instado por um entrevistador a revelar motivações, crenças, atitudes e sentimentos sobre determinado tópico (NOTESS apud CONHECIMENTO É SABEDORIA, 2017, TEXTO DIGITAL).

Também pode-se dizer que se se trata de uma análise de casos característica dentro do tema da pesquisa.

A definição da amostra (entrevistados) foi de caráter não probabilístico, por conveniência (aleatória simples).

Amostra Pesquisada é uma parcela da população que será utilizada em uma pesquisa de opinião. Esta parte da população pode ser descrita também como uma parte da população que tem alguma característica em comum (TYBEL, 2007, TEXTO DIGITAL).

O caráter não probabilístico se define pois, nesse caso, a escolha dos respondentes não segue um modelo aleatório. Além disso, não existe um controle estatístico de representação do universo pesquisado em sua amostra, mesmo com os cuidados na categorização da base de respondentes e qualidade na veracidade das respostas. (CAMARGO, 2019, TEXTO DIGITAL)

O questionário foi aberto e com condução do pesquisador, gravado, transcrito e analisado, havendo, portanto, análise do discurso dos entrevistados frente ao tema de pesquisa. A análise do discurso é uma prática da linguística no campo da

Comunicação, e consiste em analisar a estrutura de um texto e a partir disto compreender as construções ideológicas presentes no mesmo.

O discurso em si é uma construção linguística atrelada ao contexto social no qual o texto é desenvolvido. Ou seja, as ideologias presentes em um discurso são diretamente determinadas pelo contexto político-social em que vive o seu autor. Mais que uma análise textual, a análise do discurso é uma análise contextual da estrutura discursiva em questão. (PORTO, TEXTO DIGITAL)

As chamadas perguntas abertas são aquelas que, dentro do seu questionário, exigem uma resposta em formato de uma frase ou texto elaborado com as próprias palavras do respondente. Nesse tipo de questão, o entrevistado tem liberdade para explicar, descrever e opinar sobre seu questionamento, de forma mais ampla e pessoal do que com respostas pré-definidas pelo questionário. Utilizando uma pergunta aberta, ainda é possível coletar informações que justifiquem ou expliquem melhor as respostas dadas em perguntas anteriores. (D'ANGELO, 2016, TEXTO DIGITAL)

De uma forma prática, o trabalho ocorreu com um processo de escolha de entrevistados e de busca por obras e autores que falam sobre jornalismo regional, linguagem, radiojornalismo e também sobre características do Vale do Taquari, buscando fazer uma conexão entre o que dizem os autores e o que depõem os entrevistados.

No processo de escolha dos entrevistados, procurou-se conversar com ícones do jornalismo popular no Vale do Taquari. Radialistas que apresentam programas de jornalismo, e que estão há décadas na região, e que por essa razão, entende-se que têm propriedade para falar sobre a linguagem utilizada para falar com o ouvinte do Vale do Taquari.

Também buscou-se entrevistar um gestor de um grupo de emissoras de rádio, que, predominantemente, trabalha com jornalismo, pois entende-se que este poderia falar da importância que esses radialistas populares têm na programação e no quadro de funcionários de uma emissora. Conversou-se com seis profissionais, cinco radialistas e um diretor de empresa de rádio. Os radialistas Gilson Lussani, Paulo Rogério do Santos, Renato Worm, Jacy Pretto, João Pedro Stacke, e o diretor do Grupo Independente, Ricardo Brunetto, se enquadraram no perfil procurado, e foram os entrevistados. Foi-se pessoalmente até o local de trabalho desses

profissionais, onde gravou-se as entrevistas com câmera de vídeo e gravador de áudio. Isso porque tomou-se a decisão de anexar um documentário audiovisual sobre o tema desse trabalho, baseado nessas entrevistas.

Essa reportagem gravada e editada é um compilado das respostas sobre o tema, dadas por esses profissionais, além de imagens da rotina desses entrevistados e das empresas nas quais que eles trabalham, mostrando a produção desse conteúdo nas emissoras de rádio. As entrevistas foram transcritas, e um texto que traz todas as respostas sobre o assunto abordado está incluso nesse trabalho. Essa transcrição das respostas foi utilizada também para desenvolver a conexão entre o que dizem os autores e o que dizem esses profissionais entrevistados.

A reportagem, de cerca de 14 minutos, foi editado em programa de edição audiovisual, o Adobe Premiere, em um processo que demorou cerca de cinco meses até a conclusão. Dessa reportagem também foi produzida uma versão mais enxuta, para utilizar na apresentação em banca. Realizou-se as gravações de imagens a campo, todas produzidas pelo autor, sem utilizar de recursos como o uso de imagens já produzidas anteriormente por terceiros.

Importante salientar que as transcrições foram feitas após as gravações, pois as mesmas foram utilizadas para aí sim transcrever as falas.

Voltando aos autores, a busca basicamente se deu por obras retiradas em biblioteca, mas também em alguns casos com obras disponíveis *online*, ou autores que publicaram em *sites* na *internet*. A biblioteca da Universidade do Vale do Taquari - Univates, foi a grande fonte de busca por livros sobre o tema, e de modo especial sobre jornalismo regional, algo que apresentou dificuldades de encontrar na *internet*, mas com gama de opções na biblioteca física da instituição.

Como é possível verificar no trabalho, fez-se uma correlação entre as falas de autores e de entrevistados, encontrando vários pontos citados nas obras autorais, na prática dos profissionais da região do Vale do Taquari.

