



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ANDRÉ LUIZ DA ROSA

**AS MUDANÇAS NA RÁDIO COM A CHEGADA DO APLICATIVO *WHATSAPP*:
ESTUDO DE CASO DA RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA**

Tubarão
2017

ANDRÉ LUIZ DA ROSA

**AS MUDANÇAS NA RÁDIO COM A CHEGADA DO APLICATIVO *WHATSAPP*:
ESTUDO DE CASO DA RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Darlete Cardoso, Msc

Tubarão

2017

ANDRÉ LUIZ DA ROSA

**AS MUDANÇAS NA RÁDIO COM A CHEGADA NO APLICATIVO
WHATSAPP: ESTUDO DE CASO DA RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA**

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo e aprovada em sua forma final, com média 9,7, pelo Curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina.

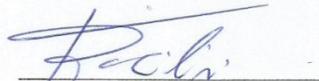
Tubarão, 08 de dezembro de 2017

Prof. Me. Darlete Cardoso (Orientadora)



Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Esp. Mauro Fucilini (Convidado)



Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dr. Heloisa Juncklaus Moraes (convidada)



Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico esta monografia à minha mãe, minha esposa e amigos, pelo incentivo, confiança e apoio em todas as minhas escolhas.

AGRADECIMENTOS

Início agradecendo primeiramente à minha mãe, dona Salete, peça fundamental na minha formação e acima de tudo pelo apoio incondicional em todas as minhas decisões. À minha esposa e amiga, Carla, pelo amor dedicado e companheirismo nesta caminhada.

Um agradecimento especial à minha professora e orientadora, Darlete Cardoso. Foram muitas as vezes que durante a madrugada e fins de semana que precisei de seu auxílio e lá estava ela sempre à disposição com paciência e pelos preciosos conselhos. Obrigado por aceitar me guiar e orientar.

Ao meu grande amigo, irmão de coração Leandro, pela parceria desde a infância e presença indispensável em minha vida. Amizade fiel e verdadeira é algo raro de se encontrar. Ao meu mais recente amigo, Wanderson Andrade, pela grata surpresa em ter conhecido durante a jornada acadêmica. Valeu por seu companheirismo e estarei sempre por perto torcendo pelo seu sucesso.

Aos mestres e colegas de curso. Muito obrigado pelos ensinamentos e pelos desafios propostos durante a faculdade.

Aos colegas de rádio, em especial ao estagiário Luís Cláudio, obrigado pelo apoio e suporte para a formação desse trabalho.

Não existe nada mais gratificante do que você pesquisar e aprimorar ainda mais seus conhecimentos no que você mais ama. No meu caso, o rádio.

Enfim, a todos que fizeram parte desta trajetória e colaboraram para que este sonho se tornasse realidade e que me acompanharam durante a minha vida acadêmica.

Sim, eu consegui!

"O mundo se modifica de minuto a minuto. O rádio continua apresentando os fatos que alteram a vida e conduzem esta caminhada do homem. Esse é mais um capítulo vivo da História." (Joseval Peixoto, Jornal da Manhã, Rádio Jovem Pan).

RESUMO

O trabalho apresentado a seguir, busca compreender as principais mudanças na Rádio Difusora de Laguna a partir da utilização do aplicativo *WhatsApp* em sua programação. O rádio segue sendo um dos principais meios de comunicação e presente na maioria dos lares em todas as partes do país. Com a chegada das tecnologias digitais e a explosão das redes sociais, o meio de comunicação precisou se adaptar a essa tendência e acompanhar a inovação. Através de entrevista com o diretor da emissora e com um colaborador busca-se entender o diferencial com o uso do recurso, principalmente em relação à interação com seu público ouvinte e as mudanças na programação com as participações. O autor desta pesquisa analisa de forma qualitativa e quantitativa, das interações ocorridas no mês de setembro de 2017. Pode-se observar, após os resultados obtidos, o quanto o aplicativo é usado para aprimorar a rotina da emissora, tanto no funcionamento, com uma maior participação dos ouvintes, quanto na forma de se trabalhar, priorizando a ferramenta.

Palavras-chave: Rádio. Mídias digitais. Redes sociais. *WhatsApp*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo WhatsApp.....	26
Figura 2 – Apps de redes sociais mais usados no Brasil.....	29
Figura 3 – Sede atual da Rádio Difusora de Laguna.....	35
Figura 4 – Print de participação via envio de fotos.....	38
Figura 5 – Print de participação via envio de texto e áudio.....	39
Figura 6 – Estúdio atual da Rádio Difusora de Laguna.....	40
Figura 7 – Print de participação via texto, com uma saudação.....	41
Figura 8 – Print de participação via texto, com uma saudação.....	45

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Tipo de Mensagem.....	43
Gráfico 2 – Classificação de Mensagem.....	44
Gráfico 3 – Bairros de Laguna.....	46
Gráfico 4 – Quantidade de cidades.....	49

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	RÁDIO.....	14
2.1	O RÁDIO E AS INOVAÇÕES.....	18
3	MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS.....	21
3.1	<i>WHATSAPP MESSANGER</i> : COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA.....	26
4	METODOLOGIA.....	31
4.1	RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA.....	34
5	ANÁLISE.....	37
5.1	ENTREVISTAS NÃO ESTRUTURADAS.....	37
5.1.1	A forma de uso do aplicativo <i>WhatsApp</i> como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna.....	37
5.1.2	As mudanças que ocorreram na programação para se adaptar ao uso do aplicativo.....	40
5.2	ANÁLISE QUANTITATIVA DO <i>WHATSAPP</i>	42
5.2.1	Tipos de mensagens.....	42
5.2.2	Classificação de mensagens.....	44
5.2.3	Locais das participações.....	45
6	CONCLUSÃO.....	49
	REFERÊNCIAS.....	52
	APÊNDICES.....	58

1 INTRODUÇÃO

O rádio continua sendo um dos meios de comunicação mais populares em todo o mundo, capaz de falar para milhões de pessoas ao mesmo tempo em que fala para cada ouvinte. Ele segue firme em sua popularidade, mesmo já tendo sido decretada por muitos a sua falência, principalmente após o advento da televisão e mais recentemente das tecnologias digitais. O veículo revolucionou a comunicação no mundo, pois era, juntamente com o jornal impresso, o meio de informação/diversão da população. Desde sua criação, até os dias atuais, muita coisa evoluiu e nunca perdeu seu espaço de prestígio.

O rádio, apesar de ter mais de oitenta anos, ainda é um velho desconhecido. Isso poder soar estranho se levarmos em consideração os números desse veículo, que alcança 96% do território nacional, a maior cobertura entre todos os meios de comunicação, com público aproximado de noventa milhões de ouvintes. (JUNG, 2013, p. 13).

Mesmo com uma abrangência imensa, o rádio se torna íntimo de cada receptor, além de ser a principal fonte de informação e de entretenimento das famílias em muitas regiões. Prestação de serviços, musicais, divulgação de notas importantes para a comunidade, além do noticiário local, fazem do rádio um aliado em muitos lares no país. “O tom íntimo das transmissões, representado pelas expressões ‘amigo ouvinte’, ‘caro ouvinte’, ‘querido ouvinte’, proporciona uma aproximação e intimidade únicas, fazendo do rádio um veículo companheiro” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 47).

Na chamada *Era do Ouro*, que se inicia na década de 1930 e encerra-se a partir dos anos 1950, o rádio era um aparelho grande, sem mobilidade, que ficava quase sempre na parte central da sala de estar. Era ali que as famílias se reuniam para acompanhar os programas. “Lançado como uma novidade maravilhosa, o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano. Presença constante nos lares converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento” (CALABRE, 2002, p. 7 e 8).

Uma de suas principais identidades é a relação do ouvinte com o rádio em termos de vinculação e fidelização. O público receptor vem cada vez mais tendo participação de destaque nas programações radiofônicas. Essa interação, que teve início por cartas, veio progredindo ao longo do tempo com os telefonemas, mensagens de texto, e-mails, mídias sociais digitais e mais recentemente via aplicativo *WhatsApp*, alvo do nosso estudo que, como tema *As mudanças na rádio com a chegada do aplicativo WhatsApp: estudo de caso da Rádio*

Difusora de Laguna, de Santa Catarina. A pesquisa visa responder aos objetivos, delimitando-se a análise às mensagens recebidas dos ouvintes durante o mês de setembro de 2017.

Diante do tema proposto, a presente monografia tem como proposta responder alguns questionamentos: de que forma o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna? Ocorreram mudanças na programação para se adaptar ao uso do aplicativo? Quais os tipos de mensagens e conteúdos mais relevantes são enviados para a emissora? Ouvintes de quais bairros da cidade e outros municípios mais interagem com a rádio?

A pesquisa justifica-se na medida em que esses avanços tecnológicos aumentaram as possibilidades de o ouvinte estar mais presente na rotina produtiva de uma emissora, deixando de ser apenas um receptor interessado para se tornar um personagem relevante na programação, com o envio de imagens, textos e áudios, exercendo o papel de cidadão e disseminador de conteúdo, reclamando, denunciando, ou simplesmente pedindo uma música para o comunicador.

Milton Jung (2013), em seu livro *Jornalismo de Rádio*, destaca a participação do ouvinte na programação de uma emissora:

O rádio, interativo de nascença, fortalece a relação com o público. O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta do ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à internet, transforma-se em protagonista (JUNG, 2013, p. 68).

Por consequência, o avanço da tecnologia fez com o que a distância entre emissor e receptor fosse encurtada e a interação ampliada.

Contrariando sua natureza massiva, mesmo que ainda não da forma como sonhava Brecht, o ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920. Seja por meio do envio de cartas, da participação em programas de auditório, de ligações telefônicas, do contato direto em visitas às emissoras ou mais recentemente através das plataformas e dispositivos de comunicação móvel e digital, o rádio ao longo de sua história tem buscado explorar diferentes ferramentas com o intuito de manter um contato direto com seus ouvintes (LOPEZ; QUADROS, 2015, p.168).

Um dos mais recentes instrumentos tecnológicos usados pelas rádios é o aplicativo para troca de mensagens instantâneas, o *WhatsApp*, lançado em 2009. Atualmente é o meio mais utilizado pelos brasileiros para envio e recebimento de mensagens, que bateu a

marca histórica de um bilhão de usuários pelo mundo. Mark Zuckerberg, CEO do Facebook, detentor do *WhatsApp*, usou as redes sociais para fazer o comunicado.

Um bilhão de pessoas agora usam o *WhatsApp*. Parabéns Brian e Jan e todo mundo que ajudou a alcançar esta marca. A comunidade do *WhatsApp* mais do que dobrou desde que se juntou ao *Facebook*. Adicionamos a habilidade de ligar para seus entes queridos que estejam longe. Derrubamos a taxa da assinatura e tornamos o *WhatsApp* completamente gratuito. Agora vamos trabalhar para conectar mais pessoas pelo mundo e facilitar a comunicação com empresas (ZUCKERBERG, 2015)¹.

A Rádio Difusora de Laguna, meio de comunicação objeto de estudo desta pesquisa, passou a utilizar a ferramenta em novembro de 2015 para participação de seus ouvintes em vários programas apresentados pela emissora.

Portanto, o objetivo geral é analisar de que forma o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna. E tem como objetivos específicos: identificar se ocorreram mudanças na programação para se adaptar ao uso do aplicativo; verificar como se dá a participação dos ouvintes através da ferramenta, observando os tipos de mensagens e conteúdos mais relevantes enviados para a emissora, solicitações ou reclamações a respeito dos temas tratados, além dos pedidos musicais e de orações ou outros como saudações ou apenas compartilhamentos de correntes e fotos; além de averiguar de quais os bairros e cidades da região são os ouvintes que mais interagem com a rádio.

O presente trabalho justifica-se ainda por proporcionar um melhor conhecimento da utilização do aplicativo, que é praticamente uma novidade, se considerarmos o tempo de existência da rádio (71 anos). Pesquisar sobre o tema é relevante para a área de comunicação, pois, como destacou o autor Jung, o rádio “ainda é um velho desconhecido...”. Por isso estudá-lo em suas mais diferentes facetas, em especial com o foco nas novas tecnologias, possibilita um conhecimento cada vez melhor desse meio que nunca perde a atualidade, pois vai se adaptando às transformações, se reformulando e acompanhando as tecnologias e preferências de seus públicos. “Hoje, ao passar pelas estações, é possível encontrar rádios especializadas em música sertaneja, MPB, pop, rock, jazz, erudita, mensagens religiosas e, também, em jornalismo”. (JUNG, 2013, p. 47).

Como método de pesquisa, foi utilizado tanto o quantitativo quanto o qualitativo descritivo, sendo que o tipo é a análise de conteúdo e entrevista não estruturada, com a técnica

¹ Nota divulgada no Facebook pelo Ceo da empresa, Mark Zuckerberg em inglês e com tradução para o português.- Acesso em: 25 abr. 2017.

de estudo de caso para se alcançar as respostas do problema, bem como um breve histórico da Rádio Difusora de Laguna.

Nos capítulos a seguir, será tratado sobre a história do rádio, desde sua criação até o momento atual e o acompanhamento das tecnologias e a era digital. Além disso, um capítulo traz detalhes sobre mídias e redes sociais, que, dentro da internet, estão muito presentes na vida dos usuários e das empresas, estreitando a relação entre ambos. O aplicativo *WhatsApp* também ganha destaque em um dos subcapítulos, justamente com o objetivo de detalhar essa transformação na forma de interação dos ouvintes com a emissora de rádio. Em seguida aos capítulos teóricos vem o da explicitação da Metodologia empregada, o da Análise e da Conclusão.

2 RÁDIO

Considerado o veículo pioneiro e popular na comunicação eletrônica de massa, o rádio no Brasil passou por muitas mudanças e chegou até ser ameaçado de extinção, principalmente com o advento da televisão e a ascensão das tecnologias. Hoje, adaptado a tantas mudanças, principalmente às tecnológicas, esse meio de comunicação segue como um dos principais aliados da população como propagador de informação e entretenimento, dinâmico, interativo e confiável. Para Jung (2013, p. 13),

o rádio, apesar de ter mais de oitenta anos, ainda é um velho desconhecido. Isso pode soar estranho se levarmos em consideração os números desse veículo, que alcança 96% do território nacional, a maior cobertura entre todos os meios de comunicação, com público aproximado de noventa milhões de ouvintes.

Esse capítulo visa abordar a história do rádio e suas mudanças para acompanhar as inovações tecnológicas que fizeram com que esse veículo se adaptasse às novidades e permanecesse vivo até os dias atuais, como relata Arcancho (2006, p. 64),

o desenvolvimento das tecnologias de digitalização (a modernização dos estúdios, estabelecimento de protocolos, programas e extensões de áudio), difusão via satélite, pela internet, somado ao contexto de globalização, desregulamentação, mundialização e a glocalização², levaram as empresas de comunicação a utilizarem com maior intensidade esses recursos, extinguindo alguns dos tradicionais serviços por rádio ondas curtas para gerar novas produções, conteúdos, adaptações de formatos e possibilidades de difusão, contribuindo para seu ingresso nas programações das rádios locais (em AM e FM).

