

## **ORGANIZADORES**

Maria Ivete Trevisan Fossá  
Ada Cristina Machado da Silveira  
Flavi Ferreira Lisbôa Filho

# **RÁDIOS SOCIEDADE, FRONTEIRAS E EDUCAÇÃO**

Santa Maria/RS  
**FACOS-UFSM**  
2013

©Copyright **FACOS-UFSM**, 2013.

Todos os direitos reservados e protegidos pela lei 9.610/98. É proibida a reprodução total ou parcial sem autorização por escrito da editora.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Créditos da ficha

(Universidade Federal de Santa Maria)

R129 Rádios : sociedade, fronteiras e educação /  
organizadores: Maria Ivete Trevisan Fossa, Ada  
Cristina Machado da Silveira, Flavi Ferreira  
Lisbôa Filho. – Santa Maria : FACOS-UFSM,  
2013.  
328 p. ; 23 cm

1. Sociologia da comunicação 2. Rádio  
3. Rádio-jornalismo 4. Mídia 5. Fronteiras  
6. Sociedade I. Fossa, Maria Ivete Trevisan  
II. Silveira, Ada Cristina Machado da  
III. Lisbôa Filho, Flavi Ferreira

CDU 316.774:654.195 ISBN 978-85-98031-84-2

Ficha catalográfica elaborada por Maristela Eckhardt CRB-10/737  
Biblioteca Central - UFSM

### **FACOS-UFSM**

Cidade Universitária - Prédio 21  
Camobi, Santa Maria - RS - Brasil  
Fone/fax: +55 55 3220 8491  
CEP 97 105-900

### **AVISO:**

A consulta a este documento fica condicionada na aceitação das seguintes condições de uso: Este trabalho é somente para uso privado de atividades de pesquisa e ensino. Não é autorizada sua reprodução para quaisquer fins lucrativos. Esta reserva de direitos abrange a todos os dados do documento bem como seu conteúdo. Na utilização ou citação de partes do documento é obrigatório mencionar nome da pessoa autora do trabalho.

## SUMÁRIO

### 5 À guisa da apresentação

Parte I

## Sociedade

### 15 Tecnologia social para inclusão e apropriação do fazer midiático por associações de rádios comunitárias

Maria Ivete Trevisan Fossá  
Ada Cristina Machado da Silveira  
Flavi Ferreira Lisbôa Filho

### 43 A midiatização do social no rádio: da voz do ator à estruturação de uma rede

Maicon Elias Kroth

### 63 Radiojornalismo comunitário: olhares sobre uma emissora de interior à luz da teoria do jornalismo

Angelo Henrique de Morais Lorini  
Debora Cristina Lopez

### 91 Regulamentação da mídia e cidadania: tensionamentos sobre o papel do público na *accountability* da comunicação

Angela Lovato Dellazzana

### 103 Conhecendo a audiência: a relevância das rádios comunitárias e a pesquisa de opinião pública

Barbara Tatiane de Avila Santos  
Maria Cândida Noal Cassol  
Patrícia Milano Pérsigo

### 119 As personagens-tipo do rádio

Ana Luiza Coiro Moraes

### 145 Rádio e recepção: aspectos teóricos e empíricos

Joel Felipe Guindani  
Cristóvão Domingos de Almeida

Parte II  
Fronteiras

- 167 Meios, fronteira, comunicação e multiculturalidade: a rádio e a TV em Misiones**  
Carlos Alberto Garcia Da Rosa
- 197 A fronteira no rádio comunitário: fragmentos de um discurso sobre o local**  
Angela Zamin
- 225 Análise da atividade midiática de uma emissora fronteiriça: estudo de caso da Rádio Quaraí AM**  
Jorge Robespierre Tomás Japur
- 255 Cultura de fronteira: a rádio como instrumento de identificação entre brasileiros e uruguaios**  
Bruna Postiglione Wetternick  
Giane Vargas Escobar

Parte III  
Educação

- 277 Educando com comunicação: o rádio no processo de ensino-aprendizagem**  
Roberta Roos
- 297 Sons da radioescola: entre análises históricas e percepções dos estudantes**  
Tarciana de Queiroz Mendes

## À guisa de apresentação

O livro “Rádios: sociedade, fronteiras e educação” tem o propósito de apresentar um conjunto de textos que trazem reflexões teóricas e experiências práticas sobre o meio de comunicação rádio e sua presença na sociedade e na fronteira, além de algumas interfaces com o campo da educação por meio de trabalhos desenvolvidos pela perspectiva do ensino, da pesquisa e da extensão universitária.

Esta publicação faz parte da linha editorial “Comunicação e Mídia” da Editora FACOS-UFSM do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Portanto, dialoga com outras produções que tematizam os processos comunicacionais a partir dos dispositivos midiáticos da sociedade contemporânea e suas complexidades.

A primeira parte, intitulada “Sociedade”, é composta por sete capítulos. O primeiro deles “Tecnologia social para inclusão e apropriação do fazer midiático por associações de rádios comunitárias” de autoria dos professores doutores Maria Ivete Trevisan Fossa, Ada Cristina Machado da Silveira e Flavi Ferreira Lisbôa Filho, busca elucidar como se dá a relação entre comunicação e cidadania nas rádios comunitárias. Através da metodologia de pesquisa-ação e da multidisciplinaridade, objetiva-se assessorar as associações comunitárias e/ou fundações comunitárias que têm, como sede, os municípios da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul/Brasil, auxiliando-as na instalação e na implementação de rádios comunitárias, bem como na inserção das escolas públicas na produção e na circulação de seus conteúdos. As rádios comunitárias que integram o presente trabalho são de grande importância nas suas respectivas localidades, porque são a expressão das necessidades, acontecimentos e valores, os quais traduzem os anseios da população local. No entanto, as

formas de relacionar e valorizar o saber e o fazer midiático pelas rádios comunitárias não tem despertado a atenção dos educadores e nem se revelado como recurso ou capital a ser apropriado pelas instituições formais de ensino.

O professor doutor em ciências da comunicação Maicon Elias Kroth em “A midiaticização do social no rádio: da voz do ator à estruturação de uma rede” tem a intenção de reconhecer a voz do comunicador João Carlos Maciel como uma das principais operações desenvolvidas num programa radiofônico de mesmo nome, da Rádio Medianeira AM, de Santa Maria/RS. Para que as ações com vistas a fazer funcionar uma estrutura de manutenção de um projeto de assistência social, via rádio, se efetivem, evidencia-se a importância da performance do ator central. Pela voz, ele agencia estratégias midiáticas que se alastram sobre os sujeitos envolvidos na semiose, constituindo, como efeito, uma rede de ação social.

No capítulo “Radiojornalismo comunitário: olhares sobre uma emissora de interior à luz da teoria do jornalismo” Debora Cristina Lopez, doutora em comunicação e cultura contemporâneas, professora do Cesnors e do PPGCOM/UFSM, e Angelo Henrique de Moraes Lorini, jornalista, dizem que o fazer jornalístico em rádio, embora apresente especificidades relativas ao suporte, integra-se às discussões das práticas e diretrizes jornalísticas como um todo. Esta inserção, por sua vez, prescinde de algumas adaptações devido às características do meio, de seu público e da fruição de seu conteúdo. Neste contexto, o presente capítulo estuda, a partir das teorias do jornalismo (e especificamente dos critérios de noticiabilidade), o Jornal da Comunitária, da Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen.

Angela Lovato Dellazzana, doutora em ciências da comunicação e professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, no texto “Regulamentação da mídia e cidadania: tensionamentos sobre o

papel do público na *accountability* da comunicação” reflete sobre a democratização dos meios de comunicação vem sendo desenvolvida através de políticas de comunicação específicas, visando à participação da população na produção de conteúdo. Como precursor deste debate, está o uso do espectro eletromagnético, uma questão polêmica no Brasil. Diversos vieses abordam o tema, contudo, o debate mais complexo permeia a questão da regulamentação dos meios de comunicação no país. Dessa forma, este artigo busca discutir as diferentes abordagens que vêm sendo construídas sobre o tema do uso do espectro eletromagnético no âmbito acadêmico, sob o viés da *accountability* da comunicação a partir do público, ou seja, as formas que este dispõe de garantir que os meios de comunicação sejam responsáveis.

O capítulo “Conhecendo a audiência: a relevância das rádios comunitárias e a pesquisa de opinião pública” da professora Patrícia M. Persigo, doutoranda e mestre na área de comunicação midiática, e das acadêmicas Maria Cândida Noal Cassol, de publicidade e propaganda, e Barbara Tatiane de Avila Santos, de relações públicas, trata sobre a relevância da pesquisa de opinião pública para conhecer o perfil da audiência de um veículo de comunicação comunitária. É sabido que as rádios comunitárias adquirem grande expressividade e importância no contexto em que se inserem quando democratizam a comunicação e tornam-se locais de debates, trocas de opiniões e espaço de informação. Para enriquecer esse contexto foi realizada uma pesquisa de opinião pública pelos acadêmicos dos cursos de relações públicas, publicidade e propaganda e jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria tendo como objeto empírico a Rádio Comunitária Nova Palma.

“As personagens-tipo do rádio”, da doutora em comunicação Ana Luiza Coiro Moraes, professora visitante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, apresenta uma reflexão teórica das personagens-tipo das rádios como herdeiras da estéti-

ca da *commedia dell'arte*, do folhetim e do *fait divers*, que transitam entre formatos e gêneros do factual e do ficcional. Para a autora, as personagens das radionovelas e dos programas de auditório da Era de Ouro do rádio compõem uma tipologia midiática, mas essas personagens-tipo até hoje se fazem presentes, sobretudo nos programas que alçam sujeitos comuns à visibilidade midiática, através de sua inserção em algum espetáculo de realidade. Neste texto, ela propõe um mapeamento das personagens-tipo dos espetáculos radiofônicos de ontem e de hoje.

Cristóvão Domingos de Almeida, doutor em comunicação e informação, e Joel Felipe Guindani, radialista e doutorando em comunicação e informação, ambos professores da Universidade Federal do Pampa, no texto “Rádio e recepção: aspectos teóricos e empíricos” endereçam sua escrita para os que sintonizam emissores de rádio e aos que, de alguma forma, atuam no espaço radiofônico. O artigo problematiza, respectivamente, três dimensões: as especificidades técnicas e sociológicas que fazem do rádio um veículo atual e de sucesso; os sentidos da audiência, a partir de depoimentos de ouvintes do município de Abelardo Luz, região oeste catarinense; e o fazer radiofônico em uma realidade cada vez mais multimídia.

No segundo eixo temático desta obra, cunhado de “Fronteiras”, um conjunto de quatro textos traz um verdadeiro panorama das rádios que se desenvolvem/operam em espaços fronteiriços no âmbito do Brasil, Argentina e Uruguai. O artigo que abre esta seção “Meios, fronteira, comunicação e multiculturalidade: a rádio e a TV em Misiones” de Carlos Alberto Garcia Da Rosa, professor da Universidad Nacional de Misiones e doutorando em comunicação social, apresenta um relato histórico e contextualizado que busca desde a origem das rádios e da tevê e da formação da Província de Misiones entender como se estrutura a malha de comunicação radiofônica e televisiva nesta Província.



Angela Zamin, doutora em ciências da comunicação, em seu texto “A fronteira no rádio comunitário: fragmentos de um discurso sobre o local” ao tratar do jornalismo no rádio comunitário, o vincula ao espaço local – a fronteira Livramento-Rivera – e toma como objeto de análise o programa jornalístico Realidade Urgente, da emissora Nova Aurora FM, de Santana do Livramento (RS, Brasil). A preocupação central está pautada no modo como o local, por suas especificidades, é discursivizado. A autora busca compreender os sentidos que a rádio comunitária constrói (ou atualiza), por meio do jornalismo, a partir do vínculo com o local, logo, pelo que representa o espaço fronteiriço.

Em “Análise da atividade midiática de uma emissora fronteiriça: estudo de caso da Rádio Quaraí AM” o jornalista Jorge Robespierre Tomás Japur parte do pressuposto que as emissoras de Rádio AM alcançam os lugares mais remotos do país, guardando consigo histórias de um Brasil que nem se imagina que exista. Nas fronteiras nacionais, tais emissoras possuem uma lealdade cruzada que, de um lado, põe em relevo a conjuntura local, e por outro, as determinações do Estado-Nação ao qual pertencem. Como administrar essa dualidade? Este escrito analisa a atividade midiática da Rádio Quaraí AM, localizada em uma cidade limítrofe entre Brasil e Uruguai, com o intuito de responder a essa questão.

“Cultura de fronteira: a rádio como instrumento de identificação entre brasileiros e uruguaios” de Bruna Postiglione Wetternick, jornalista e especialianda pelo Centro Universitário Franciscano, e Giane Vargas Escobar, mestre em patrimônio histórico e doutoranda em comunicação, brindam um artigo que foca elementos de identidade cultural local, examinados em uma rádio brasileira de segmentação gaúcha, cuja audiência também se constitui por uruguaios. A Rádio Querência FM, na fronteira de Sant’Ana do Livramento (Brasil) e Rivera (Uruguai), promove a inserção de uruguaios na cultura gaúcha. Trata-se de uma análise

de cunho cultural, a partir da observação dos traços de integração entre os países vizinhos, que se efetiva através da música, da linguagem e da participação do público, compartilhando tradições, sentimentos e pertença a um território de fronteira. Este texto encerra as discussões deste bloco.

Na terceira parte deste livro, chamada de “Educação” está as interfaces entre os campos da comunicação e o da educação, por meio do veículo rádio. A autora Roberta Roos, professora da Universidade Federal do Pampa e mestre em educação, no capítulo “Educando com comunicação: o rádio no processo de ensino-aprendizagem” parte de que formas diferentes de ensinar existem, porque há, também, sujeitos com capacidades diferentes e com o mesmo direito de aprender. Neste sentido, o rádio, meio de comunicação de massa popular, diante de características específicas consegue atingir um número grande de pessoas. Essas condições são apresentadas no capítulo, que relaciona a facilidade de acesso do meio à sua utilização em sala de aula, pois as ferramentas comunicacionais podem ser utilizadas no contexto educacional, qualificando o processo de ensino-aprendizagem.

No texto “Sons da radioescola: entre análises históricas e percepções dos estudantes”, de Tarciana de Queiroz Mendes, mestre em comunicação social pela Universidade Federal do Ceará, se analisa o cotidiano de quatro radioescolas instaladas em instituições da rede municipal de ensino de Fortaleza e a produção do programa radiofônico Antenados, mediada pela ONG Catavento Comunicação e Educação. A abordagem teórica da pesquisa concentra-se nos estudos que problematizam as aproximações entre comunicação e educação. A partir de uma perspectiva histórica, buscamos compreender os cenários atuais que dizem respeito às relações entre os dois campos. A pesquisa desenvolve ainda uma discussão teórica a respeito do conceito de práticas, de Certeau. A metodologia utilizada para a construção do artigo foi a pesquisa

participante, com a realização de rodas de conversa com estudantes. A partir dos depoimentos registrados, se analisam as percepções do campo de pesquisa.

Desejamos a todos os leitores que possam compartilhar e usufruir dos textos que compõem esta obra.

Uma profícua leitura!

**Os Organizadores**



Parte I

# **SOCIEDADE**



# **Tecnologia social para inclusão e apropriação do fazer midiático por associações de rádios comunitárias**

Maria Ivete Trevisan Fossá<sup>1</sup>

Ada Cristina Machado da Silveira<sup>2</sup>

Flavi Ferreira Lisbôa Filho<sup>3</sup>

O programa “Tecnologia Social para Inclusão e Apropriação do Fazer Midiático Por Associações de Rádios Comunitárias”, financiado pelo PROEXT/MEC<sup>4</sup> 2010/2011, objetiva assessorar as associações comunitárias e/ou fundações comunitárias que tenham, como sede, os municípios da Quarta Colônia de Imigração Italiana<sup>5</sup> do Estado do Rio Grande do Sul/Brasil, na instalação e na implementação de rádios comunitárias, bem como na produção de conteúdos e melhorias na estrutura já existente, por meio da indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão universitária.

Pretende-se analisar o fenômeno das rádios comunitárias na 4ª Colônia de Colonização Italiana do Estado do RS, cujas potencialidades, atualmente, não são concretizadas, principalmente no que diz respeito à democratização do espaço público. Este texto busca elucidar como se dá a relação entre comunicação, educação e cidadania nos veículos comunitários da região mencionada. Através da proposição metodológica da Pesquisa-Ação de Michel Thiollent

e da multidisciplinaridade de Edgard Morin, o artigo explica como as atividades previstas/implementadas no projeto auxiliam na emancipação das comunidades da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul.

Entende-se a cidadania como um processo histórico de conquistas populares. Considera-se que, através da paulatina tomada de consciência e intervenção social, uma sociedade adquire capacidade de conceber e efetivar um projeto próprio de desenvolvimento. Neste contexto, a aproximação entre sociedade e universidade adquire potencial para motivar transformações inovadoras no contexto sócio-educativo, uma vez que estimula, entre os estudantes e os professores, não só o aprimoramento das técnicas adquiridas durante o processo de aprendizado nas atividades realizadas entre instituições de ensino, mas também a propagação deste conhecimento a outras esferas sociais, como família e outros grupos primários, gerando um processo continuado na cadeia da cultura.