4 ESTUDO DE CASO

Aqui se traz um resumo de uma série de entrevistas feitas e que são base do documentário anexado a este trabalho acadêmico. Conversou-se com profissionais ligados ao radiojornalismo no Vale do Taquari, com jornalistas, radialistas, e um diretor executivo de um grupo de emissoras de rádio. O jornalista Gilson Lussani, o jornalista Paulo Rogério dos Santos, o radialista e apresentador Renato Worm, o radialista e comentarista Jacy Pretto, todos esses do Grupo Independente, o radialista e apresentador João Pedro Stacke, da Rádio Studio, e o diretor executivo do Grupo Independente, Ricardo Brunetto, falam sobre o uso da linguagem coloquial nos espaços jornalísticos das emissoras de rádio no Vale do Taquari.

Os radialistas e jornalistas falam do uso que fazem dessa forma mais informal de comunicar em alguns momentos de sua atuação. Já o gestor Brunetto fala sobre a importância da participação desses profissionais em emissoras de radiojornalismo no Vale do Taquari. Foi perguntado ao Diretor Executivo, Ricardo Brunetto, qual seria a importância dos profissionais de rádio, que tem como característica a linguagem coloquial em programas jornalísticos, para a empresa, se eles agregam valor por possuírem essa característica, ou mesmo os programas que têm essa característica.

No entendimento do Brunetto, "esses profissionais agregaram valor ao longo do tempo, com linguajares característicos de uma região que se acostumou a ouvir e a perceber a notícia de uma forma não tanto formal. Mas são profissionais que, ao longo desse tempo, se disponibilizaram a entender o gosto das pessoas, a entender a cultura de uma região que é característica e predominantemente muito ouvinte."

Ele cita como exemplo Renato Worm, Jacy Pretto e Gilson Lussani como sendo "profissionais que falam para uma camada de ouvintes que não é mais popular, mas de ouvintes que já acompanham a programação da emissora há muito tempo, é fácil de explicar isso, porque há um equilíbrio entre o que a empresa tem como editorialmente mais jornalístico, mais formal, para o que tem que entrar dentro de um editorial, para poder dizer, quebrar um pouco o gelo da informação. Fazer com que essa notícia chegue em um tom mais suave, mais próximo do ouvinte, e sem uma burocracia de informação." Ainda ressalta que é importante equilibrar a notícia de forma relevante, importante, formal e séria, mas que eles entregam, de uma forma um pouco mais atrativa, porque existe um grande público que se identifica com esse formato de comunicação. Esse modelo é importante para a empresa, pois existem resultados de audiências e comerciais.

Brunetto cita que Paulo Rogério "tem uma comunicação mais formal, mas que utiliza dentro do linguajar de comunicação dele, características e palavras, muitas vezes populares, jargões populares, e que o povo ouvinte, já se acostumou a ouvir, e entende muito bem o que ele fala." Afirma que o resultado é extremamente positivo, especialmente em um modelo de negócio que hoje equilibra um modelo de comunicação popular e um modelo de comunicação mais técnico.

Nessa programação mais técnica, entram os profissionais mais jovens. Há um equilíbrio, muitas vezes, não só do que nós precisamos comunicar, mas também, o que o ouvinte precisa ouvir e se acostumou a ouvir. Brunetto entende que seria muito fácil achar que o ouvinte vai se acostumar com o linguajar técnico de um novo profissional. "Por isso, valoriza-se muito esse tipo de profissional. Eu tenho quase convicção de que esse modelo de programação não daria em um grande centro, embora que nos grandes centros, as programações têm a maioria das emissoras, um percentual de comunicação mais voltada ao improviso, a questão do linguajar mais alegre para informar a notícia". O executivo conclui que os resultados são extremamente positivos.

O diretor executivo também foi perguntado sobre o desafio que é para uma emissora estar na linha tênue entre falar uma linguagem regional, mas essa mesma emissora ter espaços que ultrapassam a fronteira da região, como no caso das jornadas esportivas, onde a rádio transmite jogos de Grêmio e Internacional e é

ouvida em diversas plataformas por outras regiões do Estado. Segundo o diretor, esse é o maior desafio, uma vez que se rompeu o território de entrega da informação. Brunetto lembra que, há pouco mais de cinco anos atrás, a Rádio Independente entregava em 40 municípios, 350 mil pessoas, através do rádio. Já através do *site*, entregava para 5.000 acessos mês. Ricardo Brunetto revela que hoje essa programação é entregue para aproximadamente 130 municípios e 3,5 milhões de pessoas somente no rádio, e através do *online* para aproximadamente 4 milhões de pessoas por mês.

O Executivo questiona como se vai entender até onde é o limite da entrega dessa informação. "Precisamos de fato entender que esse público precisa receber a informação de forma diversificada." Brunetto afirma que, de fato, manter a sua relação com o fiel ouvinte de décadas e também comunicar com os novos ouvintes que vêm, inclusive, de outras regiões ou de outras plataformas, é o grande desafio da empresa. Ele traz o importante dado de que hoje em dia mais de 50% dos ouvintes do Grupo Independente não ouvem mais a programação pelo aparelho de rádio, essa parcela ouve por diversas plataformas digitais. O diretor lembra que essas plataformas não param de evoluir e de se renovar e, portanto, o acompanhamento da empresa para com esse fenômeno também não pode parar.

Conversando com o jornalista e apresentador de programa jornalístico no Grupo Independente, Gilson Lussani, observa-se que ele vê como uma tendência de alguns anos para cá, de passar a parte do jornalismo mais sério para um jornalismo de rádio um pouco mais descontraído. Gilson entende que, atualmente, pouco se vê no jornalismo muito engessado, nem mesmo em grandes emissoras de TV.