Na segunda metade do século XXI, o físico alemão Heinrich Rudolf Hertz, deixou seu nome gravado na história da comunicação, quando em 1887, “Hertz detectou, pela primeira vez, ondas de rádio. Produziu-as fazendo saltar faíscas através do ar que separava duas bolas de cobre” (VAMPRÉ, 1979, p. 16). Não há unanimidade até hoje sobre o criador do rádio. A maioria dos autores assegura que o italiano Guglielmo Marconi foi o inventor do primeiro sistema para telégrafos sem fios. Rodrigues (2008) descreve que

² Glocalização é a integração de características locais (sociais e culturais), capazes de determinar um lugar menor, que se juntam com os conceitos e tendências disseminados e conhecidos mundialmente, de modo global: glocalização do mercado rural. Fonte: Dicionário Online de Português. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/glocalizacao/>>. Acesso em: 12 out. 2017.

a invenção do rádio é creditada ao inventor e cientista italiano Guglielmo Marconi, nascido em 1874 na cidade de Bolonha. Desde menino demonstrando interesse pela Física e Eletricidade, Marconi foi o primeiro a dar explicação prática aos resultados das experiências de laboratório anteriormente realizadas por Heinrich Hertz, Augusto Righi e outros. Pelos resultados dos estudos de Hertz, Marconi concluiu que tais ondas poderiam transmitir mensagens e, assim, em 1895, fez suas primeiras experiências, com aparelhos rudimentares, na casa de campo de seu pai.

Jung (2013, p.24) relata que o industrial italiano Guglielmo Marconi “percebeu em vários inventos já patenteados a possibilidade de desenvolver novos aparelhos, mais potentes e eficazes. Foi o que fez para chegar à radiotelegrafia, em 1896”. Contudo, algumas literaturas dão conta que o padre brasileiro Landell de Moura já havia criado e experimentado algo parecido anteriormente.

Antes das experiências de Guglielmo Marconi, realizadas perto de Bolonha em 1895, Landell de Moura já fazia espantosos testes de transmissão e recepção de voz, sem fio, a uma distância de cerca de oito quilômetros. Suas experiências foram realizadas em São Paulo, da Avenida Paulista para Alto de Santana, nos anos de 1893 e 1894. Ele havia patenteado a invenção nos Estados Unidos no começo do século XX. Logo que retornou ao Brasil, os jornais da época davam-lhe oportunidade para descrever suas invenções na transmissão do rádio. (CÉSAR, 2005, p. 191).

No entanto, o padre brasileiro foi impedido de patentear suas descobertas. O motivo foi “acusações dirigidas a ele, em 1892, quando, utilizando uma válvula amplificadora com três eletrodos, transmitiu e recebeu a voz humana. O feito se deu em Campinas, interior paulista e nem mesmo ouvindo as pessoas foram capazes de acreditar” (JUNG, 2013, p. 23). De acordo com Neuberger (2012, p. 52), o religioso foi considerado, ainda, “impostor, mistificador, louco, bruxo, padre renegado com o aval da própria Diocese que não concordava com suas teorias, considerando-o praticante do espiritismo e bruxaria”.

Vale destacar ainda que só em 1916 o rádio foi constituído como meio de comunicação, quando David Sarnoff, que trabalhava na Marconi Company, prevê esta configuração. “Quatro anos depois disso, a Westinghouse Electric and Manufacturing Company cria a KDKA, primeira emissora de rádio oficialmente constituída” (LOPEZ, 2012, p. 24). Ressalta-se ainda que, durante a Segunda Guerra Mundial, o rádio tornou-se um veículo de destaque e valorizado, por ser muito usado com fins militares. A primeira transmissão pública no Brasil é datada de 7 de setembro de 1922, durante divulgação de um discurso do presidente Epitácio Pessoa, no Rio de Janeiro.

O discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, foi ouvido no Rio de Janeiro e também em Niterói, Petrópolis e São Paulo, graças à instalação de uma retransmissora e de aparelhos de recepção. Mas somente no dia 20 de abril de 1923

começou a funcionar realmente a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a emissora pioneira no Brasil. Segundo seus fundadores, Roquette Pinto e Henrique Morize, o objetivo da emissora era lutar pela cultura e educação do povo brasileiro. Alguns autores atestam, porém, que a Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto, em Recife, foi a primeira a realizar uma transmissão radiofônica no Brasil, no dia 6 de abril de 1919, com um transmissor importado da França. (PRATA, 2008, p. 23).

Era nítida nesse período a curiosidade sobre o funcionamento do rádio e a importância que esse novo meio ganhava, em relação à população. Nos primeiros anos, a programação radiofônica tinha principalmente conteúdo cultural-educativo sem fins lucrativos e só alguns anos depois passou-se a pensar no lado financeiro. Segundo Vampré (1979), a primeira emissora a obter autorização do governo federal para transmitir anúncios foi a Rádio Clube do Brasil, fundada em 1º de junho de 1924 por Elba Dias. Em 1950, com a chegada da televisão, as pessoas se viram encantadas pela novidade. O antes apenas ouvido, agora poderia também ser visto em imagens e movimentos.

Após 1950, o rádio perdeu para a tevê a preferência dos anunciantes e dos artistas, embora tenha conseguido manter a audiência. [...] O que salvou o rádio do desaparecimento foi a invenção do transistor no final dos anos 1940 e a popularização a partir da década de 1970, das emissoras em Frequência Modulada (FM), um sistema de transmissão com melhor qualidade sonora desenvolvido em 1933 pelo norte-americano Edwin Armstrong. O rádio em FM se popularizou com a multiplicação de emissoras musicais de alcance local e regional, voltadas para o público jovem urbano. Bardeen, Brattain e Shockley, físicos da empresa norte-americana Bell Laboratories receberam, em 1947, o Prêmio Nobel pela descoberta do transistor. O transistor permitiu que os japoneses fabricassem a partir da década seguinte e com a licença dos EUA, bilhões de rádios portáteis. [...] O rádio de pilha tornou-se o produto eletrônico mais barato e desejado que a indústria de bens de consumo conseguiu produzir durante o século XX. (MAGNONI, 2001, p.86).

Muito se falava que a televisão levaria à extinção da radiofonia. No entanto, não foi isso que aconteceu. O meio, assim como a teledifusão, seguiu seus rumos de desenvolvimento se adequando ao seu mercado consumidor e inovando constantemente em tecnologia e recursos humanos. Para César (2005, p. 178), desde as primeiras conquistas até as mais modernas – como a imprensa, telégrafo, cinema, rádio e televisão – “[...] o que se depreende é que em toda e qualquer época o ser humano tem como característica essencial para a sua sobrevivência a necessidade de transmitir conhecimento”. Segundo o autor, o rádio é um meio de comunicação de massa que, por meio de ondas eletromagnéticas, atinge um público numeroso, anônimo e heterogêneo, denominado audiência. Tal audiência é anônima por conta de o comunicador não saber individualmente onde está cada um de seus ouvintes. E,

seu público ouvinte é heterogêneo pela capacidade de captar pessoas de diversas classes sociais, com diferentes necessidades.

O rádio tem como sua principal marca, além de sua popularidade, a capacidade de levar a informação até lugares onde outros veículos de comunicação tinham mais dificuldade de chegar, além de permitir que as pessoas continuem desenvolvendo outras atividades ao mesmo tempo em que acompanham a sua programação, como no trânsito, por exemplo. “O ouvinte escuta a programação enquanto está fazendo outras coisas: trabalhando, dirigindo, deslocando-se, comendo, tomando banho, descansando ou até mesmo dormindo” (CÉSAR, 2005, p. 165).

Para Ortriwano (1985, p. 78), “o rádio é o mais privilegiado, por suas características intrínsecas: linguagem oral, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia”. Em relação à linguagem oral, característica apontada por Ortriwano, refere-se à forma de comunicação do veículo, pois não exige que seu público seja alfabetizado. Nessa mesma linha, Velho (2009), resume que o rádio tem o papel de leitor, de intérprete, confidente para muita gente, sendo uma máquina popular e democrática para a disseminação de informação e entretenimento. Para a autora, “No rádio, é a voz, a oralidade, conjugada a outros signos sonoros (ruído, música) e o silêncio, que ‘carregam’ e organizam a informação” (VELHO, 2009, p. 03).

Outra característica destacada por Ortriwano é a penetração:

[...] em termos geográficos, o rádio é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. Ao mesmo tempo, pode estar nele presente o regionalismo, pois, tendo menor complexidade tecnológica, permite a existência de emissoras locais que poderão emitir mensagens mais próximas ao campo de experiência do ouvinte. (ORTRIWANO, 1985, p. 79).

O imaginário construído pelo rádio é outro ponto que merece destaque. O veículo é capaz de transmitir a mensagem que quiser, sem que seja necessário fazer uso de imagens para isso, diferentemente da televisão, por exemplo. “O rádio, ainda que falado, não é só palavra [...]. Ouvimos o galope e vemos o cavalo, o ruído do trânsito nos põe em meio a uma artéria cheia de movimento, a sirene de um carro dos bombeiros e o crepitar do fogo nos leva a visualizar o incêndio” (KAPLÚN, 1978 p. 175). Segundo Parada (2000, p.31), “jornais e revistas têm fotos, e a televisão, a imagem. No rádio, o que faz a diferença é o som”.

Descritas sucintamente as principais características do rádio, é importante tratar das inovações promovidas no veículo, tendo em vista os objetivos desta pesquisa.

2.1 O RÁDIO E AS INOVAÇÕES

Mesmo com a popularização das emissoras FM, o rádio continuou tendo previsões negativas de sobrevivência, principalmente após a era digital, com a chegada do computador, nos anos de 1980 e 1990, duas décadas de imensa modernização das tecnologias em geral. Lopez (2010, p. 8) defende que “o rádio não desaparecerá, mas será fortalecido pelas possibilidades que a internet e, acredita-se, a digitalização, oferecem”.

As novidades da tecnologia chegaram às casas e também às redações das televisões, jornais, revistas e rádios. Jung (2013) acredita que o rádio entrou na rede mundial de computadores e definitivamente de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam, e sim, evoluir. Para ele, é o veículo que mais se beneficiou da internet. Aumentou o alcance com a transmissão através da rede, além de não exigir a atenção do internauta que, enquanto ouve um programa, pode continuar navegando na internet. O autor cita ainda que, com as possibilidades abertas pela *web*, a rádio pode ser ‘sintonizada’ sem cerimônia ou chiados por qualquer ‘ouvinte’ que tenha acesso à internet. “Segundo o Ibope/NetRating, em dados divulgados no primeiro semestre de 2004, 46,88% dos internautas buscam notícias e informações e a maioria cultiva o hábito de ouvir rádio. (JUNG, 2013, p.67).

Nesse mesmo sentido, Lopez (2010) comenta que o rádio precisa renovar suas estratégias para acompanhar as novidades oferecidas, principalmente a internet.

E a resposta está na própria origem deste novo cenário: a internet, que estabelece um novo modelo narrativo baseado na linguagem multimídia e no hipertexto; que impõe novas rotinas produtivas e novos tempos de programação e escuta; e que gera uma conversação renovada e interativa com o público. De todos os suportes digitais, a internet se apresenta como o espaço propulsor de uma nova rádio que exige a atualização das estratégias, conceitos e hábitos de trabalho tradicionais do meio para atender às novas demandas informativas de uma sociedade convergente e global. E através da internet é possível conquistar também os demais suportes digitais. (LOPEZ, 2010, p. 2)

Atualmente, o rádio vive mais um grande desafio no processo de mudança. Decreto assinado em 2013, pela então presidente Dilma Rousseff, autoriza a migração das rádios que operam na faixa AM para o espectro das FMs. Bianco (2010) enumera as vantagens:

A qualidade de som do AM melhora de forma fantástica, passando a ter qualidade equivalente ao do FM atual. O ganho maior é do FM que passa a ter som igual ao do CD. Favorece ao desaparecimento por completo de interferências na transmissão de sinais nas frequências AM e FM. Outra vantagem é a possibilidade de transmissão simultânea de dados para os aparelhos receptores dos ouvintes ou em outras plataformas de mídia e de distribuição de informação - organizadores pessoais, telefones móveis, leitores eletrônicos e a Internet. Enfim, a digitalização abre as portas para o rádio integrar-se ao processo de convergência entre as telecomunicações, os meios de comunicação de massa e a informática que está dando origem a um novo sistema de comunicação em rede identificado pelo seu alcance global, pela interatividade e pela integração de todos os meios. (BIANCO, 2010, p. 2).

Destaque, nesse ponto, para a necessidade de as emissoras de rádio, através desse processo de migração, continuarem como uma mídia visada não apenas pelo público fidelizado do AM, mas a atingir novos objetivos e audiências com a transformação.

Seja como for, o rádio sempre surpreendeu pela incrível capacidade de superar os momentos mais críticos que encontrou pela sua trajetória de cerca de 90 anos. Não poderia ser diferente agora, quando o digital não traz o propósito de ser superior a nenhum veículo, como aconteceu no advento da televisão, na década de 1950, mas de oferecer uma tecnologia mais avançada aos meios de comunicação existentes. É possível que o rádio não se adeque às exigências da contemporaneidade, mas é muito mais provável que saiba utilizar-se das novas possibilidades para continuar ativo, vibrante e companheiro. (NEUBERGER, 2012, p. 40).

O rádio está diariamente em processo de transformação. Pegando carona e parafraseando uma música que há muito era sucesso nas suas ondas, esse veículo pode ser classificado como uma “metamorfose ambulante”. Ao passo que concomitantemente convive com sucessivas ameaças de extinção, a radiodifusão sabe como ninguém dar a sua sobrevida, saindo do estado letárgico para o de protagonismo. Para Oliveira (2008), o rádio continua tendo extrema importância na vida do brasileiro, e está cada vez mais presente no cotidiano de grande parte da população. Ele defende que, apesar das mudanças que obrigam o rádio tradicional a ceder às tecnologias, o meio ainda possui muita importância no país.

A dificuldade agora é convencer o ouvinte a migrar da Amplitude Modulada para a Frequência Modulada, em processo simultâneo de digitalização e incorporação à forma de trabalhar dos novos métodos de comunicação. Neuberger (2012) relata que essa transição oferece inúmeros benefícios aos ouvintes, como, por exemplo, a qualidade do som, a possibilidade de novos serviços e o comprometimento com o seu público, que possui certa cumplicidade com o veículo.

Da mesma forma, Bianco (2010), cita a qualidade do sinal digital no rádio ao se imaginar acordando pela manhã e o aparelho tendo a qualidade de CD, programado para

sintonizar a emissora favorita, além de outras funções importantes na tela do dispositivo, por exemplo, as informações do trânsito, avisos meteorológicos e a cotação da bolsa de valores.

Nesse contexto de adaptação às inovações tecnológicas, está incluída a utilização de serviços instantâneos de mensagens e telefonia – correios eletrônicos (e-mail), *WhatsApp* e *Skype* – e de ferramentas ágeis para melhoramento do processo de produção e de operação – computadores com sistemas automáticos para programação, por exemplo. “No mundo todo as coisas são assim, rápidas, instantâneas e dinâmicas. A comunicação corre atrás dos fatos e acontecimentos com a velocidade de uma tecnologia que cresce a cada momento” (CÉSAR, 2005, p. 35).

Desde o começo do rádio, a forma de participação da programação deu-se por cartas ou telefonemas à emissora. Atualmente não é diferente, o que difere é justamente a ampliação do leque de oportunidades de comunicação entre o consumidor e o produtor, ou seja, o ouvinte e o apresentador. Neste contexto percebe-se o poder de disseminação de informação que o rádio possui. “O rádio é um meio de comunicação que tem capacidade de atingir um grande público, anônimo e heterogêneo. Está ao alcance da maioria da população e atinge regiões mais afastadas dos centros urbanos”, reforça Makovics (2003, p. 12-13).

É por meio da interação entre a emissora de rádio e o ouvinte que um programa musical monta a sua seleção de músicas; que o jornalístico pode denunciar os problemas; que os debates podem receber perguntas além das produzidas pela equipe da atração. “Tudo indica que as emissoras terão que se estruturar melhor para oferecer não somente programação de qualidade à audiência compatível com a qualidade de som de CD, como também serviços adicionais de dados com informação qualificada”. (BIANCO, 2010, p. 7).