Reitera-se o entendimento da educação popular compreendida como um processo de construção da consciência crítica. E, ao contrário da herança frankfurtiana, tomam-se os processos midiáticos como capazes de despertar a criticidade e a interação, especialmente entre os jovens. O potencial de criticidade no pensar e no agir advém do convite ao posicionamento em sua condição de sujeitos; situações nas quais o jovem age de forma a “assumir-se como ser social e histórico, como ser pensante, comunicante, transformador, criador, realizador de sonhos, capaz de ter raiva porque capaz de amar” (FREIRE, 1996 p. 46.)

O programa e todas as ações foram coordenados pela profa. Maria Ivete Trevisan Fossa, com a coordenação adjunta da profa. Ada Cristina Machado da Silveira e coordenação executiva do prof. Flavi Ferreira Lisboa Filho. Foram colaboradores de ações específicas a profa. Rosane Rosa, o prof. Luciano Mattana, o prof. Janderle Rabaiolli, o diretor de produção Felipe Dagort, o sono-



plasta Otacílio Neto, o técnico em audiovisual Paulo Tarso Rocha da Silva e o doutorando Fabiano Magione. A execução de algumas atividades contou com a participação ativa dos bolsistas do programa Amanda Frick Martins, Anelise Schutz Dias, Eduardo Covalesky, Israel Henrique Orlandi, Izabelli de Oliveira Ferreira, Etier Pires de Deus Lima, Marcos Junior Junges Panciera, Mariana Henriques, Pricila Stefanello Moro, Taianne Pinheiro Teixeira e Vinícius de Souza Rodrigues; e dos acadêmicos que integraram o PET Ciências Sociais Aplicadas no ano de 2011.

## **CONTEXTO DA PROPOSTA**

A criação das rádios comunitárias parte, na maioria das vezes, de um grupo de pessoas que buscam o direito de uma concessão pública em benefício de sua comunidade. No caso das cidades da Quarta Colônia, que têm uma população pequena, as rádios abrangem a totalidade do município. Elas alcançam, dessa forma, um público de classes sociais e econômicas bastante variadas, diferentes de grandes cidades, em que o sinal alcança uma região ou um bairro.

O alcance das rádios comunitárias nas cidades da Quarta Colônia faz com que elas concorram em audiência com rádios comerciais no centro urbano. Porém, na maioria dos casos, elas não conseguem competir em relação a receitas, contratação e remuneração de profissionais para trabalho em tempo integral. Por essa razão, as rádios comunitárias realizam um trabalho muitas vezes voluntário, por um conjunto de pessoas que investem boa parte de seu tempo nisso. Os alunos de graduação nas áreas de Comunicação Social, a partir da formação teórica e prática proporcionada pela academia, podem colaborar na produção de conteúdos das emissoras, tendo as escolas de ensino médio e fundamental como parceiras.

A qualificação das pessoas para atuarem como voluntários nas rádios comunitárias exige um trabalho gradual. Muitas rádios já estão instituídas há algum tempo. Porém, os recursos humanos são escassos e não têm formação em áreas de Comunicação Social, nem mesmo formação técnica em Radialismo. Nesse sentido, vislumbra-se a oportunidade de mostrar, orientar os gestores a criar roteiros de programas radiojornalísticos, adaptar formatos de programas, abordar novos assuntos e reforçar valores de cidadania que podem/devem estar presentes na programação.

A legislação não permite anúncios comerciais e patrocinadores nas rádios comunitárias. No entanto, a principal fonte de renda das rádios provém dos apoios culturais. A proposta de criar novos formatos para a veiculação desses apoios tem como objetivo atrair mais empresários locais e tornar as publicidades mais atrativas.

A aproximação com a comunidade local, em especial, com as escolas públicas, é também o objetivo do projeto em execução, porque as rádios foram criadas com esse intuito, mas a população, em muitos casos, considera limitada a participação na programação. Outras pessoas nem sabem que esse direito é garantido. Para tanto, apresentam-se algumas estratégias comunicacionais em subseção específica, cujo propósito é mostrar algumas ações que podem ser implementadas pelas rádios, promovendo, grosso modo, uma conscientização da população para a rádio como espaço educativo, público e democrático.

## **PRESSUPOSTO TEÓRICO**

A tecnologia social tem sido compreendida como um conjunto de técnicas e metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, as quais representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida. Originadas dentro de uma comunidade ou no

ambiente acadêmico, elas pretendem aliar os saberes populares com os conhecimentos técnico-científicos, buscando multiplicar o desenvolvimento da sociedade através da melhoria da qualidade de vida. Os anos 1990 marcaram o advento da chamada Sociedade da Informação e do Conhecimento, que trouxe consigo a difusão maciça das novas Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs e, com elas, a possibilidade de duas realidades extremas: de um lado, a promessa de abolir distâncias espaço-temporais e tornar o mundo uma verdadeira “aldeia global” (MCLUHAN, 1964); de outro, o risco de uma exclusão, nunca antes conhecida.

O desenvolvimento de práticas de tecnologia social em TICs envolve propósitos mais amplos do que se tem denominado Educação para a Mídia e possui diferentes formatos a depender de onde seja aplicada. A linha a ser perseguida é a reflexão do que é gerado juntamente com a produção de material audiovisual pela própria população envolvida, trabalha-se, nesse sentido, dois vieses importantes: o teórico e o prático. Fazendo reflexões críticas, promove-se a leitura dos meios; e, produzindo, os voluntários comunitários apropriam-se do meio e aprendem a gramática e as lógicas da mídia radiofônica, a qual se encontra em franca expansão com o incremento do uso da Web, transformando, de forma radical, a relação do indivíduo com os meios de comunicação; de passivo, ele passa a ser ativo, consciente e crítico. Procura-se, dessa forma, desenvolver a autonomia do pensar e do agir, permitindo que os alunos tornem-se agentes do processo, capazes de analisar o conteúdo e os parâmetros estéticos dos meios contemporâneos de comunicação.

Pretende-se, através do atendimento direto às rádios comunitárias, algumas já com mais de cinco anos de existência e outras em implantação, alcançar direta e primeiramente os seus voluntários comunitários. Ações concomitantes de atenção a novos voluntários são realizadas. Os voluntários comunitários são tomados como multiplicadores de uma ação social que, inicialmente, atinge

especificamente a dez rádios comunitárias e suas dez associações comunitárias (200 pessoas). Assim, a totalidade dos 51 mil habitantes dos municípios envolvidos pode ser alcançada. Ações diversas como formação/reflexão abrangendo a produção de um manual de operação em rádio comunitária, produção de vinhetas, spots e programas radiofônicos, boletins informativos, comunicação oral direta via telefonia, correio eletrônico e fax facilitam a comunicação.

## **OS MUNICÍPIOS BENEFICIADOS: SUAS ORIGENS E AS ASSOCIAÇÕES COMUNITÁRIAS**

A Itália, na segunda metade do século XIX, após obter a unificação de seu território, encontrava-se com dois níveis distintos de desenvolvimento, ao norte, localizavam-se algumas indústrias (ainda em princípio de desenvolvimento) e, ao sul, estabeleceram-se a aristocracia rural (latifundiários) em conjunto com pequenos agricultores.

Em razão do desenvolvimento industrial, os artesãos perderam espaço e esse fato contribuiu para o empobrecimento das famílias, uma vez que complementava a renda advinda da agricultura. Paralelamente a isso, o Governo aumentou os impostos, transformando definitivamente a vida dessas famílias, que, obrigatoriamente, venderam suas terras (aos latifundiários) para saldar as dívidas. Sem terras e sem condições de sobreviver no campo, deu-se início ao êxodo rural, que ocorreu simultaneamente ao incremento populacional.

Frente a essa situação de superpopulação nas cidades e das dificuldades econômicas enfrentadas pelo país, o Governo Italiano necessitava tomar medidas na tentativa de resolver tais problemas. Considerando a forte presença de latifundiários, o referido Governo não promoveu as reformas de base e optou por incrementar a imigração em larga escala, principalmente para as Américas.

Em 1876, a Itália e o Brasil, oficialmente, selaram acordos para iniciar a imigração italiana. Os imigrantes, que aqui chegavam, eram deslocados para as fronteiras do sul do país (Rio Grande do Sul) e também para a região sudeste pela necessidade de mão de obra na lavoura cafeeira.

Na medida em que novas levas de imigrantes chegavam ao Rio Grande do Sul, a Província responsabilizava-se criando colônias para fixá-los. Tal ação dava-se pela doação de terras do Governo Imperial em benefício das colônias, que, por sua vez, mediam e distribuíam lotes gratuitos (a doação ocorreu por tempo determinado). Assim, surgiram as colônias de Conde d'Eu (1870) – futura Garibaldi e Dona Isabel (1870) – futura Bento Gonçalves. Ao finalizar o processo de escravidão da mão de obra negreira, o Governo Imperial retomou a imigração e, em 1875, criou a terceira colônia chama de Campo dos Bugres – futura Caxias do Sul. Estas colônias tornaram-se o núcleo da imigração italiana, tendo as demais sido originadas destas primeiras.

Inicialmente, o gerenciamento das colônias dava-se por intermédio de administrações locais, subordinadas a administração central no Rio de Janeiro. Mas, a corrupção e os desmandos administrativos elevaram demasiadamente o custo de manutenção das colônias por parte do Governo. Segundo Santin (1986), em função disso, o Governo decretou autonomia administrativa para Silveira Martins em 1882 e para as outras três em 1884, passando ambas para o domínio da legislação comum.

A partir desse decreto, a colônia tornou-se, oficialmente, ex-colônia. Entretanto, a chegada de novos imigrantes prosseguiu, assim como a necessidade de acomodá-los. Para tanto, criaram-se diversos núcleos coloniais, utilizando-se terras próximas a Silveira Martins, abrangendo desde a várzea do Vacacaí até o Rio Soturno em ambas as margens. Em razão de não haver mais terras desocu-

padas em Santa Maria, deu-se início à medição de terras em São Martinho e Cachoeira do Sul, formando, assim, a grande colônia de Imigração Italiana do Centro do Estado do Rio Grande do Sul.

No entanto, a autonomia municipal não chegou. Houve falta de direção competente dos líderes locais para colher os documentos necessários que comprovavam as condições da Ex-Colônia em tornar-se município e apresentá-los ao Presidente do Estado. (SANTIN, 1986: 53)

Após a ditadura do Estado Novo, com o ressurgimento dos movimentos emancipacionistas no Rio Grande do Sul, Silveira Martins tentou e conseguiu a instalação do município, mas que efetivamente não ocorreu.

O território da ex-colônia Silveira Martins foi dividido e anexado a três jurisdições municipais distintas, através de um decreto promulgado pelo Governo Imperial no ano de 1886. (SANTIN, 1986: 54)

Essas três jurisdições correspondiam aos municípios de Santa Maria, Júlio de Castilhos e Cachoeira do Sul. O desenvolvimento da Ex-Quarta Colônia que vinha apresentando bons resultados na área comercial, agrícola e industrial, ficou extremamente prejudicado por esta divisão territorial, chegando a entrar num processo de decadência. Com o passar do tempo, muitas das localidades que pertenceram a essas três jurisdições obtiveram a sua emancipação, inclusive a sua sede, a localidade de Silveira Martins no ano de 1987.

Hoje, ao fazer-se referência à Quarta Colônia de Imigração Italiana, considera-se o seguinte grupo de municípios: Silveira Martins, São João do Polêsine, Faxinal do Soturno, Dona Francisca, Agudo, Ivorá, Nova Palma, Restinga Seca e Pinhal Grande, dos quais Agudo e Restinga Seca não fizeram parte originalmente da composição do Quarto Núcleo, porém, os dois municípios engaja-

ram-se em projetos de desenvolvimento junto aos demais, o que gerou a inclusão de ambos no grupo representante da imigração.

Ainda hoje, de um modo geral, a população desta Região tem a sua fonte de renda centrada em atividades agrícolas, sendo suas principais culturas o milho, o soja, o feijão e a batata. Atualmente, a beleza natural da Região, as festas populares e religiosas têm atraído visitantes, indicando uma fonte emergente para o desenvolvimento de programas culturais e turísticos.

Com perfis semelhantes cultural e economicamente, as cidades da Região da Quarta Colônia têm enfrentado, nos últimos anos, o desafio de fixar o homem a terra, em especial os jovens. A Universidade Federal de Santa Maria e os poderes públicos municipais e regionais estão desenvolvendo ações conjuntas, tendo como objetivo a melhoria da qualidade de vida dessas populações, tentando evitar, com isso, o êxodo rural e incentivando a fixação dos jovens no campo.

Neste sentido, uma proposição que busca a aproximação das comunidades com as rádios comunitárias pode se constituir em uma força que propicie o desenvolvimento social dos sujeitos a partir do pressuposto de que as rádios comunitárias são a voz da comunidade e de que a sua identidade está vinculada à diversidade das vozes daquela comunidade. A rádio serve como ferramenta de distribuição/compartilhamento do poder, pois a sua concepção difere daquela dos grandes conglomerados comunicacionais do país, que, muitas vezes, estão a serviço da exploração e da mais valia do capital.

O desenvolvimento de competências comunicativas entre os jovens, gestores, produtores e programadores das rádios comunitárias da região, pode possibilitar o empoderamento dos agentes comunitários na construção da democracia e na busca de qualidade de vida para a população. Neste aspecto, a proposta de um trabalho que aproxima os jovens às rádios comunitárias auxilia na

educação e na mobilização das comunidades, principalmente as que estão em um lugar de “não poder”. Quiçá, estimule a fixação do jovem a sua comunidade e contribua com melhorias nas condições de vida da população em geral, pois esta experiência pode provocar processos de reflexão, elaboração de crítica social e comportamentos de mobilização social.

Para se ter uma ideia da abrangência e da importância da proposta, ora em questão, são apresentados alguns dados estatísticos, que podem esclarecer sobre o panorama da região. Os dez municípios possuem, segundo os dados disponíveis no sítio oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), uma área total de 2.752km<sup>2</sup> e totalizam 59.365 habitantes, ficando próxima a cidade de Santa Maria. A economia dos municípios baseia-se nas atividades agropecuárias e de prestação de serviço, sendo a atividade industrial pouco significativa. O turismo histórico tem relevante participação na economia local. Os municípios que compõem a Quarta Colônia de Imigração enfrentam problemas como baixa escolaridade, envelhecimento da população, recessão econômica e evasão dos jovens para cidades maiores.

Na maioria das cidades, o único veículo de comunicação local é o rádio. Alguns possuem rádio comercial e comunitária, como é o caso de Agudo e de Faxinal do Soturno. Outras cidades da região, porém, têm apenas rádio comunitária como veículo de informações locais, como é o caso da Associação Cultural Rádio Comunidade São João – FM, de São João do Polésine.

O trabalho realizado nessas rádios – de acordo com a lei 9.612, de 1998, regulamentada pelo Decreto de 2.615 do mesmo ano – deve ter como objetivo o desenvolvimento da comunidade a que a associação comunitária responde e os envolvidos no processo de radiodifusão não podem obter vantagens financeiras ou pessoais na exploração do serviço. O conteúdo veiculado deve ser feito para



a comunidade e, sempre que possível, pela comunidade, envolvendo-a no processo comunicacional e dando direito à diversidade das vozes presentes no município em questão.

Outro problema enfrentado pela região é a alta taxa de analfabetismo que, na maioria dos municípios, está acima da média do Rio Grande do Sul. No Estado, 6,7% da população acima de 15 anos é analfabeta, segundo os dados do IBGE de 2000. Na Quarta Colônia, apenas os municípios de Ivorá (6,3%) e de Nova Palma (5,86%) estão abaixo da média estadual. As cidades de Dona Francisca e de Restinga Seca registram as maiores taxas de analfabetismo, 11,16% e 10,39%, respectivamente.

A cidade de Silveira Martins possui uma unidade descentralizada de ensino superior, vinculada à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), porém, segundo dados da Revista .TXT, 45% das vagas dos cursos de Tecnologia em Gestão de Turismo, Tecnologia em Gestão em Agronegócios, Tecnologia em Processos Gerenciais e Tecnologia em Gestão Ambiental desse estabelecimento de ensino estão ociosas. Os outros 55% estão ocupados, majoritariamente, por moradores da cidade de Santa Maria, que realizam o movimento pendular diário entre as duas cidades. Os moradores da Quarta Colônia alegam que a oferta de apenas cursos diurnos impossibilita-os de estudar, já que a maioria desempenha atividades ligadas à agricultura. Os jovens que possuem condições financeiras optam por estudar em Santa Maria, que dista apenas 25km de Silveira Martins e oferece mais opções de cursos de graduação, além de técnicos e de pós-graduação.

A população predominante descende das famílias italianas que colonizaram a região. A cultura é o laço que une as famílias e a história oral é muito valorizada na região, devido também aos níveis de analfabetismo, sendo que a memória dos idosos é uma das maiores fontes de informação local. O dialeto Vêneto sul-rio-

-grandense é bastante utilizado pela população adulta e idosa da região. O rádio é o veículo de comunicação mais difundido e, na maioria dos locais, o único existente.