O jornalista entende que esse fenômeno acontece em outros veículos de comunicação também, inclusive a nível nacional. Segundo Gilson, o rádio é um tipo de veículo com uma linguagem mais direta, mais simples, para que se possa compreender um pouco melhor a mensagem que o radialista quer passar através das notícias. Gilson conta sua rotina e fala sobre a programação da emissora em que trabalha de segunda a sexta, a Rádio do Vale, emissora do Grupo Independente, que se localiza na cidade de Estrela. "Nós, do Grupo Independente, como uma empresa de noticiários, claro que, em alguns casos, como a Rádio do Vale que eu trabalho, que mescla sua programação com noticiários e

entretenimento. Mas na Radio do Vale, na parte da manhã predominam os programas de jornalismo no horário do meio-dia e existe um programa com uma linguagem mais direta, que é o Rádio Jornal do Vale”.

“No início da manhã, bem cedo, temos o programa Realidade no qual a linguagem agora é um pouco mais descontraída justamente por ter essa possibilidade de interatividade de ouvinte, situações que geram um diálogo. Afinal são três apresentadores, o que facilita também a troca de ideias de comentários entre os âncoras. Então tudo isso facilita para que se possa falar um pouco mais e até discutir e descontrair em alguns momentos.” Gilson também conta que, no programa Realidade, foi incorporado um momento musical onde se homenageia a cada dia um artista. Ele também lembra que, no programa, há informações policiais, políticas, e outras editoriais que dão todo um tom de seriedade, e que esses momentos servem para trazer uma certa leveza para que o ouvinte não enjoje.

“Posso dizer que o que acontece no programa, acontece na vida, que tem que ter a medida certa de quando fazer a brincadeira, e como fazer essa brincadeira. A gente também como jornalista talvez tenha um pouco mais de facilidade de perceber isso, pois fazemos isso no dia a dia, aquele programa, daquele jeito”, ressalta Gilson. Ele também lembra que esse programa foi reformulado no início do ano de 2018, trazendo essas características citadas na entrevista, como a inserção de três apresentadores. Gilson lembra que cada apresentador precisa ter exatamente a noção de quando se pode trazer a linguagem coloquial, e o quanto pode avançar com ela. Gilson Lussani também falou sobre os avanços do Grupo Independente, na parte digital e também na expansão da entrega de informação para mais municípios.

Perguntado sobre isso, ele lembrou mais uma vez que o rádio tem uma linguagem muito própria, e essa é uma linguagem direta. Ele lembra que, no dia-a-dia, mesmo antes das plataformas digitais, não se tinha uma linguagem tão rebuscada quanto o jornal ou até mesmo em comparação com a TV. Lussani concorda que a linguagem no rádio precisa ser ainda mais direta com a inserção das plataformas digitais, mas lembra que ela já era mais direta que outras plataformas tradicionais, antes mesmo da era digital.

O jornalista Paulo Rogério dos Santos, apresentador do programa Acorda Rio Grande e do Dinâmica, e dono de uma das vozes mais conhecidas do Vale do

Taquari, também foi entrevistado. Perguntado sobre a linguagem utilizada em suas apresentações radiofônicas, e a identificação que o público tem com essa forma de falar, e também sobre a sensibilidade de se usar a linguagem coloquial sem deixar de lado a dinâmica e a seriedade que o programa jornalístico necessita, Paulo responde que, na sua opinião, no vocabulário regional não há tanta diferença em relação a termos utilizados. Mas lembra que há uma conotação um pouco diferenciada de região para região, especialmente envolvendo a colonização alemã, a colonização italiana e a colonização lusa.

O jornalista lembra que é importantíssimo se preservar, se conhecer, e de maior importância ainda, exercitar esse vocabulário regional, porque tem muitos termos funcionais da língua portuguesa que serão aplicados nas escolas, e tem muitos termos que começam a cair no esquecimento quando deveriam ser passados de geração para geração. Mas Paulo lembra que são termos, alguns deles forçados.

O apresentador lembra que o gaúcho gosta muito de formatar palavras diferenciadas, e até buscar muitas vezes no espanhol algumas situações, nomear determinados procedimentos ou então adjetivos para determinadas situações do tempo que acabam se integrando ao que é o vocabulário regional.

Paulo diz que busca através do convívio com as pessoas da região trazer essa identidade para as ondas do rádio. Ele entende que trazer esses termos coloquiais regionais é importante, não para que sejam necessariamente falados, mas sim para o próprio conhecimento popular, principalmente das pessoas mais urbanas, pessoas que moram nas áreas centrais dos municípios. Afinal, há muitos termos interioranos ainda. E, segundo Paulo Rogério, quando essas pessoas desses locais ouvem esse tipo de termo reverberado no rádio, elas se sentem em casa, e se sentem mais próximas de quem está usando o microfone.

Paulo Rogério também foi perguntado sobre aliar momentos de descontração aos programas jornalísticos, mas manter o cuidado para com a seriedade do conteúdo. E aí o jornalista responde que, no seu entendimento, um programa de jornalismo não deve ter momentos de descontração, pois o mesmo deve ser tratado com seriedade, não póstuma e fúnebre, mas com uma seriedade de algo que está na iminência de acontecer. "Eu desaprovo, não entro em situações de descontração quando estou apresentando um programa de jornalismo, não sei fazer, até admito

que alguns colegas fazem para dar uma quebra digamos assim, mas eu tenho dificuldades de fazer isso”, cita.