E muito dessa interação e estruturação se deve à presença das redes sociais nas emissoras, como abordado no próximo tema.

3 MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS

A internet surgiu como a grande novidade do século XX. Para Torres (2009, p.19), ela “trouxe para o mundo dos negócios uma grande novidade: o acesso instantâneo às informações sobre produtos e serviços”.

A ferramenta se tornou uma rede mundial que interliga milhões de computadores em todo o mundo, de forma rápida, simples e barata. Como consequência, a comunicação deixou de ser algo centralizado exclusivamente com a televisão, o jornal ou o rádio. O público se tornou parte integrante nesse contexto, como destaca Torres (2009), ao afirmar que agora todos podem produzir e receber informações através da maior rede de comunicação do planeta: a internet. Segundo o autor, tais redes recebem esse nome porque são sociais - livres e abertas para colaboração e interação de todos e porque são mídias, ou seja, meios de transmissão de informações e conteúdo.

A internet, segundo Cordeiro (2004), passa a integrar o sistema de comunicação da rádio.

Para a rádio, a *Internet* pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, no sentido da variedade que o mundo *online* oferece (tendo como elemento central a *world wide web*), e pelo desafio da adaptação ao novo meio, na pesquisa, produção e difusão de conteúdos. (CORDEIRO, 2004, p. 1).

A história da internet teve início na década de 1950 com a necessidade do governo americano, como estratégia militar, durante a Guerra Fria, em se criar um sistema confiável contra ataques nucleares. Segundo Castells (2005), dentre as iniciativas promovidas pela ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada) do Departamento de Defesa dos EUA, estava a de se promover a tecnologia de comunicação na troca de pacotes, ou seja, a mensagem deveria fazer sentido em qualquer ponto da rede, independente de estar conectada aos centros de comando e controle. Para o autor, a criação da internet seja talvez, o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação.

Na década de 1990, com o processo de evolução tecnológico, os computadores passam a ser usados por milhões de usuários em todo o mundo. A união da internet a esses computadores, segundo Castells (2005), se tornou o novo salto tecnológico, permitindo a difusão da internet na sociedade em geral, com a criação de um novo aplicativo, a teia mundial (*word wide web – WWW*), que organizava o teor dos sites na internet por informação,

e não por localização, disponibilizando para os usuários um sistema fácil na procura por informações desejadas.

Com o surgimento do *word wide web* foi possível ter um “modo de organização da informação e dos arquivos em rede” (PINHO, 2000, p.30).

Para Alcântara (2012, p. 63), “a internet surgiu com o desenvolvimento da vida contemporânea, avanços tecnológicos e a própria globalização”. Segundo o autor, ela trouxe a possibilidade da mensagem de muitos para muitos. Para ele, “a necessidade da interatividade fez com que a internet se tornasse uma ferramenta indispensável na vida atual, seja no trabalho, na relação com amigos, nas horas de lazer ou mesmo em busca do desconhecido”. (ALCÂNTARA, 2012, p.66).

Nesta mesma linha de pensamento, para Cordeiro (2004, p. 4), a rádio na internet

reúne música, informação e publicidade, em paralelo com outros componentes como animações, imagens estáticas ou em movimento. Os novos suportes permitem a introdução de componentes (gráficos, tabelas, fotografias, textos escritos, imagens de vídeo), que vêm complementar a informação disponibilizada pelo meio.

Para Castells (2005, p. 414), “a integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido, em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação”. Nesse mesmo pensamento, Bessalok (2013) destaca a internet como um espaço hipermediatizado, gerando um local concentrado de informações onde esse

ambiente de interações, linguagens e motivações é caracterizado por algumas das propriedades da *internet*, entre elas a multimídia (possibilidade de integração de texto, imagens e sons em um mesmo suporte), a hipertextualidade (interconexão de conteúdos por meio de links), a instantaneidade (atualização constante de conteúdos), a memória (capacidade de armazenamento), a personalização (configuração de acordo com preferências e interesses do internauta), a imersão (possibilidade de entrar totalmente em ambientes simulados) e a interatividade. (BESPALHOK, 2013, p.21-22).

Essa mudança também pode ser perceptível na radiocomunicação, com as novas formas de interação entre o rádio e sua audiência, pois elas foram modificando e se amplificando, na medida em que a tecnologia foi se desenvolvendo e criando novos mecanismos que facilitam a relação entre o emissor e receptor, graças aos avanços da comunicação digital. Pessoa (2009) destaca que a partir de 2000, as emissoras intensificaram a criação de sites na internet para divulgar sua programação, curiosidades, promoções entre outros temas. A maioria disponibiliza o áudio ao vivo da programação que está no ar e algumas instalaram câmeras nos estúdios físicos para transmissão via rede.

Tenha sempre em mente que a Internet é um meio de comunicação bidirecional, interativo. As pessoas sempre sentiram falta de se expressar na mídia, seja pela televisão, pela mídia impressa ou pelo rádio. Esses meios sempre significaram alguma forma de interação, mas, em geral, com um volume e destaque muito inferior ao que se dá a uma matéria ou à publicidade. (TORRES, 2009, p.16).

Bespalhok (2013) considera essa comunicação como uma relação estabelecida entre homens e máquinas, onde o diálogo se dá em tempo real. Para a autora, a interação com as máquinas é exclusiva das tecnologias digitais, mas também característica e anseio do rádio, como já abordado neste trabalho, pois “ao mesmo tempo em que disputam espaço tem ocorrido uma integração cada vez maior entre os dois. E a questão da participação tem sido um elo que sustenta essa parceria”. (BESPALHOK, 2013, p.22).

Segundo Velho (2009), o ouvinte ganha um novo perfil através da mediação digital, ao afirmar que:

O novo público, diferente do rádio tradicional, está com a atenção integral voltada para o computador, para o site da rádio. Ele também domina a tecnologia da Internet e pode escolher em ser leitor, priorizando a “leitura” da informação verbal escrita; ser ouvinte, optando pelo acesso aos arquivos sonoros; e espectador, valorizando a informação visual. (VELHO, 2009, p. 7).

Esses novos formatos de interatividade são rapidamente incorporados pelas emissoras para estreitar o relacionamento com os ouvintes. Uma delas são as mídias sociais, através de seus sites nas redes sociais. “As mídias sociais são sobre relacionamentos, construção de redes, debates” (TERRA, 2011, p.53).

Tavares e Luíndua (2010) colaboram com a definição, ao afirmar que:

O conceito de mídias sociais refere-se às mídias digitais que criam um espaço democrático e interativo de rede social e que permitem ao internauta expressar sua opinião e compartilhar informações, como os *weblogs*, sites de relacionamento, listas de discussão, *youtube*, dentre outros. (TAVARES e LUÍNDIA, 2010, p. 165).

Segundo Recuero (2009), as mídias sociais são parte de um fenômeno complexo, que envolve um conjunto de novas tecnologias de comunicação que proporcionam mais interação, rapidez, popularidade e apropriações sociais geradas por e em torno dessas ferramentas. O que essas mídias trazem de diferente, ao contrário da conhecida mídia de massa, é o poder de distribuição da mensagem.

Para compreender a diferença entre redes sociais e mídias sociais, vejamos:

Muitas pessoas confundem os termos *rede social* e *mídia social*, muitas vezes utilizando-se alternadamente. Eles não significam a mesma coisa. O primeiro é a categoria do último. As ferramentas de redes sociais permitem compartilhar informações sobre si mesmo e sobre seus interesses com amigos, colegas de profissão e outros. (SAFKO; BRAKE, 2010, p.18).

Ainda sobre as diferenças entre as expressões mídias sociais e redes sociais, Torres (2009) define mídias sociais como todos os tipos de mídias colaborativas, não estando, necessariamente, envolvidas em redes sociais. Ele argumenta que redes sociais são as redes formadas por usuários através dos recursos nos sites em que estão inseridos. Sendo assim, mídias sociais são as plataformas usadas para a comunicação, ou seja, o que utilizamos para nos expressarmos, conversarmos ou publicarmos algo. Já redes sociais é o relacionamento entre as pessoas através de grupos dentro das mídias sociais.

Para Telles (2011, p.19), mídias sociais “são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”.

Em sua obra, Carolina Terra (2011) define mídias sociais como:

[...] aquela utilizada pelas pessoas por meio de tecnologias e políticas na Web com fins de compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas. Tem como características o formato de conversação e não de monólogo; procura facilitar a discussão bidirecional e evitar a moderação e a censura; te como protagonistas as pessoas e não as empresas ou marcas, isto é, quem controla sua interação com as corporações são os próprios usuários; tem como principais valores a honestidade e a transparência; e privilegia a distribuição em vez de centralização, uma vez que têm diversos interlocutores que tornam a informação heterogênea e rica. (TERRA, 2011, p. 86).

Já as redes sociais são tecnologias que “incentivam a comunicação, o compartilhamento e a colaboração” (BAREFOOT; SZABO, 2010, p. 27). As redes sociais, segundo Torres (2009, p.113), “recebem esse nome porque são sociais, ou seja, são livres e abertas à colaboração e interação de todos, e porque são mídias, ou seja, meios de transmissão de informações e conteúdo”.

Nesse contexto, as empresas passam a dar mais voz ao consumidor, conforme Avorio, Spyer (2015) expõe:

Como as redes sociais na Internet ampliaram as possibilidades de conexões, ampliaram também a capacidade de difusão de informações que esses grupos tinham. No espaço offline, uma notícia ou informação só se propaga na rede através das conversas entre as pessoas. Nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas. Assim, dizemos que essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações. São, assim, essas teias de conexões que espalham

informações, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor. (AVORIO, SPYER, 2015, p. 83-84).

As redes sociais além de produzirem conteúdos, unem os usuários que compartilham seus pensamentos e contribuem com informações, como relata Spadaro (2013), ao afirmar que “uma rede social é constituída por um grupo de pessoas ligadas, em geral, por interesses comuns, abertas a compartilhar os pensamentos, conhecimentos, mas também trechos de suas vidas”.

As rádios também acompanharam essa evolução através do uso dessas ferramentas de interação. O *Facebook* e o *Twitter* são alguns exemplos já agregados ao cotidiano das emissoras e dos ouvintes, como afirmam Bitu e Santos (2013, p.7), ao destacar esses meios como “vitrines de divulgação e interação entre os radialistas e o público. As promoções são lançadas nessas redes e, em questão de segundos, são compartilhadas por milhares de internautas”.

Cebrian (2011, p. 101), nessa mesma linha, complementa que

as emissoras de rádio estão muito atentas a essas mudanças e é possível observar que a maioria delas está no Facebook e Twitter e, em menor grau, em alguma outra, mas deve estar muito atenta para manter-se nas redes que em cada momento sejam as de maior acesso entre os usuários. As redes sociais chegaram para ficar como os meios de comunicação de relação direta com os membros particulares da sociedade civil em contraposição às comunicações mediadas pelos meios tradicionais, ciberrmeios ou meios móveis sempre controlados por empresas e entidades com interesses diferentes dos que podem ter os próprios usuários.

De acordo com Bepalhok (2013), se no início o ouvinte buscava a participação através de cartas, hoje, de dentro do carro, de casa, do trabalho, ou durante uma viagem, ele pode interagir com a emissora preferida, mandando informações e participando em tempo real da programação.

Cordeiro (2004) define que a rádio na internet se afasta do seu conceito original e passa a apresentar serviços distintos da emissão radiofônica, estabelecendo uma nova estrutura, mais rica e variada que concorre diretamente com o formato tradicional. O *website* de uma rádio deverá sempre estimular a visita e o regresso do utilizador, apresentando conteúdos com interesse e relevância para o seu público. (CORDEIRO, 2004, p. 3).

Uma das principais características das redes sociais segundo Martino (2004, p. 57), são as relações entre os participantes,

Em uma rede, as relações entre os participantes dão o tom de seu funcionamento mais do que as características específicas de cada um. Jogando um pouco com as palavras, trata-se não de uma relação apenas entre indivíduos, mas de uma relação

entre *relações*, isto é, uma perspectiva mútua e recíproca sobre a maneira como as pessoas interagem.

Para Torres (2009, p116), “as mídias sociais têm enorme visibilidade, uma forte rede de comunicação baseada em relacionamentos, um conteúdo poderoso e em grande volume. Ou você participa e se envolve ou será envolvido”.

Para exemplificar esse modo de interação, Bernalhok (2013), em um trabalho de pesquisa que trata desse tema em rádios de Curitiba, destaca alguns modelos presenciados na rádio CBN, onde o comunicador instiga o ouvinte a participar pelas redes sociais indicando as condições de trânsito na cidade. Poucos segundos depois após o pedido, ele passa a registrar inúmeros recados de pontos de congestionamentos e acidentes, ajudando os motoristas a optar pelo melhor trajeto. Para a autora, “todas as ‘velhas’ mídias tem tentado promover a interação com seus públicos por meio das novas tecnologias. Entretanto, de todas elas, o rádio é quem tem conseguido os melhores resultados” (BERNALHOK, 2013, p.24).

Conceitua-se, portanto, ser a mídia social o espaço que sedia as diversas formas de interações, livres, entre pessoas distintas, e as redes sociais os locais em que ocorre essa comunicação, como por exemplo, o *WhatsApp*, abordado no capítulo seguinte.

3.1 *WHATSAPP MESSENGER*: COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA

Figura 01 – Logotipo *WhatsApp*



Fonte: *WhatsApp* (2017).

Com a era digital, o rádio hoje vem se reinventando na forma de divulgação de conteúdo, como já abordamos nesse trabalho, e na comunicação com seus ouvintes. Das cartas, aos telefonemas e atualmente com uso das redes sociais.

Nos anos 90, recursos tecnológicos pontuam a evolução do rádio. A década que se iniciou com a sedimentação das transmissões em rede via satélite e chegou à metade apresentando novo formato para o veículo com o lançamento de sites radiofônicos na internet deve ser encerrado com o rádio da era digital. (DEL BIANCO, 1999, p.220).

De acordo com Prata (2008), a partir do ano 2000, as emissoras de rádio passaram a investir na criação de sites para a divulgação de suas programações na internet.

Com o advento da web, empresas em geral começaram a colocar suas páginas na rede para uma interface com o consumidor. O rádio viveu o mesmo processo e muitas emissoras passaram a ter um site na internet, com informações diversas. Aos poucos, as emissoras também começaram a ofertar a transmissão on-line, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador. (PRATA, 2008, p.60).

Desta forma, as rádios passaram a se reinventar, aproveitando as novas tecnologias, como o *WhatsApp*, usando a seu favor para não perder espaço. Segundo Lopez (2015), entre os novos canais para a participação do ouvinte, destacam-se sites como *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, entre outros, se tornando cada vez mais populares e apropriados pelas emissoras de rádio.

Sites de redes sociais, e-mails e programas de mensagens instantâneas também vieram acrescentar o rol de ferramentas interativas que o rádio explora através da internet. [...] Em função dessas novas ferramentas atuais em que a interação entre emissoras e ouvinte ganha maior relevância na programação além de novos espaços a partir da expansão do rádio para outras plataformas, torna-se necessário repensar a noção de interatividade no rádio. (LOPEZ, 2015, p.171-172).

Tornando a rádio mais interativa, hoje em dia, o ouvinte pode pedir uma música através do *Twitter*, mandar uma mensagem via *Facebook* e usar o *WhatsApp* para opinar sobre diversos assuntos. “Podemos afirmar que a adequação às possibilidades e demandas da internet tem gerado um novo rádio. Diferente até mesmo no que concerne à forma de consumo – que hoje equilibra o individual e o coletivo, embora não retome o consumo familiar da informação”. (FREIRE; KOCHHANN; LOPEZ, 2011, p. 9).

