



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
BACHARELADO EM RADIALISMO

ALEXANDRE DA SILVA ROSENDO

RELATÓRIO DO DOCUMENTÁRIO: “Nas ondas da 100.5: a história da FM Líder”

JOÃO PESSOA
2025

ALEXANDRE DA SILVA ROSENDO

RELATÓRIO DO DOCUMENTÁRIO: “Nas ondas da 100.5: a história da FM Líder”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Radialismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Radialismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Norma Meireles

JOÃO PESSOA

2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

R813n Rosendo, Alexandre da Silva.

Nas ondas da 100.5 : a história da FM Líder /
Alexandre da Silva Rosendo. - João Pessoa, 2025.
32 f. : il.

Orientação : Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo.
TCC (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Radialismo - TCC. 2. Documentário. 3. Rádio -
Paraíba. 4. Rádio 100.5 (FM Líder). I. Mafaldo, Norma
Maria Meireles Macedo. II. Título.

UFPB/CCTA

CDU 654.195(043.2)

ALEXANDRE DA SILVA ROSENDO

RELATÓRIO DO DOCUMENTÁRIO: “Nas ondas da 100.5: a história da FM Líder”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Radialismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Radialismo.

Aprovado em:03/10/2025 .

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **NORMA MARIA MEIRELES MACEDO MAFALDO**
Data: 09/10/2025 01:05:12-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo (Orientadora)
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Documento assinado digitalmente
 **SHEILA MENDES ACCIOLY**
Data: 09/10/2025 12:14:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Sheila Mendes Accioly
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Documento assinado digitalmente
 **PAULO FERNANDO DE CARVALHO LOPES**
Data: 09/10/2025 14:11:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes
Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Dedico a todos os novos comunicadores que farão o nosso futuro da comunicação, e a todos amigos, e familiares que sempre me apoiaram.

AGRADECIMENTOS

Sempre foi um sonho entrar numa instituição pública, é bastante concorrido, e desde o começo sabia que esse curso era importante para o meu futuro. Houve inúmeros momentos nos quais foram difíceis, principalmente a pandemia, mas que sempre me deu forças para crescer e reaprender.

Meu agradecimento começa por todos colegas do meu curso, tanto os que entraram comigo como os que conheci na caminhada do curso de outros períodos como Esther, Marcio, Lucas de cinema, Amanda, entre tantos outros que durante o curso passaram junto comigo os processos de crescimento e aprendizado na sala de aula, os momentos importantes nos estágios da TV UFPB que consegui colocar em prática a teoria que aprendi, foram situações que fizeram me apaixonar ainda mais por esse curso que é extremamente importante, e que me fez crescer como profissional de todas as formas.

Agradeço também a todos os professores que ensinaram da melhor maneira tudo, desde a teoria até a prática, descobrindo a melhor maneira de fazer.

Também agradeço a minha família que sempre me apoiou durante o curso.

Agradeço principalmente a minha orientadora pelo apoio e auxílio, sei que fiz a escolha certa devido a profissionalidade, a competência e a qualidade de seu ensino.

Um grato agradecimento a todos da emissora FM Líder que disponibilizaram seu tempo e suas instalações para que eu pudesse gravar e entrevistar os mesmos, colaborando para meu trabalho.

RESUMO

O presente relatório do Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo apresentar um documentário intitulado “Nas ondas da 100.5: A história da FM Líder”. O produto busca retratar a história da emissora desde a sua fundação, destacando alguns dos programas transmitidos que marcaram época, os eventos promovidos, as vozes que deram identidade à rádio e a evolução da sua programação até o seu momento atual, no qual a emissora atua no cenário marcado pela convergência midiática. Para isso, foram reunidos depoimentos dos profissionais e colaboradores que participaram do desenvolvimento da rádio, relacionando a sua importância com a comunicação local. O objetivo da pesquisa é demonstrar como a emissora construiu sua identidade, analisando a sua importância no cotidiano local, e como ela se reinventou ao longo dos anos diante a expansão da internet, com novos dispositivos de acesso que possibilitaram maior interação com o público. O resultado foi a produção de um documentário com tempo médio de 18 minutos, valorizando o papel do rádio como instrumento cultural e social.

Palavras-chave: documentário; audiovisual; rádio comercial; rádio popular; fm líder.

ABSTRACT

This final project report aims to present a documentary entitled "On the waves of 100.5: The history of FM Líder." The project aims to portray the station's history since its founding, highlighting some of the era's defining programs, the events it hosted, the voices that gave the station its identity, and the evolution of its programming to its current state, where the station operates in a scenario marked by media convergence. To this end, testimonials from professionals and collaborators who participated in the station's development were gathered, relating its importance to local communication. The objective of the research is to demonstrate how the station built its identity, analyzing its importance in local daily life, and how it reinvented itself over the years in the face of the expansion of the internet, with new access devices that enabled greater interaction with the audience. The result was a documentary with an average running time of 18 minutes, highlighting the role of radio as a cultural and social instrument.

Keywords: documentary; audiovisual; commercial radio; popular radio; fm líder.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Programação na Segunda-Feira da emissora	18
Figura 2 - Plataformas de transmissão online, Youtube, site próprio e RadiosNet	19
Figura 3 - Imagem de um dos episódios do Podcast no Youtube.....	20
Figura 4 - Imagem do canal no Spotify	20
Figura 5 - O locutor Gleydson Pessoa durante entrevista	25
Figura 6 - Ex-locutor Marcelo Moura durante entrevista.....	26

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	RÁDIO.....	10
2.1	Rádio ontem e hoje.....	10
2.2	Rádio expandido.....	14
2.3	A rádio 100.5 (FM Lider).....	15
3	DOCUMENTÁRIO	21
4	RELATÓRIO DE PRODUÇÃO	24
4.1	Pré-produção	24
4.2	Produção.....	25
4.3	Pós-produção	26
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
	REFERÊNCIAS	29
	APÊNDICE A – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS	31

1 INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação têm um papel muito importante na sociedade, funcionando como instrumento no compartilhamento de informação, diversão, entretenimento e práticas sociais, com o objetivo de chegar de forma simultânea a vários lugares onde atualmente há a captação por diversos dispositivos. Nesse contexto, a internet tem cada vez mais preferência, e conseguiu ao longo dos anos ganhar grande capacidade de obter público, atualmente perdendo apenas para a TV, e que ultrapassou o rádio de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) realizada pela SECOM do Governo Federal.

Diante da adesão maciça dos brasileiros à internet, os hábitos no consumo de conteúdo mudaram, sejam eles ao vivo ou gravados. Esse cenário trouxe novas possibilidades de escuta trazendo novas estratégias de mercado, e para isso o rádio precisou se reinventar, com o avanço das tecnologias de transmissão por streaming, além da integração do rádio com aplicativos e redes sociais, desenvolvendo alternativas e enfrentando novas transformações para permanecer presente no cotidiano dos usuários. Segundo uma pesquisa realizada pelo Kantar Ibope (2024), o rádio é ouvido por 79% da população, e os ouvintes brasileiros dedicam, em média, 3h55 por dia escutando os conteúdos. Também foi pesquisado que 78% desses ouvintes escutam pelos meios tradicionais, sejam AM/FM, e 28% escutam pelo Youtube, ou seja, o rádio tradicional ainda é forte, e os meios digitais vieram para complementar esse processo de escuta. Outro ponto é que segundo uma pesquisa, o rádio lidera o ranking de credibilidade com 81% (Jornalismo, 2025), o que se traduz no compromisso e responsabilidade que o rádio sempre proporciona. Então, a internet chegou para somar com o rádio a forma dele se comunicar, com uma aproximação ainda maior com o ouvinte, e com a disponibilidade em diferentes distâncias.