## **METODOLOGIA**

Para a realização do Programa de Extensão, que ora se faz o realto, parte-se dos seguintes pressupostos:

- a população envolvida, beneficiária das ações extensionistas, é capaz de formular, com o seu saber e em conjunto com o saber técnico, um posicionamento crítico diante da realidade;

- esta mesma população, ao desenvolver a crítica e autocrítica, é capaz de formular estratégias concretas de enfrentamento dos problemas;

- a ação planejada requer a capacidade de organização dos moradores e a constatação de que a pessoa sozinha pode muito pouco, mas organizada é capaz de mudar a realidade em seu favor;

- a população dos municípios envolvidos possui vários interlocutores (entidades) que trabalham, por vezes, isolados, com planos próprios, porém, com objetivos iguais e, unificados, podem obter maior eficiência e eficácia nas ações empreendidas;

- as ações coletivas necessitam de um mínimo de cooperação entre os membros e da intercompreensão, decorrentes do inter-relacionamento entre os sujeitos envolvidos na ação;

- o capital social precisa ser formado para que as transformações sejam possíveis;

- a interdisciplinaridade é um caminho para compreender outras realidades e buscar soluções, por meio de discussões conjuntas.

A partir desses pressupostos, os envolvidos no Programa pretendem aprender aprendendo a fazer e a ensinar ao mesmo tempo. Compartilhar saberes e articular o ensino, a pesquisa e a extensão são uma forma de superar a ignorância e a cegueira que assinala Morin (2006, p.15) quando afirma que

[...] há inadequação cada vez mais ampla, profunda e grave entre os saberes separados, fragmentados, compartimentados entre disciplinas e por outro lado, realidade ou problemas cada vez mais polidisciplinares, transversais, multidimensionais, transacionais, globais, planetária.

Assim, este programa de extensão pretende eleger a interdisciplinaridade como um caminho para compreender outras realidades e buscar soluções conjuntas.

Tendo como suporte a metodologia da pesquisa-ação, busca-se resgatar a emancipação social, produtiva e sustentável de uma parte significativa da população em situação de vida vulnerável e elevá-las à condição de protagonistas de uma nova história e de um modelo social mais inclusivo. Para tanto, a pesquisa participante exige um compromisso grande com as ações realizadas, sendo que cada atitude deve ser bem pensada, discutida e, de fato, produzir um sentido. Estar atento a cada ação requer assumir uma atitude ética e que deve sustentar todo o processo educativo que envolve a extensão de forma que, como afirma Thiollent (1988, p. 50),

[...] a metodologia requerida para desenvolver a pesquisa deve oferecer subsídios para identificar e resolver problemas, inserir o conhecimento dos indivíduos e grupos na elaboração do conhecimento coletivo.

Qualificar as associações comunitárias é uma meta que se pretende através da adoção de uma metodologia de pesquisa-ação. Para a qualificação das associações, levar-se-á em consideração o interesse e a disponibilidade destas associações em participar do programa. A ação extensionista deve estar baseada em um compromisso ético e reunir condições sustentáveis como a iniciativa da intervenção que deve partir de uma demanda de pessoas ou grupos que não ocupam posições de poder, os objetivos precisam ser definidos com autonomia dos atores e com a mínima intervenção

de membros das entidades envolvidas, todas as pessoas da comunidade são chamadas para participar do projeto e de sua execução e todos têm liberdade de expressão (THIOLENT, 1988).

## **ALGUNS RESULTADOS**

Até o momento, percebe-se que as rádios comunitárias são de grande importância nas suas respectivas localidades porque são a expressão das suas necessidades, acontecimentos e fatos, traduzindo a “personalidade” da população local. Contradizendo a globalização das informações, nota-se a importância que as rádios comunitárias, com sua cobertura restrita a pequenas áreas, têm para o desenvolvimento dessas comunidades, cumprindo o seu papel de atender as demandas da sociedade na qual estão inseridas. Elas prestam relevantes serviços ao seu público, quando possuem uma programação que contenha informação, entretenimento, lazer, serviços de utilidade pública, manifestações culturais, artísticas e folclóricas que contribuam para o desenvolvimento local.

Dada a sua origem e ao trabalho voltado à comunidade, é imprescindível que a população local tenha a rádio a sua disposição para, nela, expressar suas opiniões, desejos, reclamações, ideias, enfim, tudo que for de seu interesse próprio. Para tal resultado, algumas atividades já iniciadas e que, agora, têm continuidade, objetivam fomentar, na população e nos empresários locais, a sua participação como regentes, críticos e colaboradores dentro dessas associações, e para qualificação dos profissionais que atuam nas rádios.

Espera-se, através das ações propostas, que o público-alvo, ou seja, a própria comunidade, seja beneficiada pela melhoria de serviços e profissionalização dos locutores para que se cumpra a finalidade maior da comunicação.

A seguir são listadas algumas das atividades desenvolvidas e seus propósitos.

### *Elaboração de estratégias comunicacionais organizativas*

Os participantes do programa foram alocados em determinados grupos, de acordo com suas competências formativas:

- Grupo de mobilização junto à comunidade: coleta de opinião e informação junto ao público-alvo para elaboração do planejamento do projeto e para munir a equipe de produção de conteúdo;
- Grupo de produção de conteúdo: munidos pelas informações trazidas pela equipe de mobilização, elabora o conteúdo teórico e prático para aplicação do projeto;
- Grupo de apoio cultural: viabiliza maneiras de colocar a publicidade dentro da forma prevista na legislação para rádios comunitárias;
- Grupo de Gestão: realiza articulações junto aos gestores das rádios comunitárias, realiza diagnóstico e envolve-se com as pesquisas de opinião pública.

Exigem-se do grupo de trabalho competências inerentes aos níveis de formação já citados: Jornalismo, Produção Editorial, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Pela importância do projeto e do problema levantado, cada participante deve possuir, em seu perfil, o gosto pela prática de ações comunitárias e o interesse pela comunicação própria das bases formativas.

Os acadêmicos foram escolhidos através de processo seletivo, que se dividia em duas etapas: entrevista e análise de currículo. Escolhidos os participantes, o grupo recebeu um Curso de Capacitação em Comunicação Comunitária.

### *Cursos realizados*

#### *Qualificação em Comunicação Comunitária*

O curso de Capacitação em Comunicação Comunitária ocorreu dia dois de julho de 2011, no Centro de Ciências Sociais e Humanas

(CCSH) da UFSM. O curso contou com a participação de 25 alunos de todas as habilitações de Comunicação Social e ainda a presença dos professores coordenadores do projeto. A capacitação iniciou por volta das 13h30min, terminando às 17h e foi ministrado pela profa. Dra. Rosane Rosa.

Os conteúdos desenvolvidos e discutidos durante a tarde envolveram a temática de comunicação comunitária para rádios, assim como cidadania e participação da comunidade. A Professora ministrante apresentou conceitos teóricos sobre o que é comunicação comunitária e cidadania. Depois, foi discutido como seria possível colocá-los em prática esses conceitos nas comunidades da Quarta Colônia que seriam abrangidas pelo projeto.

O curso teve o propósito principal de capacitar os bolsistas PROEXT e os petianos - que também estavam presentes - para melhor atuarem nos municípios com rádios comunitárias. Além dos debates, foram apresentados exemplos de outros casos de sucesso de âmbito nacional, sobre rádios comunitárias e o exercício da comunicação cidadã.

#### *Qualificação em Mobilização Social*

A qualificação sobre Mobilização Social teve o propósito de inserir os bolsistas dos grupos PET e PROEXT em atividades de mobilização nas rádios comunitárias da Quarta Colônia e Itaara, que visem à inserção destas comunidades dentro da programação das rádios. O conteúdo foi estruturado da seguinte forma: cenário (mobilidade), plano de mobilização comunitária, tipos de participação e modelos de mobilização.

No primeiro momento, o curso teve a exposição de estratégias de aproximação da comunidade à rádio, bem como formas que o contato e o interesse institucional podem fornecer a uma maior participação e conscientização das associações de radiodifusão comunitárias para o exercício da cidadania. A palestra foi ministrada pela professora Rosane Rosa, integrante do projeto.

Após a exposição, os alunos contaram as experiências e as estratégias em prática no contato da comunidade com as rádios de seus respectivos municípios, e um balanço das atividades do projeto de extensão foi realizado.

O curso aconteceu no dia 10 de outubro de 2011, na sala 5136 do prédio 21, no campus da UFSM, e contou com a presença de cerca de 20 estudantes.

*Formação para Gestores, Programadores e Operadores das Rádios Comunitárias*  
CURSO 1 (UM)

A necessidade de realização de curso de capacitação resultou dos primeiros contatos estabelecidos com as rádios comunitárias, pois se identificou forte fragilidade teórica na realização de muitas atividades. Desse modo, realizou-se o primeiro contato presencial nos dias quatro e cinco de outubro de 2010, através do curso de extensão com as associações comunitárias em parceria com CIEPER/EMATER, a fim de apresentar o projeto aos difusores e conhecer-se suas reais necessidades. O curso realizou-se nas dependências do prédio 21 da UFSM.

Para a realização do curso, entrou-se novamente em contato com todas as rádios comunitárias para que participassem do evento “Rádio - Importância e Qualidade na Produção e Apresentação”, ministrado pelo publicitário, produtor e apresentador de programas de rádio sobre extensão rural, Luciano Clark de Almeida. Juntamente com o convite, enviou-se um questionário para que as rádios relatassem os assuntos de maior interesse a fim de se alinhar as expectativas do público com a metodologia de trabalho.

Nos dois dias de curso, contabilizou-se 18 horas de participação e foram utilizadas duas salas com computadores e o estúdio de áudio para as produções radiofônicas.

No decorrer das atividades, durante o curso, foram realizados grupos de discussão, debate e assuntos de interesse dos mesmos. A programação das atividades transcorreu no dia quatro de outubro de 2010 e contou com os seguintes temas: Características dos principais meios de comunicação e suas relações com o público; Importância do Rádio; Como deve ser a programação de uma Rádio Comunitária; Como deve ser a publicidade nas Rádios Comunitárias; O que não pode ser transmitido por uma Rádio Comunitária; Código de Ética das Rádios Comunitárias; Instituições públicas ou privadas que podem utilizar uma Rádio Comunitária. Estruturação de programação para uma Rádio Comunitária; Elaboração de textos radiofônicos; Produção de Entrevista para Rádio; Importância da qualidade quanto à forma e conteúdo na mensagem para Rádio; Diagnóstico da realidade local com objetivo de definir programação; seleção de vinhetas e sua importância para o programa de Rádio.

Já para o segundo dia (05/10/2010), o trabalho deteve-se na produção e na gravação dos programas com a sua respectiva análise pelos próprios radialistas das associações comunitárias. Nos dois dias de curso, as atividades desenvolveram-se na parte da manhã e da tarde.

A realização do curso foi muito proveitosa, pois foi possível conhecer e identificar as principais dificuldades encontradas pela associação comunitária na realização do rádio. Portanto, o primeiro curso foi elemento despertador do interesse dos radialistas em relação à especialização.

#### CURSO 2 (DOIS)

Nos dias 19 e 26 de agosto de 2011, realizou-se, na UFSM, a segunda etapa do Curso para Formação e Capacitação de Gestores Comunitários, com a duração de 16 horas. As oficinas objetivavam desenvolver habilidades de planejamento, produção e veiculação de conteúdo, além de fornecer noções sobre linguagem radiofônica, gêneros jornalísticos, locução e redação de notícias.



### CURSO 3 (TRÊS)

A atualização sobre “A função social da Rádio Comunitária” foi ministrada por Dagmar Camargo, do Conselho Regional de Rádios Comunitárias (CONRAD). Dagmar apresentou direitos e deveres das rádios comunitárias, bem como regulamentações para sua implementação.

### CURSO 4 (QUATRO)

Na oficina de produção de conteúdos radiojornalísticos e entrevista para rádio, foram apresentados aos gestores das rádios comunitárias, participantes do Programa, tópicos sobre as diferentes funções desenvolvidas na produção de um programa radiofônico, além dos diferentes tipos de programas possíveis e do funcionamento e da estrutura de grades de programação. Depois de esmiuçados e debatidos cada um desses assuntos, foi realizada uma atividade na qual os oficineiros deveriam dividir-se entre as funções de produtor, locutor, repórter e operador de som e, tendo em vista o trabalhado até então, o grupo deveria apresentar uma proposta de programa, definindo o nome, o horário de transmissão, o tempo de duração, o que seria veiculado e como seria produzido.

Após essa atividade, foram explicadas as diferenças entre cada gênero radiofônico, enfatizando a reportagem, o comentário e os procedimentos que envolvem a preparação, a estruturação e a aplicação de entrevistas e também a mediação de debates. Além disso, foram apresentadas dicas de redação para rádio, estrutura noticiosa, uso do *lead* e relevância jornalística.

Após, foram discutidas as possibilidades e as limitações dos programas ao vivo e gravados, visto o reduzido número de pessoas disponíveis para o trabalho nas rádios e a consequente dificuldade de ampliação da grade de programação e da implementação de quadros gravados ou de entrevistas externas. Como exercício final, os oficineiros, divididos em dois grupos, criaram uma grade

de programação fictícia, com base no aprendido anteriormente e, depois, apresentaram o produto aos participantes da oficina.

Além do material de apoio, retirado da cartilha “Para fazer RÁDIO COMUNITÁRIA com “C” maiúsculo”, publicada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e de licença Creative Commons, foram disponibilizadas cartilhas com a legislação para apoio cultural, exemplos de spots produzidos de acordo com essa lei, e também com estratégias de aproximação entre rádio e comunidade e modelos de scripts e de reportagens, preparados pelos bolsistas do projeto.

#### CURSO 5 (CINCO)

A oficina de locução para rádio foi ministrada pelo professor do Curso de Comunicação Social da UFSM, Fabiano Maggioni, que ensinou técnicas de locução, relaxamento e exercícios vocais. A oficina teve, como produto final, a gravação de trechos de contos, em diferentes entonações vocais. Na parte técnica, foram apresentados, dando continuidade às atividades, o uso de recursos sonoros, vinhetas, cortinas, trilhas e do silêncio como efeito de dramaticidade e de suspense, além da exposição de exemplos de spots de publicidade e de campanhas sociais

#### CURSO 6 (SEIS)

O projeto do site tinha como objetivo, inicialmente, ser um ambiente on line, em que os interessados no assunto “rádio comunitária” poderiam servir-se de diversos documentos, cartilhas, legislação e informações dos cursos oferecidos, além de estarem a par dos ideais do projeto em si.

Sua interface foi elaborada de maneira simples, com cores frias e de pouco contraste, visando a uma melhor experiência ao usuário leigo e facilitando seus objetivos ao visitar a página virtual. No dia 15 de Julho de 2011, o site foi colocado no domínio [www.ufsm](http://www.ufsm).

br/radiocomunitaria e, desde então, ele passa por atualizações de conteúdos, que visam a dar condições aos usuários para encontrarem os diversos assuntos tratados dentro do tema rádio comunitária e observarem as atuações do projeto.

O logotipo foi elaborado dentro da temática comunidade + rádio + localidade, em que a antena representa a forma como as ondas são emitidas, a comunidade é representada pelas duas casas e a localidade, pelas duas montanhas.

#### CURSO 7 (SETE)

Em função de não ter fins lucrativos, uma rádio comunitária não pode veicular propagandas como qualquer emissora comercial, conforme estabelece a lei, uma rádio comunitária só pode levar ao ar a propaganda em formato de “Apoio Cultural” de empresas, estabelecimentos comerciais e instituições que integram a comunidade de alcance da emissora. Em função disto, propôs-se uma oficina de produção de apoio cultural. Na propaganda em formato de Apoio cultural, não se deve mencionar marcas, serviços, produtos, condições de pagamento ou preços. Deve-se citar apenas o nome da entidade, telefone e endereço.

O Apoio Cultural pode manifestar-se em vários momentos da programação, em intervalos comerciais, como spots e jingles, ou durante a programação em forma de vinheta ou merchandising. Foram apresentados os possíveis formatos de apoio cultural e os participantes produziram um “apoio cultural” nas dependências da Universidade.

Dentre todas as rádios convidadas, estiveram presentes representantes das rádios de Nova Palma, Ivorá, Itaara e São João do Polêsine. No segundo dia do evento, juntou-se a rádio de Júlio de Castilhos, demonstrando os comentários positivos entre elas sobre o curso.

Houve efetiva participação de todos os bolsistas que interagiram, envolveram-se, demonstrando integração e grande capacidade de trabalho em equipe. O grupo teve iniciativa e independência.

#### *Desenvolvimento de campanhas educativas*

Na atividade referente às campanhas educativas, foram desenvolvidos 42 produtos radiofônicos, sob a orientação do prof. Luciano Matana. Todas as peças versam sobre a temática educativa e cultural, organizados nos eixos: trânsito, campanha do agasalho, cultura/poesia.