A *WhatsApp Inc.* é uma startup de tecnologia, grátis e disponibiliza serviços de mensagens e chamadas de uma forma simples e segura. Está disponível em telefones celulares

ao redor do mundo todo. O nome *WhatsApp* é um trocadilho com *What's Up*, E aí?, em português. (WHATSAPP, 2017).

Santos (2012) descreve as mensagens de texto entre celulares como uma nova fase da comunicação, pois em qualquer lugar e momento podem ser enviadas e respondidas.

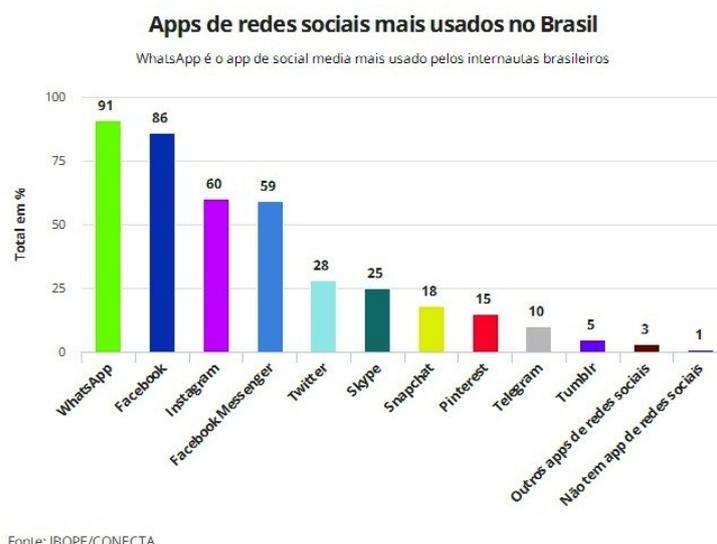
Recentemente, o aplicativo *WhatsApp* divulgou que atingiu a marca de um bilhão de usuários ativos diariamente (G1, 2017). Os dados foram divulgados em julho de 2017. Com treze anos de existência, a rede social *Facebook*, que há quatro anos comprou o *Whatsapp*, possui o dobro de utilizadores. Segundo esses dados, foram 1,3 bilhão de usuários ativos por mês, além de 55 bilhões de mensagens enviadas, 4,5 bilhões de fotos e 1 bilhão de vídeos compartilhados por dia em todo o mundo. De acordo com Reis (2013), o “*WhatsApp*,

é hoje o aplicativo mais popular em 140 países e é apontado como o aplicativo de celular mais importante para os usuários brasileiros.[...]. O aplicativo tem mais de 350 milhões de usuários em todo o mundo. Neste contexto, é cada vez mais comum uma pessoa ser indagada primeiro se tem o aplicativo, em vez do seu número telefônico. (REIS, 2013, p. 9)

Inicialmente, quando surgiu em 2010, era mais um aplicativo de mensagens, hoje já atua com serviço de realização de chamadas telefônicas e de vídeo; possibilidade de envio de mensagens por áudio ou texto; e anexo de documentos e arquivos audiovisuais.

De acordo com levantamento exclusivo da Conecta, uma plataforma *web* do grupo IBOPE Inteligência no país, o *WhatsApp* é a rede social mais usada no Brasil. O mensageiro é o aplicativo social mais usado pelos internautas brasileiros, instalado nos celulares de 91% dos internautas que responderam a pesquisa. (COSSETTI, 2017).

Figura 2: Apps de redes sociais mais usados no Brasil



Num universo de possibilidades, a utilização do *Whatsapp*, se tornou uma ferramenta importante para a radiodifusão, como aponta Cheni (2014, p.1):

As grandes emissoras estão usando o aplicativo muito além do envio de mensagens. Alguns veículos de comunicação têm usado outro recurso do aplicativo, que é dinâmico, como a informação passada por áudio, onde o ouvinte tem 15 segundos para passar a sua informação ou o seu recado. Em emissoras jornalísticas, o uso do aplicativo em áudio tem se tornando comum. O próprio ouvinte passa (grava) informações do trânsito, por exemplo, quase que em tempo real.

Um exemplo da inserção do aplicativo em um meio de comunicação se deu em trabalho de pesquisa realizado por Reis (2013). A autora relata que no jornal *online* Extra, ao criar uma conta no *Whatsapp*, com o objetivo de permitir que o leitor compartilhe notícias e receba informações, o canal de comunicação tem sido fonte de notícias e furos de reportagem por parte do portal de notícias, com a impressionante marca registrada em cem dias de 50 mil mensagens recebidas, dois mil contatos cadastrados e mais de 3.200 fotos, muitas delas deram origem a reportagens exclusivas.

Para Ferreira; Luz e Maciel (2013, p. 5), o uso dessas ferramentas traz à tona o conceito de “Jornalismo colaborativo, que é muito caro às empresas jornalísticas por agregar informação sem, muitas vezes, pagar por elas ou mesmo sem estabelecer no processo de produção o espaço de reconhecimento dessa agregação”.

Quando inserido na programação de uma emissora de rádio, torna-se um elo de comunicação e proximidade com o ouvinte, além de se tornar útil na prestação de serviços, como descreve Sollitto (2016), ao afirmar que “diversos veículos de comunicação,

perceberam o potencial do *WhatsApp* e o estão utilizando tanto para oferecer conteúdos diretamente aos seus leitores como para realizar coberturas em tempo real com a participação de outras pessoas”. Nesse sentido, abordaremos no próximo capítulo, a metodologia empregada para aprofundar a funcionalidade do aplicativo, alvo de estudo, na Rádio Difusora de Laguna.

4 METODOLOGIA

Esse capítulo aborda a metodologia adotada pelo pesquisador para se chegar às respostas dos problemas citados na introdução e aos objetivos propostos. Para Prodanov e Freitas (2013, p.13), “a metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”.

A presente monografia pretende buscar de que forma o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna. Compreender as principais mudanças com o uso do aplicativo e como se dá a participação dos ouvintes durante o período analisado, o mês de setembro de 2017. Detalhar quais os conteúdos e mensagens mais relevantes enviadas à emissora e os bairros e cidades que mais interagem com a programação da rádio.

A partir do proposto, confirma-se a importância da pesquisa que, conforme Marconi e Lakatos (2010, p. 139), é considerada “um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

Para se chegar aos objetivos, esse trabalho vai utilizar como métodos de pesquisa, tanto o quantitativo quanto o qualitativo descritivos, sendo que o tipo é a análise de conteúdo e entrevista não estruturada, com a técnica de estudo de caso.

A pesquisa quantitativa se dará para se chegar aos números questionados no problema desta pesquisa, ou seja, para saber os bairros e cidades que mais interagem na programação e como se dá a forma de participação dos ouvintes, quantificando os tipos de mensagens, se de textos ou áudios, de acordo com documentos da própria emissora, bem como os diferentes conteúdos enviados.

Já a pesquisa qualitativa será utilizada para responder às perguntas referentes à forma com que o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna e houve mudanças na programação para se adaptar ao uso da ferramenta.

Giddens (2012) afirma que: "a pesquisa pode ser feita pelo método misto quantitativo e qualitativo de modo a obter uma compreensão e explicação mais ampla do tema estudado".

Essa pesquisa visa atuar de forma simultânea, apoiada nas perspectivas quali-quantitativas, de modo a se chegar a uma interpretação mais detalhada do que está sendo pesquisado. Conforme Minayo e Sanches (1993, p. 247),

A relação entre quantitativo e qualitativo [...] não pode ser pensada como oposição contraditória [...] é de se desejar que as relações sociais sejam analisadas em seus aspectos mais 'concretos' e aprofundadas em seus significados mais essenciais. Assim, o estudo quantitativo pode gerar questões para serem aprofundadas qualitativamente e vice-versa.

Nenhuma das duas, porém, “é boa no sentido de ser suficiente para a compreensão completa (de uma) realidade” (MINAYO; SANCHES, 1993, p. 32).

A técnica utilizada neste trabalho é o estudo de caso. Para Motta (2009, p. 79), a finalidade do estudo de caso “corresponde ao estudo profundo e exaustivo de uma unidade-caso, que pode ser um indivíduo, uma família, uma empresa, uma situação, etc...”. Segundo Rauen (2002, p.58), o estudo de caso tem como objetivo:

Uma análise profunda e exaustiva de um ou de poucos objetos, de modo a permitir o seu amplo e detalhado conhecimento. Sua qualidade exponencial é a flexibilidade. Assim, além de fim em si mesmo, é usado para as fases iniciais de um estudo de maior folego, para a construção de hipóteses e reformulações de problemas.

O estudo de caso contribui para compreender melhor os fenômenos individuais e os processos organizacionais, como relata Fonseca (2002).

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe se única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. [...] O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador. (FONSECA, 2002, p.33).

Já como tipo de pesquisa, o pesquisador usará a análise de conteúdo, que, para Rauen (2002, p. 200), “se dá quando estamos diante de dados discursivos provenientes de várias espécies de documentação. Ela se configura como um conjunto de vias possíveis, por vezes não definidas, para o desvelamento do sentido do conteúdo”.

Busca-se descrever e interpretar o conteúdo em seu todo, para alcançar o objetivo proposto. Para Motta (2009, p. 109), “é uma técnica que tem como finalidade analisar,

interpretar e compreender as mensagens postas em um documento seja hipóteses ou conteúdos implícitos”.

O problema também será respondido através de entrevistas não estruturadas com um colaborador e com o diretor da rádio para se obter as respostas relacionadas à forma que o *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa, além das principais mudanças na programação para se adaptar ao uso do aplicativo. Denominada como não diretiva por Richardson (1999), a entrevista não estruturada caracteriza-se por ser totalmente aberta, pautando-se pela flexibilidade e pela busca do significado, na concepção do entrevistado, permitindo ao entrevistado responder perguntas dentro da sua própria estrutura de referências.

As entrevistas serão feitas de forma oral. Para Rauen (2006), as entrevistas são divididas em dois modelos:

As entrevistas estruturadas são aquelas que trazem as questões previamente formuladas. O pesquisador estabelece um roteiro prévio de perguntas e não há liberdade de alteração dos tópicos e nem se incluem questões frente às situações concretas. Nas *entrevistas não estruturadas*, o pesquisador, através de uma conversa amigável, busca levantar dados que possam ser utilizados em análise qualitativa, selecionando-se os aspectos mais relevantes do problema de pesquisa. (RAUEN, 2006, p.85).

As perguntas feitas ao diretor da Rádio Difusora e a um funcionário visam buscar o entendimento que eles têm a respeito do problema proposto nesta pesquisa, de forma mais informal, como destaca Gil (1999, p. 119), “se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta de dados”. Os questionamentos foram realizados em 28 de setembro de 2017 com os dois entrevistados, um por ser diretor da emissora e responsável por todas as mudanças realizadas na rádio, e outro, o funcionário que passou pelo período anterior e posterior ao uso do recurso do aplicativo.

Em relação ao período de coleta de dados para analisar as participações foi escolhido o mês de setembro de 2017, por ser o mais próximo do início desta pesquisa e por consequência apresentar os dados mais atuais possíveis.

Primeiro foi usada a pesquisa qualitativa, com as entrevistas não estruturadas feitas com o personagens citados, e em seguida a quantitativa, analisando os números levantados pelo pesquisador no período detalhado.

Este trabalho está inserido na linha de pesquisa do curso de Comunicação Social da Unisul: ‘Cultura, Comunicação e Novas Tecnologias’, contemplando o tema ‘cultura, linguagem e tecnologias digitais’.

Para contextualização do objeto de estudo, a seguir apresenta-se um histórico da emissora.

4.1 RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA

O rádio chega a Santa Catarina no ano de 1932, com a fundação da Rádio Cultura de Blumenau, inaugurada oficialmente quatro anos depois, mudando seu nome posteriormente para Rádio Clube de Blumenau, mantendo-se ainda hoje no ar. Na década seguinte surgiram emissoras em Joinville, Rio do Sul e também na capital catarinense, como registram Machado e Torres (2001):

Dentre outras, são da mesma década a Rádio Clube de Blumenau (PRC-4), Difusora de Joinville (ZYA-5), Difusora de Itajaí, Rádio Guarujá de Florianópolis, Rádio Catarinense de Joaçaba, Rádio Araguaia de Brusque, Rádio Mirador de Rio do Sul, Rádio São Francisco de São Francisco do Sul, Rádio Clube de Lages, Rádio Clube de Canoinhas, etc. Do sul do estado [*a Difusora de Laguna*] foi a pioneira e o mais famoso prefixo. (MACHADO; TORRES, 2001, p. 38).

Nos sul do estado a primeira referência a uma emissora é mencionada por Machado e Torres (2001, p. 57), que citam publicações da época. Falam os autores sobre a irradiação experimental da Rádio Esperança, de propriedade de João Collaço, que transmitia pequenas notas jornalísticas e discursos políticos e em meio à comemoração do centenário de Tubarão, transcorrido em 07 de novembro de 1935.

Figura 03 – Sede atual da Rádio Difusora de Laguna



Fonte: Arquivo da emissora

Continuam os escritores, em sequência, apontando a existência de uma rádio em Laguna. “Em 05 de dezembro de 1936, fundava-se em Laguna uma rádio com o nome de ‘Sociedade Rádio Juliana’, dirigida por Aurélio Groff, Célio Rollin, Carlos Horn e Manoel Bessa”. (MACHADO; TORRES, 2001). Entretanto, tais iniciativas, apesar de levarem a nomenclatura ‘rádio’, muitas vezes não passavam de serviços de alto-falantes.

Quando aludimos à instalação de serviços de alto-falantes em alguns centros urbanos do sul do estado, nos foi dado constatar que, com poucas exceções estes já eram chamados “rádios”. Este tipo de serviço geralmente ocupou os períodos imediatamente anteriores à instalação das emissoras de broadcasting (AM). No sul catarinense e na capital, temos registros que datam de 1935. (MACHADO; TORRES, 2001, p. 91).

Mas a primeira iniciativa a vingar foi de Nelson de Paula Almeida, vindo de Paranaguá, onde havia passado por algumas emissoras curitibanas. Junto com Erotides Guimarães e Carlos Horn, instalou cornetas na Rua XV de Novembro, no centro de Laguna, onde iniciou as transmissões do ‘Serviço de Auto Falantes Tupã’, isso ocorrendo em 1943. (JORNAL DE LAGUNA, 2014).

Para facilitar a concepção do registro, Nelson Almeida formou uma sociedade, juntamente com Erotides Guimarães e Pompílio Bento. A sociedade que nos referimos estava registrada no Registro de Tributos e Documentos uma dependência do Cartório de Registro Civil. Quando o processo estava em andamento, Nelson recebeu uma comunicação que deveria trocar de nome, pois no Estado de São Paulo já existia a Rádio Tupã. Nelson Almeida então fez uma ampla consulta popular,

movimentou o Estado todo, recebeu milhares de cartas, a grande maioria sugerindo o nome de Rádio Difusora de Laguna. (RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA, 2017).

A concessão da rádio foi obtida em novembro de 1946, com a emissora tendo feito a sua inauguração oficial no dia 15 de fevereiro do mesmo ano. (RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA, 2017).

Ao longo dos anos a emissora teve diversos proprietários. Após a sociedade inicial, pertenceu à família Ramos (1956, ligado ao Partido Social Democrático), depois Diomício Freitas (1982, integrando a Rede de Comunicação Eldorado – RCE), Dite Freitas (anos 1990), Henrique Salvaro (2000, compondo a Rede HS Eldorado) e, atualmente, Armelindo Salvaro (desde 2016). (MACHADO TORRES, 2001 e RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA, 2017).