Através de um documentário resolvi mostrar, com base em entrevistas com profissionais que trabalharam na emissora, a história da rádio 100.5 a FM Líder, situada em Santa Rita, município da região metropolitana de João Pessoa, capital da Paraíba, trazendo todos os processos envolvidos inicialmente para a construção da emissora, parte de seus programas, e como a emissora se adequou a convergência midiática através da internet.

Este trabalho busca contribuir para a história do rádio paraibano, podendo tornar-se fonte para outras pesquisas. Também tem a importância de mostrar as mudanças que ocorreram durante o tempo em uma emissora no estado da Paraíba, a forma como um planejamento faz toda a diferença na transmissão de conteúdo através de inúmeras plataformas.

Neste relatório técnico reflexivo, após este momento de introdução, teoricamente abordo os dois principais tópicos que movem meu estudo: rádio e documentário. Desta forma, no

próximo capítulo escrevo acerca do rádio pelas perspectivas histórica e tecnológica, em seguida apresento a Rádio 100.5.

O terceiro capítulo é dedicado ao documentário: como podemos diferenciar os tipos existentes para a construção, como a sua abordagem e linguagem. O quarto capítulo aborda o processo de construção do documentário, da pré-produção à pós-produção. No quinto e último capítulo é o espaço das considerações finais.

2 RÁDIO

2.1 Rádio ontem e hoje

O rádio é um dos meios de comunicação mais importantes e até hoje bastante utilizado pela população no geral, e está sofrendo mudanças importantes devido às novas tecnologias que cada vez mais estão se ampliando, mas o rádio foi uma revolução bastante expressiva desde sua criação. Segundo Ferraretto (2007, p. 23) o rádio é um “meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir à distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas”.

O seu surgimento é comumente atribuída ao italiano Guglielmo Marconi, responsável por realizar a primeira transmissão de rádio da história no final do século XIX, resultante do descobrimento das ondas eletromagnéticas, que poderiam percorrer as transmissões pelo espaço, isso permitiu que ele realizasse a primeira transmissão telegráfica sem fio em 1899, quando conseguiu transmitir informações de um navio para uma estação instalada na cidade de Nova York. Em 24 de dezembro de 1906 Reginald Fessenden desenvolveu um sistema de rádio mais sofisticado, conseguindo fazer uma transmissão de voz humana e de uma música, através disso começaram a se desenvolver aparelhos que conseguiam captar essas transmissões, ocorrendo na primeira década do século. A primeira rádio oficial do mundo atribuiu-se a KDKA dos Estados Unidos que inaugurou suas transmissões em novembro de 1920. (Silva, 2022).

No Brasil, a primeira transmissão de rádio foi realizada na cidade do Recife através da Rádio Clube de Pernambuco (Carta..., 2019). De acordo com Ferreira (2022), a emissora, “formada por estudantes radioamadores, foi inaugurada em 6 de abril de 1919, e depois reinaugurada em 1923 - o que lhe garantiu pioneirismo técnico”. No início, os fundadores da Rádio Clube faziam testes para transmissões de sons, reuniões, transmissões periódicas, tornando-se assim a rádio pioneira no Nordeste e no Brasil. Outro destaque na história do rádio nacional foi a transmissão de rádio organizada pela Westinghouse International Company em 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, usando a estação SPC, instalada no Corcovado. Na ocasião, o então presidente Epitácio Pessoa (nordestino, paraibano, nascido em Umbuzeiro) discursou e as ondas sonoras chegam às cidades de Niterói e de Petrópolis, no estado do Rio de Janeiro, e ao estado vizinho: São Paulo. Esse processo foi viabilizado por Edgard Roquette-Pinto, criando a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro em 1923.

Na década de 1930, o então presidente Getúlio Vargas através do Decreto Nº21.111 (Brasil, 1932), de 1º de março de 1932 autoriza o regulamento para execução dos serviços de

radiodifusão em território nacional, autoriza também as emissoras de rádio a vender publicidade em sua programação. A lei “foi o incentivo que faltava. Empresas começaram a investir e os aparelhos de rádio ficaram mais baratos” (Rádio..., 2021), nesse processo as emissoras conseguiam recursos financeiros para suas ampliações e as empresas também tiveram mais oportunidades de anunciar visando maiores lucros, algo benéfico para ambas.

No que diz respeito à relação entre a publicidade e a profissão de radialista, Meireles (2020, p. 41)

A regulamentação da publicidade em si, em 1932, não gerou impacto imediato na relação já estabelecida entre o fazer rádio e o viver da profissão que emergia. Era necessário inverter a lógica anterior, na qual as pessoas pagavam para serem ouvidas no rádio em busca de sucesso, para a sustentabilidade da carreira. A publicidade vai operacionalizar mudança na vocação do rádio, do educativo e erudito para o popular quando sai do modelo associativo e vira negócio, organizando-se como empresa (ORTRIWANO, 1985; FERRARETTO, 2012). Nesse momento inicial da publicidade radiofônica é o próprio radialista que vai à busca dos reclames (termo utilizado pela publicidade), fazendo o papel de contato (função que, dentro da agência de publicidade, faz a ponte entre o cliente, a agência e a emissora).

O rádio de certa forma foi o pioneiro em distribuir conteúdo a todos os lugares de forma fácil, devido a sua tecnologia de logística simples e objetiva e os aparelhos com o passar do tempo tiveram um custo baixo, onde a população conseguiu adquirir mais facilmente.

No âmbito da emissora, as vibrações sonoras são transformadas, primeiro, em sinais elétricos, os quais passam por um processo em que ganham qualidade para serem, na sequência, codificados em feixes de ondas eletromagnéticas. Estes, transmitidos por uma antena, serão captados por outra no aparelho receptor, onde, novamente como sinais elétricos, voltarão, via alto-falante, à forma de vibrações sonoras passíveis de compreensão pelo ouvinte. (Ferraretto, 2000, p. 27)

Na sua época de ouro era pioneiro na forma de comunicar, só que após algum tempo outros meios foram criados, como a TV que utilizou mais formas de entregar ao público a informação e também a Internet, e nesse meio termo o rádio chegou a perder um pouco de audiência devido às novas concorrências, apesar disso soube se reinventar, e conseguir adentrar em outras plataformas até melhorando em vários sentidos.

A linguagem radiofônica é importante no rádio para sua concepção e transmissão da informação. Segundo Ferraretto (2000, p. 26) “engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas”. Então tem como objetivo ser um método de codificação da emissora, e decodificação por parte do ouvinte, utilizando diversos artifícios unidos para que se possa pensar, refletir e compreender a informação, e quando feito de maneira correta ela consegue ser captada

corretamente, e nesse caso o imaginário do ouvinte vai ser impactado com isso.

Para que possa se estabelecer uma emissora de rádio é necessária uma permissão do governo chamada outorga, onde o interessado normalmente solicita uma concessão através de um processo de licitação, definindo assim os requisitos que as emissoras de rádio deverão seguir para poder fazer a transmissão na área solicitada.