Quando perguntado sobre "traduzir" as informações para uma linguagem mais coloquial, sobre um assunto que utiliza muitos termos técnicos, Paulo entende que esse é um desafio, mas também é um compromisso. "Qualquer um que utilizar o microfone, ou parar em uma câmera de televisão, ou de qualquer forma apresentar uma informação em um veículo, precisa ter primeiro, o conhecimento “pés no chão”. Ele tem que ser um consumidor que frequenta supermercado, que ouve quem o frequenta também, o que houve donas de casas aposentados, que tenha algum conhecido, que frequente escola pública, ou seja de alguma forma esteja inserido no cotidiano da maioria da população. Ele precisa saber muito mais do que ele vai perguntar em uma entrevista, ou do que ele vai apresentar um noticiário."

Perguntado sobre temas como economia, ou informações que utilizam termos jurídicos, o jornalista entende que esse cuidado de fazer a população compreender a informação realmente é muito importante. "Não adianta eu ficar falando na cotação do dólar que passou dos R\$ 4 sem eu ter condição de dizer o que isso representa para quem acabou de fazer a compra de qualquer produto importado ou para quem está planejando fazer a venda para fazer a comercialização e a exportação." Paulo Rogério, enfático, diz que é obrigação de quem usa o microfone se colocar no lugar do ouvinte, e trazer para esse ouvinte, para a comunidade em que ele vive, o que representa uma mudança de preço de soja ou variação cambial ou até uma guerra comercial entre dois países, pois segundo o entrevistado, tudo isso tem reflexos em diversos setores da sociedade.

Ele conclui dizendo que, de fato, qualquer comunicador precisa saber muito mais do que aquilo que está informando, pois, se houver necessidade de buscar argumentos e mudar a linguagem para fazer o ouvinte entender, ele precisa ter na manga um conhecimento maior para ampliar a informação e esmiuçar a mesma para o seu receptor.

Outro entrevistado foi o radialista e comentarista Jacy Pretto, que atualmente é comentarista nas jornadas esportivas do Grupo Independente, e também nos programas esportivos da emissora. Jacy Pretto já foi repórter policial, por 10 anos.

Antes de tudo isso, Jacy foi jogador de futebol profissional, árbitro de futebol, além de outras funções na área esportiva.

Durante sua vida no rádio, Jacy trabalhou por alguns anos no futebol amador, fazendo transmissões de jogos. Ele costuma, nas suas falas, utilizar muitos colóquios e até os considerados jargões, gerando uma identificação com o público regional. O radialista pensa que essa forma de falar vem, em grande parte, da convivência com eventos esportivos bem regionais como, por exemplo, as próprias transmissões de jogos do futebol amador.

Atualmente no Grupo Independente, Jacy não atua mais em transmissões de futebol amador, mas sim do esporte profissional, especialmente o futebol e o futsal. Mesmo atuando em jogos, com uma abrangência que ultrapassa os limites da região como as transmissões em Porto Alegre da dupla Grenal, ou mesmo em viagens para fora do estado para a transmissão desses jogos, Jacy não deixa de lado a sua forma de falar muito peculiar e com metáforas que tentam traduzir de uma forma simples os acontecimentos que são relatados nessas transmissões, ou os assuntos que são debatidos nos programas.

O comunicador salienta que é necessário manter a seriedade quando o assunto exige tal conduta, mas que, justamente por ser a editoria de esportes, existe uma permissão mais clara para uma certa descontração, ou até uma linguagem menos rebuscada. Frases como "o treinador fez do limão, uma limonada", quando se referem ao uso de alguns jogadores que pareciam não ter grande qualidade técnica, ou serem grandes estrelas, mas que juntos acabaram formando uma equipe eficiente é uma forma de expressar de Jacy Pretto, que utiliza ditos populares ou frases já conhecidas pela população para explicar algo que sem o uso das mesmas. Poderia se tornar uma explanação com muitos termos técnicos, dificultando a compreensão de um maior número de pessoas. "Eu uso muito esse tipo de frase, mas também tento utilizar frases técnicas, vou alternando para tentar agradar aquele que acompanha mais o assunto e gosta de alguns termos mais específicos sobre o jogo, ou aquele que está buscando entender o que se está transmitindo", explica.

Outra observação de Jacy Pretto na entrevista, é referente aos programas de rádio, que antigamente tinham basicamente um locutor falando o tempo inteiro, com exceções para entrevistados ou até a inserção de músicas. Já se entende que hoje

em dia isso é inconcebível, pois, na ótica dele, o ouvinte acaba ficando enjoado e o programa não se torna atrativo. "Eu sou do tempo em que no rádio, eu fazia um programa de esporte na segunda-feira pela manhã, que começava às 8 horas estendia até às 11 horas, e o único apresentador falava, quase que o tempo inteiro, tendo que trazer informação e entreter o público com a sua criatividade ou com seu conteúdo. Ninguém aceita mais isso hoje, porque não há possibilidade de se manter audiência com um camarada, por 3 horas defendendo teses, e buscando informações, mesmo que ele traga uma entrevista aqui e outra lá, tem que quebrar esse gelo aí", lembrou. Jacy falou ainda da importância do seu convívio direto com o esporte para o uso de uma linguagem coloquial. "A minha linguagem de 'boleiro', digamos assim, também colabora para a compreensão, e ela vem justamente na minha convivência prática com o esporte, tanto nas transmissões de futebol, como atuando como árbitro e jogador".