Atualmente a emissora está localizada na Rua Conselheiro Jerônimo Coelho, nº 48, bairro Centro. A programação da emissora abrange todas as classes de ouvintes e é pautada no jornalismo e no musical. A rádio iniciou em novembro de 2016, o processo de migração para a Frequência Modulada, com a assinatura do termo aditivo que autorizou a migração de 240 rádios em todo o país, entre elas a Difusora, nos seus 70 anos. (RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA, 2016b).

Já em 6 abril de 2017, a emissora passou a transmitir sua programação em simultâneo nas duas frequências. “O relógio marcava 10h30, de quinta-feira, (6), quando a emissora passou a retransmitir a sua programação normal do tradicional AM 1160 também na frequência FM 91,5.” (JORNAL DE LAGUNA, 2017b).

Foi em 12 de junho de 2017, que a rádio teve de forma definitiva sua programação na Frequência Modulada registrada. (JORNAL DE LAGUNA, 2017a).

A Difusora de Laguna também pode ser acompanhada através do seu site oficial – www.difusoralaguna.com.br – por onde recebe inúmeras visitas em função do seu papel noticioso e também pelo aplicativo ‘Difusora Laguna’, disponível para as plataformas *Android* e *Apple iOS* (RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA, 2016a).

Passamos, então, à análise propriamente dita, conforme os objetivos deste trabalho.

5 ANÁLISE

5.1 ENTREVISTAS NÃO ESTRUTURADAS

Nesse capítulo serão analisadas as formas que o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna e também quais as mudanças que ocorreram na programação para se adaptar ao uso da ferramenta. Para isso, foi usado nesta análise o tipo de entrevista não estruturada com o diretor da emissora, Gustavo Salvaro, e com um funcionário, Vânio Santos, conforme já mencionado na Metodologia.

A entrevista com ambos foi realizada em 28 de setembro de 2017, em suas salas no prédio da emissora.

5.1.1 A forma de uso do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna

Em sua resposta, o responsável pela rádio destacou que o aplicativo, quando usado na emissora, passou a se tornar um elo entre a rádio e o público ouvinte.

Passamos a dialogar mais com nosso receptor e por consequência nossa interação aumentou consideravelmente, além do funcionamento da nossa rotina. Usamos o WhatsApp como fontes em vários programas, sabemos por ele dos problemas da cidade e também montamos os programas baseado nesses pedidos que chegam, comenta Salvaro (2017).

Logo, percebe-se que a interação com o rádio apenas mudou de forma como reforça Lopez (2015), ao apontar que o ouvinte sempre foi peça fundamental na interatividade com o rádio, sendo através de cartas, telefonemas e mais recentemente via internet.

Para o diretor, os programas musicais tiveram uma maior popularidade com o uso da ferramenta, além de ser perceptível que as pessoas realmente passaram a aderir ao aplicativo para reclamar, solicitar e participar de outras maneiras.

Passamos a nos comunicar internamente também, de forma rápida e objetiva, agilizando o diálogo entre os colaboradores da empresa e ainda o aumento das interações, explica Salvaro (2017).

Figura 04 – Print de participação via envio de fotos.



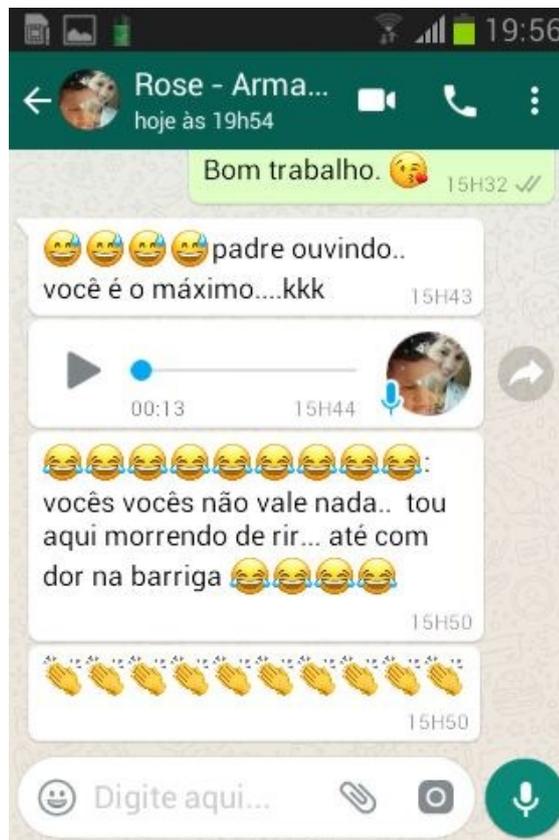
Fonte: Arquivo da emissora

Neste mesmo pensamento, o colaborador da Rádio Difusora Vânio Santos, apresentador de programa musical, comenta a importância do uso da ferramenta, ao destacar que as pessoas que escutam a emissora passaram a se sentir parte integrante da programação. *Os ouvintes se sentem importantes e peças fundamentais para gerar conteúdo para a rádio, desde um pedido musical, até uma informação do trânsito ou algum problema local enfrentado. A interatividade segue forte no rádio. Apenas a forma foi alterada, das cartas e telefonemas para os recursos tecnológicos avançados, afirma Santos (2017).*

A força do rádio é descrita por Makovics (2003, p. 12-13). Para ele o rádio “está ao alcance da maioria da população e atinge regiões mais afastadas dos centros urbanos”. Torres (2009) traz a explicação para essa força na participação dos ouvintes ao afirmar que esse tipo de interação coloca as pessoas como protagonistas e não as empresas no compartilhamento de ideias, comportamentos e opiniões.

Para justificar essa ligação do ouvinte com o comunicador da rádio, Santos (2017) salienta que *o Whatsapp quebrou uma barreira, veio para aproximar ainda mais o ouvinte de nós, que estamos no microfone. O celular com a internet garante isso: a presença do ouvinte como se fosse um auxílio, um repórter, e vem para auxiliar muito o nosso trabalho.*

Figura 05 – Print de participação via envio de texto e áudio.



Fonte: Arquivo da emissora

5.1.2 As mudanças que ocorreram na programação para se adaptar ao uso do aplicativo

Segundo Salvaro (2017), sobre as mudanças com a tecnologia, assim que o *WhatsApp* passou a fazer parte da rotina na rádio, foi feita uma recomendação para que todos os comunicadores passassem a priorizar a divulgação do número do aplicativo. *Foi pedido que todos comessem a anunciar nosso aplicativo e por consequência diminuir a divulgação do telefone fixo da emissora. Nosso monitor que usa a ferramenta foi posicionado de forma acessível e visível a todos que interagem no ar com os ouvintes.*

Essa afirmação feita pelo diretor da emissora pode ser confirmada pela foto registrada no estúdio de locução da Rádio Difusora, com o computador usado para acompanhar as mensagens ao lado da cadeira e da mesa onde ficam os comunicadores.

Figura 06 – Estúdio atual da Rádio Difusora de Laguna



Fonte: Arquivo da emissora

Ainda durante a sua resposta, ele destaca que com o uso do *WhatsApp*, o comunicador pode seguir com sua rotina normal sem se preocupar em atender o telefone.

Como hoje o locutor também faz a parte técnica na mesa de som e de atendente, o telefone convencional, principalmente, tirava muito a atenção e tempo na rotina da rádio. Com o aplicativo, os colaboradores podem seguir com a prática normal e só depois, com mais tempo, analisar com calma as mensagens enviadas, destaca Salvaro (2017).

Mais uma vez nota-se que o uso do *WhatsApp* passou a ser parte primordial de grande parte da programação da rádio, como afirma Salvaro (2017). *No jornalismo com as*

demandas das localidades, reclamações, pedidos e também nos programas musicais, com as solicitações e pedidos, anúncios de aniversariantes ou numa simples saudação de bom dia ou boa tarde, são itens que chegam pela internet e fazem parte da nossa grade de programação.

Tavares e Luíndua (2010) destacam que essa interação permite ao ouvinte expressar a sua opinião e compartilhar informações e discussões.

Sobre a importância da internet no rádio, Lopez (2010) considera esse novo espaço como propulsor de uma nova rádio, exigindo atualização de estratégias para atender às novas demandas informativas de uma sociedade convergente e global. Nesse mesmo sentido, conforme Jung (2013), a interatividade do rádio faz com que o ouvinte conectado à internet transforme-se em protagonista.

Figura 07 – Print de participação via texto, com uma saudação.



Fonte: Arquivo da emissora

Vânio Santos (2017) segue o mesmo raciocínio ao afirmar que a utilização do aplicativo trouxe mais praticidade no funcionamento da rotina da rádio.

No programa musical que apresento quase todas as participações são via aplicativo. Por consequência passamos a destacar o uso e a relevância dele para a rotina do programa. Recebemos mensagens de texto e áudio de todas as partes da cidade e de outros municípios também, além da facilidade em utilizar a ferramenta.

Para Castells (2005), essa comunicação de partes distintas, integrando texto, som e imagem, no tempo que desejar, muda de forma fundamental o caráter de conversação, com condições de acesso aberto e de preço acessível. Esses dados, por exemplo, em locais variados de participações, serão analisados no subcapítulo a seguir.

5.2 ANÁLISE QUANTITATIVA DO *WHATSAPP*

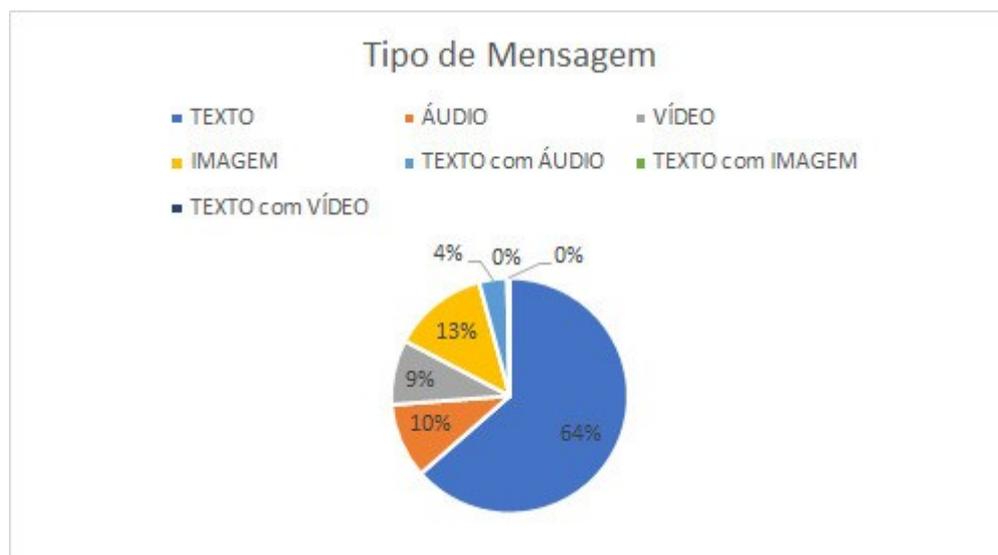
5.2.1 Tipos de mensagens

Aqui analisamos pelo método quantitativo as mensagens enviadas pelo público ouvinte da Rádio Difusora de Laguna, entre os dias 1 a 30 de setembro de 2017, através do aplicativo *WhatsApp*. Foram ao todo 573 registros de mensagens enviadas no período.

Os tipos de mensagens foram divididos em texto, áudio, vídeo, imagem, texto com áudio, texto com imagem e texto com vídeo.

Percebe-se, pela quantidade e pela diversificação dos tipos de mensagem, a força das tecnologias e como ainda temos interação entre o ouvinte e a rádio, agora de uma forma diferente, como analisado por Lopez e Quadros (2015), quando citam que o rádio segue se renovando e acompanhando esse avanço, principalmente com a chegada dos dispositivos móveis e digitais, que buscam manter um contato direto com seu público.

Gráfico 01 – Tipos de Mensagens



Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Como demonstrando no gráfico acima, a maior interação partiu através de mensagens de textos, com 364 no total (64%), seguido de imagens com 75 (13%), áudios 59 (10%), vídeos 51 (9%), texto com áudio 22 (4%) e texto com imagem e texto com vídeo somando apenas 1 participação cada, o que totaliza menos de 1%.

Sobre o espaço dado ao ouvinte, Avorio e Spyer (2015, p. 83-84) afirmam que “essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações”.

Constata-se um valor significativo, na medida em que as mensagens de texto são mais da metade do total de participações, com 64%. Bessalok (2013) afirma que antigamente o ouvinte buscava a interação por cartas, diferentemente de hoje, onde ele, do trabalho, ou dentro do carro, pode interagir com a emissora preferida, mandando informações e participando em tempo real.

Salienta-se que o dia 15 de setembro apresentou mais participações durante todo o mês, em um total de 30, sendo que nesse único dia foram: 21 mensagens de texto, 5 de áudio, nenhuma de vídeo, 2 imagens, 2 textos com áudio e nenhum registro de texto com imagem e texto com vídeo. (APÊNDICE J).

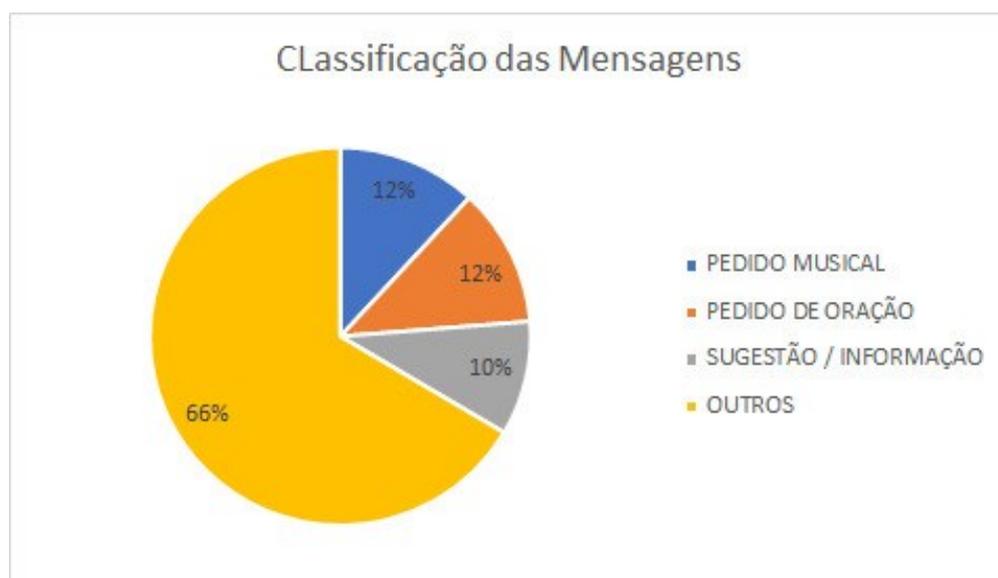
Já o dia 17, conforme se verifica no Apêndice L, apresentou o menor número de interação, apenas 5. Foram: 3 mensagens de texto, 1 de áudio, nenhuma de vídeo, 1 imagem e nenhum texto com áudio, texto com imagem e texto com vídeo.

Essa grande quantidade de interação se deve, segundo Bernaldo (2013), à importância desse diálogo em tempo real entre máquina e homem, onde a questão da participação tem sido um elo que sustenta essa parceria.

5.2.2 Classificação de mensagens

Como tipos de conteúdos, foram tabuladas as participações por classificações de mensagens, divididas em: pedido musical, pedido de oração, sugestão/informação e outros.