Com o avanço da tecnologia durante o tempo que o rádio existe na sua forma de transmissão, as emissoras conseguiram trazer inúmeras melhorias para os ouvintes da rádio, principalmente relacionado a qualidade de som. Os meios tradicionais que estão disponíveis em maior escala são o rádio AM e FM, onde atualmente o FM torna-se o mais utilizado. Essas duas frequências têm características particulares, com as quais o alcance do AM é muito grande, podendo atingir centenas de quilômetros, especialmente durante a noite, já a FM oferece qualidade sonora superior, com possibilidade de transmissão em estéreo. Ou seja, o AM se consolidou nas áreas mais distantes, como a área rural devido sua capacidade de recepção inclusive sendo o pioneiro do rádio, e a limitação do AM é transmitir o áudio apenas em Mono e sofrer interferências, e o FM melhorou a característica de qualidade sonora se limitando a ter uma cobertura bem restrita, na média de 50 a 100 km dependendo do relevo e potência gerada (Mariano, 2025). Com o advento das tecnologias e com o maior abandono da rádio AM por boa parte dos ouvintes devido interferências prejudicando sua sintonização, em 2013 o Decreto N°8.139 (Brasil, 2013), assinado pelo governo em 7 de novembro de 2013, autoriza que emissoras das grandes cidades que ainda operam em AM, poderiam solicitar a migração para FM. Atualmente das 1781 outorgas de rádio AM, cerca de 1720 pediram a mudança para a FM. Para isso se ampliou a faixa de frequências FM, sendo chamada de FM estendida, destinando os canais 5 e 6 da TV analógica após o desligamento nas grandes cidades para a FM, correspondendo na faixa de 76.1MHz a 87.3 MHz, já que a maioria das emissoras FM operam entre 87.5 MHz e 108.0MHz (ABERT, s/d). Essa ampliação de faixa ocorreu para que nos grandes centros pudessem transmitir as emissoras migradas sem prejudicar as emissoras atuais. Em 2017, a Portaria Interministerial MDIC/MCTIC n° 68, definiu para que os aparelhos que captam Rádio FM a partir de 1° de janeiro de 2019, precisam operar com a frequência 76MHz a 108MHz (Brasil, 2017), trazendo assim possibilidade dos novos aparelhos captar essas novas emissoras de rádio FM sem nenhum imprevisto.

Há alguns tipos de categorias que são executados hoje nas frequências, sendo eles o comercial, comunitário e o educativo, o comercial é o mais tradicional nas emissoras e vai ser o assunto tratado aqui nesse relatório, se trata de emissoras privadas na qual recebeu permissão, que normalmente depende de exibir publicidade durante sua programação através dos

intervalos, ou então venda de horários específicos, com isso trazendo rentabilidade para manter a emissora no ar e consequentemente método importante para investimentos, inclusive as rádios comerciais detêm o maior número de audiência nas cidades.

As rádios comerciais focam em determinados segmentos como jornalístico, musical, esportivo e informativo, algumas utilizam apenas um segmento durante sua programação diária, e outras mesclam entre duas ou mais opções como a rádio popular, para assim abranger um maior número de ouvintes. Outro ponto importante no rádio é o Formato, que segundo Ferraretto (2007, p. 63) “constitui-se, assim, na maneira de abordar o segmento. Se este último é genérico, o formato, obrigatoriamente, apresenta características as mais específicas possíveis. Desse modo, dentro de um mesmo segmento, podem atuar emissoras com este ou aquele formato.” Ou seja, é uma fórmula bastante utilizada para definir o horário de alguns programas, a depender da sua forma de apresentação, inclusive boa parte das emissoras utiliza desse artifício, como por exemplo colocar jornalismo em alguns horários da manhã e tarde, a música trazendo maior parte do preenchimento da programação etc.

Nesse caso podemos considerar que o rádio comercial é um produto que vende bem, devido a ampla quantidade de programas onde os anunciantes podem demonstrar seus produtos para inúmeras classes sociais visando uma publicidade coerente.

O conteúdo pode ser caracterizado como uma espécie de investimento do empresário para obter o que realmente tem valor a quem patrocina a transmissão: a quantidade e as características da parcela de população disposta a sintonizar este ou aquele programa, a ouvir este ou aquele comunicador. (Ferraretto, 2000, p. 24)

Ou seja, a publicidade em uma emissora de rádio vai depender de inúmeros fatores que vão contribuir para um valor mais rentável ou não, isso normalmente depende da audiência, horário, estilo do programa, público-alvo, fora que tem um custo menor que em outros meios como a TV, fazendo assim o anunciante investir em mais horários, assim ampliando as opções que captam mais informações.

Durante a história do rádio houve algumas modificações na forma que o ouvinte acompanha a programação, os dispositivos que eram grandes e que somente era possível acompanhar a programação em casa, com o advento da tecnologia conseguiu se ter aparelhos cada vez menores, como por exemplo o Walkman, Discman, dispositivos MP3, rádios portáteis, e posteriormente com os celulares tradicionais que ao utilizar um fone de ouvido servindo como antena se conseguia acompanhar as emissoras, alguns modelos até contavam com antena interna, e com a criação dos smartphones além da opção de ouvir o tradicional, também há a opção de ouvir pela internet, através de sites específicos ou aplicativos que abrigam várias

emissoras, inclusive atualmente sendo os mais utilizados devido alguns modelos de aparelho não virem mais com o Rádio FM tradicional, além de outros dispositivos tecnológicos como a assistente virtual Alexa da empresa Amazon, a Smart TV também há opção de ouvir. Os veículos como carros, caminhões contam com um som automotivo que, apesar das mudanças onde tiveram Toca-fitas, depois os CDs, Pen-drive, Cartão de Memória, e espelhamento de celular nos atuais veículos, todos eles contam com a opção do Rádio tradicional.

2.2 Rádio Expandido

Toda nova tecnologia criada durante a história passa por um desenvolvimento importante, onde são revisadas todas as características, e normalmente algumas delas acabam ficando defasadas e são esquecidas, outras são revolucionárias e sempre se reinventam, nesse caso o rádio faz parte desse processo. Como o primeiro meio de comunicação disponível com o intuito de transmitir conteúdo a grandes massas, o rádio no começo da sua história era extremamente relevante, e com a criação da TV se falava que o meio estava ficando obsoleto, onde não ocorreu, se reinventou inclusive continuando até hoje com a internet, cada vez maior para a população.

Kischinhevsky (2016) reforça que o rádio expandido é resultado da integração de som, imagem e texto em um mesmo ambiente comunicacional, incorporando práticas multimidiáticas e interativas. Esse meio de comunicação conseguiu uma convergência midiática através da internet importante, trazendo uma ampliação de conteúdo, onde fica registrado nas plataformas digitais para consultas futuras do público, demonstrando capacidade de captação mesmo depois de bastante tempo do produto criado.

O sentido do rádio sempre foi a audição, e por muito tempo foi o mais utilizado devido a sua forma de transmissão, mas com o passar dos anos e novas tecnologias sendo desenvolvidas, outros sentidos foram se incluindo, como por exemplo as imagens, que contribuem para uma melhor explicação do assunto tratado, normalmente utilizadas nos sites das emissoras, esses que na maioria dos casos são sobre as notícias informadas nos programas jornalísticos veiculados, além das imagens estáticas a tecnologia trouxe o vídeo e áudio ao vivo dos estúdios, através de câmeras localizadas que captam tudo que acontece naquele local, com a imagem dos locutores, operador de áudio, entrevistados, etc.

As plataformas digitais trouxeram inúmeras opções de visualização para os meios de comunicação que assim souberam incluir para o público ouvinte, e há vários instrumentos que podem ser utilizados, como o “*RádiosNet*” e o “*TuneIn*”, sendo aplicativos disponibilizados

para smartphones, ou então acesso aos sites deles através de computadores que são transmissões apenas de áudio do rádio, onde normalmente inclui as emissoras tradicionais, e que podem ser escolhidas por Estado e Cidade, incluindo também a opção de web rádios. Já as opções exibindo áudio e vídeo conta com algumas opções como “*Youtube*”, “*Facebook*” e “*Instagram*”, normalmente apresentando os programas jornalísticos e entrevistas, nesse caso não se inclui as programações musicais devido direitos autorais, inclui-se também os sites próprios de cada emissora, que englobam tudo em uma página só, ou seja, notícias, entretenimento, e transmissão ao vivo.