Preto ainda comentou que, quando foi jogador, e até mesmo quando foi juiz, morou embaixo de arquibancadas de cimento e lembra das pessoas levando o colchão para as arquibancadas para assistirem os jogos, e das transmissões de cabines que tinham um metro quadrado. Preto cita que jogadores de futebol sempre têm a resposta pronta. Muitas vezes, as perguntas dos repórteres podem até variar, mas se não for algo que instiga o jogador a responder algo diferente, as respostas vão ser muito parecidas, segundo Jacy. "Às vezes a pergunta também é a mesma, então os repórteres precisam ser criativos, e falar a linguagem do jogador é importante nessa hora".

Jacy entende que, quando se fala em esporte, especialmente futebol, muitos lances são de interpretação. "Existem comentaristas que ficam brigando contra uma imagem, apenas para defender arduamente sua tese, e ficam falando de um mesmo assunto por muito tempo, dando voltas, ao invés de deixar as coisas para o espectador", afirma.

Uma das coisas que Jacy Preto entende que lhe traz vantagem para ter uma linguagem mais aproximada dos apaixonados por futebol, e até linguagem parecida com a dos jogadores, é o fato de que hoje em dia o acesso aos profissionais da bola é muito mais difícil. "Talvez hoje não se consiga ter uma convivência tão próxima a jogadores como eu tive, pois antigamente cada jogador não tinha um assessor de

imprensa que você precisava perguntar tudo, a relação era muito mais próxima, e essa compreensão da linguagem nos envolvidos no meio acabava sendo até maior.”

Jacy Pretto também foi repórter policial por um longo período, 10 anos. Ele conta que tinha uma boa convivência com as delegacias, e que em algumas situações até se arriscava para buscar a informação. Mas, certamente, o fato de trabalhar na área policial, e especialmente o fato de ter sido repórter nessa área, ou seja, conviver com pessoas na rua, o fez também ter uma compreensão maior da linguagem popular.

O radialista e apresentador do Grupo Independente, Renato Worm, também é um dos nomes mais conhecidos do Vale do Taquari quando se fala em radiojornalismo.

Foi perguntado sobre sua linguagem muito informal, que fala com o povo, que busca a linguagem popular, mas sem ser simples demais e nem formal demais. Questionou-se sobre os cuidados para se fazer isso de uma forma correta, e sentir qual o tipo de público que se quer atingir. Renato Lembra que primeiro é necessário saber qual o assunto que se vai tratar em um programa. Depois, segundo o entrevistado, se deve analisar de que forma se vai colocar isso de uma maneira que o ouvinte entenda. E aí Renato lembra que, muitas vezes, é necessário que o apresentador repita duas ou três palavras em meio ao que está dizendo, ou falar alguma coisa mais devagar do que o restante do texto, para que o ouvinte realmente entenda.

"Quando a gente imagina que o ouvinte possa não ter entendido aquilo que a gente quis colocar, a gente volta e coloca de novo. Então o importante é colocar de uma forma com que o ouvinte tenha interesse, de que ele entenda, e é claro dar para ele a oportunidade de não concordar com a gente, isso é muito importante, se o ouvinte não concorda, e ele mostra isso, nós registramos também, porque nós não somos os donos da verdade, devemos dar ouvidos a aqueles que nos ouvem também", afirmou.

Renato fala de opiniões, e de fato ele tem a característica de opinar em suas apresentações de programas de rádio. Atua praticamente como um âncora. Perguntado sobre o risco de um ouvinte interpretar a opinião do apresentador como

uma informação, e não apenas entendê-la como ótica particular do apresentador e até ser manipulado por isso, Renato responde que, dependendo do ouvinte, isso até pode acontecer, não é possível afirmar que isso não exista, segundo Renato. Mas ele salienta: "Quero acreditar que a grande maioria das pessoas entende que aquilo é uma opinião, até porque quando eu opino, senão todas as vezes, mas na maioria das vezes, deixo muito claro que é uma opinião particular, e que está aberto para o ouvinte discordar, e como eu já disse nós vamos registrar se ele discordar, especialmente vamos registrar no ar em caso de discordância para mostrar que é uma democracia e não somos os donos da verdade." Renato conclui essa questão salientando que acredita que, na maioria das vezes, o ouvinte sabe fazer essa separação.

Renato também responde sobre momentos de brincadeira ou descontração em programas jornalísticos. Segundo ele, é necessário ter bastante cuidado, porque a brincadeira não é algo preparado. "A gente prepara sempre um momento de notícia, de opinião, de avaliação. Agora esse momento de descontração, ele acontece ao natural, temos que ter o cuidado para que ele não extrapole", explica.

Outro entrevistado desse trabalho é o radialista e apresentador da rádio Stúdio FM, João Pedro Stacke. A rádio Studio FM é uma rádio comunitária situada no município de Estrela. João Pedro já passou por várias emissoras do Vale do Taquari, tanto na região alta, quanto na região baixa.

Questionado sobre os cuidados para atingir o seu público no rádio, ele fala sobre a sensibilidade do vocabulário e o uso da linguagem coloquial. João Pedro diz que, primeiramente, ver qual é o público que ele quer atingir, buscando sempre se aproximar da linguagem do dia-a-dia dele e tentar captar o que eles gostam de ouvir e receber de informação. O radialista também fala sobre a importância de ter credibilidade, e aí ele lembra que é preciso ter muito cuidado com o relacionamento com as fontes. "É preciso ter certeza de que aquela fonte que me passou a informação é confiável, para eu passar isso para o meu ouvinte, para ele ter certeza que a notícia é verdade, e aí eu crio uma credibilidade com o mesmo", explica.

Também perguntou-se a João Pedro sobre a capacidade do ouvinte saber separar a opinião do radialista, que aliás também é uma das suas características

nas apresentações de programas, com uma informação. Ele acredita que o ouvinte sabe identificar quando o apresentador está opinando.