Gráfico 02 – Classificação das Mensagens



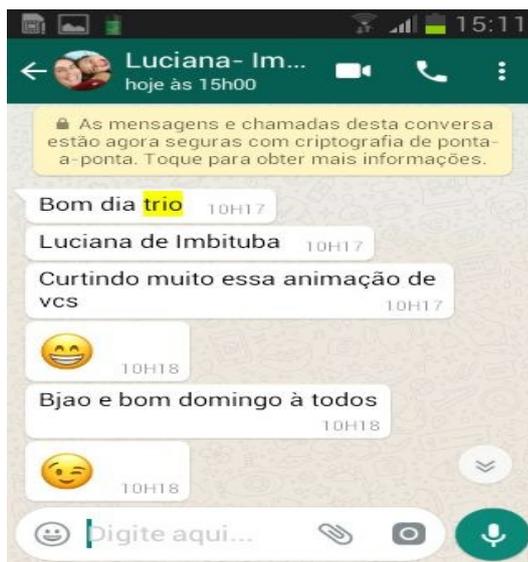
Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

No total, foram 68 pedidos musicais (12%), empatados com também 68 pedidos de oração (12%), 56 sugestões/informações (10%) e 381 outros (66%), que incluem elogios, humor, saudações, correntes e figuras.

Observa-se a grande quantidade de participações (66%), que integram os elogios, saudações ou ainda o simples envio de figuras ou correntes que se espalham pelo aplicativo. As pessoas querem se sentir parte integrante da programação da rádio, como destaca César (2005), ao relatar que os ouvintes, mesmo com suas atividades diárias, como no trânsito, por exemplo, podem participar da rotina da rádio.

Velho (2009), nesta mesma linha, cita que, para muita gente, o rádio tem papel de confidente e de propagador de informação e entretenimento. Para Jung (2013), o rádio atende a todos os gostos, pois ao passar pelas sintonias das estações, é possível encontrar emissoras especializadas em músicas sertanejas, pops, rock ou apenas de mensagens religiosas.

Figura 08 – Print de participação via texto, com uma saudação.



Fonte: Arquivo da emissora

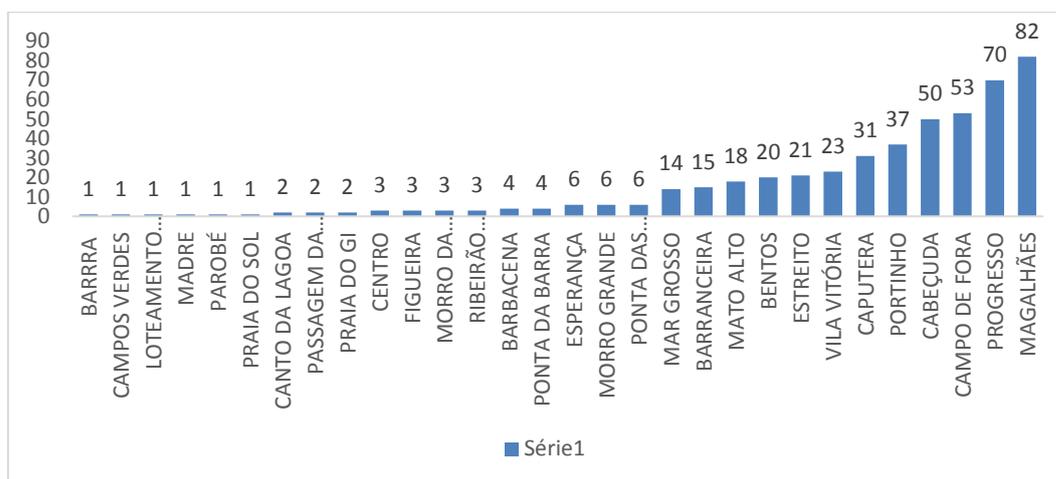
Destaca-se que dia 15 (APÊNDICE J) foi a data com maior participação, com 8 pedidos musicais, 1 pedido de oração, 2 sugestões/informações e 19 outros. Já no dia 17, foram apenas 5 interações, todas classificadas como outras (APÊNDICE L). Jung (2013) salienta que mesmo em uma participação simples, o ouvinte ou internauta conectado a internet, transforma-se em protagonista.

5.2.3 Locais das participações

Para detalhar os locais de participações, dividimos a análise em bairros da cidade de Laguna e outros municípios, que deixaram recados no período analisado. Foram 484 participações registradas de vários bairros de Laguna, além de 89 de outras cidades,

totalizando 573, como demonstrado no gráfico a seguir. O modelo de gráfico foi escolhido desta forma para facilitar a interpretação e para que todos os dados pudessem ser visualizados de forma detalhada e clara.

Gráfico 03 – Bairros de Laguna



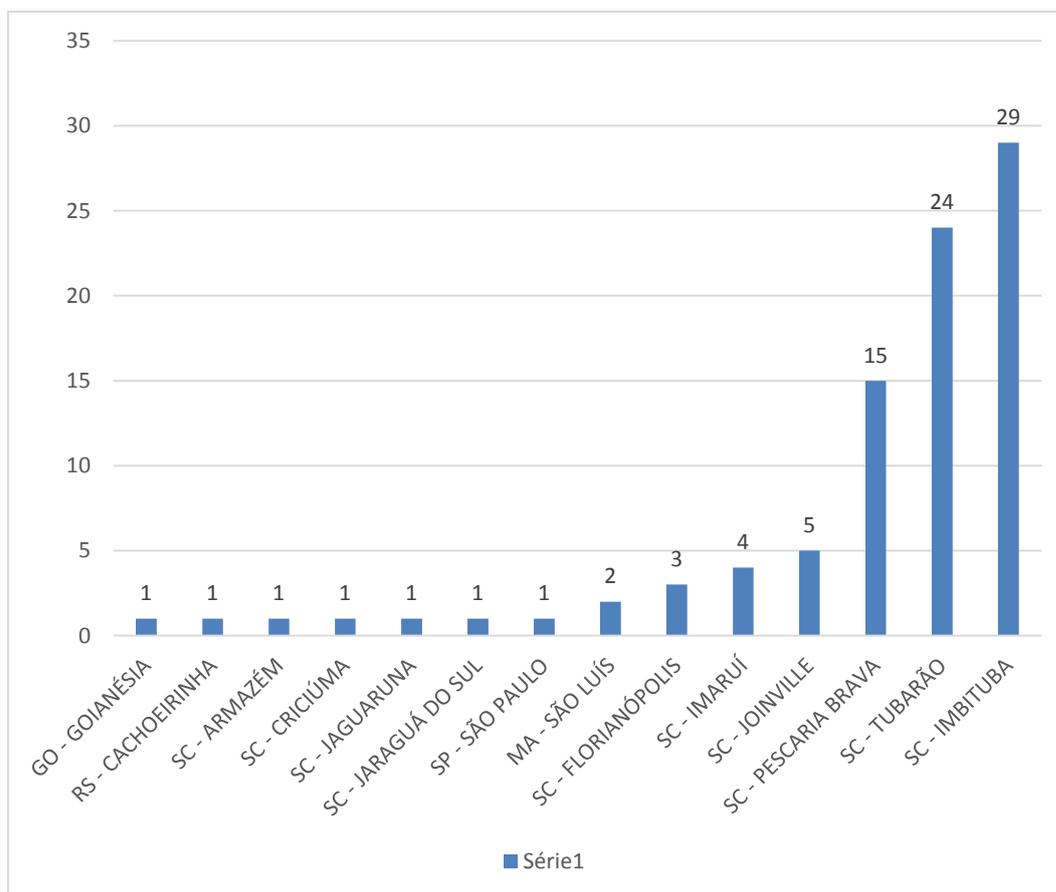
Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Nota-se que o bairro com maior interação foi o Magalhães com 82 (16%) dos ouvintes, seguido do Progresso com 70 (14%), Campo de Fora 53 (10%), Cabeçuda 50 (10%), Portinho 37 (7%), Caputera 31 (6%), Vila Vitória 23 (4%), Estreito 21 (4%), Bentos 20 (4%), Mato Alto 18 (3%), Barranceira 15 (3%), Mar Grosso 14 (2%), Ponta das Pedras (1%), Morro Grande e Esperança todos com 6 cada (6%), Ponta da Barra e Barbacena 4 cada, Ribeirão Grande, Morro da Glória, Figueira e Centro todos com 3 cada, Praia do Gi, Passagem da Barra e Canto da Lagoa todos com 2 participações cada, e finalizando com apenas 1 registro os bairros Praia do Sol, Parobé, Madre, Loteamento Juliana, Campos Verdes e Barra, representando 1% cada.

Fica claro, baseando-se nos números, uma maior participação de ouvintes dos bairros da área urbana e dos próximos à região central da cidade, pois o acesso à internet é mais favorecido. Para Velho (2009), o novo público, diferentemente do que se via com o ouvinte do interior no rádio tradicional, está com a atenção voltada para o computador, além de dominar a tecnologia da internet. Arcancho (2006) afirma que o desenvolvimento dessas novas tecnologias fez com que as emissoras de rádio passassem a utilizar com maior intensidade esses recursos, extinguindo os antigos e se adaptando às inovações.

Já os ouvintes, por cidades, que interagiram no período, tivemos os seguintes números:

Gráfico 04 – Quantidade de cidades



Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

De todas as 89 participações de outras cidades, Imbituba foi a que mais interagiu no período com 29 (32%) no total, seguida de Tubarão com 24 (26%), Pescaria Brava 15 (16%), Joinville 5 (5%), Imaruí 4 (4%), Florianópolis 3 (3%), São Luis no Maranhão 2 (2%), São Paulo, Jaraguá do Sul, Jaguaruna, Criciúma, Armazém, Cachoeirinha no Rio Grande do Sul e Goianésia em Goiás tiveram 1 registro cada (1%).

Mais uma vez é possível perceber que as cidades que mais participaram foram as que se localizam mais próximas à Laguna, como Imbituba, Tubarão e Pescaria Brava. Esse sucesso das redes sociais é evidenciado por Besspalhok (2013) ao afirmar que o rádio é quem tem conseguido os melhores resultados com o uso dessas novas tecnologias, se comparado a todas as ‘velhas mídias’ que buscam promover a interação com seus públicos.

O alcance da interação de cidades mais distantes do município de origem da emissora se deve ao fato de a internet ser um facilitar desse processo, como destaca Alcântara (2012), ao afirmar que a internet surgiu com o desenvolvimento da vida contemporânea, avanços tecnológicos e a própria globalização, trazendo a possibilidade da mensagem de muitos para muitos.

Neuberger (2012) cita que o rádio sempre se destacou por sua capacidade de superar os momentos críticos que já passou, como com o período de advento da televisão. Ele soube se reinventar e provavelmente saberá utilizar-se dessas novas possibilidades para continuar vibrante e companheiro.

6 CONCLUSÃO

Ao final deste trabalho, compreende-se que o objetivo pretendido foi alcançado por meio dos métodos adotados por este pesquisador para se chegar às respostas do problema, através da análise e do embasamento teórico.

Foram apresentados nesta pesquisa os dados para compreender as principais mudanças na Rádio Difusora de Laguna a partir da utilização do aplicativo *WhatsApp* em sua programação, usando como base de análise o mês de setembro de 2017, além de entrevistas não estruturadas com o diretor e responsável pela emissora e um colaborador da empresa.

Mesmo sendo um tema ainda novo e pouco abordado em pesquisas atuais, podemos entender como a ferramenta de comunicação instantânea *WhatsApp* pode ser uma peça fundamental para promover a interação entre o ouvinte e uma emissora de rádio, neste caso, a Difusora de Laguna, local onde o autor desta pesquisa atua como comunicador há 16 anos. Essa comunicação interativa é destacada por Santos (2012) como uma nova fase da comunicação, justamente pela facilidade onde em qualquer lugar e momento pode-se participar.

Para se chegar às conclusões, além das entrevistas, foram avaliadas todas as mensagens enviadas no período escolhido para a coleta das informações, num total de 573 registros, números esses que estão em tabelas dentro do programa Excel, facilitando a apuração quantitativa dos dados divulgados na presente análise, de forma detalhada, conforme os apêndices.

Foi possível perceber que o uso do recurso fez com que a participações passassem a se tornar parte integrante da programação da emissora em vários momentos, seja com uma simples saudação ou através de uma informação relevante ao restante do público, atingindo o objetivo geral de analisar de que forma o aplicativo *WhatsApp* é usado como ferramenta colaborativa na Rádio Difusora de Laguna. Lopez (2015), afirma que as ferramentas de mensagens instantâneas vieram acrescentar o rol de opções de interatividade que o rádio pode explorar, fazendo com que esse contato entre ouvinte e emissora ganhe maior relevância na programação.

Pode-se notar, através dos gráficos, que os bairros que mais participaram da programação no mês analisado foram o Magalhães com 82 no total (16%, seguido do Progresso com 70 (14%), Campo de Fora 53 (10%), Cabeçuda 50 (10%), todos mais

próximos da área central de Laguna. Caputera 31 (6%), Estreito 21 (4%), Bentos 20 (4%), se consolidam como os bairros mais distantes do município.

Registra-se que bairro Magalhães é o que aparece maior interação, com um total de 82 mensagens no que se refere às cidades, a de Imbituba é que tem maior número de mensagens enviadas, com 29 no período examinado.

Essa popularização do aplicativo estudado é citada por Reis (2012), quando afirma que o *WhatsApp* é o meio mais popular entre usuários brasileiros. Nesse contexto, segundo o autor, é mais comum uma pessoa ser indagada se tem o aplicativo, em vez do número telefônico.

Já os tipos de mensagens, outro dos objetivos traçados, destacam-se as mensagens de texto, com um total de 364 e a classificação, enquadrada em outros, que incluem elogios, humor, saudações, correntes, figuras, etc., totalizando 381. Como tipos de mensagens, a maior interação partiu através de mensagens de textos, com 364 no total (64%), seguido de imagens com 75 (13%), áudios 59 (10%), vídeos 51 (9%), texto com áudio 22 (4%) e texto com imagem e texto com vídeo somando apenas 1 participação cada, o que totaliza menos de 1%.

Buscamos ainda entender como a emissora se adaptou para trazer a novidade para dentro do estúdio, como respondido através de entrevistas com o diretor e um funcionário da rádio ao relatar o posicionamento da tela do computador em local estratégico, além das facilidades no uso do recurso. Foi também descrito pelos entrevistados a importância das participações como parte integrante da rotina da programação da emissora.

Pode-se concluir que, no decorrer da pesquisa, foi possível compreender que mesmo sendo um meio de comunicação antigo e tradicional, o rádio segue se reinventando e mantendo forte o poder de interação e de dar voz e vez aos ouvintes em variados temas, como uma reclamação ou o envio de algo produtivo para a grade de programação da rádio e pela facilidade de comunicação da internet. Jung (2013) afirma que hoje o rádio, adaptado a tantas mudanças, segue como um dos principais aliados da população como propagador de informação e entretenimento, dinâmico, interativo e confiável.

Apenas a forma de participação vem sofrendo mudanças, acompanhando os avanços tecnológicos. Das cartas e telefonemas, aos cliques pelo celular com as redes sociais. Nessa linha, Cheni (2014) diz que as emissoras estão usando o aplicativo, não somente para mensagens de texto, como também para o envio de áudios e com o dinamismo passar uma informação ou um simples recado.

As mudanças realizadas na rádio, como a colocação do computador que recebe as mensagens em ponto estratégico, as orientações repassadas pela direção aos comunicadores

para se buscar a interação via aplicativo e os números apurados nas tabulações, demonstram o que os autores citados nesta pesquisa descrevem sobre o tema, como, por exemplo Lopez e Quadros (2015, p. 168), ao afirmar que “o rádio ao longo de sua história tem buscado explorar diferentes ferramentas com o intuito de manter um contato direto com seus ouvintes”.