Normalmente o alcance de uma rádio é delimitada pela sua classe de potência que foi definida pela autorização da ANATEL, e nesse caso existem rádios de baixa potência que são as comunitárias, rádios locais e regionais que cobrem uma área considerável de cobertura na média de dezenas de quilômetros, as de médio e longo alcance, e muitas precisam de repetidoras ou emissoras que possam se afiliar para ampliação dessa cobertura, nesse caso são as redes de rádios, sendo que com o advento da internet essa limitação de cobertura nessa modalidade aumentou consideravelmente, onde em qualquer lugar do mundo o ouvinte pode estar escutando a programação que mais lhe agrada.

Todas essas estratégias de comunicação servem para fidelizar o público-ouvinte, trazendo opções que o mantenha conectado com o rádio, das diversas maneiras que ele cria, e cada vez que os avanços tecnológicos crescem, o rádio tenta se adaptar a eles.

O podcast é um conteúdo digital sob demanda acessível em qualquer momento por meio de plataformas de streaming, como “*Spotify*” e “*Deezer*”. No rádio é utilizado principalmente na possibilidade de uma experiência mais personalizada ao ouvinte, isso ocorre por exemplo quando entrevistas ou programas exibidos ao vivo são disponibilizados posteriormente, mesmo para quem não acompanhou a programação linear da emissora, A estrutura de um podcast se assemelha ao estúdio de uma emissora de rádio, como microfone, interface de áudio, e mesa de apoio para os convidados. Além disso, com a crescente incorporação dos recursos audiovisuais como gravações de vídeo, que podem ser publicadas em plataformas digitais como o “*Youtube*”.

2.3. A Rádio 100.5 (FM Lider)

Na Paraíba, a primeira emissora de rádio foi a Rádio Clube da Parahyba de 1931. A fundação desta rádio, de acordo com Sousa (s/d), teria sido uma forma de reagir à hegemonia econômica do vizinho estado, uma das razões da chegada da rádio à Paraíba. Segundo Souto Maior (2015. p. 41), a rádio “funcionou na Rua Gouveia Nóbrega, como uma sociedade,

mantida por 200 sócios.” E na época, por não se ter aparelhos receptores, era somente ouvida através de alto-falantes instalados. Antes de se tornar estatal, a então Rádio Clube da Parahyba doou todo seu acervo para o patrimônio do estado (Meireles, 2023). Em 25 de Janeiro de 1937 foi criada a Rádio Tabajara, surgindo como Rádio Difusora da Paraíba PRI-4, onde iniciou suas transmissões em AM, meses depois, em 15 de abril de 1937, a rádio mudou de nome em homenagem aos povos originários do estado e passou a ser denominada Rádio Tabajaras da Parahyba (Meireles, 2023). Em 5 de agosto de 1999 foi criado a Tabajara FM, onde a AM e FM tinham programações distintas. Em dezembro de 2023 estreou a Parahyba FM, a rádio migrada da frequência AM e a Tabajara AM finalizou suas transmissões deixando seu legado para radiofonia paraibana.

Os anos 80 começaram com forte crescimento de rádios FM na capital João Pessoa, onde, conforme Cabral (2025), as pioneiras ZYC 972 e ZYC 973, respectivamente, Correio FM 93,7 MHz (hoje 98.3 Mhz) e Arapuan FM 95,3 MHz, chegaram nesses primeiros anos da década, a Correio em 1980 e Arapuan em 1986. No final da década de 80 a capital João Pessoa contava com 5 emissoras de rádio, mas na região metropolitana não havia nenhuma emissora em frequência modulada.

Conforme esse crescimento regional de emissoras na Paraíba avançava no começo da década de 90, a cidade de Santa Rita começava a ganhar o primeiro meio de comunicação local, que iria trazer a regionalidade local para as ondas do rádio, já que as rádios da região metropolitana eram concentradas em João Pessoa, daí nasceu a rádio a FM Líder, que até hoje segue sendo a única rádio comercial da região metropolitana, se considerarmos localização de estúdios e torre de transmissão, e hoje Santa Rita também conta com duas rádios comunitárias, Race e Universo.

Para muitos entusiastas e profissionais da comunicação o rádio não é apenas um simples meio de transmissão, mas a realização de um sonho, onde o prazer de comunicar e poder contribuir com a sociedade assumem um papel central. A partir desse vínculo afetivo que muitos ingressam no rádio, e nessa perspectiva, destaca-se a trajetória da atual diretora presidente da rádio 100.5 a FM Líder, Raquel Maroja, que na sua época de estudos já demonstrava interesse nessa área.

Eu tinha um sonho de rádio desde adolescente, com 14 anos eu saía da escola e ia para a rádio Correio para poder ver, porque achava incrível, como a pessoa falando no microfone, e um monte de pessoas estavam ouvindo em muitos lugares diferentes, e coloquei na cabeça que ainda vou ter uma rádio. (Maroja, 2025)

Inicialmente ao conseguir a concessão a FM Líder buscou verificar o melhor local para instalação dos seus equipamentos, buscando maior eficiência no poder de transmissão.

Logo que conseguimos a concessão, contratamos um técnico chamado Seu Haeckel para ver a viabilidade e a melhor localização, então ele fez um estudo, e a melhor localização para o transmissor era na BR onde tem o Engenho do meio, e os estúdios em Santa Rita. (Maroja, 2025)

A emissora ainda está instalada na mesma localização desde quando começou a operar, a sede fica no Centro de Santa Rita. A emissora entrou no ar inicialmente na frequência 100.9 com uma potência mais baixa, e com um tempo depois foi solicitado ao governo aumento de potência, devido a isso mudou para a frequência 100.5 na qual opera até os dias atuais.

Durante a fase experimental a emissora começou com programação local, e após o aumento de potência e mudança de frequência fez uma mudança importante, que foi a afiliação com uma emissora de São Paulo chamada FM Líder, que durou cerca de 3 anos, onde no término dessa afiliação a emissora voltou a transmissão somente local, e como já se chamava a FM Líder durante esse tempo resolveram manter o nome 100.5 a FM Líder.

As emissoras de rádio atuam por segmentos, que é para quem a rádio se direciona, onde são definidos a programação da emissora, como por exemplo jornalístico, popular, religioso, musical entre outros, eles que vão definir muitos parâmetros no conteúdo de exibição de determinada emissora, que também contribui na quantidade de ouvintes e anunciantes que se identificam.

[...]como um processo em que, a partir da conciliação entre os anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, foca-se o rádio, em qualquer uma de suas manifestações comunicacionais, em dada parcela do público. (Ferraretto, 2000. p. 59)

Nesse caso, a FM Líder atua no segmento popular, que abrange de maneira eclética vários segmentos, pensando no fato de conseguir captar maior quantidade de público, e de diferentes faixas etárias e normalmente são as rádios que tem mais abrangência de público dentre outros tipos de segmento mais restrito, e as que têm mais opções no dial, o que torna a audiência entre elas cada vez mais acirrada.

O formato é como a emissora organiza a programação e como os programas são estruturados. Segundo Ferraretto (2000. p. 63), dentro de um mesmo segmento, podem atuar emissoras com este ou aquele formato. Ao verificar a programação da FM Líder podemos observar inúmeros formatos compondo a programação (ver Figura 1), durante a semana por dia

engloba 12 horas e 30 minutos de programação musical, sendo que 5 horas e 30 minutos é atrelado a programas com locutor e participação dos ouvintes, 6 horas de programa jornalístico, 3 horas de programação religiosa, 1 hora de podcast e 30 minutos de programa informativo, além de transmissões de futebol esporádicas. Aos fins de semana, a maior parte da programação é musical, com um programa informativo no sábado, e dois programas religiosos no domingo. Normalmente são padrões em muitas emissoras de rádio populares esse tipo de programação, onde o Jornalismo aparece cedo pela manhã, na hora do almoço e no final da tarde, e o musical durante o resto dos horários e madrugada. Houve alguns pequenos ajustes na programação da emissora em relação a figura 1.