João Pedro também acredita que o ouvinte sabe separar o momento de descontração da notícia séria. "No meu caso, é importante trazer esse momento mais descontraído, pois o programa tem muitas notícias que envolvem casos de polícia, e até situações trágicas, então precisa ter um momento um pouco mais alegre e não muito regrado, para quebrar o gelo", explica. Mas João Pedro sempre reitera que, quando a coisa é séria, é séria. João Pedro também traz uma importante informação: a sensibilidade que se deve ter em relação à diferença de município para município, e até bairro para bairro. Ele lembra que já trabalhou em municípios colonizados por imigrantes italianos, outros de colonização alemã, e outros de colonização lusa.

João Pedro entende que trabalhar em emissoras desses diferentes municípios, faz com que se sinta a diferença de um para o outro. Os termos, o tipo de música, os dialetos falados nesses locais que têm relação direta com essa colonização europeia, são diferenças perceptíveis, e que devem refletir também na comunicação de um apresentador de rádio nessas regiões, segundo João, mesmo em programas jornalísticos.

O radialista também entende que não é só a colonização, mas sim a classe social, um dos fatores que também pode influenciar no linguajar. "Além dessa questão das etnias, tem a questão da diferença social, o nível de instrução, e isso ocorre muitas vezes de bairro para bairro. Você sente isso muitas vezes em uma rádio comunitária, onde o público-alvo é um público de dois ou três bairros, e que tem mais ou menos a mesma condição social, e em outros casos, em rádios de maior abrangência, você tem o desafio de achar um meio termo para agradar diferentes camadas da sociedade", explica.

Esse foi o resumo das entrevistas que fazem parte da reportagem anexada a esse trabalho acadêmico. Foram seis pessoas entrevistadas, que trouxeram informações para que fossem analisadas e postas de encontro com as afirmações de autores estudados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Vale do Taquari é uma região que se acostumou com um jornalismo popular. É claro que isso não é regra para todas as pessoas. Mas a grande massa populacional que ainda procura o jornalismo em rádio prefere essa característica, segundo os depoimentos dos profissionais. É uma cultura que se enraizou no Vale do Taquari.

Os autores, de uma forma geral, quando tratam de jornalismo regional, salientam a importância de se respeitar a cultura de uma região. No jornalismo popular, a linguagem coloquial está fortemente presente. Portanto, para quem faz radiojornalismo no Vale do Taquari, mesmo quando a emissora ou o programa não tem como a maior característica o jornalismo popular, trazer a linguagem coloquial, pelo menos em alguns momentos, pode favorecer a aproximação com todos os públicos, inclusive os com maior grau de instrução, trazendo o respiro e a leveza que qualquer classe social necessita ao consumir conteúdo jornalístico.

No Vale do Taquari isso se manifesta em grande escala. Programas de rádio tradicionais como os do radialista Paulo Rogério dos Santos, que após décadas ainda consegue ser referência no radiojornalismo regional. Em sua entrevista para o trabalho, ele fala sobre os termos que utiliza quando apresenta um programa radiofônico. Paulo Rogério dos Santos tem como marca a sua seriedade, e ele chega a dizer que em um programa jornalístico não deve haver momentos de descontração. Mesmo com essa identidade tão séria ele, consegue ser coloquial ou informal em vários momentos, justamente com a utilização de palavras ou termos que vão de encontro com a cultura regional. Paulo Rogério, em sua entrevista,

lembra que é necessário ter um conhecimento mínimo do cotidiano do seu ouvinte para entender quais são esses termos. A seriedade ligada à linguagem coloquial remete ao que o autor Carlos Nascimento diz em sua obra, que fala sobre jornalismo regional. Segundo o autor, não se deve confundir informalidade com relaxo.

Realizou-se essa comparação e concluiu-se que momentos com um tom mais leve dentro de um programa jornalístico não podem ser confundidos com comédia ou besteiro. Não se deve perder o controle a que o programa se propõe, por mais que seja interessante para o público fugir um pouco da linguagem técnica. Esse mesmo público espera que seja concluída a prestação de serviços que, naquele horário, ele está acostumado a ouvir, ou que busca.

O radialista João Pedro Stacke também toca nesse assunto e entende que algum momento de descontração pode contribuir para dar leveza a um programa que trata de assuntos trágicos ou de problemas que a população enfrenta. Esse radialista, que trabalha em uma rádio comunitária e que já passou por muitas emissoras da região, inclusive em vários municípios, fala da importância de se tomar conhecimento das características do bairro, município ou região em que a rádio tem abrangência.

Stacke fala, em sua entrevista, que já trabalhou para públicos onde predominavam as pessoas de origem alemã, outrora trabalhou onde predominou a origem italiana, e em alguns momentos, a origem lusa. Além disso, Stacke conta que trabalhou com públicos de classe social muito baixa e para públicos com uma condição intelectual melhor. Ele conta que foi necessário sentir o ambiente local nas ruas para que se pudesse chegar mais próximo de se atingir a compreensão da massa populacional. Isso vai de encontro com o que vários autores citam em suas obras, apresentadas neste trabalho.

Prado (2006) chega a falar sobre a habilidade e rapidez de raciocínio que um locutor deve ter. Certamente, quando se conhece a cultura local, essa habilidade acaba sendo menos utilizada, pois o conhecimento faz com que de imediato o locutor tenha mais recursos prontos para atingir em cheio o gosto do ouvinte através do que fala no rádio. Não significa que o improviso não seja necessário, mas quando se estuda a cultura local, os recursos para improvisar melhor e de forma mais firme são maiores.

Pode-se constatar que tudo depende do cunho do programa.