A temática “trânsito” foi trabalhada a partir de spots radiofônicos que tinham a atenção voltada ao trânsito quando se está dirigindo. Foram utilizados argumentos fortes em algumas das produções, a fim de impactar o ouvinte de forma marcante e driblar a falta de atenção às mensagens radiofônicas em meio a outras tarefas simultaneamente executadas quando o indivíduo ouve rádio.

Outra temática desenvolvida foi a da doação de agasalhos durante o inverno. Da mesma forma, buscou-se tom bastante persuasivo na montagem das mensagens, a fim de gerar debate sobre o tema e mobilização na doação de roupas para quem precisa.

Além das campanhas sociais, também se optou por proporcionar fomento à cultura regional gaúcha, por meio da produção de Poesias Campeiras em áudio. Esta produção teve o apoio do Galpão da Poesia, entidade de Santa Maria/RS que reúne poetas, declamadores e ritmistas de todo o estado.

Na atividade de produção eletrônica-rádio, foram desenvolvidos nove jingles com temas diversos dentro do assunto de âmbito maior que se refere à saúde pública, dentre eles destacam-se: alimentação, doação de órgãos, vacinação, uso da camisinha e preconceito.

Ao todo, entre as duas atividades, desenvolveu-se 51 peças radiofônicas.

### *Criação de estratégias comunicacionais aproximativas*

Definiu-se o nivelamento ouro, prata e bronze de acordo com a dificuldade de implementação da estratégia na comunidade. Sendo que estratégias bronze correspondem às mais simples e necessárias. Já as estratégias prata são consideradas medianas e de implementação um pouco mais trabalhosa e demorada, indicada para rádios com certa estabilidade de público e programação. E, por fim, as estratégias ouro correspondem às mais complexas ações a serem feitas, e que necessitam de total envolvimento da comunidade e dos gestores. Indica-se aplicar as estratégias bronze, prata e ouro em sequência para obter melhores resultados.

Estratégias Bronze: implementação dos quadros “Ouvinte do mês”; “Que bicho é esse?”; “Classificados gratuitos” e “Informativos Municipais”. Além de incentivar visitas das escolas à rádio; disponibilizar uma linha telefônica específica, utilizar a interação via “torpedo” SMS e tentar conscientizar as lideranças dos municípios para a importância da rádio comunitária.

Estratégias Prata: valorização da cultura local; trazer para a programação da rádio assuntos de interesse da comunidade, convidar pessoas para debater determinados assuntos; produzir programas esportivos, falando sobre campeonatos locais e regionais; criar de um endereço de e-mail para a rádio; realizar Interação via internet (MSN, twitter).

Estratégias Ouro: desenvolver um blog para a rádio; promover eventos junto à comunidade; disponibilizar um espaço para que as instituições da comunidade falem sobre os projetos que estão desenvolvendo; realizar transmissões ao vivo, entre outros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Teoricamente, a estrutura de uma rádio comunitária é ideal, pois, ao democratizar o acesso aos meios de produção de conteúdo, a população participa do processo de construção de sua cidadania ao expor demandas, gerar produtos culturais, e também se torna capaz de se reconhecer no conteúdo produzido, ao contrário do que acontece nos veículos comerciais, os quais têm a programação conduzida pelas atividades publicitárias, já que a única publicidade possível nas rádios comunitárias é o apoio cultural, que se restringe a apenas estabelecimentos localizados em sua área de cobertura.

Na prática, porém, as comunidades ainda não se libertaram da submissão à mídia comercial – o Serviço de Radiodifusão Comunitária foi criado e regulamentado apenas em 1998, e, portanto, as rádios anteriores a esse período eram ilegais e chamadas de rádios piratas – e não são capazes de fazer pleno uso das ferramentas que têm a sua disposição. Há ainda o “medo do microfone” por parte da comunidade, conforme explicam os gestores das rádios envolvidas no projeto e também o temor gerado pela falta de conhecimento específico em comunicação e a inexperiência frente a um novo tipo de interação social na qual todo membro da comunidade é também um produtor de conteúdo em potencial.

Uma questão a ser posta é o fato de que as pessoas engajadas na comunicação comunitária dos municípios de abrangência do projeto prestam, em sua maioria, serviço voluntário nas rádios, durante os intervalos do emprego formal que possuem. Todas essas questões explicitadas restringem o círculo de pessoas atuantes nas rádios comunitárias e é, a partir desses aspectos, que o projeto propõe desenvolver soluções junto à comunidade a qual compõe os dez municípios que foram anteriormente citados.

Pelo exposto, fica evidente que os dados confrontam com uma realidade distinta. Para tanto, propuseram-se oficinas de capacitação, desenvolvimento de estratégias comunicativas específicas para cada rádio e estratégias para a mobilização da comunidade, o que se considera como uma forma de promover a educação para o meio por parte da comunidade. Os cursos de capacitação foram direcionados para as áreas de direitos humanos, as estratégias de apoio buscam a proximidade da comunidade, a produção de conteúdo e o apoio cultural ensinam os operadores e programadores a desenvolverem conteúdos para as rádios, as pesquisas de opinião pública verificam o que a população espera das rádios. Este conjunto de atividades proporciona a integração dos dez municípios abrangidos pelo Programa e valoriza os traços comuns existentes entre eles, através da articulação das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Ademais, constatou-se certo receio dos professores das escolas visitadas de perceberem as tecnologias da informação como nova condição do processo de ensino/aprendizagem. À medida que as novas tecnologias aguçam a curiosidade dos jovens e transformam-se em motivação para aprender, nota-se certa resistência dos educadores em envolver-se em processos de gestão da comunicação nos espaços educativos. Aqui, por gestão da comunicação, quer-se fazer referência à aproximação entre comunicação e educação, envolvimento em processos locais, regionais e globais de apropriação do mundo, não apenas recebendo, mas, sobretudo, produzindo informações.

O campo das mídias oferece inúmeras possibilidades para a produção de processos inter-relacionais entre escola e comunidade e os educadores podem tirar proveito disso, aprendendo a planejar e atuar em ambientes interativos como os possibilitados pelas rádios comunitárias, visando a motivar estados de espírito, estimular a criatividade e a participação, de modo que tanto os educandos e as suas audiências convertam-se em protagonistas da ação.

Há de se considerar também o reconhecimento do caráter socializador e educativo das produções midiáticas, assim como a capacidade potencializadora das mídias em promover continuidade ou rupturas em relação ao aprendizado adquiridos no ambiente familiar ou escolar. Mas, sobretudo, tem-se que repensar uma trajetória acadêmica que inclua o aprendizado de novos saberes, contribuindo para a aquisição de outra forma de capital cultural, capital não escolar, ou seja, recurso que predispõe e potencializa o educando a enfrentar novos desafios. Esta é uma proposta de metodologia pautada pelo diálogo, pela participação, pela autonomia dos sujeitos envolvidos. Dessa forma, passa-se a ver as comunidades em que se trabalha não apenas como objetos, mas como comunidades formadas por sujeitos do processo histórico que devem construir, em conjunto, as interpretações sobre a sua realidade.

## NOTAS

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Ciências Administrativas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação institucional e organizacional. Coordenadora do Programa. (fossa@terra.com.br)

<sup>2</sup> Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq. Doutora em Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona e estágio pós-doutoral na Sorbonne III (La Nouvelle). Pesquisadora líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, identidades e fronteiras. Coordenadora adjunta do Programa. (ada.machado@pq.cnpq.br)

<sup>3</sup> Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação, identidades e fronteiras. Coordenador executivo do Programa. (flavilisboa@gmail.com)

<sup>4</sup> Programa de Extensão do Ministério da Educação da República Federativa do Brasil.

<sup>5</sup> Integram a Quarta Colônia de Imigração Italiana os municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, São João do Polêsine, Pinhal Grande e Silveira Martins, agregaram-se a esta proposta Formigueiro, Itaara e Restinga Seca.



## REFERÊNCIAS

- BORBA, Mauro. **Prezados ouvintes**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000
- BUENO, W. Comunicação, iniciativa privada e interesse público. In: DUARTE, J. **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio**: práticas de locução AM/FM. São Paulo: IBRASA, 1990.
- DUARTE, Jorge e RIBEIRO, Rosa Maria. **Comunicação em ciência e tecnologia**. Brasília: Embrapa, 2006.
- FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000
- FREIRE, P. **Educação e mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- HENRIQUES, Marcio S. **Mobilização social**. Belo Horizonte: Lumina, 2003.
- MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MATTELART, Armand. A “revolução das esperanças crescentes”. **Comunicação-mundo**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001
- MORIN, E. **A cabeça bem feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.
- PORCHAT, Maria Elisa. **Manual do radiojornalismo Jovem Pan**. São Paulo: Ática, 1995.
- OLIVEIRA, M. **A regulamentação das rádios comunitárias**. 2009. Ed. 539 Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-regulamentacao-das-emissoras-comunitarias>>. Acesso em: 15/07/2011
- PERUZZO, Cicilia Kroling. **Comunicação nos movimentos sociais**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.
- THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2005.



## A mediação do social no rádio: da voz do ator à estruturação de uma rede

Maicon Elias Kroth<sup>1</sup>

Este artigo surge a partir de apontamentos feitos em uma pesquisa<sup>2</sup> que estudou o programa João Carlos Maciel, apresentado de segunda a sábado, na Rádio Medianeira AM, em Santa Maria – RS. A análise neste texto, entretanto, foca-se na *performance* da voz do ator (como passamos a chamar o comunicador João Carlos Maciel) como um das principais operações estratégicas, dentre outras, utilizadas por ele para dar sentidos às mensagens que circulam na *semiose* radiofônica que põe em operação.

Ao agenciar operações midiáticas, Maciel faz uso da *performance* da voz para dinamizar práticas interacionais que dão vida a um dispositivo radiofônico complexo. Como efeito desta dinamização, constitui uma rede de sujeitos que vão se agregando ao dispositivo radiofônico, através de diversos pontos de contato, ou elos, com o objetivo de engajá-los à manutenção de uma proposta de projeto assistencialista. Salienta-se que o comunicador apresenta o programa há 13 anos. É vereador em Santa Maria e também, por meio do programa de rádio, mantém um projeto assistencialista.

## A VOZ MEDIATIZADORA NO RÁDIO

Na atualidade, fase na qual se vive numa sociedade em processo de midiaticização, quando em função do impacto das novas tecnologias, a radiofusão ganha novos suportes, recursos e avanços no desenvolvimento de suas características como dispositivo midiático, vê-se aumentar a possibilidade do meio desempenhar sua expressão, explorando e adaptando recursos técnicos de linguagem e de conteúdos.

De forma paralela aos investimentos técnicos, econômicos e conteudísticos, emissoras de rádio local ainda se preocupam em produzir programações recheadas de conteúdos que dão uma noção de proximidade com relação à audiência. A fácil identificação causada pela contextualização do local ainda atrai o ouvinte, de forma que esta estratégia, advinda dos formatos mais tradicionais, parece não ter hora para desaparecer.

No universo de operações que visam constituir vínculos com o receptor, um dos aspectos enunciativos, e que mais atuam, enquanto dispositivo, ou parte dele, no processo de comunicação radiofônica é a voz<sup>3</sup> do locutor. Até antes dessa possibilidade, toda midiaticização excluía a presença do corpo do emissor.

Como postula Fernández (1999, p. 39), “em efeito, a voz é o corpo do emissor”. Na mesma linha de pensamento, Zumthor (1993), quando pesquisou a poesia medieval e a *performance* do intérprete, chamava a atenção para a dimensão que o texto adquire ao receber uma ação vocal. O texto deixaria de ser texto para adquirir o estatuto de obra. Nessas condições, o que é comunicado, desta maneira, em um espaço e tempo determinados: o texto e as sonoridades inerentes ao processo fazem a *performance*, considerada pelo autor como um processo de significação condicionada pela capacidade de atuação de quem fala.

Os avanços da tecnologia proporcionaram ao ouvinte da voz no rádio a possibilidade de recriar em sua mente os elementos que estão ausentes, de tal maneira que este processo conduzia a uma interpretação íntima do que decodificava. O rádio aporta um sistema discursivo no qual a palavra falada e os sons contextualizam a construção de dimensões icônicas como a altura, a intensidade e o tom.

Neste sentido, estas dimensões apontam a voz como recurso indicial no universo de estratégias de estabelecimento de vínculos comunicacionais midiáticos. A voz, neste sentido, opera como uma condensação do corpo do ator. A voz se faz corpo por meio da articulação com o dispositivo radiofônico, e dele com outras vozes.

A voz, ao se fazer “corpo”, conforme explica Zumthor (1993), faz funcionar a complexidade do dispositivo radiofônico em estudo. Ou seja, entende-se que a materialidade do discurso do ator principal ganha corporalidade por meio da voz. A expressão de materialidade da voz do ator é circunscrita pela faculdade discursiva específica do rádio, reconhecendo um conjunto de restrições e possibilidades que formam o quadro discursivo do programa.

No entendimento de Zumthor (citado por NUNES, 1993, p. 45), o aparelho individualiza mais ainda a *performance*,

sem necessariamente a aprofundar, presta-se aos longos períodos de solidão, sem penetrá-la verdadeiramente, é hoje um espetáculo familiar, o camponês curvado sobre sua plantação, o transistor ao alcance do braço, mas cuja voz é coberta pelo barulho da ferramenta. Com os escutadores ocorre o seguinte: cortados todos os laços sociais, o ouvinte intoxicado ziguezagueia entre nós, os olhos vazios, interiorização local – em que loucura?

Para Nunes (1993) a presença do corpo definiria a realização concreta da oralidade. As manifestações do corpo e a intervenção da voz conferem tatilidade à *performance*, sendo que o ouvinte

passa a fazer parte desta. Ainda para a autora (1993, p. 91), “mais do que escuta, sua função pressupõe troca de papéis: ora emissor, ora receptor”. Esta relação desenvolve uma espécie de acordo coletivo entre os campos de emissão e recepção da mensagem, sem o qual não ocorreria caso não houvesse a constituição de uma *performance* integral.

As mídias eletrônicas tocam individualmente um número ilimitado de receptores, interiorizando a *performance* proposta pelo campo emissor. O receptor, ainda que em silêncio, é considerado coautor da obra, seduzido pelo envolvimento proporcionado pela participação vocal e corporal do locutor radiofônico. A intervenção da voz, por meio da presença do corpo, singulariza a obra. O intérprete modula a sua voz em função de uma posição de sua audiência.

Arheim (1980) destaca que a voz dos locutores radiofônicos precisa necessariamente ser trabalhada com relação a impositação da mesma, e, que o locutor do rádio batalha contra a fugacidade, ao se referir ao rádio como um “meio cego<sup>4</sup>”. A voz com o objetivo de capturar o ouvinte precisa ser usada de forma criativa, conforme a atuação, a *performance* incorporada pelo sujeito no momento da sua fala.

Outro autor que problematiza a questão da *performance* do sujeito é Goffman (1985, p. 213), para quem o personagem que alguém representa, e o próprio indivíduo são de certa forma equiparados, e este indivíduo-personagem é geralmente como “algo alojado no corpo do possuidor [...]”. O autor ainda entende que a personalidade encenada é considerada uma imagem, geralmente digna de crédito, que o indivíduo no palco e como personagem efetivamente tenta induzir aos outros a terem a seu respeito, como se pode inferir, no caso da *performance* de João Carlos Maciel, em seu programa radiofônico.

Para justificar sua afirmação, Goffman (1985) argumenta que as pessoas que trabalham no campo da radiotransmissão sabem que a impressão momentânea que dão terá efeito sobre a opinião da audiência a seu respeito. A voz articulada pelo locutor radiofônico atua como um signo, e no processo de intermediação entre o objeto representado e o intérprete (ouvinte), este signo composto de sons articulados forneceria informações perceptíveis. A decodificação realizada pela audiência estaria ligada à forma/organização dos elementos que constituem a complexidade do dispositivo radiofônico.

Desta forma, neste artigo, reflete-se sobre o estabelecimento de uma relação firmada em princípios de interioridade constituídos junto à audiência, mas levando em consideração que este acesso à esfera íntima dos sujeitos é sempre alcançada por uma voz externa, que intermedia, que vincula, que faz funcionar operações de estabelecimento de pontos de contato através das peculiaridades deste elemento constitutivo da *performance* dos sujeitos ao falar no rádio.

## **DA VOZ À ESTRUTURAÇÃO DE UMA REDE**

A voz de João Carlos Maciel está a serviço de uma atividade de organização de circuitos interativos em direção à emergência de uma rede de sujeitos que se envolvem com o programa e com uma espécie de proposta de assistência social. Para que isso ocorra, o dizer radiofônico, uma “oralidade virtual” no entendimento de Meditsch (2001), contempla a singularidade do rádio, marcando a presença, o encontro entre o narrador e o ouvinte.

Lendo cartas, mensagens, avisos, notícias, conversando ao vivo e por telefone com os ouvintes submetidos aos efeitos de certas regras que propõe, e interagindo com seus colaboradores que estão ligados pelos *elos de práticas midiáticas e não midiáticas*<sup>5</sup>, que constituem o dispositivo radiofônico em sua complexidade, a voz de

João Carlos Maciel midiatiza, adquirindo o estatuto de um corpo que ocupa o espaço, e se apropria do tempo da comunidade de ouvintes, que se entrega à audição mobilizada por este corpo.