Figura 1 - Programação na Segunda-Feira da emissora

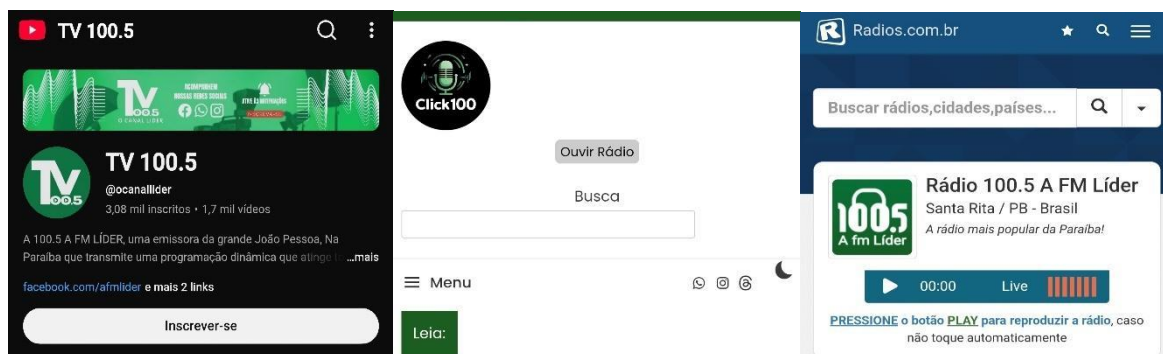


Programa	Início	Término
As Melhores da 100.5	05:00	07:00
Jornal 100.5 Notícias	08:00	09:00
100% Você	09:00	11:30
A Voz do Coração	11:30	12:00
A Voz da Paraíba	12:00	14:00
Tarde Super Mais	14:00	16:00
A Hora do Mução	16:00	17:00
Ô Paraíba Boa	17:00	19:00
A Voz do Brasil	19:00	20:00
Podcast	20:00	22:00
Programação Evangélica	22:00	00:00

Fonte: Click100

Atualmente com o advento da internet, as emissoras entenderam que o público, além das frequências moduladas, também está na rede mundial de computadores, onde há inúmeras opções que o ouvinte pode escutar. A FM Líder está presente nesse meio (ver Figura 2), considerando que essa inserção trouxe novos ouvintes além dos já tradicionais que escutam pela sua frequência. A internet demonstrou outras modalidades para o rádio, como complemento de conteúdo. Um exemplo disso são os programas transmitidos através das plataformas digitais.

Figura 2 - Plataformas de transmissão online, Youtube, site próprio e RadiosNet



Fonte: Imagens da Internet

O podcast é um conteúdo digital, que geralmente é no formato de áudio sendo distribuído pela internet, onde pode ser escutado a qualquer momento em diversos dispositivos, e que combina características do rádio tradicional com a flexibilidade da comunicação sob demanda. Ele surgiu em 21 de outubro de 2004 aqui no Brasil através do Danilo Medeiros que criou o Podcast Digital Minds sendo o primeiro de muitos, e em 2005 foi criada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast e criada a ABpod – Associação Brasileira de Podcast. Os formatos mais tradicionais utilizados são o monólogo onde o apresentador conduz todo episódio só, também tem formato de entrevista onde são convidados entrevistados a cada edição e também o formato de mesa redonda onde vários participantes participam sobre determinado tema. (O Podcast..., 2025).

A 100.5 chegou a ter um formato de transmissão podcast com o apresentador Osmar Queiroz chamado “Podcast Garotinho e Você” (ver Figuras 3 e 4), utilizando do formato de entrevista com um ou dois convidados por episódio, já que o podcast no rádio traz essa importância de conversa, inclusive sendo ao vivo e posteriormente sendo distribuído nas plataformas do *Youtube* e *Spotify*.

Figura 3 - Imagem de um dos episódios do Podcast no Youtube



Fonte: Imagens da Internet

Figura 4 - Imagem do canal no Spotify



Fonte: Imagens da Internet

No momento esse programa não segue mais no ar na grade da emissora, mas atualmente a rádio aluga um horário na sua programação disponibilizando sua infraestrutura, para que pessoas possam fazer um programa de podcast transmitido através do rádio e simultaneamente pela internet.

3. DOCUMENTÁRIO

O documentário é uma produção artística não ficcional, sendo considerado um gênero cinematográfico, cujo objetivo é informar, registrar e interpretar a realidade, e que normalmente se baseia em fatos, temas e acontecimentos reais, utilizando do artifício da imagem e som provocando reflexão do público. Inicialmente a primeira projeção de cinema foram feitas pelos irmãos Lumière, os pioneiros com a sessão “saída da fábrica”, realizada em 1895, sendo realizado um enquadramento frontal mostrando trabalhadores saindo da fábrica da família, onde foi gravado com apenas uma câmera fixa devido seu peso, e foi um filme mudo já que na época ainda não havia a tecnologia para gravar e projetar som sincronizado, assim nascendo um formato que se tornou respeitado, e que durante o tempo ganhou recursos tecnológicos, sendo ampliado e aprimorado pelos cineastas e criadores de conteúdo.

É a edição (ou não) de um conteúdo audiovisual captado por dispositivos variados e distintos (câmera, filmadora, celular), que reflete a perspectiva pessoal do realizador [...], envolvendo informações colhidas no mundo histórico, ambientações quase sempre realistas e personagens na maioria das vezes autodeterminantes, (que falam de si ou desse mundo), roteiro final definido e não necessariamente com fins comerciais, com o objetivo de atrair nossa atenção. (Lucena, 2012, p. 16).

O documentário pode sofrer inúmeros tipos de abordagens e estruturas, sendo as abordagens a maneira de representar a realidade de acordo como o autor do trabalho deseja construir, seja trazendo a narrativa, o ponto de vista e o envolvimento do tema com os personagens, já a estrutura é o esqueleto narrativo do documentário, definido pela ordem dos acontecimentos, como os personagens são apresentados, o ritmo e construção da montagem, além da relação som e imagem, então esses conceitos fazem com que cada documentário tenha seu próprio estilo e consequentemente procedimentos de construção diferentes. Bill Nichols cita no seu livro Introdução ao Documentário seis modos de representação que funcionam como subgêneros do gênero documentário propriamente dito que são o poético, expositivo, participativo, observativo, reflexivo e performático.

[...]determinam uma estrutura de afiliação trouxa, na qual os indivíduos trabalham; estabelecem as convenções que um determinado filme pode adotar e propiciam expectativas específicas que os espectadores esperam ver satisfeitas. Cada modo compreende exemplos que podemos identificar como protótipos ou modelos: eles parecem expressar de maneira exemplar as características mais peculiares de cada modo. (Nichols, 2005, p. 135)

Para a construção do documentário “Nas ondas da 100.5: A história da FM Líder” foi utilizado o modo participativo, onde o autor do trabalho atua como mediador e pesquisador, entrevistando os profissionais, e apresentando as reflexões sobre o tema, trazendo como narrativa a preservação da memória do rádio.