Por exemplo, existem radialistas que fazem programas jornalísticos, que costumam expor a sua opinião, sobre alguns temas abordados na pauta. Uma das coisas que sempre traz interrogações é quanto à ética desse tipo de abordagem. É um desafio fazer com que o ouvinte perceba que, em dado momento, está se dando uma opinião pessoal do apresentador, e em outro momento, se trata de uma informação.

Um dos apresentadores de rádio que pratica esse tipo de abordagem é Renato Worm, que, quando questionado sobre a capacidade de discernimento do ouvinte entre um momento de opinião e um momento de informação, reconhece que há o risco de acontecer uma interpretação errada, mas entende que a sua função é deixar claro para o ouvinte essa divisão, e acredita que, na maioria das vezes, esses momentos são bem compreendidos.

Pode-se concluir que a opinião naturalmente já traz uma linguagem mais coloquial, uma fala mais didática, ajudando até na compreensão da notícia em si. Em alguns momentos o ouvinte, quando não compreende uma notícia, espera que um comentarista ou um âncora opine sobre o assunto e, através dessa linguagem, que por ser argumentativa, acaba naturalmente se tornando coloquial, forma a sua própria opinião sobre o tema, que nem sempre vai de encontro à do comentarista ou âncora.

Este é um tema delicado, mas talvez se deva aprender com a linguagem coloquial de uma opinião, e ali se encontrem soluções para um texto jornalístico noticioso, fazendo com que o receptor tenha uma compreensão melhor. A autora Prado (2006), em uma de suas obras, cita que jamais se vai transmitir um texto jornalístico, como se se estivesse na sala de casa contando as últimas para a família, mas a utilização de alguns termos específicos, que são utilizados em uma conversa familiar, podem servir de incremento para que o texto seja mais coloquial.

Bonner (2009), em sua obra, lembra que chegavam a utilizar como base a mãe de um dos funcionários, para se encontrar uma linguagem a ser compreendida pelo público-alvo. Entende-se, na redação, que a mãe daquele colega seria o meio-termo que o grande público do Jornal Nacional tinha, a ponto dessa senhora ser

convidada para participar de uma reunião na redação. No dia-a-dia era comum o colega de Bonner dizer: “Essa notícia a minha mãe não vai entender, e isso servia de base para os editores”. Está aí mais uma prova de que o cotidiano das pessoas deve influenciar a linguagem na produção de conteúdo, fato que se encontrou nos autores e nos profissionais entrevistados do Vale do Taquari. Se a nível nacional essa concepção ocorre, em uma região que, como disse o diretor do Grupo Independente Ricardo Brunetto, está acostumada a consumir um jornalismo popular, não é diferente. Já se falou antes, que tudo depende do cunho do programa, e pode-se dizer que também depende da editoria.

Outro exemplo é o jornalismo esportivo. Mesmo nessa editoria, que já trata de um assunto leve, pode-se ter uma variedade de estilos. Os debates esportivos são muito comuns em várias emissoras do Vale do Taquari. Alguns com uma linguagem muito técnica e que afasta o público que não é um profundo conhecedor do tema. Obviamente que o futebol é o esporte que predomina nos programas. Mas, mesmo em debates ou transmissões com riqueza de detalhes, existem profissionais do rádio que, mesmo dentro desse contexto, conseguem se sobressair utilizando uma linguagem coloquial, e que chega a atingir um público que se diferencia daquele mais crítico ao esporte.

No Vale do Taquari existe o exemplo de Jacy Pretto, que utiliza bordões que marcam as suas participações nas jornadas esportivas e nos programas de esportes no rádio. Mais uma vez, a convivência com o cotidiano se mostra importante. Jacy foi jogador de futebol, árbitro de futebol e, ainda, por vários anos, trabalhou como repórter policial, o que segundo ele mesmo, contribuiu para que compreendesse a linguagem da comunidade geral, inclusive a parcela que não acompanha futebol com tanto interesse. Portanto, mais uma vez, o raciocínio dos autores estudados no trabalho vai de encontro ao que dizem os profissionais do Vale do Taquari que se entrevistou.

O jornalista e radialista Gilson Lussani chama a atenção para a linguagem singular que o rádio tem, na sua opinião. Gilson entende que o rádio tem uma linguagem direta, e que, ao contrário da imprensa escrita, busca esmiuçar as informações e trazer de uma forma muito clara ao receptor, sem os rebuscos dos jornais impressos. Isso acaba realmente acontecendo, e é necessário entender que

no rádio se tem a condição, e muitas vezes, a obrigação, de repetir uma informação para se ter certeza da compreensão de quem ouvir. Especialmente quando se fala de transmissões ao vivo, não há como simplesmente trazer um texto corrido sem pelo menos buscar uma intonação de voz para que a compreensão seja facilitada.

Veículos impressos documentam um fato, e não há como mudar depois. Eles também dão margem para diversas interpretações. Se, através de seu texto, o redator do jornal impresso não conseguiu transmitir de forma clara, sem deixar margem para interpretações equivocadas de uma notícia, não há mais o que fazer quando o jornal já está impresso, pelo menos naquela edição. Fora o fato de que ele tem um limitado espaço na página para escrever.

No rádio, por mais que haja um limitado espaço de tempo, sempre há como mudar algo de última hora. Nem que seja necessário excluir uma notícia, ou a transmitir de forma mais resumida, para se ter tempo de explicar uma outra notícia que pode ter sido mal-entendida. A pauta do rádio, proporcionar uma flexibilidade, é uma possibilidade de retaliação imediata, que o jornal não proporciona. E para esse tipo de retaliação, ou recolocação, a informalidade na linguagem acaba sendo muito útil.