Segundo Parada (2000), no rádio, o que faz a diferença é o som. Mesmo antigo o meio de comunicação popular deve permanecer firme e abrangente por muito tempo, como relata Jung (2013), ao afirmar que o rádio segue acompanhando a inovação e sendo um dos principais meio a se beneficiar com a chegada da internet, como a qualidade de som para sintonizar na rede e o aumento do alcance em todas as partes do mundo.

Esse trabalho ajudou a entender a importância desse elo entre redes sociais e uma emissora de rádio popular eclética, que aproveita as facilidades da tecnologia para melhorar a interação com o ouvinte de forma consistente e variada.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Candice. **Cumplicidade virtual**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2012.

ARCHANGELO, F. A. B. **Globalização em Tempos de Regionalização**. In: FADUL, A.; GOBBI, M. C. **Mídia e região na era digital: diversidade cultural & convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

AVORIO, André; SPYER, Juliano. **Para Entender a Internet**. Ebook. Versão revisada e ampliada, 2015.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. Os formatos e os programas em áudio. São Paulo. Paulinas, 2013

BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. **Manual de Marketing em Mídias Sociais**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

BERPALHOK, Flávia Lúcia B. **Interação entre o rádio a internet e celulares: a potencialização da participação por meio de novas tecnologias de comunicação**. 2013.

Disponível

em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKewid5Ze0p-bWAhWKgZAKHQmDLsQFgg2MAI&url=http%3A%2F%2Finterin.utp.br%2Findex.php%2Fvol11%2Farticle%2Fdownload%2F292%2Fpdf&usg=AOvVaw04wkvKNaL7CO7kM5YNPddk>>. Acesso em: 16 out. 2017.

BIANCO, Nélia R. Del. **E tudo vai mudar quando o Digital chegar**. Universidade de Brasília–UnB, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

BITU, Sarita Silva França; SANTOS, Joseylson Fagner dos. **Adaptação às Novas Tecnologias: um Estudo de Caso sobre o Rádio no RN**. 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0979-1.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2017.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 8. ed. totalmente rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CEBRIAN, Herreros M. **O rádio no contexto da comunicação multiplataforma**. Radio Leituras, ano 2, n. 2, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herreros-pt.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

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

CHENI, Anderson. **WhatsApp! a nova ferramenta de interação do rádio.** Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/artigos-e-colunas/74717-whatsapp-a-nova-ferramenta-de-interacao-do-radio>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio.** 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>>. Acesso em 17 out. 2017.

COSSETTI, Melissa Cruz. **WhatsApp é a rede social mais usada no Brasil; apps do Facebook dominam.** Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/08/whatsapp-e-rede-social-mais-usada-no-brasil-apps-do-facebook-dominam.ghtml>>. Acesso em: 23 set. 2017.

DEL BIANCO, Nelia. MOREIRA, Sonia V. **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas.** UNB. Rio de Janeiro, 1999.

DICIONÁRIO Online. **Significado de Glocalização.** Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/glocalizacao/>>. Acesso em: 12 out. 2017.

FERREIRA, Paula Araújo; LUZ, Cristina Rego M.; MACIEL, Ines Maria Silva. **As redes sociais como fonte de informação: uso do *Whatsapp* como ferramenta de apuração da notícia (Rio de Janeiro, Brasil).** Setembro de 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3508-1.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2017.

FREIRE, Marcelo; KOCHHANN, Roscéli; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos.** 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Radio%20convergencia%20tecnologica%20e%20evolucao%20dos%20dispositivos.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2017.

G1. **WHATSAPP atinge marca de um bilhão de usuário ativos por dia.** Publicado em 26 de julho de 2017. Disponível em <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/whatsapp-atinge-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-por-dia.ghtml>>. Acesso em: 21 set. 2017.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia.** Tradução: Sandra Regina Netz. 6 ed. Porto Alegre: Artmed, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
JORNAL DE LAGUNA. **A partir de segunda-feira: Difusora transmitirá em FM.** Disponível em: <<http://jornaldelaguna.com.br/a-partir-de-2a-feira-difusora-transmitira-em-fm/>>. Acesso em: 25 set. 2017a.

_____. **Difusora FM.** Disponível em <<http://jornaldelaguna.com.br/difusora-fm/>>. Acesso em: 25 set. 2017b.

JORNAL DE LAGUNA. **Nas Ondas do Rádio: Difusora completa 68 anos**. 2014. Disponível em: <<http://jornaldelaguna.com.br/nas-ondas-do-radio-difusora-completa-68-anos/>>. Acesso em 25 set. 2017.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2013.

KAPLÚN, Mario. **Producción de Programas de Rádio: el guion, la realizacion**. Quito: Ciespal, 1978.

LOPEZ, Débora Cristina. QUADROS, Mirian Redin de. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade**. Revista Famecos. Porto Alegre, 2015. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523>>. Acesso em 21 set. 2017.

LOPEZ, Débora Cristina. **Pesquisa em rádio no Brasil: Um mapeamento preliminar das teses doutorais sobre mídia sonora**. 2012. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiS0PC-p5LXAhUBgJAKHergAZ0QFggoMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.revistas.usp.br%2Fmatrizes%2Farticle%2Fdownload%2F48058%2F51822&usg=AOvVaw2KRTsIMd-FHt1gnuBgCC-a>>. Acesso em 25 set. 2017.

_____. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

MACHADO, Agilmar. TORRES, Osvaldo. **A História da Comunicação no Sul de Santa Catarina**. Criciúma: BTC Comunicação, 2001.

MAGNONI, A. F. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, 2001.

MAKOVICS, Nahara Cristine. **O Rádio no Brasil: da história as contribuições de Sônia Virgínia Moreira**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE A ESCOLA LATINOAMERICANA DE COMUNICAÇÃO, 2003. São Bernardo do Campo. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/f/ff/CTA1F_-_Texto_3_-_Nahara_Makovics.pdf>. Acesso em: 18 set. 2017.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. **Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade?** In: Caderno de Saúde Pública da Escola Nacional de Saúde Pública da Fiocruz, jul./set., 1993. Disponível em: <

<http://www.ufjf.br/especializacaofisioto/files/2010/03/Quantitativo-qualitativo-oposi%C3%A7%C3%A3o-ou-complementaridade1.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2017

MOTA, Alexandre de Medeiros. **Tcc e o fazer científico**. Tubarão, SC: Copiart, 2009.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**. Bahia: Editora UFRB, 2012.

OLIVEIRA, Wanessa Monteiro Canellas de. **Memória, subjetividade e afeto nos bastidores do rádio**. Rio de Janeiro: UFRJ. 2008.

ORTRIWANO, G. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2ªed. São Paulo: Summus, 1985.

QUADROS, M.; LOPEZ, D. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência**. Famecos, Porto Alegre, v. 22, n. 3, 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523> >. Acesso em: 25 abr. 2017.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 Horas de Jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000.

PESSOA, Sônia Caldas. **Rádio e tecnologias digitais: desafios para a formação do jornalista**. 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-coordenada_radiojornalismo-pessoa.pdf>. Acesso em: 17 out. 2017.

PINHO, J.B. **Publicidade e Vendas na Internet: técnicas e estratégias**. São Paulo: Summus, 2000.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos Gêneros, Novas Formas De Interação**. Tese. Belo horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2008. Disponível em <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf?sequence=1 >. Acesso em: 21 abr. 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani César. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Disponível em <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=zUDsAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=metodologia+e+metodo&ots=da4efu6ES&sig=UnHo1X8ukm61wKmE41BQ3WhDE#v=onepage&q=metodologia%20e%20metodo&f=false>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

RÁDIO DIFUSORA DE LAGUNA. **A Rádio**. Disponível em: <<https://www.difusoralaguna.com.br/a-radio/>>. Acesso em 25 set. 2017.

_____. **Difusora lança seu aplicativo para download**. 2016a. Disponível em:<<https://www.difusoralaguna.com.br/2016/08/06/difusora-lanca-seu-aplicativo-para-download/>>. Acesso: 25 set. 2017.

_____. **Difusora passará para frequência 91,5 FM ainda esse ano.** 2016b. Disponível em <<http://www.difusoralaguna.com.br/2016/11/07/difusora-passara-para-frequencia-915-fm-em-breve/>>. Acesso em 25 set. 2017.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de investigação científica.** Tubarão: Unisul, 2002.

RAUEN, Fábio. **Roteiros de Pesquisa.** Rio do Sul: Nova Era, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Bruna Sthefany S. “**Você tem WhatsApp?**” Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília. Universidade de Brasília – UnB. Dezembro de 2013. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7590/1/2013_BrunaSthefanySouzadosReis.pdf>. Acesso em: 17 out. 2017.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, Antonio Paiva. **Pequena história do rádio e da televisão.** Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/clipping/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao-278652/>>. Acesso em: 06 jun. 2017.

SAFKO, Lon; BRAKE, David K. **A Bíblia da Mídia Social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios.** São Paulo: Blucher, 2010.

SALVARO, Gustavo. Entrevista concedida em 28 de setembro de 2017.

SANTOS, Andre. **SMS: uma nova forma de comunicação, uma influência na Língua Portuguesa,** Universidade de Avelro, 2012. Disponível em <<http://ria.ua.pt/bitstream/10773/9836/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em 17 out. 2017.

SANTOS, Vânio. Entrevista concedida em 28 de setembro de 2017.

SOLLITO, André. **O WhatsApp como ferramenta de comunicação.** Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/revista/o-whatsapp-como-ferramenta-de-comunicacao/>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

SPADARO, Antônio. **Web 2.0: redes sociais.** São Paulo: Paulinas, 2013.

TAVARES, Judy Lima; LUÍNDIA, Luiza E. Azevedo. Mídias sociais: redes de relacionamento entre organizações e públicos. In: CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia (Orgs). **Relações Públicas Digitais: O pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais.** Salvador, BA: Edições VNI, 2010.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais.** 2. ed. São Paulo: M.Books do Brasil, 2011.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias sociais... e agora? O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais.** São Caetano do Sul: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital:** tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da TV.** Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979.

VELHO, A.P.M. **A Linguagem do Rádio Multimídia.** 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-velho-linguagem.pdf>>. Acesso em: 28 de ago. 2017.

ZUCKERBERG, Mark. **Nota divulgada no Facebook pelo Ceo da empresa.** Disponível em: <https://www.facebook.com/zuck?ref=br_rs>. Acesso em 25 abr. 2017.

WHATSAPP. **Sobre o WhatsApp.** Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/about/>>. Acesso em 22 set. 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
PROGRESSO	JANE DOS REIS	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PORTINHO	ROSIMAR	TEXTO	SUGEST/INFORM	Horário da Missa Portinho	
CIDADE PESCARIA BRAVA	CUSTÓDIA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
LOTEAMENTO JULIANA	TÉO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
VILA VITÓRIA	ARAILDO	ÁUDIO	OUTROS	HUMOR	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	FERMINO	ÁUDIO	SUGEST/INFORM	DIVULGAÇÕES	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	MAYARA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PORTINHO	MALU	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
PORTINHO	MALU	TEXTO	MUSICAL		SERTANEJO BOM DEMAIS
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	JAIRO RONCHI	TEXTO	OUTROS	HUMOR	
BARBACENA	GISLEI	TEXTO	OUTROS	HUMOR	
BARRANCEIRA	VILSON	T+A	OUTROS	HUMOR	
PROGRESSO	FABRÍCIO "GERAL SOM"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	SUGEST/INFORM		
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	MARGARETE	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PONTA DA BARRA	LEO "REST. RIBEIRO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZETE	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZETE	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	FÁTIMA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANÚNCIO	DIFUSORA SERVIÇO
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	SUGEST/INFORM		
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	MARGARETE	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	FÁTIMA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ

Participações dia 01 de setembro (acima) e 02 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BENTOS	GUSTAVO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
MAR GROSSO	AIRTON	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	FÁTIMA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	

APÊNDICE B

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
PORTINHO	FRED / MARTA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
CIDADE IMBITUBA	LUCIANA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
CIDADE IMBITUBA	DILMAR LOBO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
MAGALHÃES	ALEXANDRE	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
PROGRESSO	JOAQUIM	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
CABEÇUDA	PAULINHO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
PORTINHO	JULIANO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
BARRANCEIRA	VILSON	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
CAMPO DE FORA	PRETA	ÁUDIO	MUSICAL		DOMINGÃO
MAR GROSSO	AIRTON	ÁUDIO	MUSICAL		DOMINGÃO
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	ELIZABETE	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
CAMPO DE FORA	PRETA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO

Participações dia 03 de setembro (acima) e 04 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	SUGEST/INFORM	DOC. PERDIDO	DIFUSORA SERVIÇO
CABEÇUDA	MARLI	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	JOSI	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
PORTINHO	MARIA CLÁUDIA	IMAGEM	SUGEST/INFORM	DOC. ACHADOS	DIFUSORA SERVIÇO
FIGUEIRA	CARLOS	T+I	SUGEST/INFORM	RECL. PONTE	DIFUSORA MEIO DIA
PORTINHO	JULIANO	T+A	MUSICAL		
PORTINHO	ANDREZA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAPUTERA	VICKSON	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. ENERGIA	DIFUSORA MEIO DIA
PROGRESSO	FABRÍCIO "GERALSOM"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	WILLIAN	TEXTO	SUGEST/INFORM	HÁ ENERGIA?	
CAMPO DE FORA	PRETA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	OUTROS		RÁDIO REVISÁ
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	FÁTIMA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	

APÊNDICE C

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. ENERGIA	DIFUSORA MEIO DIA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. ENERGIA	DIFUSORA SERVIÇO
CABEÇUDA	DAGMAR	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MORRO GRANDE	REGINALDO	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE PESCARIA BRAVA	FERNANDA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ORLANDO	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE PESCARIA BRAVA	IVAN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
CAMPO DE FORA	PRETA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	SUZANA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Sinal tim	
PROGRESSO	NILZA	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO

Participações dia 05 de setembro (acima) e 06 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BENTOS	GUSTAVO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
ESPERANÇA	RAMIRES	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CIDADE JOINVILLE	LUIZ NERY "MIRANDINHA"	ÁUDIO	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	DIFUSORA MEIO DIA
CABEÇUDA	MAICON	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE ARMAZÉM	ROSE	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	SUZI	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PORTINHO	JULIANO	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	SERTANEJO BOM DEMAIS
VILA VITÓRIA	ROBERTA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PASSAGEM DA BARRA	PASSAGEM DA BARRA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Recl. Sinal Rádio	
MATO ALTO	MATO ALTO	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PONTA DA BARRA	LEONARDO "REST. RIBEIRO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
VILA VITÓRIA	CRISTIANA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	A TARDE É NOSSA
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. QUEDA SINAL	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	FÁTIMA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	NILZA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	NILZA	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO

APÊNDICE D

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
CIDADE PESCARIA BRAVA	FERNADA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	JAIRO RONCHI	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAR GROSSO	AIRTON	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ISANETE	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 07 de setembro (acima) e 08 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	SUGEST/INFORM	DOC. PERDIDO	DIFUSORA SERVIÇO
PORTINHO	MARIA	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANÚNCIO GERAL	DIFUSORA SERVIÇO
BARBACENA	GISLEI	T+A	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE PESCARIA BRAVA	IVAN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
VILA VITÓRIA	CRISTIANA	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	RODEIO SERTANEJO
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PORTINHO	JULIANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

APÊNDICE E

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BARRANCEIRA	JOÃOZINHO	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	BATE-BOLA
BENTOS	GUSTAVO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	
RIBEIRÃO GRANDE	BIANCA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Inf. Sobre Prog.	
CAMPO DE FORA	PRETA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	LAGUNA AMANHECE CANTANDO
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	SUZANA	ÁUDIO	OUTROS	HUMOR	A TARDE É NOSSO
PAROBÉ	GABRIELY	TEXTO	SUGEST/INFORM	Inf. Sobre Prog.	