A linguagem do documentário é o conjunto de elementos expressivos para representar a realidade utilizando do audiovisual, ou seja, combina elementos visuais e sonoros, para a definição do produto, fazendo parte da sua estrutura técnica e trazendo um ponto de vista interessante para a obra. Segundo Bill Nichols (2016, p. 21), “o documentário não apenas mostra fatos, mas interpreta e organiza a realidade, apresentando uma visão específica do realizador sobre determinado tema”. A depender do produto que está sendo feito pode incluir artifícios importantes complementando de forma conjunta o conteúdo transmitido, como imagens, sons, efeitos especiais, além de trilhas sonoras específicas.

Os documentários podem assumir diferentes durações, e essa variação pode influenciar a forma narrativa e a profundidade da abordagem do produto, independente do tempo. O minidocumentário é uma forma reduzida do documentário tradicional em relação ao tempo de produção, ficando em média entre 2 e 25 minutos, apesar de ser uma versão curta mantém as características do gênero como representação da realidade, o registro de fatos e depoimentos reais, trazendo uma estrutura mais objetiva, buscando impacto rápido e síntese informativa, sendo bastante utilizado em mídias digitais como *Youtube*, *Instagram*, trazendo um conteúdo mais rápido e direto, com o objetivo de informar, emocionar e provocar reflexão, só que de uma forma menos aprofundada que um documentário longo, assim o tempo reduzido favorece essa distribuição multiplataforma e o engajamento do ouvinte. O formato desse tipo de documentário pode incluir entrevistas, imagens de arquivo, narração e trilha sonora.

O documentário radiofônico é uma forma de criação de conteúdo para contar uma história, como uma ferramenta de grande valor social, utilizando o som como principal elemento narrativo combinando entrevistas, com o intuito de construir uma narrativa sobre acontecimentos de determinado produto. Os recursos utilizados para essa construção são a voz, música, efeitos e silêncio. É um instrumento bastante utilizado para destacar fatos ocorridos, relatando histórias nunca contadas ou indisponíveis para pesquisa, importante para registros e utilização para estudos futuros sobre o assunto, onde trazem também uma maior acessibilidade ao público, devido a forma de transmissão esclarecedora, considerando todo o contexto criado. Atualmente ele se beneficia da convergência midiática e das plataformas digitais, alcançando maior ampliação da escuta pelo público e também trazendo múltiplas formas de escuta.

No documentário produzido sobre a rádio 100.5, foram colocados recursos

característicos bastante comuns nos documentários tradicionais, como a exibição de imagens dos entrevistados, imagens de arquivos ou conteúdos informados, vinhetas, e também outros elementos de apoio como complemento de conteúdo caso desejado, enriquecendo a narrativa possibilitando a referência para pesquisas futuras e material histórico da emissora.

Para a criação do documentário inicialmente é necessário a escolha do tema, para verificar se é relevante, interessante e viável de ser pesquisado, considerando o público-alvo e o meio de veiculação, posteriormente é feito a pesquisa e levantamento de informações, onde será captado tudo o que tem de disponível sobre o produto estudado, após isso é feito o roteiro e planejamento onde se é organizado a sequência narrativa do documentário, se qualificando como pré-produção, depois vem a produção sendo a etapa que se coletam os materiais, e a pós-produção é onde o documentário é editado e finalizado. Após pronto é feita a distribuição e divulgação ao público.

4 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

O relatório de produção é a parte que descreve todo o processo de criação do projeto. Este capítulo traz detalhes de como o documentário sobre a história da 100.5, a FM Líder foi feita, da pré-produção, produção e pós-produção, destacando sua importância.

4.1. Pré-produção

Primeiramente minha ideia foi fazer um minidocumentário, devido já ter uma certa capacidade de gravação e edição que aprendi durante o curso, para que assim pudesse criar um produto com um tempo bacana, e que também pudesse ser mais uma experiência para mim, o que certamente contribui para meu futuro profissional.

Inicialmente para poder fazer o documentário precisamos entender o produto escolhido e estudar sobre ele para conciliar melhores opções de como trabalhar colhendo as informações necessárias, como por exemplo toda a estrutura da emissora, desde a sua localização, programação, além disso procurar os entrevistados que têm a ver com ela, se eles ainda trabalham nela considerar sua função, se for ex-funcionário informar a função dele quando passou o seu período de trabalho lá, para assim conseguir conciliar perguntas pertinentes e que haja união com a rádio. Outro ponto importante foi verificar a data disponível de cada entrevistado de acordo com sua disponibilidade, e através disso já posso verificar qual é o melhor horário e local para a gravação. Dentro das opções disponíveis que puderam ser confirmadas para gravar, os que ainda trabalham na emissora, consegui marcar uma data e horário que eles estavam disponíveis, sempre tentando priorizar o máximo de gravações diárias para que a logística fosse feita da melhor maneira.

Um ponto interessante foi fazer pesquisas de arquivo dos quais fosse possível extrair fotos, vídeos e áudios para utilização no documentário, contribuindo para que as informações gravadas pelos entrevistados pudessem ter uma descrição ainda melhor do que os informados por eles. Outro ponto foi verificar os equipamentos que serão utilizados para as gravações, como a câmera e o conjunto de lentes que foram usados, cartão de memória, microfone, tripé, para que não houvesse nenhum imprevisto durante as gravações que pudessem gerar complicações com o produto gravado.

Ainda durante a pré-produção foram elaboradas perguntas correspondentes a cada entrevistado. Para a entrevistada Raquel Maroja, diretora presidente da emissora, as perguntas foram diferentes em relação aos outros entrevistados que são locutores. Houve necessidade de

corte de algumas perguntas para Marcelo Moura devido ao ano de operação na rádio, não incluindo assim questões sobre a internet, focando mais nos pontos relacionados ao começo da emissora, à história da rádio (ver apêndice A).

4.2 Produção

A produção foi o momento de colocar em prática todo aquele estudo prévio anterior criado na pré-produção. Para isso segui conforme agendamento das entrevistas presenciais, nesse caso as gravações ocorreram em 4 dias diferentes. A primeira data foi o dia 29 de agosto durante a tarde, onde foram dois entrevistados, primeiro o Locutor Osmar Queiroz, que precisei conciliar a gravação durante o horário de seu programa, e a gravação foi feita nos intervalos onde ele não estava fazendo sua locução, e posteriormente a Diretora Presidente Raquel Maroja, que no momento estava na emissora disponível para poder ser entrevistada, e a gravação dos dois entrevistados ajudou bastante no processo de logística e montagem dos equipamentos devido terem sido feitos no mesmo local. A segunda data foi no dia 30 de agosto no horário da tarde onde o Locutor Gleydson Pessoa (ver Figura 5) foi entrevistado, inclusive no mesmo local da gravação anterior, e nesse caso precisei também ter a disponibilidade dele no momento para ser entrevistado.

Figura 5 - O locutor Gleydson Pessoa durante entrevista



Fonte: Alexandre Rosendo (2025)

A terceira data foi com o Locutor Jacy Mendonça dia 1 de setembro na parte da noite, e foi realizada num horário mais tarde que os outros dias devido a disponibilidade dele, que inclusive foi feita depois do programa que ele fazia na emissora onde era o único momento possível.

O último dia foi com o antigo funcionário Marcelo Moura (ver Figura 6), e como atualmente ele trabalha em outra emissora, tive que verificar a disponibilidade dele para poder realizar a gravação, e no dia 4 de setembro a tarde consegui gravar com ele nos estúdios da atual emissora que ele trabalha, a Rede Master, no horário de trabalho, onde consegui conciliar a gravação nos momentos de aguardo dele entrar no ar.