Nessas condições, a voz do *ator*<sup>6</sup> constitui-se numa operação, que se propõe destacar como um discurso sincero por parte do ator. É a especificidade da voz, cuja *performance* é do lugar midiático, a função de articular o discurso que afeta todo o dispositivo radiofônico nos seus diferentes elementos, visando interligar os sujeitos que participam da *semiose* que propõe.

A voz do narrador incita sensações as mais diversas, e estas, por sua vez, constituem-se em ações corporificadas, vindo a constituir ao redor do ouvinte uma imagem que não é apenas para ele, é para todos. Nesse sentido, a voz do ator se torna a instância mais importante do quadro da enunciação, que vem sempre acompanhada de um acento apreciativo, determinado pelo tom dado a cada palavra, entendendo-se que há uma forte ligação entre o tom e os sentidos dados aos enunciados. A produção de sentidos é uma questão de interação e a identificação dos sujeitos que participam desse contato.

No fragmento a seguir, os enunciados midiatizados evidenciam a encenação de uma identidade social de locutor, e que dá direito ao ator de fundar sua legitimidade em função do estatuto e do papel que desempenha junto à comunidade. Ele constrói, por meio de índices verbais, um tom de fala, nem muito forte e nem muito fraco, como de um político sério, que tem controle de si e preocupação em ser entendido, mas, acima de tudo, de ouvir.

Bom dia, meu povo, bom dia Santa Maria! Mas quê segunda-feira mais linda, meu Deus! Hein, Carlão. Um dia bonito desses é motivador. É dia de colocar as boas ações em prática. É dia de ouvir o outro. Quantas e quantas vezes queremos ser ouvidos, hein Carlão. Mas não nos damos conta de que os outros também querem, tam-



bém merecem um pouquinho da atenção da gente. Então, hoje é o dia. Que essas palavras tenham o sentido de alertar, de chamar a atenção de você, minha amiga, meu amigo, que nos acompanha todos os dias. Não é só ouvir o programa João Carlos Maciel. Claro, que continue nos ouvindo, né, Carlão! Não é pra deixar de prestigiar a gente aqui, todo dia. Mas se trata de ouvir o próximo, como um sentido de solidariedade com teu irmão, aquele tá ali, do teu ladinho, todo dia, ou mesmo aquele você vê, só lá de vez em quando [...] (MACIEL, 2010)

Atravessado pela lógica do assistencialismo e do campo político, torna-se importante para o ator não apenas “saber ouvir”, estar atento, predicado que gera como efeito de sentido uma atitude de consideração com o outro, de solidariedade com o próximo, mas também, de reconhecer o outro, de dar voz ao outro, pois um político ouve o “clamor do povo”, e ao dar ouvidos ao povo, o “faz existir”.

A entonação no fragmento acima é intimista. Causar a sensação de intimidade com o ouvinte, afirmando que é necessário dar “ouvidos ao que o outro diz” é estratégia de vinculá-lo às propostas com vistas à manutenção da audiência. Mas também é uma voz exortativa, indignada, didática, pela qual se faz a *performance* dramática do ator. Toda produção de sentido tem uma manifestação material, ou seja, elementos que compõem um conjunto de matéria significativa.

Nesse sentido, do conjunto de atributos do rádio, no qual temos voz, música e ruídos advindos da sonoplastia, destaca-se aqui a pretensão do ator, na medida em que apreende que dependerá de sua voz a criação de elementos com os quais irá produzir interações voltadas para a midiática do social que circula por meio de processos interativos como os ouvintes no estúdio, no telefone, as cartas e o acesso de tais sujeitos aos *elos de práticas midiáticas e não midiáticas* destacados anteriormente.

Ele se educa em fazer de seu texto, o que será, conforme aponta Zumthor (1993) corporificado pela voz, um texto criativo, habilmente constituído por estratégias discursivas as quais penetrarão no espaço fascinante que se criará ao longo do espaço/tempo do ouvinte.

Assim, João Carlos Maciel define o tom principal que quer conferir ao que é enunciado. Essa decisão não diz respeito à forma pela qual ele quer apresentar a si próprio, mas àquela como quer mediatizar seu discurso, que é estrategicamente tomada, relacionando suas condições de operar o dispositivo radiofônico, ou seja, o campo de produção midiática com as condições de reconhecimento da significação que será produzida.

O propósito de examinar a voz a partir do texto radiofônico em sua especificidade também aponta para a reflexão acerca do que Duarte (2004, p. 122) chama de tonalização do discurso, que “diz respeito ao processo de conferência de um tom ao discurso, isto é, à produção de determinados efeitos de sentido”.

Como sujeito operador de determinadas combinações e seleções de enunciados, João Carlos Maciel é capaz de produzir as articulações responsáveis pela instauração de significado. Quando este tom é muitas vezes reiterado, como se identifica na voz de Maciel, ele se transforma numa operação midiática deliberadamente estratégica, ligada às práticas discursivas e sociais. Nessas condições, a tonalização entendida com uma operação, atua como processo responsável pela articulação – harmonização e compatibilização dos discursos colocados na *semiose* radiofônica.

O ator faz uso do tom como propriedade conferida ao seu discurso, agregando uma série de gradações (aumento ou diminuição de ênfase em determinado tom) a partir de regras de tonalidade, ou seja, de acordo com Duarte (2004, p. 124): “Um conjunto de regras que pautam fenômenos harmônicos, definindo os procedimentos de

articulação de tons e suas possibilidades de encadeamentos, decorrentes das afinidades entre os tons e suas condições de gradação”.

Nesse sentido, pode-se identificar no ator do dispositivo radiofônico, uma série de variações possíveis. O cenário que desenha, por meio das estratégias de tonalização, tem na franqueza de seu discurso a intensidade como uma das características. A voz do ator postada a serviço da economia discursiva do programa radiofônico atua como organizadora de um espaço-temporalidade social, não só especificadamente midiático (a vida cotidiana do ouvinte).

Também é um suporte, que não indica um espaço, mas por meio do qual o som se difunde e penetra e, por último, constitui um espaço midiático, que só tem existência no próprio rádio. Estes arranjos se articulam num entrecruzamento espaço temporal discursivo com seu contexto de recepção que, neste caso, está dentro do próprio dispositivo radiofônico (atores que atuam nos *elos de práticas midiáticas e práticas não midiáticas*) e fora do dispositivo, a comunidade ouvinte.

Nessas condições, e levando-se em consideração a atuação do ator por meio de sua “performance mobilizadora” dos atores sociais, a fim de colocá-los sob uma proposta de regulação com vistas a se engajarem em seu projeto assistencialista, a dramaturgia radiofônica, posta em evidência, se destaca no contexto em que se manifesta pelo tom da voz de Maciel, quando assume caráter de dinamizador do espaço de intensa interatividade com seus colaboradores e com o público ouvinte, constituindo um “efeito dramático” conforme Sanz (1999), como um marca estilística de suas operações discursivas.

No fragmento a seguir, o “efeito dramático” do ator tem a intenção de mostrar indignação. Também deseja expressar atitude por meio do tom da voz que dá corpo ao texto que corrobora

com a intencionalidade. A enunciação é expressa com a ajuda de pronomes pessoais de primeira pessoa, o que implica ainda mais o tom de rispidez com o qual constrói a imagem de compromisso com o próximo.

Olha, sabe o que eu vou fazer, eu vou ligar pro nosso vice-prefeito e secretário da Saúde e vou pedir a solução disso hoje mesmo! Nós vamos atrás dessa informação. Pra perguntar pra ele, afinal de contas: o quê que tá acontecendo, gente?! Se isso ta dentro de uma normalidade ou não. Me dá só um tempinho. Me dá, aí, o teu telefone, o! (MACIEL, 2011).

A expressão “olha” é para interpelar o ouvinte. O fragmento apresenta enunciados construídos em primeira pessoa, “eu vou ligar, eu vou pedir, me dá um tempinho” são atos ilocutivos, ou seja, significa que o ator age dizendo que o fará. O ator, como sujeito centralizador do quadro enunciativo, é constituído por uma interdiscursividade específica, ou seja, as afetações dos campos político, assistencialista e midiático se manifestam nos modos de como abordar um tema. Maciel se constrói no ato de fala redimensionando o sujeito da enunciação.

O uso do *eu* é o reconhecimento da existência de um *tu*, no caso, os demais sujeitos envolvidos na trama radiofônica. Também configura o reconhecimento de outros ‘*eus*’, já que temos na *performance* elementos que compõe uma “tríade” biografia do ator. Afinal, este *eu* é o comunicador, o político e o assistencialista, ao mesmo tempo, mas com uma das biografias se manifestando como central, com mais destaque, no caso do fragmento, o político.

A rispidez do dizer pode ser notada, mesmo que em nome de um interesse pessoal consciente, já que a atitude prometida atende a uma projeção pessoal de sua capacidade de ação, não somente como comunicador que possui um programa com uma proposta de assistência social, mas como líder político na cidade.

No sentido de Goffman (1985), a abordagem dramatúrgica do ator tem a voz como agenciamento que dá disposição aos relatos. Os blocos do programa, criados especialmente para que a interação com os colaboradores e os ouvintes se efetive a cada momento, são operados pela voz que, corporificada, exerce força regulamentar no discurso radiofônico, que atua sobre os atores sociais envolvidos, sob diversas formas sempre visando mostrar comprometimento, para colher comprometimento por parte dos sujeitos que estão engajados nas causas assistenciais que mediatiza ou, até mesmo, engajar novos.

João Carlos Maciel tem seu comportamento orientado por normas dadas pela institucionalização de seu discurso, expressando uma espécie de acordo social que prescinde suas ações enunciativas. Ou seja, a dramatização da voz, nesse sentido, é uma técnica de manipulação da impressão empregada para atender a uma dimensão enunciativa do ator, assumindo um tom de proximidade, propondo que o programa se torne a cada dia, um lugar de construção de uma determinada modalidade de laço social, que se solidifica através da mediação do social ali imbricado, em especial quando mediatiza sua proposta assistencialista.

Os enunciados são dirigidos a receptores que não são passivos, que estão ali e coproduzem o discurso por meio da adesão do mesmo. Na voz de João Carlos Maciel observa-se a tentativa de transmitir sensações que visam estabelecer um estreito vínculo identificatório, ou seja, que possa haver o reconhecimento entre o que é dito no campo midiático e o que circula, no que tange a dizeres, no contexto interacional em que se encontram os atores sociais.

São mensagens. Mensagem de afeto de carinho com o programa, Carlão. 8 e 40 da manhã. Mais mensagens! Parabéns a ti e toda a tua família. Saiba que nós te amamos e torcemos por ti, diz a men-

sagem da ouvinte, aqui. Muito sucesso e fé em Deus. Outra mensagem recebida pelo celular. Ana Cláudia e Leonilda. Outra mensagem aqui, Carlão, meu Deus, quanta mensagem, que barbaridade! Calma aí, Carlão! Rosana, obrigado pelo carinho maravilhoso de sempre. A todo mundo que sempre está ligado conosco, nosso muito obrigado. 18 pras 9. Toca a música do Athaide e Alexandre. Bom dia, meu povo! (MACIEL, 2010).

As mensagens de SMS, assim como as cartas direcionadas ao programa e as ligações telefônicas são dispositivos interacionais instituídos pelo campo midiático, que fazem parte do contrato de leitura proposto aos sujeitos ouvintes. Sempre que lê as mensagens, a voz ganha entonação mais forte, pois são elogiosas e legitimam demonstrações de apreço ao ator.

A voz ganha ritmo mais acelerado quando Maciel agradece a seus ouvintes pela participação no programa. Ele busca superar a carência visual do ouvinte (já que o rádio ativa apenas um órgão sensorial, o ouvido) fazendo interjeições vocais com intenções de expressar toda a sua satisfação em poder enunciar que a interatividade no programa é contínua, e que acontece por diversas estruturas de contato, que são os elos de práticas midiáticas e não midiáticas, conforme abordamos no início do texto.

O ator mistura o acontecimento público com o acontecimento privado ao programa. Primeiro, relata um fato do cotidiano, da cidade, e logo em seguida, faz saudações aos ouvintes. Para tornar-se sujeito protagonista da enunciação, o discurso do ator se faz em meio a um processo de subjetivação, e que somente se efetiva quando se encontra com a escuta e outras manifestações discursivas dos seus interlocutores, no caso os ouvintes. A afetividade contida na linguagem radiofônica está expressa nessa voz por meio da continuidade que o programa oferece, nas interpelações e outras estratégias que são diárias.

Essa continuidade é uma das marcas do programa, que interpela o ouvinte a fazer um acompanhamento efetivo, se construindo discursivamente como um canal de representação dos interesses dos sujeitos sociais. As ações propostas pelo programa, e que são dramatizadas pelos enunciados do ator, funcionam como estratégias discursivas de manutenção da audiência a longo prazo, como pode-se perceber no fragmento a seguir:

Bom, em questão de instantes, o secretário municipal de Saúde vai falar aqui no programa, então. Vamos perguntar pra ele as tuas indagações. Eu já te ligo, minha amiga. Se não conseguirmos hoje, se não conseguirmos falar com ele hoje, eu prometo que tentaremos amanhã. E mesmo assim, se não conseguirmos, vamos continuar tentando, até que tenhamos uma resposta para essa ouvinte. Até que tenhamos uma resposta para a comunidade que nos acompanha, todas as manhãs, aqui no programa João Carlos Maciel! (MACIEL, 2010).

O corpo da voz se faz presente por meio de enunciados que expressam a emoção do operador do dispositivo radiofônico. Segundo Fabbri (1999, p. 97): “A emoção, portanto, tem algo de gestual e de icônico, ou seja, em certa medida de visível, e, contínuo de potencial e não de descontínuo”.

Num dos programas, o ator saiu em defesa dele próprio, quando recebeu a informação, fora do ar, de que um radialista (de outra emissora) teria mal interpretado alguns cartazes que indicavam locais de embarque dos ônibus, que levariam os fiéis até o a “Missa da Saúde”, evento promovido pelo programa:

Caravana da Fé. Missa da Saúde. Programa João Carlos Maciel, que promove este evento. Apenas isso. Que Deus perdoe essa pessoa! Que Deus perdoe o comunicador dessa emissora que foi pro ar fazer um absurdo de crítica, sem entender, sem conhecer. Primeiro sem conhecer a própria caravana. As pessoas que vão à Missa da Saúde, pela afronta feita ao nosso programa, ao nosso trabalho, abençoado por Deus, diga-se de passagem, não vou ficar bem, né,

querendo sempre colocar alguma coisinha pra nos magoar, viu. Mas Deus abençoe, Deus proteja, a todos nós, também, a empresa que nos ajuda tanto, a Santa Catarina Transportes, Pedro Londero e toda a família. Essa missa que existe há 12 anos, repito a pedido do pessoal de Itaara, colocamos uma faixinha e nem que não pedissem, nós colocamos a identificação dos ônibus que é a Caravana da Fé, rumo à Missa da Saúde, Programa João Carlos Maciel, que promove há 12 anos este grande encontro de fé lá em Itaara. Rezamos e entregamos a Deus [...] (MACIEL, 2011).

Os enunciados descritos acima foram ditos pelo comunicador durante o Momento de Fé (bloco que compõe o programa). Como efeito da dramatização, o ator aproveitou o momento em que faz uso de uma linguagem radiofônica intimista, com trilha sonora religiosa e uma voz com entonação especial, com ritmo diferente, desacelerado, bem cadenciado, controlando pausas fortes e fracas como se estivesse numa igreja, como se fosse um padre no momento da homilia, para responder às críticas do que chamou de “afrota feita ao nosso programa”, e ao mesmo tempo, midiaticizar o evento cuja promoção é do programa, autorreferenciando-se e, subsequencialmente, autoabençoando-se.

Um discurso com significado de perdão ao próximo. Como se o próximo citado (o radialista), não merecesse o mesmo tratamento, mas sim o perdão por ter mal interpretado a obra assistencialista do ator.

Nesse sentido, voltamos a recorrer a Zumthor (1993), que entendia que a *performance* do locutor radiofônico chama a atenção para a dimensão de um texto adquirir uma ação vocal. Neste caso, uma *performance* midiaticizada, a possibilidade de expansão do alcance do texto por meio das ondas radiofônicas, não permite que se perca o aspecto tátil do texto que está se midiaticizando.

A capacidade da linguagem radiofônica empreendida por João Carlos Maciel, de transformar ações em situações pragmáticas tem



como motor a voz que interpela por meio de enunciados carregados de interjeições. *Ahm, oh, bah, tchê, aham, sim, sim* e outras similares, são interjeições comuns. São marcas de uma afetividade que se expressa nas entrelinhas dos enunciados e que ressoam como se transmitissem a imagem do corpo do comunicador. Para Bachelard (1985, p. 179) o rádio seria uma realização cotidiana da psique humana, no qual “[...] a ausência de um rosto que fala não é uma inferioridade; é uma superioridade; é precisamente o eixo da intimidade, a perspectiva da intimidade que vai se abrir [...]”.