Participações dia 09 de setembro (acima) e 10 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE JOINVILLE	LUIZ NERY "MIRANDINHA"	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
BENTOS	MARIZETE	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
MAGALHÃES	JAIR RONCHI	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
RIBEIRÃO GRANDE	BIANCA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Inf. Sobre Prog.	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAR GROSSO	AIRTON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	MUSICAL		DOMINGÃO
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

APÊNDICE F

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	DAGMAR	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
FIGUEIRA	PAULINHA	T+A	MUSICAL		
PORTINHO	FELIPPE	TEXTO	MUSICAL		
RIBEIRÃO GRANDE	GABRIELY	TEXTO	SUGEST/INFORM	NÃO CLASSIFICADO à pedido	Programação
CIDADE FLORIANÓPOLIS	VITOR LOUZARDO	ÁUDIO	SUGEST/INFORM		
CENTRO	FABRÍCIA ADR	TEXTO	SUGEST/INFORM		
CIDADE CACHOEIRINHA	FÁBIO	IMAGEM	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
CABEÇUDA	ELAINE	TEXTO	ORAÇÃO		CRISTO É A RESPOSTA
PORTINHO	ALESSANDRO	TEXTO	SUGEST/INFORM	PEDIDO DE DIV.	
MAGALHÃES	SAMIRA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Cadeira de Rodas - APE	DIFUSORA SERVIÇO
PASSAGEM DA BARRA	LÚCIO	TEXTO	SUGEST/INFORM	Recl. Sinal	
MAR GROSSO	FELIPE	TEXTO	MUSICAL		
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAR GROSSO	AIRTON	ÁUDIO	MUSICAL		SERTANEJO BOM DEMAIS
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	ELIZABETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 11 de setembro

APÊNDICE G

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	SUGEST/INFORM	SINAL / TRANSM	
MAGALHÃES	KELI	ÁUDIO	MUSICAL		SERTAENJO BOM DEMAIS
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	SAMIRA	TEXTO	SUGEST/INFORM	CADEIRA DE RODAS - APAE	DIFUSORA SERVIÇO
MORRO GRANDE	REGINALDO	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	ROSILENE	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ANDREIA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	JOSI	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
CIDADE PESCARIA BRAVA	MARIA HELENA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
CENTRO	PAULO	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
CENTRO	PAULO	TEXTO	SUGEST/INFORM	Número - Ilumn. Públ.	DIFUSORA MEIO-DIA
PROGRESSO	FERNANDA	TEXTO	SUGEST/INFORM	Div. De Venda	MANHÃ TOTAL
MAR GROSSO	FELIPE	TEXTO	SUGEST/INFORM	Inf. Sobre energia	DIFUSORA MEIO-DIA
MORRO GRANDE	CIDA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZETE	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. ENERGIA	RÁDIO REVISTA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	ELIZABETE	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	SUGEST/INFORM	SINAL / TRANSM	

Participações dia 12 de setembro

APÊNDICE H

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA SERVIÇO
PROGRESSO	ZILMA	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
PORTINHO	GIULIANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE SÃO PAULO	ELENICE	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	FERNANDA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMARUÍ	TEREZINHA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE JAGUARUNA	JEAN	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANUNCIO DE COMPRA	DIFUSORA SERVIÇO
CIDADE PESCARIA BRAVA	MARILZA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
BARBACENA	GISLEI	T+A	MUSICAL		
MORRO DA GLÓRIA	ADEMIR	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	DIFUSORA SERVIÇO
CIDADE FLORIANÓPOLIS	VITOR LOUZARDO	VÍDEO	SUGEST/INFORM	DIV. GOVERNO	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	DENNIS	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECLAMAÇÃO	DIFUSORA SERVIÇO
MAGALHÃES	DENNIS	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PORTINHO	CLAIR	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PORTINHO	JULIANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAPUTERA	ISANETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 13 de setembro

APÊNDICE I

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA SERVIÇO
BENTOS	MARIZETE	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
VILA VITÓRIA	ROBERTA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PORTINHO	ANDREZA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
ESPERANÇA	ROGÉRIO DUARTE	TEXTO	SUGEST/INFORM	RECL. LIXO	DIFUSORA MEIO DIA
MADRE	ELZI	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE PESCARIA BRAVA	MARILZA	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
CIDADE GOIANÉSIA	PAULO SILVA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA SERVIÇO
BARRANCEIRA	KELLEN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
ESPERANÇA	MOACIR	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	DIFUSORA MEIO DIA
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
VILA VITÓRIA	CRISTIANA	ÁUDIO	SUGEST/INFORM	RECLAMAÇÃO	DIFUSORA MEIO DIA
VILA VITÓRIA	CRISTIANA	ÁUDIO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
MAGALHÃES	ELIZETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PONTA DAS PEDRAS	GABRIELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	LIZIANE	TEXTO	ORAÇÃO		
MAGALHÃES	LIZIANE	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	ZÉ GAÚCHO	TEXTO	SUGEST/INFORM	PEDIDO DE AJUDA	DIFUSORA MEIO DIA
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 14 de setembro

APÊNDICE J

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	RICARDO	TEXTO	SUGEST/INFORM	Col. Militar	RÁDIO REVISTA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PONTA DAS PEDRAS	TETÊ	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MATO ALTO	NORMA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CIDADE IMARUÍ	NILDA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
CAPUTERA	VICKSON	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA MEIO DIA
PORTINHO	MARIA	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANUNCIO	DIFUSORA SERVIÇO
PONTA DAS PEDRAS	ELIVELTON	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	JANE	T+A	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CANTO DA LAGOA	JAMILIS	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMARUÍ	OSCAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
BARRANCEIRA	KELLEN	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MAR GROSSO	FELIPE	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	MARGARETE	TEXTO	MUSICAL		MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZETE	ÁUDIO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
PROGRESSO	SOM BARBEIRO	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ZELIA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MATO ALTO	ANDERSON	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	NILZA	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO

Participações dia 15 de setembro (acima) e 16 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
BARRANCEIRA	JOÃOZINHO	TEXTO	MUSICAL	Pedido hino	BATE-BOLA
BENTOS	GUSTAVO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PRAIA DO SOL	JAIR	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ

APÊNDICE L

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	JOAQUIM	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DOMINGÃO
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	SUZANA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 17 de setembro (acima) e 18 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE JOINVILLE	LUIZ NERY "MIRANDINHA"	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
FIGUEIRA	QUERIDA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CANTO DA LAGOA	JAMILIS	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMARUÍ	OSCAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE PESCARIA BRAVA	ISRAEL	TEXTO	SUGEST/INFORM	INF. PROGRM.	
PROGRESSO	JOAQUIM	IMAGEM	OUTROS	HUMOR	
MORRO DA GLÓRIA	ADEMIR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE PESCARIA BRAVA	IVAN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 17 de setembro (acima) e 18 de setembro (abaixo)

APÊNDICE M

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	CHARLES	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
BARRANCEIRA	KELLEN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZETE	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	OUTROS	HUMOR	
PROGRESSO	SOM BARBEIRO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	LAGUNA AMANHECE CANTANDO
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ZELIA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	LIZIANE	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 19

APÊNDICE N

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
PORTINHO	FRED / MARTA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA MEIO-DIA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PONTA DAS PEDRAS	DIOGO	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
BARRANCEIRA	KELLEN	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CIDADE PESCARIA BRAVA	FERNANDA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHA
MORRO GRANDE	ROSA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
BARBACENA	GISLEI	T+A	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	SUZI	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MATO ALTO	ARI	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
MORRO GRANDE	CIDA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	SUGEST/INFORM		RÁDIO REVISTA
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	OUTROS	HUMOR	
PROGRESSO	SOM BARBEIRO	TEXTO	OUTROS	EMOJI	
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAPUTERA	ISANETE	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	NILZA	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO

Participações dia 20

APÊNDICE O

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
BENTOS	MARIZETE	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE JARAGUÁ DO SUL	RITA SABRINA	IMAGEM			
MORRO DA GLÓRIA	ADEMIR	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	DIFUSORA SERVIÇO
MORRO GRANDE	CIDA	TEXTO	OUTROS	ELOGIO	A TARDE É NOSSA
CIDADE FLORIANÓPOLIS	VITOR LOUZARDO	VÍDEO	SUGEST/INFORM	DIV. AÇ. GOV. SC	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	T+V	OUTROS	CORRENTE	
VILA VITÓRIA	CRISTIANA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
PROGRESSO	SOM BARBEIRO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PORTINHO	JULIANO	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	LAGUNA AMANHECE CANTANDO
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
CABEÇUDA	PAULINHO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA MEIO DIA
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 21 (acima) e 22 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANUNCIO	DIFUSORA SERVIÇO
PONTA DAS PEDRAS	MARCELO	TEXTO	SUGEST/INFORM	ANUNCIO	DIFUSORA SERVIÇO
MAGALHÃES	MARIA AMARO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
MAGALHÃES	ORLANDO	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
MATO ALTO	ARI	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE PESCARIA BRAVA	IVAN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	DIFUSORA SERVIÇO
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	MUSICAL		LAGUNA AMANHECE CANTANDO
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	DENNIS	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PORTINHO	JULIANO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
PONTA DAS PEDRAS	GABRIELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	IONE BRUM	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PRAIA DO GI	TIAGO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
BARRANCEIRA	MARILANE	T+A	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO

APÊNDICE P

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BARRANCEIRA	JOÃOZINHO	TEXTO	SUGEST/INFORM		BATE-BOLA
BENTOS	GUSTAVO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
CIDADE JOINVILLE	EVANDRO	TEXTO	SUGEST/INFORM	DOC. PERDIDO	DIFUSORA SERVIÇO
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PRAIA DO GI	TIAGO	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 23 (acima) e 24 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZETE	TEXTO	OUTROS	HUMOR	
MAGALHÃES	DENNIS	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CABEÇUDA	IOLANDA	ÁUDIO	OUTROS	ELOGIO	DOMINGÃO
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	

APÊNDICE Q

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
ESPERANÇA	RAMIRES	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
BARRA	MARIA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
ESPERANÇA	JUNINHO ÁVILA	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	SUZI	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
BARRANCEIRA	VILSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
CAMPO DE FORA	PRETA	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PORTINHO	JULIANO	T+A	OUTROS	HUMOR	A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
CAMPO DE FORA	PRETA	ÁUDIO	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	ZÉ GAÚCHO	TEXTO	SUGEST/INFORM	PEDIDO DE AJUDA	DIFUSORA MEIO DIA
VILA VITÓRIA	CLAUDIA DA SILVA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 25 de setembro (acima) e 26 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
BARRANCEIRA	JOÃOZINHO	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PONTA DA BARRA	GILMARA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	SUZI	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
CAMPOS VERDES	CAMILA	TEXTO	SUGEST/INFORM	INF. DIV. VAGAS	DIFUSORA SERVIÇO
CIDADE SÃO LUÍS	IVANA	TEXTO	SUGEST/INFORM	INF. DESPARECIDOS	
CIDADE PESCARIA BRAVA	IVAN	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTANEJO BOM DEMAIS
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CABEÇUDA	IOLANDA	ÁUDIO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CABEÇUDA	ZÉ GAÚCHO	TEXTO	SUGEST/INFORM	PEDIDO DE AJUDA	DIFUSORA MEIO DIA
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
VILA VITÓRIA	CLAUDIA DA SILVA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

APÊNDICE R

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
PORTINHO	FRED / MARTA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	SERTAENJO BOM DEMAIS
CAMPO DE FORA	RICARDO	TEXTO	SUGEST/INFORM	Col. Militar	RÁDIO REVISTA
MAGALHÃES	KELI	ÁUDIO	MUSICAL		SERTAENJO BOM DEMAIS
MAGALHÃES	ELIZANGELA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PROGRESSO	ROBSON DOMICIANO	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESPERANÇA	MOACIR	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE SÃO LUÍS	IVANA	TEXTO	SUGEST/INFORM	INF. DESPARECIDOS	
PORTINHO	DIRLEI	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MATO ALTO	DJENIFER	T+A	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CIDADE CRICIÚMA	GIOVANA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
PROGRESSO	ADRIANO	T+A	MUSICAL		SERTANEJO BOM DEMAIS
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	
MAGALHÃES	ELIZETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	TEXTO	MUSICAL		LAGUNA AMANHECE CANTANDO
CABEÇUDA	IOLANDA	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	PAULINHO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
MATO ALTO	ANDERSON	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 27 de setembro

APÊNDICE S

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CABEÇUDA	DAGMAR	ÁUDIO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE JOINVILLE	LUIZ NERY "MIRANDINHA"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RÁDIO REVISTA
BENTOS	MARIZETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
BARRANCEIRA	VILSON	ÁUDIO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	FABRÍCIO "GERALSOM"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	DOUGLAS	ÁUDIO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
MATO ALTO	VINICIUS	ÁUDIO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
CIDADE PESCARIA BRAVA	MARILZA	TEXTO	OUTROS	CORRENTE	
MATO ALTO	ARI	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	WILLIAN	TEXTO	ORAÇÃO		CRISTO É A RESPOSTA
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PONTA DA BARRA	LEONARDO "REST. RIBEIRO"	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ELIZETE	VÍDEO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	DENNIS	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	IONE BRUM	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MATO ALTO	ANDERSON	TEXTO	MUSICAL		A TARDE É NOSSA
CAPUTERA	GRASIELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	MANHÃ TOTAL
VILA VITÓRIA	CLAUDIA DA SILVA	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL

Participações dia 28 de setembro (acima) e 29 de setembro (abaixo)

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
CAMPO DE FORA	JULIO ALANO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
MAGALHÃES	ELIZÂNGELA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CABEÇUDA	DAGMAR	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
VILA VITÓRIA	CAROLINE	TEXTO	OUTROS	NÃO CLASSIFICADO	MANHÃ TOTAL
PORTINHO	SAIONARA	TEXTO	SUGEST/INFORM	DOC. ACHADO	DIFUSORA SERVIÇO
PORTINHO	JAMILE	T+A	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
CIDADE PESCARIA BRAVA	MARILZA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	ANA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
MAGALHÃES	ADRIANA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
MAGALHÃES	JÉSSICA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	A TARDE É NOSSA
PORTINHO	JULIANO	T+A	OUTROS	HUMOR	A TARDE É NOSSA
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CABEÇUDA	IOLANDA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
PROGRESSO	ZELIA	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	RODEIO SERTANEJO
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	GRASIELA	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ

APÊNDICE T

BAIRRO	NOME	TIPO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIPTIVO	DIREC. AO PGM.
PORTINHO	FRED / MARTA	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
VILA VITÓRIA	JULIA GUEDES	IMAGEM	OUTROS	SAUDAÇÃO	
BARRANCEIRA	JOÃOZINHO	TEXTO	SUGEST/INFORM		
BENTOS	GUSTAVO	TEXTO	OUTROS	SAUDAÇÃO	BATE BOLA
BENTOS	MARIZETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
PROGRESSO	MARGARETE	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CAPUTERA	ELODORO "DORO"	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE IMBITUBA	MARISA ESTEVES	IMAGEM	OUTROS	CORRENTE	
CIDADE TUBARÃO	MARIA SALETE	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
ESTREITO	LUCIMAR	TEXTO	ORAÇÃO		MOMENTO DE FÉ
BARRANCEIRA	MARILANE	TEXTO	MUSICAL		RODEIO SERTANEJO
CAMPO DE FORA	PRETA	VÍDEO	OUTROS	CORRENTE	

Participações dia 30 de setembro