Volta-se a falar do entrevistado Gilson Lussani, que também falou sobre os momentos de descontração em um programa jornalístico, que, aliás, são uma característica sua. Ele diverge do colega Paulo Rogério dos Santos, pois entende que, quando realizado na medida certa, controlando o tipo de humor utilizado, sendo sucinto e não se perdendo o controle da pauta do programa, esse momento não só é possível como é fundamental para prender o ouvinte.

Esse comentário faz com que se retorne a falar sobre qual público está ouvindo. Essa possibilidade da descontração entre participantes de um programa jornalístico de fato existe em quase todas as situações. Porém, às vezes em maior escala, outras vezes em uma escala muito menor. Muitas vezes é necessário a utilização sutil de humor inteligente, para que se a grade um público com maior instrução. Outras vezes, a linguagem nesse momento de descontração pode ser mais popular, para se atingir um público com menos instrução escolar.

Mas, como o entrevistado Lussani disse, é necessário sempre se manter o controle da pauta do programa. Como já foi dito, no rádio tudo pode mudar, e o que estava previsto na pauta pode ir por água abaixo em situações excepcionais. Mas é necessário manter o controle em relação ao tempo disponível, e também em relação ao que é fundamental se trazer dentro desse tempo. Afinal de contas, daria para imaginar o jornalista William Bonner falando sobre o vestido da garota do tempo há alguns anos atrás? Está acontecendo, e se entende que é cabível, mesmo no principal telejornal do país.

De uma forma geral, pode-se concluir que tudo se trata de sensibilidade em relação ao que o público quer. Como em qualquer relação que se constrói, precisa-se ter a noção do que fazer para agradar aqueles que queremos, e isso exige dedicação, estudo, mas, principalmente, sensibilidade, desde que se tenha como base a verdade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[APRESENTADOR]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/apresentador/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[AUDIÊNCIA]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/audiencia/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[CHULA]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/chula/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[DIALETO]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/dialeto/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[DOCUMENTÁRIOS]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/documentarios/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[GESTOR]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/gestor/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[JINGLE]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/jingle/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[RADIONOVELA]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/radionovela/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[SOTAQUE]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/sotaque/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[SPOTS]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível

[TELEJORNAL]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/telejornal/>]. Acesso em: 01/07/2019.

[TELEJORNALISMO]. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: [<https://www.dicio.com.br/telejornalismo/>]. Acesso em: 01/07/2019.

BLOG EVEN3. **Metodologia da Pesquisa Científica:** teoria e prática – como elaborar TCC. Brasília: Thesaurus, 2016. Disponível em: <https://blog.even3.com.br/pesquisa-aplicada/>. Acesso em: 12 de novembro de 2019.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

CAMARGO, Thais. Qual é a diferença entre amostragem probabilística e não probabilística. **Mindminers**, 2019. Disponível em: <https://help.mindminers.com/pt-BR/articles/2274420-qual-e-a-diferenca-entre-amostragem-probabilistica-e-nao-probabilistica>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

CÉSAR, Cyro. **Rádio**: A mídia da emoção. São Paulo: Summus, 2005.

CONHECIMENTO É SABEDORIA. **Observação participante e não participante, entrevista aprofundada**. 9 de novembro de 2017. Disponível em:

<https://conhecimentoeasabedoria.blogspot.com/2017/11/observacao-participante-e-nao.html>. Acesso em: 12 de novembro de 2019.

D'ANGELO, Pedro. **Perguntas abertas**: usar ou não na sua pesquisa de mercado? Opinionbox, 2 de março de 2016. Disponível em:

<https://blog.opinionbox.com/perguntas-abertas-usar-ou-nao-na-sua-pesquisa-de-mercado/>. Acesso em: 15 de novembro de 2019;

DOMENECK, Ricardo DW Brasil: **Bibliothek**: O alemão e seus dialetos, 01/08/2017. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/bibliothek-o-alem%C3%A3o-e-seus-dialetos/a-39918967>. Acesso em 3/07/2019.

DUARTE, Vânia Maria do Nascimento. Entrevista. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/entrevista.htm>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

MOREIRA Sônia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia R, (orgs). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001. Página 226. Autor: Eduardo Meditsch.

OLIVEIRA, Emanuelle. Estudo de Caso. **Infoescola**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/sociedade/estudo-de-caso/>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

PORTO, Gabriella. **Análise do Discurso**. INFOESCOLA. Disponível em: <https://www.infoescola.com/linguistica/analise-do-discurso/>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

POSGRADUANDO. As diferenças entre pesquisa descritiva, exploratória e explicativa. 31 de janeiro de 2012. Disponível em: <https://posgraduando.com/diferencas-pesquisa-descritiva-exploratoria-explicativa/>. Acesso em: 12 de novembro de 2019.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. – 4ª reimpressão.

PROJETO ACADEMICO. **O que é Levantamento Bibliográfico?** veja como fazer, ABNT e dicas. Disponível em: https://projetoacademico.com.br/levantamento-bibliografico/#O_que_e_levantamento_bibliografico. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

SAVENHAGO, Igor (org). **Jornalismo Regional**: Estratégias de sobrevivência em meio às transformações da imprensa Carlos Nascimento. Jundiaí, Pacto Editorial: 2012.

TYBEL, Douglas. Como Fazer a Caracterização da Amostra Pesquisada. Guia da Monografia, 07 de novembro de 2007. Disponível em: guiadamonografia.com.br/caracterizacao-da-amostra/. Acesso em: 15 de novembro de 2019.