O ator transmite uma imagem de autoridade, mas não de um líder apenas, mas de uma espécie de conselheiro, bajulando os possíveis aconselhados. Os conselhos são para os sujeitos fazerem algo, por si próprios. Nos enunciados e no modo (tom de voz) como são expressos, percebe-se o sentido de afetuosidade. O ator faz a convocação de *flashbacks*, e usa de elementos de tonalização para relembrar enunciados e/ou histórias que foram contadas no programa como exemplos de atitude a serem seguidos.

Olha, ontem mesmo, aqui no programa, nós tivemos um exemplo maravilhoso de que ainda existem pessoas de bem, pessoas que surpreendem a gente. Um rapaz, que havia pedido para um amigo pagar a sua conta de luz, e este amigo perdeu o envelope com o dinheiro e a conta. Mas uma senhora encontrou e foi até o banco e pagou a conta. O rapaz esteve aqui ontem, pra dar testemunho desta obra tão bonita dessa senhora (MACIEL, 2011).

Não se pode esquecer, e deixar de observar, que a voz dos sujeitos dos elos de *práticas midiáticas* e de *práticas não midiáticas*, ou seja, os colaboradores do dispositivo, também ganham espaço de expressão por meio de suas vozes que entram no programa como interlocutores ativos e funcionam como auxiliares no processo de mediação do som do programa. Um som que ainda é formado pelas vozes de quem é de fora do sistema midiático, mas por este é acoplado, quando o acessa.

O tom da voz de Maciel funciona como estratégia de interpelação dos demais atores, como por exemplo, no fragmento a seguir.

Alô, Alô, Alô, pessoal da Kennedy, pessoal do Itararé, pessoal que está sempre ligado aqui no programa! (risos) O caminhão da solidariedade estará passando por aí esta semana, pra buscar e levar doações, é claro! O caminhão novo do programa, hein! Temos muitas doações pra fazer! Mais uma vez a comunidade atendendo ao apelo do programa, prás famílias que vem aqui (MACIEL, 2010).

A disposição ao falar com um tom bem humorado, como no fragmento acima, sempre é marca da voz do ator quando enuncia as ações desencadeadas pelo programa no seio social, sobretudo as que emanam da lógica assistencialista.

E neste processo de acessos, de contatos, de fluxos interacionais dados por convites, por tentativas de contato e vinculação feitos pela instância produtiva midiática, as vozes dos sujeitos outros, os ouvintes do programa também são midiaticizados e, nestas condições, transformam-se em alimentadoras do dinamismo proposto pela voz do operador, pelo corpo do operador que se faz voz.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os achados nesta análise permitem afirmar que a *performance* da voz se configura com uma das principais estratégias pelas quais João Carlos Maciel dinamiza, via rádio, circuitos interativos que dão vida à sua proposta de projeto assistencial e, subsequentemente, estrutura uma rede de sujeitos envolvidos com tal proposta. Por meio da voz, enquanto uma dimensão enunciativa, o dispositivo midiático põe em ação um discurso, deixando registros da diversidade de campos sociais, via práticas respectivas. Trata-se de uma dinâmica que passa pelo midiático, mas que se faz à base de acoplamentos de sentidos vindos de diferentes campos sociais.

Neste contexto, o programa se torna um “lugar de negociação”, centralizando ações com vistas a construir, por meio do discurso engendrado, um sistema de vínculos, dados a partir da viabilização de fluxos interacionais que levam (ouvintes, militantes, fãs) a se engajar em uma determinada proposta assistencialista e estabelecer um acompanhamento continuado e rotineiro do programa.

O ator opera segundo estratégias e táticas e uma delas é absorver marcas do âmbito receptor, através dos fluxos interativos propostos, para que, por meio dos processos midiáticos, constitua uma identidade única para o programa, da qual escapariam fragmentos de outras identidades.

A natureza do trabalho midiático, que tem a voz do ator como uma de suas ferramentas, admite que os demais campos sociais que se fazem presentes no material sociodiscursivo que circula entre o sistema midiático e a sociedade, deixam-se afetar, bem como se vê também afetado por vozes do “mundo da vida”. É fundamental especificar que tal trabalho de mediação não se apresenta com um trabalho receptor, pois é ele quem submete essas vozes à sua sintaxe.

Mas deve-se também reconhecer que em outros níveis de interação, que se fazem ao longo da *semiose* proposta, os indivíduos também se destacam como mediadores da ação social dinamizada pela *performance* do ator, uma vez que, enlaçados pela estratégia da voz mediadora e outras operações de mediação, se tornam operadores dos sentidos que aí se engendram.

Neste sentido, a pesquisa evidenciou que há indícios de que tais discursos se manifestam na conversação do dia a dia ou nos arranjos que os ouvintes fazem para participar da ação, podendo-se inferir, deste modo, a constituição de uma rede de sujeitos que per-

mitem se envolver pela voz do ator e que participam do processo de mediação, ao mediarem suas vozes à favor da proposta assistencialista agenciada através do programa.

## NOTAS

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professor do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA.

<sup>2</sup> Tese de doutorado defendida em maio de 2012 no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

<sup>3</sup> A voz é um ruído antes de um discurso. Este ruído por sua vez não é indiferente – ele já é “voz”, quer dizer “via”, “caminho”, “percurso” e “trajeto” em uma polifonia. [...] Se a voz é um instrumento entre outros, os instrumentos são eles mesmos vozes – e o corpo humano deixa de ser considerado como entidade fechada, auto-suficiente: ele aparece atravessado, percorrido e invadido pelas vozes dos “multiversos”, pelos fluxos incessantes, ao mesmo tempo vivos e maquinais de todo contexto/processo que é o mundo. (CHARLES citado por NUNES, 1993, p. 22).

<sup>4</sup> Rudolf Arheim denominou o rádio como: “meio cego”, não pelo fato de necessitar de elementos visuais, mas reconhecendo-o como um meio de comunicação capaz de criar “segundo suas próprias leis um mundo acústico da realidade” que pode ser constituído essencialmente através de sons, tanto de elementos da sonoplastia radiofônica como da voz. (ARHEIM, 1980, p. 88).

<sup>5</sup> O dispositivo radiofônico é constituído por elos os quais representam a estrutura ligada diretamente ao campo midiático, ou seja, o que de materialidades e não materialidades está relacionado ao programa radiofônico a partir de seu contexto de produção midiática. Neste sentido, configuram-se como os elos de práticas midiáticas a Rádio Medianeira AM 1.130kHz, enquanto instituição, sua estrutura, o próprio programa João Carlos Maciel. Também são elos, o conjunto de produtos e operações que se engendram no interior do programa, segundo lógicas radiofônicas, como as cartas enviadas pelos ouvintes, o site de João Carlos Maciel, os adesivos do programa e, ainda, a constituição do fã clube. Já os elos de práticas não midiáticas, que serão descritos na sequência, são formados pela Sede Social do programa João Carlos Maciel, as campanhas assistenciais, o oferecimento de serviços jurídico e contábil, os caminhões que levam e trazem as doações, a equipe de voluntários que atua na proposta assistencial e a organização da missa da saúde.

<sup>6</sup> O ator social é “sincero” em seu desempenho quando acredita no papel que representa e nas impressões que sua fachada desperta os demais sujeitos. (GOFFMAN, 1985).

## REFERÊNCIAS

- BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. In: **O direito de sonhar**. São Paulo: Difel, 1985.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia** – dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulinas, 2004.
- FABBRI, Paolo. **El giro semiótico**. Barcelona: Gedisa, 1999.
- GOFFMAN, Erving. A fala do rádio – um estudo dos percursos dos nossos erros. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci (Orgs.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008. v. II.
- \_\_\_\_\_. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.
- \_\_\_\_\_. **Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Mediatização, prática social** – prática de sentido. Trabalho apresentado no Encontro da rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre Mediatização, UNISINOS, PPGCC, São Leopoldo, 19/12/2005 e 06/01/2006.
- FERNÁNDEZ, José Luis. Conductores de shows radiofónicos. Orden en el caos. **III Congreso Internacional Latinoamericano de Semiótica**. São Paulo, 1996.
- \_\_\_\_\_. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. In: \_\_\_\_\_. **La construcción de lo radiofónico**. Buenos Aires: La Crujia, 2008.
- KROTH, Maicon E. **As estratégias de produção e transmissão de um programa de rádio de auditório itinerante: estudo de caso do programa Gente Nossa, da Rádio Venâncio Aires 910 AM**. (Dissertação de Mestrado) Programa de Pós-Graduação, Faculdade de Comunicação Social, (PUCRS), 2006.
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001
- NUNES, Mônica Rebbeca Ferrari. **O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica**. São Paulo: Annablume, 1993.
- SANZ, Luiz Alberto. **Dramaturgia da informação radiofônica**. Rio de Janeiro: Gama Filho, 1999.
- ZUMTHOR, Paul. **A letra e a voz**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.



# **Radiojornalismo comunitário: olhares sobre uma emissora de interior à luz da teoria do jornalismo<sup>1</sup>**

Angelo Henrique de Morais Lorini<sup>2</sup>

Debora Cristina Lopez<sup>3</sup>

A atividade radiofônica comunitária está em crescimento no Brasil. Já são mais de 3 mil emissoras comunitárias operando em caráter legalizado (GIRADI; JACOBUS, 2009). Porém, estima-se que um número cinco vezes maior esteja lutando pela legalização ou já esteja operando, embora sem outorga. Essas emissoras desenvolvem um papel fundamental nas comunidades onde atuam, difundindo informações, ideias, valorizando a cultura e os fatos locais, tendo uma importante participação na democratização dos meios de comunicação.

Neste contexto acreditamos ser importante compreender de que maneira uma emissora comunitária localizada em uma cidade de interior relaciona-se com a produção e a determinação do que é notícia. Para isso, analisamos a partir da Teoria do Jornalismo – especificamente dos critérios de noticiabilidade – o Jornal da Comunitária (JC), da Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen<sup>4</sup>. O radiojornal vai ao ar de segunda à sexta-feira das 12h às 12h45min. Analisamos para este estudo duas edições, 14 e 15 de outubro de 2009.

Partimos da hipótese que os critérios de noticiabilidade mais comuns ao JC seriam proximidade e marco geográfico. Isso levando em conta o objeto de pesquisa, uma Rádio Comunitária, em que se pressupõe que as notícias mais pertinentes sejam as ligadas à comunidade em que a emissora é atuante. Tratando do aspecto de interesse, Traquina (2008) afirma que os acontecimentos que passam próximos são considerados mais noticiáveis e importantes, se comparados aos fatos que acontecem distantes de determinada comunidade.

Analisando o conteúdo, buscamos detectar tendências e modelos de análise e critérios de noticiabilidade que estejam presentes ou não no Jornal da Comunitária. Esta análise serve também para descrevermos e classificarmos produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliarmos características da produção de indivíduos, grupos e organizações e para identificarmos elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias (HERSCOVITZ, 2007).

A metodologia aplicada para tais fins baseia-se em um estudo de caso do referido radiojornal. Com observação participante natural da rotina produtiva, buscamos identificar quais critérios de noticiabilidade e valores-notícia são utilizados pelos produtores na construção do JC (GIL, 2007). Observamos, na análise, que se os produtos jornalísticos seguem os valores-notícia apontados por Traquina (2008) e Erbolato (2006), buscando uma relação com Gomiz (2002), que trata dos valores-notícia como importante e interessante, fazendo uma distinção do que seriam respectivamente. A partir da análise, buscamos identificar quais critérios estão mais presentes no produto.

Apontamos, ainda, formatos e características gerais do rádio guiados por Prado (2006), Mcleish (2001) e Ortiz e Marchamalo (2005). Especificamente, trabalhamos com os aspectos das emissoras comunitárias, abordando seus princípios, objetivos e seu real papel perante à comunidade, norteados pelos apontamentos de Girardi e Jacobus (2009) e Peruzzo (2005). Partindo desses concei-



tos, percepções e abordagens metodológicas, pretendemos alcançar o objetivo geral da pesquisa e suprir a questão norteadora do tema “O que é e como é a notícia do Jornal da Comunitária?”.

## CONTEÚDO DA NOTÍCIA

Definir o que é notícia, selecionar entre todos os acontecimentos aqueles que merecem estampar as páginas dos jornais ou se tornarem manchetes nos noticiários de rádios e TVs, é, segundo Traquina (2005), um aspecto fundamental na cultura profissional. Porém, o autor destaca ainda que muitos jornalistas encontram, nesse aspecto, uma grande dificuldade em dar a definição convincente do que de fato é notícia e quais os critérios para considerá-la como tal.

Segundo Traquina (2005), a primeira teoria que tenta explicar porque as notícias são como são, a teoria do espelho, surge a partir da própria ideologia profissional dos jornalistas, ou seja, mostrar a realidade tal e qual ela é, o jornalista apenas a reflete. “Um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar, procurar a verdade*, contar o que aconteceu, *doar a quem doar*.” (TRAQUINA, 2005, p. 147)

Outra teoria que surge do mesmo modo, para tentar esclarecer porque as notícias são como são, é a teoria do *gatekeeper*. Nela é trabalhado o processo de produção da informação, que é concebida como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem que passar por diversos *gates*, isto é, portões. Esses portões são áreas de decisões onde o *gatekeeper* decide se vai escolher essa notícia ou não<sup>5</sup>.

Traquina (2005) também aponta a teoria organizacional como uma das responsáveis pelo tratamento que as notícias recebem. De acordo com o autor, nela as notícias são o resultado de interações sociais dentro da empresa jornalística, ou seja, o trabalho

do profissional vai passar por uma cadeia organizacional, que irá influenciá-lo pelos meios que a organização dispõe.

O autor define como noticiabilidade “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão (características) de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possui valor como notícia e merece ser veiculado” (TRAQUINA, 2005, p.63). Assim, Traquina afirma que os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento ou assunto é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possui valor-notícia.

Em seus estudos, ele faz uma distinção entre os valores-notícia, classifica-os em dois aspectos: os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Segundo ele, os valores de seleção ainda estão divididos em dois subgrupos: a) critérios substantivos, ou seja, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento, em termos de importância e interesse como notícia. A esse aspecto o autor atribui valores-notícia como a morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia e infração. Ou seja, assim que o profissional se depara com um fato contendo algum desses aspectos, isso já merecerá cobertura. Por exemplo, um acidente contendo vítimas fatais, ou um acidente onde não houve vítimas fatais, porém, o número de envolvidos foi grande. São fatos de relevância, importantes, atuais e diferindo apenas entre vítimas ou possível número de vítimas. b) critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto da produção da notícia, por exemplo, os fatores que levaram a ocorrência desse acidente e o que o jornalista presenciou na sua apuração, também são notícias.

Aos valores de construção Traquina atribui a simplificação, a amplificação, a relevância, a personalização e a dramatização. São fatores responsáveis pelo tratamento que essa notícia receberá, ou seja, é o jornalista, após apurar os fatos, que decide a forma que

aquela notícia será apresentada, dando mais ênfase para certos detalhes, deixando outros menos valorizados, simplificando ou ampliando a informação, ou mesmo dramatizando um acontecimento. Um exemplo foi o caso da menina Isabela Nardoni<sup>6</sup>, em que a mídia ampliou o acontecimento, valorizando e transformando o incidente em uma “novela” com vários capítulos. A informação era fracionada, levando o espectador a continuar acompanhando o caso. Detalhes sórdidos e dramatização do fato por envolver uma criança eram apresentados a todo o momento.

Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícias funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário, na construção do acontecimento como notícia (TRAQUINA, 2005, p. 78)

Também ligado à construção da notícia, Gomiz (2002) define como valores básicos do mercado da informação, o importante e o interessante. O autor faz algumas definições mais pontuais sobre o que difere esses dois critérios. De acordo com Gomiz (2002), o importante, é aquilo que terá consequência na vida das pessoas e por certo ficará registrado na história. É, também, o que leva tempo para ocorrer e nem sempre é fácil de reduzir essas notícias a um só dia. São, ainda, os fatos reais de gestão trabalhosa. O importante corresponde à ordem do interesse geral. Podemos utilizar como exemplo grandes acontecimentos noticiosos como o ataque terrorista às Torres Gêmeas do World Trade Center e ao Pentágono nos EUA<sup>7</sup>, acontecimentos que geraram repercussão e se tornaram marcos históricos. São fatos inteiramente de interesse humano, relevantes e de impacto, valores-notícia atribuídos por Traquina (2005) e Erbolato (2006).

Entretanto, Gomiz (2002) escreve que o importante e o interessante combinam nos noticiários. Além de combinar, o autor esclarece que é considerado importante aquilo que tem a função de comunicar diariamente ao cidadão as informações sobre assuntos de

interesse geral. Já o interessante fornece o material da conversação diária, permitindo comunicar ideias, impressões, critérios e dados sobre vários assuntos.