Figura 6 - Ex-locutor Marcelo Moura durante entrevista



Fonte: Alexandre Rosendo (2025)

4.3 Pós-produção

Após feitas todas as gravações, foram analisados todos os arquivos para verificar se não houve problemas de arquivo corrompido, e para isso foi utilizado o meu computador. Depois dessa verificação foi iniciado o processo edição através do software Adobe Premiere, para isso colhi além das entrevistas, arquivos que foram usados como complemento e os áudios gravados pelo microfone para trazer maior qualidade técnica, e nesse caso construí uma ordem do que

fazer para trazer uma melhor qualidade no produto final.

Como as gravações de áudio e vídeo foram realizadas em dispositivos distintos, a primeira coisa foi vincular o áudio gravado em maior qualidade, observando se não houve delay, e após isso fiz comecei a fazer os cortes das entrevistas, seguindo o cronograma criado para o conteúdo, este que define o tempo médio de cada entrevista, e seguindo ordem cronológica interessante para o conteúdo, nesse caso observando a fala do entrevistado para fazer um corte mais preciso e que não traga estranheza ao conteúdo.

Ainda nessa questão da edição, foi incluído ilustrações, que podem ser imagens, vídeos, áudios, onde complementam a fala dos entrevistados relacionados à emissora. Em alguns pontos infelizmente tem a complicação de não ter o conteúdo disponível para exemplificar por situações de não conversão de conteúdos em formatos antigos, outro ponto é que alguns conteúdos estão disponíveis na internet, onde foram utilizados conforme demanda.

Para o conteúdo foi criado uma vinheta simples, sendo que remetida ao rádio que é o instrumento principal do trabalho, sendo devidamente atrelado a uma emissora aqui sendo a 100.5 a FM Líder.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório traz as etapas que contribuíram para a criação do documentário “Nas ondas da 100.5: A história da FM Líder”, desde a parte da pesquisa em cima do tema, as gravações com todas as entrevistas, todo processo de edição, até a finalização do produto.

Foi um grande percurso até aqui, onde houve muitos obstáculos que foram superados, se tornou um produto que além da apresentação, se torna um instrumento de pesquisa importante para outros pesquisadores no futuro.

O rádio faz parte do cotidiano de muita gente, sempre fez parte do meu durante bastante tempo e trabalhar com ele, buscar aspectos históricos, além do processo atual onde os meios de comunicação buscam transformações tecnológicas para se manter atualizado, é bastante gratificante. O rádio tem o poder de comunicar, informar, divertir, e sempre se revoluciona, é o companheiro do ouvinte em inúmeros momentos do dia, e mesmo sendo o meio de comunicação mais antigo, consegue se revolucionar mesmo com a internet, utilizando estratégias que aumentam sua capacidade de adquirir público.

O processo de construção de um TCC não é nada fácil, há muitas etapas nas quais sofremos para conseguir fazer o tão desejado produto, muitas vezes há limitações técnicas e até de entrevistados que foi o meu caso, já que mais informações sempre são bem vindas, mas a gente consegue superar, aprimorando conhecimentos técnicos e profissionais, justamente como forma de aprendizado para o mercado de trabalho, que pede excelência, e a universidade é a nossa escola para aprender, entender, e superar as dificuldades.

Acredito que esse produto incentiva novas pesquisas sobre o rádio, tanto específico quanto em geral, e também serve como um pontapé para algo mais completo e com qualidade. A comunicação tem seu poder, independente do meio usado, ela passa aquilo que a gente tanto preza, que é a paixão, o profissionalismo, e também a qualidade, ela sempre está presente na nossa vida.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Câmara dos Deputados. **Decreto Nº 21.111, de 1º de março de 1932**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/zaJrY>. Acesso em: 19 set. 2025.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto Nº 8.139, de 7 de novembro de 2013**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/6dW2K>. Acesso em: 20 set. 2025.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações. **Portaria Interministerial MDIC/MCTIC nº 68, de 21 de setembro de 2017**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/vML2W>. Acesso em: 29 set 2025

CABRAL, Alysson André Oliveira. FM é rádio de jovem: as transformações do FM em João Pessoa nos anos 1980. **Observatório da imprensa**. 24 abr. 2025. Disponível em: <https://encurtador.com.br/WNsCL>. Acesso em: 20 set. 2025.

CARTA de Natal. In: XII Encontro Nacional da História da Mídia, em Natal/RN. Disponível em: <https://redealcar.org/carta-de-natal> . acesso em: 26 set. 2025.

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

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2000.

FERREIRA, Luiz Cláudio. Cem anos do rádio no Brasil: Recife foi "berço", dizem pesquisadores. **Agência Brasil**. 08 jul. 2022. Disponível em: <https://sl1nk.com/bHkYb>. Acesso em: 19 set. 2025.

JORNALISMO profissional e rádio têm mais credibilidade com os brasileiros, diz pesquisa. **Portal Gov.br**. Ministério das Comunicações. Notícias e conteúdos. 01 abr. 2025. Disponível em: <https://encurtador.com.br/dd81Q>. Acesso em: 21 set. 2025.

KANTAR Ibope Media. Inside Audio 2024. **Kantar Ibope**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/h1zQk>. Acesso em: 21 set. 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários: conceito, linguagem e prática de produção**. 3 ed. São Paulo: Summus, 2018.

MARIANO, Fernando. Rádio AM e FM: das origens à integração atual. **Teleobjetiva**. 29 ago. 2025. Disponível em: <https://encurtador.com.br/tt9NU>. Acesso em: 20 set. 2025.

MATSUKI, Edgard. Cem anos do rádio no Brasil: das emissoras pioneiras até a Era de Ouro. **Agência Brasil**. 2022. Disponível em: <https://encurtador.com.br/vKwz9>. Acesso em: 12 ago. 2025.

MEIRELES, Norma. **Radialismo no Brasil**. Profissão, currículo e projeto pedagógico.

Florianópolis: Insular, 2020.

MEIRELES, N. Tabajara AM: a migração da primeira rádio da Paraíba. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 22, n. 44, 2024.

MIGRAÇÃO AM-FM. Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. ABERT. Disponível em <https://www.abert.org.br/site/migracao/>. Acesso em 29 set. 2025

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus Editora, 2005.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. 5. ed. Campinas: Papirus Editora, 2016.

O PODCAST no Brasil. Associação Brasileira de Podcasters. **ABPOD**. Disponível em <https://abpod.org.br/o-podcast-no-brasil/>. Acesso em: 24 set. 2025.

RÁDIO no Brasil: há mais de 100 anos criando e contando histórias. Ministério das Comunicações. **Portal Gov.br**. 25 set. 2021. Disponível em: <https://encurtador.com.br/O42Gm>. Acesso em: 19 set. 2025.

SILVA, Daniel Neves. História do rádio. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://acesse.one/pK2IK>. Acesso em: 17 set. 2025.

SOUSA, Moacir Barbosa de. Radiodifusão e política. Rádio Tabajara da Paraíba, primeira estatal da radiodifusão do Norte e Nordeste. **Portal Intercom**. (S/D) Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/sippec/ix/trab12.htm>. Acesso em: 20 set. 2025.

SOUTO MAIOR, Gilson. **Rádio: História e radiojornalismo** / Gilson Souto Maior / João Pessoa: A União, 2015.

APÊNDICE A- ROTEIRO DE ENTREVISTAS

ORGANIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

ENTREVISTADO	FUNÇÃO	TEMPO ESTIMADO NA EDIÇÃO
RAQUEL MAROJA	DIRETORA PRESIDENTE	3 MINUTOS
MARCELO MOURA	EX DIRETOR COMERCIAL E ANTIGO LOCUTOR	3 MINUTOS
OSMAR QUEIROZ	LOCUTOR E DIRETOR COMERCIAL	3 MINUTOS
JACY MENDONÇA	LOCUTOR	3 MINUTOS
GLEYDSON PESSOA	EDITOR, PRODUTOR E OPERADOR DE ÁUDIO	3 MINUTOS

Perguntas para Raquel Maroja:

Início da entrevista: solicito que informe seu nome e sua função na emissora.