O autor define o interessante como fatos que não ficam na história, que deixam apenas comentários, que fazem o povo falar, que viram tema em conversas diárias, mas que logo serão esquecidos. Ainda sobre as notícias interessantes, Gomiz indica que elas podem produzir-se com determinada finalidade criada para dar destaque a certos acontecimentos, em que as notícias são produzidas para dar destaque ao fato. São notícias do dia, terminam na mesma data e o único rastro que deixam são os comentários que podem durar algum tempo mais. Exemplos típicos são os escândalos envolvendo celebridades, que são divulgados para promover o nome do envolvido na mídia e logo entram no esquecimento.

O autor ainda ressalta que o importante é o que todos devemos saber, e o interessante aquilo que é agradável de conhecer. Por outro lado Traquina (2005) e Erbolato (2006) afirmam que as notícias, de modo geral, podem ser veiculadas quando respeitam os critérios de:

#### Quadro 1 – Critérios de noticiabilidade

Proximidade	Importância
Marco geográfico	Rivalidade
Impacto	Utilidade
Proeminência (ou celebridades)	Política editorial do jornal
Aventura e conflito	Oportunidade
Consequências	Dinheiro
Humor	Expectativa ou suspense
Raridade	Originalidade
Progresso	Culto aos heróis
Sexo e idade	Descobertas e invenções
Interesse pessoal	Repercussão
Interesse humano	Confidências
(TRAQUINA, 2005, p. 55)	(ERBOLATO, 2006, P. 60)

Em uma comparação entre os critérios de Traquina (2005) e Erbolato (2006), podemos referenciar os critérios de ambos em que haja uma relação mais direta com o veículo de nossa análise. Consideramos que os critérios mais importantes no viés do presente estudo, que trabalha com jornalismo comunitário, são proximidade e marco geográfico.

O critério de proximidade, em particular, nos interessa de maneira especial pelo fato de que a pesquisa trata de uma emissora comunitária, e deve valorizar os acontecimentos da comunidade onde atua. Os dois autores descrevem esse aspecto como fatos que ocorrem perto do leitor e a ele ligados. No entanto, Erbolato (2006) trata também do critério marco geográfico, um pouco diferente de proximidade, pois faz referência a acontecimentos distantes do leitor, mas que venham a afetá-lo do mesmo jeito. Um exemplo que podemos mencionar, noticiado no *Jornal da Comunitária*, foi o fato de o governo do estado assinar um decreto que reduziu o imposto na comercialização de suínos, o que consequentemente afetou os criadores de Frederico Westphalen.

A partir do entendimento dos critérios de noticiabilidade apontados em diferentes aspectos pelos autores abordados, podemos ao final de nossa análise estabelecer quais critérios são usados para a construção da notícia no *Jornal da Comunitária*. Seremos capazes, além disso, de perceber se o referido radiojornal, por ser de uma emissora comunitária, valoriza o critério de proximidade apontado por Traquina (2005) e Erbolato (2006) e observando que, segundo Girardi e Jacobus (2009), os noticiários das comunitárias devem atribuir valor, importância e destaque às notícias da comunidade. Esse é o ponto crucial de nossa pesquisa, perceber através da análise do conteúdo noticioso do *Jornal da Comunitária* a utilização desses critérios de relevância, proximidade, tempo e marco geográfico, fatores que atribuem além de valor como notícia, caráter local à informação, confirmando o formato comunitário do radiojornal.

A produção jornalística, nos diferentes meios, requer dos profissionais a avaliação constante de todos os critérios e valores-notícia, isso é o que dará ao fato o tratamento necessário para se tornar noticiável. No entanto, a abordagem dessa notícia dependerá indiscutivelmente do jornalista.

## **RÁDIO PARA QUEM QUISER OUVIR**

O rádio sempre foi um meio de comunicação popular, com características próprias e com um poder de conquista muito forte. Até hoje, desperta paixões em seus ouvintes com seu estilo inconfundível de comunicar. Apesar de a diversidade de meios de comunicação à disposição do público venha afetando-o já a longo prazo.

Isso leva a uma disputa entre os meios de comunicação – desde o surgimento da TV no Brasil na década de 50 e mais ainda na sua ascensão entre as décadas de 70 e 80. No entanto, o rádio ainda é um instrumento de comunicação presente e atuante em quase 90% dos lares brasileiros. É o que aponta a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), em sua síntese de indicadores do ano de 2008. O levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) nos domicílios particulares permanentes pesquisou a existência de rádio mesmo que fizesse parte de conjunto que acoplasse outros aparelhos tais como: rádio-gravador, toca fitas, etc.

Os dados revelam que, em 2008, a proporção de domicílios com rádio ficou em 88,9%, mas, apesar de ter apresentado recuperação em relação a do ano de 2004 (88,1%), ainda ficou abaixo da pesquisa realizada no ano de 1999 (89,9%). Já o percentual de domicílios com televisão manteve-se continuamente em crescimento, tendo passado de 90,9%, em 2004 para 95,1% em 2008.

Outro dado importante, apontado pela revista VEJA em sua edição de 2 de março de 2005, indica que segundo o IBOPE, mais pessoas sintonizam o rádio do que assistem à televisão na grande São Paulo. Nesta mesma edição, a revista faz um diagnóstico do rádio na atualidade, e descreve sobre as explosões das FMs entre o público jovem. Vai ainda ao encontro da pesquisa do IBGE, quando afirma que o rádio está presente na casa de nove em cada dez brasileiros.

A pesquisa *Conectmídia*, realizada pelo IBOPE, no período de agosto de 2008 e janeiro de 2009, revela o panorama da convergência entre as mídias no século XXI marcada pela quantidade de informação disponível, atitude participativa, geração e disseminação de conteúdos. A pesquisa aponta que a tendência não é mais o consumo de um meio midiático de maneira exclusiva, mas sim um consumo simultâneo. Nele, o rádio está se sobressaindo perante outros meios. O público adulto, de 25 a 34 anos, se destaca nesse consumo, e ainda, quanto mais jovem, mais há interesse por essa convergência, com o rádio associado a outro meio. Desse público, 29% fazem o uso de televisão e rádio ao mesmo tempo, e 30% do rádio e a internet simultaneamente, enquanto as outras associações, rádio/jornal, rádio/revista e TV/jornal, TV/revista e TV/internet, trazem índices inferiores.

Isso demonstra que, apesar de o rádio ainda perder espaço nos lares brasileiros para a televisão, ele continua sendo ouvido por uma parcela da população que está se adequando ao novo contexto da convergência midiática. É uma nova arrancada do rádio no século XXI. Ao entendermos que 88,9% dos lares brasileiros ouvem rádio, podemos concluir que a radiodifusão está presente em todas as camadas sociais de nosso país, tornando um meio de disseminação de informação capaz de levar aos diferentes públicos a mensagem informativa com as características próprias do veículo.

## RÁDIO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Para tratarmos das características do rádio, devemos pensá-lo como um meio *cego*, como apresentam Ortiz e Marchamalo (2005). Ou seja, o rádio não trabalha com nenhum suporte visual, ao contrário da TV, jornal, revista, etc, razão pela qual os autores destacam a necessidade de comunicar mensagens que só podem ser percebidas pela via auditiva. E cita a capacidade do rádio comunicar em quatro tipos de mensagens, ou linguagem, combinadas durante a emissão.

A linguagem falada, o seja, a palavra.

A linguagem da música, também chamada de linguagem das sensações.

A linguagem dos sons e dos ruídos propriamente ditos. Para alguns autores, a descrição desse tipo de comunicação coincide com a linguagem das coisas.

E, finalmente, a linguagem do silêncio. (ORTIZ e MARCHAMALO, 2005. p. 20)

Isso influencia diretamente no entendimento da mensagem por parte do ouvinte, pois o único suporte que apresenta é sonoro. Se a mensagem não for compreendida imediatamente implicará em desinteresse, diferente da TV, onde a imagem auxilia no entendimento, e do jornal, em que podemos reler quantas vezes forem necessárias até entendermos. O rádio trabalha apenas com a linguagem sonora, e depois de transmitida, não temos mais condições imediatas de consumir novamente aquela informação.

“Seja como for, basta recordar que a clareza e a simplicidade na exposição são os dois requisitos essenciais em que se baseia a informação nesse meio: em resumo, o que importa é que seja entendida facilmente” (NEWMAN *apud* ORTIZ e MARCHAMALO, 2005, p. 22). Já para Prado (1989) o rádio é o meio informativo mais adequado e também o mais eficaz na transmissão de fatos atuais,



agregando a instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez às informações. A relação acontece já que, a partir da difusão de fatos recentes com instantaneidade, simultaneidade e rapidez, como aponta Prado (1989), é exigido clareza nas informações para que seja compreendida corretamente.

Outro aspecto do rádio ligado à difusão de informação é a objetividade, apontada por Mcleish (2001) como o princípio básico que orienta a atividade do radialista, ou seja, relatar de maneira correta o acontecimento no próprio contexto, mesmo que entre em conflito com valores pessoais. O profissional tem que deixar de lado possíveis ideologias e defesas pessoais, ser isento na sua apuração, buscando ser um mediador da informação mantendo-se fiel aos fatos.

Além da instantaneidade e velocidade do veículo, o rádio é simples. É o que afirma Mcleish (2001), ao dizer que a relativa simplicidade do meio significa flexibilidade na programação, isto é, se algo é importante pode ocupar lugar na programação mesmo que não esteja previsto, tirando o espaço do que já estava predeterminado.

Essa simplicidade permite a participação do não-profissional, cria uma maior possibilidade de acesso do público a esse tipo de mídia (McLEISH, 2001). Esse ponto é relevante destacarmos, já que, na presente pesquisa, nos propomos a analisar um programa jornalístico de uma emissora comunitária, feito por não-profissionais na área jornalística.

De acordo com Prado (2006), grande parte das rádios incluem os produtos jornalísticos em diferentes proporções, de diversas formas e horários na programação. Esses formatos jornalísticos atribuem ao veículo características próprias. A difusão da notícia pode ocorrer de diferentes formas, como classifica Parada (2000): nas categorias de flash, edição extraordinária, especial, boletim em jornal.

## RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA

A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) prevê para a radiodifusão comunitária frequência modulada (FM), baixa potência (25watts) e transmissão restrita a um raio de 1 km, a partir de sua antena irradiante e a um único canal transmissor, podendo ser explorada por associações e fundações comunitárias, não visando fins lucrativos e de interesse próprio (GIRARDI; JACOBUS, 2009). Esse caráter limitante da lei, discutido por Peruzzo (2005), tem sido motivo de críticas. Primeiramente porque, segundo a autora, o crescimento dessas emissoras não é bem aceito pelos setores dominantes e elas ganharam o tratamento pejorativo de “piratas”, isso porque passaram a existir antes mesmo de promulgada a legislação para o setor. E outro aspecto fundamental dessa discussão abordado por Peruzzo é a audiência local disputada por comunitárias e comerciais, fato que nem sempre ocorre, uma vez que os anunciantes de rádios comunitárias tendem a ser aqueles que não fazem uso dos meios tradicionais para vincular suas publicidades. Há também o caráter político envolto nessa temática.

As elites da radiodifusão não querem dividir o poder da palavra. Sempre monopolizaram o uso dos meios de comunicação para disseminação de sua visão de mundo e defesa dos interesses das classes dominantes. As rádios comunitárias rompem essa situação ao transmitirem a voz das classes populares, a partir de seu modo de falar e das condições de existência de cada localidade. Então, a rádio comunitária (se) mobiliza em torno das demandas por mudanças sociais e isso não agrada (a) alguns setores das classes dominantes. (PERUZZO, 2005, p. 2)

Além disso, as emissoras comunitárias não podem sofrer, assim como qualquer outro meio de comunicação, nenhum tipo de censura ou restrição quanto à sua liberdade de expressão. A programação é voltada à população a qual atente, dando espaço para as manifestações culturais, folclóricas, artísticas e outros aspectos que

venham a contribuir e beneficiar aquela comunidade, não fazendo ou demonstrando quaisquer formas de discriminação racial, de sexo, religião, ideologia ou condição política.

De acordo com Peruzzo (2005), uma emissora comunitária transmite programação de interesse social vinculada à realidade local; contribui para ampliar a cidadania melhorando o nível de informação, educação informal e cultura dos receptores sobre temas diretamente relacionados a suas vidas. “É fundamental haver espaço para o lazer e a fantasia para trazer maior atratividade às comunitárias” (GIRARDI; JACOBUS, 2009, p. 37)

Para Girardi e Jacobus, dentro da programação das emissoras comunitárias, destacam-se programas de lazer, musicais, temáticos, institucionais de entidades parceiras. A programação de uma emissora comunitária deve ser voltada exclusivamente para a comunidade onde atua. Os seus programas devem valorizar a cultura e os costumes daquele lugar, buscando uma identidade própria com seus ouvintes, usando de todas as possibilidades que o meio oferece.

O jornalismo é uma das principais formas de prestação de serviço para com a comunidade destas emissoras populares, como é o caso da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, que, além de ter informativos durante toda a programação, a partir das 12 horas até às 12h 45 minutos, transmite, ao vivo, o *Jornal da Comunitária*, o principal noticiário da emissora.

Outro aspecto do jornalismo das emissoras comunitárias é trazer informações de interesse, desde notícias locais a mundiais, mas valorizando as de maior interesse local, dando voz e vez à população e às notícias da cidade, do país e do mundo. Deve ser de um ponto de vista local e diferenciado dos grandes veículos, abordando temas atuais e de repercussão, problemas da comunidade devem ser uma constante (GIRARDI; JACOBUS, 2009).

Girardi e Jacobus (2009) apontam também os noticiários na programação das comunitárias como os programas de divulgação de notícias mais vinculados à prática padrão do jornalismo. E descrevem também a importância de dar destaque às notícias da comunidade, do município e região. Outro autor que reitera essas características é Ferraretto (2000), quando diz que as emissoras comunitárias devem atender à comunidade onde estão instaladas, difundindo ideias, elementos culturais, tradições e hábitos locais, além de prestar serviços à comunidade.

## **EM BUSCA DO QUE É NOTÍCIA**

O objeto de nossa pesquisa é o principal noticiário da Rádio Comunitária 97.9 FM. Por ser o principal produto jornalístico da emissora, envolve dois produtores, que, na teoria, trabalhariam com dedicação integral durante a manhã na produção do JC. Porém, com a observação realizada, constatou-se que na prática isso não ocorre. José Roberto Zachi e Marcos Mazonetto, ambos produzem, editam e apresentam o JC. No entanto, no momento da apresentação contam com a operação de áudio de outro profissional da emissora, Angelo Lorini<sup>8</sup>.

O JC é produzido durante a manhã, com início das atividades por volta das 8h30min. Os dois produtores chegam à sala de redação e, imediatamente, começam a apurar as notícias. No entanto, os profissionais não desempenham única e exclusivamente a função de produzir o noticiário principal da emissora. No primeiro dia de observação, pudemos perceber que, além de trabalharem com a presença do fechamento da edição do JC para o meio-dia, ambos tinham que a todo o momento interromper a produção para realizarem outras atividades. Um exemplo que podemos citar foi a interrupção do trabalho de Zachi, no momento em que lhe foi passada uma ligação, através da qual ele fechou um apoio cultural para a emissora.

Do mesmo modo, Mazonetto foi interrompido, para a utilização de sua sala para a gravação de vinhetas comerciais, visto que ele também é o técnico de som responsável pela emissora e pelas gravações. Podemos perceber que isso prejudicou o trabalho, levando em consideração que tomou o tempo que poderia ter sido utilizado para melhor apuração e produção de pautas.

A interrupção no trabalho jornalístico de um dos produtores acarretou na sobrecarga do outro. As matérias que estavam sendo apuradas por aquele que foi interrompido, passaram para a apuração daquele que continuou o trabalho em função do JC. Isso exige maior rapidez no processo de produção de cada notícia, conseqüentemente, menor atenção e dedicação a cada pauta, uma vez que o tempo se torna um fator determinante na produção. Podemos apontar aqui que este seria o modelo organizacional da empresa. Segundo Traquina (2005), as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O profissional sabe que o seu trabalho passará por uma cadeia organizacional e que seus superiores têm certos poderes e meios de controle.

Essa relação de acúmulo de funções tem sido a cada dia mais comum em emissoras de rádio. No contexto da convergência, ela se amplia trazendo para o mesmo profissional a obrigatoriedade de assumir um perfil polivalente (SALAVERRÍA, 2008), seja ela funcional, temática ou midiática. A funcional trata do que observamos na Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, quando o comunicador atua em diversas funções – produz, edita, apresenta e até mesmo atua fora do jornalismo em outras tarefas que lhe são atribuídas. Muitas vezes, há déficits na formação dos profissionais, que não possuem capacitação para atuar nesta nova realidade. Outras vezes, a lacuna aparece devido à falta de tempo propiciada por esse aumento de demanda de trabalho, sem que se reveja a gestão das empresas ou a estrutura funcional (LOPEZ, 2012; KISCHINHEVSKY, 2009).