Primeira Pergunta: Explica pra mim como foi o início da rádio, ao conseguir a concessão para a operação, como foi a escolha da melhor localização para a instalação dos estúdios e transmissores, e como foi inicialmente a programação nesse começo da história da emissora? Houve alguma dificuldade neste início?

Segunda Pergunta: Inicialmente como você informou a rádio operava com programação local, chegou a se afiliar com uma emissora de São Paulo, mas com o tempo voltou a programação totalmente local, o porquê dessa escolha? Você acredita que a emissora ao analisar isso percebeu que uma programação local seria mais convidativa para ela?

Terceira Pergunta: Como iniciou sua jornada aqui na rádio? E o que lhe inspirou a entrar nessa área?

Quarta Pergunta: A rádio busca sempre fidelizar seus ouvintes, e uma coisa bastante importante é promover eventos que criam novos laços e parcerias com o ouvinte, quais a emissora já pode promover durante sua história? Cite exemplos.

Quinta Pergunta: A 100.5 é uma emissora com segmento popular, ou seja, uma emissora que tem por objetivo abranger maior público com diferentes estilos de programação, o porquê dessa escolha? E durante sua história você pode verificar alguma mudança feita que beneficiou tanto a emissora e o público?

Sexta Pergunta: Com o crescimento da internet, as emissoras de rádio tiveram que se

reinventar, e qual o processo que a emissora fez inicialmente para poder fazer essa mudança de forma importante para de uma forma geral ampliar seus horizontes e que hoje?

Sétima Pergunta: Para você qual o momento mais marcante da história da emissora?

Oitava Pergunta: A rádio já recebeu prêmios ou reconhecimentos? E qual a missão e os valores da rádio?

Nona Pergunta: Qual sua felicidade de poder comandar uma emissora que faz parte da vida de muita gente e que com certeza faz parte também da sua história, e você considera a emissora uma das suas maiores conquistas? E o que você mais ama no que faz?

Última pergunta: O que você espera do futuro do rádio? Acha que o rádio ainda tem um papel importante na vida das pessoas?

Perguntas para locutores:

Início da entrevista: solicito que informe seu nome e sua função na emissora.

Primeira Pergunta: Como e quando você descobriu a paixão pelo rádio? Teve algum ídolo que lhe inspirou?

Segunda Pergunta: Como foi sua entrada aqui na emissora? Foi sua primeira oportunidade? Você teve alguma experiência, ou essa foi a primeira?

Terceira Pergunta: Qual sua rotina na emissora? Principalmente antes, durante e depois de entrar no ar?

Quarta pergunta: Como é a sua relação com os ouvintes? Tem alguma história marcante com um fã? E você já recebeu um pedido inusitado ao vivo?

Quinta pergunta: Há quanto tempo você se encontra na emissora? No período que você se encontra na emissora quais mudanças técnicas que você como locutor pode presenciar?

Sexta Pergunta: a internet trouxe uma nova roupagem para a comunicação no geral, e o rádio se incluiu nisso, como você analisa e quais elementos você pôde criar para complementar o processo de construção na programação da emissora? E também como você enxerga a evolução do rádio com a chegada dos podcasts?

Sétima Pergunta: Você acha que o rádio ainda tem um papel importante na vida das pessoas? Porque?



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO



DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Discente: Alexandre da Silva Rosendo

Matrícula: 20190141436

Título do Trabalho: Nas ondas da 100.5: a história da FM Líder

Professor (a) orientador (a): Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo

Professor (a) co-orientador (a): _____

Declaro, a quem possa interessar, que o presente trabalho é de minha autoria e que responderei por todas as informações e dado nele contidos, ciente da definição legal de plágio e das eventuais implicações.

João Pessoa, 13 de setembro de 2025



Documento assinado digitalmente
ALEXANDRE DA SILVA ROSENDO
Data: 13/10/2025 15:31:26-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

Assinatura do (a) discente

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

Eu Marcelo de Moura Silveira

Portador(a) da cédula de identidade nº 965427804-91

residente na rua DR. HERMANO SA, 408

Na cidade SANTA RITA, autorizo o uso da minha imagem e fotos ou

filmes, sem finalidade comercial, salvo exceção para festivais audiovisuais e para ser utilizado no trabalho de conclusão de curso do graduando **Alexandre da Silva Rosendo – matrícula 20190141436 do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.**

Com o objetivo de contribuir na construção do documentário “Nas ondas da 100.5: A história da FM Líder”. A presente autorização é concedida à título gratuito, abrangendo o uso de imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior, em todas as suas modalidades.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou qualquer outro.

Luís Pessoa, 04 de SETEMBRO de 2025

Marcelo de Moura Silveira

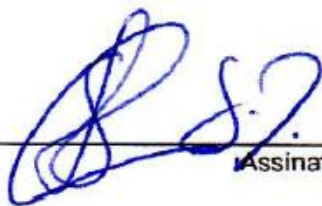
Assinatura

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

Eu GLEYSON HENRIQUE SOARES PESSOA
Portador(a) da cédula de identidade nº 119.959.874-76
residente na rua QUATRO DE OUTUBRO, 169, CENTRO
Na cidade SANTA RITA, autorizo o uso da minha imagem e fotos ou
filmes, sem finalidade comercial, salvo exceção para festivais audiovisuais e para ser
utilizado no trabalho de conclusão de curso do graduando **Alexandre da Silva Rosendo –**
matricula 20190141436 do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.
Com o objetivo de contribuir na construção do documentário **“Nas ondas da 100.5: A**
história da FM Líder”. A presente autorização é concedida à título gratuito, abrangendo o uso
de imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior, em todas as suas
modalidades.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito sem
que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou qualquer
outro.

SANTA RITA, 30 de Agosto de 2025



Assinatura

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

Eu OSMAR QUEIROZ DE ANDRADE
Portador(a) da cédula de identidade nº 270 647
residente na rua MARIA DA SILVA LIMA, 122
Na cidade SANTA RITA, autorizo o uso da minha imagem e fotos ou
filmes, sem finalidade comercial, salvo exceção para festivais audiovisuais e para ser
utilizado no trabalho de conclusão de curso do graduando **Alexandre da Silva Rosendo -**
matricula 20190141436 do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.
Com o objetivo de contribuir na construção do documentário **"Nas ondas da 100.5: A**
história da FM Líder". A presente autorização é concedida à título gratuito, abrangendo o uso
de imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior, em todas as suas
modalidades.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito sem
que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou qualquer
outro.

Santa Rita, 29 de AGOSTO de 2025

Osmar Queiroz de Andrade
Assinatura

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

Eu RACHEL CRISTINA PEDROSA MAROTA
Portador(a) da cédula de identidade nº 1.078.687 / SSP/PB
residente na rua FAZENDA ENGENHO DO MEIO S/N ZONA RURAL
Na cidade SANTA RITA, autorizo o uso da minha imagem e fotos ou
filmes, sem finalidade comercial, salvo exceção para festivais audiovisuais e para ser
utilizado no trabalho de conclusão de curso do graduando **Alexandre da Silva Rosendo -**
matricula 20190141436 do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.
Com o objetivo de contribuir na construção do documentário **"Nas ondas da 100.5: A**
história da FM Líder". A presente autorização é concedida à título gratuito, abrangendo o uso
de imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior, em todas as suas
modalidades.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito sem
que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou qualquer
outro.

SANTA RITA, 29, de AGOSTO de 2025


Assinatura