A temática, que também pode ser observada na produção do JC, reflete a ausência de especialidade em relação às áreas ou assuntos que cada comunicador cobre no seu dia a dia. Assim, a atuação não é organizada por editoria, mas por disponibilidade, prejudicando a qualidade do conteúdo jornalístico divulgado, já que a cada novo tema é preciso conhecê-lo e, com isso, o aprofundamento no acontecimento minimiza-se. A polivalência midiática, também proposta por Salaverría (2008), indica a necessidade do comunicador de rádio assumir um perfil multimídia e multiplataforma, ampliando conteúdos *online* e pensando o desenvolvimento da cobertura para um perfil de público mais ativo, participativo e *heavy user* de mídias digitais, como aplicativos para dispositivos móveis e sites com material multimídia. A combinação destas características compõe hoje o perfil do jornalista de rádio (LOPEZ, 2012). Novas demandas e rotinas são apresentadas a ele e têm relação direta com os fluxos informacionais do programa em que atua e as diretrizes de gestão da emissora em que está inserido. São alguns dos elementos que compõem um cenário que avança muito além das rotinas e práticas profissionais.

Além de pressões, tempo e acúmulo de funções, outro fator que pode ser considerado um aspecto negativo na produção jornalística da emissora é o posicionamento político. A emissora, de certa forma, valoriza as notícias voltadas aos escândalos políticos de certos partidos. As duas edições estudadas trazem notícias referentes aos escândalos de corrupção. Na edição do dia 15, uma matéria e uma reportagem, ambas no segundo bloco, tratando do assunto, "*Ação de improbidade administrativa contra Yeda vai para a Assembleia*" e "*Feijó confirma ida à CPI e diz que falar em golpe é paranoia*", esta sendo a reportagem cedida pela Agência Rádio Web<sup>9</sup>. Como as duas matérias tratam praticamente do mesmo assunto — corrupção —, uma delas é lida pelos locutores e a outra é apresentada em forma de reportagem gravada, mesclando os gêneros. Outro fator presente nesse posicionamento transparecido pela emissora é o histórico

das rádios comunitárias, que nas suas lutas mantém uma posição de apoio aos movimentos sociais.

Historicamente, no Brasil, a rádio comunitária tem sido canal de expressão da população empobrecida, que através de suas organizações sociais, desenvolvem um trabalho de informação, educação informal, desenvolvimento cultural e de mobilização das pessoas visando à melhoria nas condições de existência. (PERUZZO, 2005, p. 4).

Embora não esteja de maneira escancarada, a emissora deixa transparecer uma possível ideologia política adotada por ela. Isso é prejudicial não só pela falta de isenção na produção, e também, na audiência e perda de credibilidade. Levando em conta o momento em que o ouvinte perceber esse posicionamento poderá fazer seu próprio julgamento e optar por não mais ouvir, ou pelo menos não com a mesma frequência de antes.

## **TRABALHANDO A INFORMAÇÃO**

As notícias do JC são apuradas e produzidas sem pauta pré-determinada e sem editoriais a serem seguidas. Isso afeta na forma como cada um dos profissionais vê a informação, já que cada um faz uma avaliação individual das notícias a serem trabalhadas. Assim que chegam à redação, os produtores começam os trabalhos verificando as fontes já costumeiras, jornais locais, sites dos meios de comunicação locais, e uma varredura pela internet nos principais sites de notícias: Agência Brasil, Chasque, Clic RBS, G1, Agência Rádio Web. Destes meios, são retiradas as notícias levando em conta o critério de marco geográfico (ERBOLATO, 2006), isto é, as que ocorrem longe da comunidade, mas que trarão consequências a ela. Essas notícias são retiradas e editadas sempre mantendo fidelidade às informações, apenas adequando-as à linguagem radiofônica, facilitando o entendimento do ouvinte. Os gêneros jornalísticos mais presentes no JC são as notícias, notas e notícia com

entrevista. Segundo Barbosa Filho (2003), a notícia é o modo básico da informação, com tempo de exposição de em média 1'30'', e um ou mais blocos podendo ser na voz de dois ou mais locutores. Já a nota de acordo com o autor, é o informe de um fato nem sempre concluído, ou seja, que irá virar notícia.

**Tabela 1 – Gêneros em números absolutos e porcentagem**

	Notícia		Notícia/ entrevista		Geral		Nota
<b>Edição: 14/11</b>	18	81,8%	4	18,2%	0	0%	22
<b>Edição: 15/11</b>	17	72,2%	4	18,2%	1	4,6%	22
<b>Geral</b>	35	79,5%	8	18,2%	1	2,3%	44

Essa predominância de notícias, 79,5%, demonstra o formato do trabalho desenvolvido, ou seja, a utilização das fontes usuais, sites de notícias, jornais e sites locais e releases enviados à redação, retirando destas as informações e adequando-as à linguagem radiofônica, transformando-as em notícias.

Há preocupação em relação às notícias com caráter de marco geográfico, tanto na sua seleção, quanto na sua estruturação. Nem sempre há uma localização dessas informações, porém são apresentadas a fim de prestar um serviço à comunidade, informando algo que também poderá atingi-la. Por exemplo, *“Defesa civil alerta para temporais para o dia de hoje”*. Essa informação trata de um alerta para todo o estado, consequentemente também para a comunidade local. Por outro lado, estarão presentes no primeiro bloco de notícias apenas se forem consideradas de extrema importância ou de repercussão a nível regional, estadual ou nacional, com acontecimentos distantes, mas que serão imediatamente sentidos pelos ouvintes.



Por ser uma emissora comunitária, as notícias de nível local interessam mais. No entanto, se uma informação repercute a nível nacional, interessará à comunidade local. É o que trata Gomiz (2002), quando fala de interessante e importante. Para um acontecimento ter repercussão nacional, ele precisa ser importante. De acordo com o autor, é o fato que ficará registrado na história, que tem um peso informativo grande. Por sua vez, tendo tal importância, irá interessar à comunidade local da mesma forma que um acontecimento ocorrido próximo a ela.

No primeiro bloco do JC são apresentadas as notícias principais, avaliadas com critério de proximidade (TRAQUINA, 2005; ERBOLATO, 2006), isto é, as notícias de Frederico Westphalen e região, que estão diretamente ligadas à comunidade. Não havendo nada que impeça a presença de notícias locais também nos demais blocos. Porém, as do primeiro bloco são consideradas as mais relevantes pelos produtores, dentro do critério de proximidade e marco geográfico. Das 7 manchetes apresentadas na abertura da edição do dia 14 de outubro, por exemplo, 4 dizem respeito a matérias que estão no primeiro bloco, destas 3 são de proximidade e 1 de interesse público.

## **O QUE É E COMO É A NOTÍCIA NO JC**

Já é característico do Jornal da Comunitária trazer no primeiro bloco as notícias mais locais. Os ouvintes sabem que logo no início da edição estão os fatos de Frederico Westphalen, que, possivelmente, alguns deles possam até mesmo ter presenciado no dia a dia. Sabem também das ocorrências policiais, que estas serão logo no início do segundo bloco. O momento dos indicadores agropecuários, característico por sua trilha, e que logo após este serão apresentadas as notas, avisos e comunicados à comunidade. O ouvinte já está habituado a esse formato, o que acaba valorizando ainda mais a informação e mantendo uma relação de aproximação característica do rádio.

Ao todo, o Jornal da Comunitária, edição do dia 14 de outubro, apresentou 22 notícias, sendo que destas, a 12 são atribuídas valores de proximidade, 8 de interesse público e 2 de marco geográfico. Na edição do dia 15, do mesmo modo, são 22 notícias, 9 de proximidade, 9 de interesse público e 4 de marco geográfico.

**Tabela 2 - Critérios de Noticiabilidade em números absolutos**

	Proximidade	Marco Geográfico	Interesse Público	Geral
<b>Edição: 14/11</b>	12	2	8	22
<b>Edição: 15/11</b>	9	4	9	22
<b>Geral</b>	21	6	17	44

No primeiro bloco da edição do dia 14 de outubro são apresentadas 9 notícias. Destas 7 são com critério de proximidade. Isso fica evidente na própria manchete da notícia, visto que são apresentadas trazendo informações que caracterizam a localidade dos fatos, as demais tratam de interesse público. Dentre essas podemos destacar: *“Estado tem o dever de fornecer medicamentos a pessoas necessitadas”*. Esta manchete chama atenção para um direito da população, atingindo a comunidade local. Além disso, traz na notícia a entrevista do Juiz de Direito da Comarca de Frederico Westphalen, que explica à população os principais casos em que o estado tem o dever de fornecer os medicamentos.

Uma das informações, também presentes no segundo bloco, que podemos destacar, levando em conta o critério de interesse público é: *“Número de mortes cai 10% em relação ao ultimo feriado – acompanhe agora na reportagem especial de Agência Radio Web”*. Neste momento, é transmitida a reportagem cedida pela Rádio Web, informação que se caracteriza como de interesse público, pois trata

do índice de acidentes do feriado do dia 12 de outubro, em todo o país. As reportagens em média têm uma duração de 1'30" e, em algumas situações, são utilizadas como forma de controlar o tempo, uma vez que os locutores sabem o horário em que precisam fechar o primeiro bloco, para que o final da edição seja no horário previsto. Estourado o tempo do primeiro bloco, a reportagem não vai ao ar.

Partindo para o segundo bloco da edição do dia 14 de outubro, este contém 12 notícias. Destas, 4 levando em conta o critério de proximidade, 6 de interesse público e 2 de marco geográfico. Nesse bloco, são apresentadas as ocorrências policiais e considerando-se que o batalhão da polícia militar de Frederico Westphalen responde por vários municípios da região, justifica-se a presença dos principais fatos atendidos pela polícia em toda a extensão do comando:

*“Prática ilegal de armar e vender armas em município”* (proximidade)

*“BM registra ocorrência de disparo de arma de fogo em Palmitinho”*  
(interesse público)

Dessa forma, justifica-se também a maior presença de notícias de interesse público juntamente com as de proximidade, já que boa parte das notícias policiais são relativas a outras cidades, porém são de interesse da comunidade local, uma vez que é o mesmo batalhão que atende toda a região.

Classificado no critério de proximidade, no terceiro e último bloco do JC são apenas apresentados os indicadores agropecuários, ou seja, os preços dos principais produtos agrícolas pagos aos produtores na hora da venda ao mercado. Levando em conta que o município tem a grande maioria de seus domínios em áreas rurais, qualquer mudança nos valores dos produtos agrícolas afetará diretamente o ouvinte do interior. Já que a emissora abrange além da cidade o interior, as notícias que venham a interessar e afetar esse público mais específico também são pautadas pelo JC.

Um exemplo é uma notícia presente no primeiro bloco do dia 15 de outubro, sobre as obras na ponte sobre o Rio da Várzea. A produção trata de um tema ligado tanto à comunidade do interior tanto quanto à da cidade.

No primeiro bloco da edição do dia 15 de outubro, foram encontradas 8 notícias, 4 são atribuídas ao valor-notícia de proximidade e 4 ao de interesse público. Mais uma vez pode-se observar a valorização das notícias locais, um tema que esteve presente na edição anterior, atual e polêmico conhecido pela comunidade, volta a ser pauta, desta vez com outra abordagem: *“Obras na ponte sobre o Rio da Várzea devem reiniciar na próxima semana”*. A notícia é apresentada juntamente com a entrevista de um membro da comunidade que participa das mobilizações pela retomada das obras da ponte, mostrando, assim, a participação da comunidade nas pautas e nas apurações.

As notícias classificadas como de interesse público abordam pautas referentes a municípios da região. *“RGE realiza audiência pública em Seberi”* trata de uma assembleia da comunidade de um município vizinho com a concessionária de energia elétrica. No entanto, é a mesma concessionária que atende boa parte da cidade de Frederico Westphalen.

O segundo bloco apresenta 13 notícias, sendo que destas 4 são de proximidade, 5 são de interesse público e 4 de marco geográfico. Mais uma vez as ocorrências policiais trazem notícias referentes a Frederico Westphalen e demais municípios da região, caracterizando as de proximidade e interesse público. *“Veículo é arrombado em pátio de estacionamento do HDP”*; *“Aprendido material de uso odontológico ilegal em Vicente Dutra”*. O último bloco do JC traz mais uma vez os indicadores agropecuários, informando aos produtores a cotação dos principais produtos agrícolas.

<b>Tabela 3 – Critérios de Noticiabilidade em porcentagens</b>				
	<b>Proximidade</b>	<b>Marco Geográfico</b>	<b>Interesse Público</b>	<b>Total de notícias por edição</b>
<b>Edição: 14/11</b>	54.5%	9.2%	36.3%	22
<b>Edição: 15/11</b>	40.9%	18.2%	40.9%	22
<b>Geral</b>	47.7%	13.7%	38.6%	44

Podemos perceber, através da análise apresentada, a valorização e a presença das notícias locais no conteúdo do JC, desde sua produção até o produto final. Desta forma, acreditamos que mesmo com problemas em relação à estrutura organizacional e às práticas jornalísticas – como tempo para checagem de informações, formação dos comunicadores que atuam junto ao programa e a demanda por polivalência em pelo menos duas das três instâncias apontadas por Salaverría (2008) – o JC mantém seu compromisso com a caracterização de uma emissora comunitária. Seja através de produções locais – mais simples e reduzidas – ou através de material de agências de notícias, assessorias e sites de notícias, a prioridade do programa volta-se ao público local. Acontecimentos ocorridos em Frederico Westphalen e região vêm em primeiro plano na hierarquização das informações, seguidos de conteúdos estaduais ou nacionais que tenham algum tipo de influência ou reflexo sobre o cotidiano local. Esta realidade pode ser observada nas análises isoladas dos blocos e também em um olhar mais geral sobre os dados obtidos através da análise de conteúdo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Uma das características das emissoras que operam em caráter comunitário é levar informação da comunidade para a comunidade, em outras palavras, aquela notícia local que não tem espaço

nos meios de comunicação comerciais e nos grandes conglomerados de comunicação é pautada no jornalismo das comunitárias. A emissora analisada apresenta um formato de jornalismo próprio, que busca a valorização da informação local seguindo os preceitos de Rádio Comunitária apontados por Girari e Jacobus (2009) e por Peruzzo (2005). Podemos constatar levando em conta a tabela 3, que mostra que do total de 44 notícias presentes nas duas edições estudadas do JC, 47.7% foram classificadas no critério de proximidade. A predominância de notícias próximas se estabelece porque essas informações são importantes para aquela comunidade, mas não apenas porque são próximas, pois um fator depende do outro. Ela pode até ser importante, ter peso histórico (GOMIZ, 2002), porém se não afetar seu público diretamente, não irá interessá-lo.

Esse aspecto positivo do JC, de valorização do conteúdo local, vai a contraponto com o modelo organizacional da empresa. A falta de editorias para serem seguidas e a não existência de um levantamento de pautas, pré-determinando o trabalho, são pontos relevantes na produção. Porém, não são considerados no JC, já que as notícias são avaliadas na medida em que vão surgindo. Outra característica da produção que merece atenção é o desempenho de outras atividades da emissora concomitantes com a produção. As interrupções durante o processo de produção acarretam mais pressão aos profissionais que têm o tempo reduzido para a produção jornalística. O posicionamento ideológico também se torna um fator determinante, tanto na produção, com a falta de isenção, quanto na audiência, com a perda de ouvintes que percebam esse posicionamento e não compartilhem do mesmo.

Se considerarmos que o conteúdo do Jornal da Comunitária é quase 50% constituído de informações ligadas diretamente à comunidade onde a emissora atua, mesclando os outros 50% com informações de interesse e marco geográfico, podemos concluir que, apesar de apresentar aspectos desfavoráveis, o JC segue um

padrão jornalístico comunitário com características próprias de produção, formato com peculiaridades particulares e que também agrega práticas jornalísticas tradicionais do rádio tanto na produção como na sua forma de apresentação.

## NOTAS

<sup>1</sup> Capítulo desenvolvido a partir do Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo “O que é e como é a notícia no Jornal da Comunitária”.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria – campus Frederico Westphalen. Atua como jornalista na Rádio Comunitária FM da mesma cidade. Email: angelohlorini@gmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e do curso de Jornalismo do campus Frederico Westphalen da mesma instituição. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com

<sup>4</sup> Frederico Westphalen é uma cidade do interior do Rio Grande do Sul, localizada na região Noroeste do Estado, com cerca de 28 mil habitantes (somadas as áreas urbana e rural) segundo o Censo IBGE 2010. De economia predominantemente rural, a cidade tem forte produção na suinocultura, conta com quatro instituições de ensino superior, sendo duas privadas e duas públicas. Em relação à comunicação, o município conta com um jornal bissemanal, 05 jornais semanais, um site de notícias e 03 emissoras de rádio (sendo uma comunitária e duas comerciais).

<sup>5</sup> Essa escolha é baseada no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper. Schudson (apud Traquina, 2005) designa de “ação pessoal”, as notícias são explicadas como um produto das pessoas e de suas intenções. Traquina argumenta ainda que a essa teoria analisa as notícias apenas a partir de quem as produz e que se baseia no conceito de seleção.

<sup>6</sup> Isabella Nardoni foi agredida e jogada do 6º andar do edifício London, na zona norte de São Paulo, no dia 29 de março de 2008. Os suspeitos do crime são o pai e a madrasta da menina, Alexandre Nardoni e Anna Carolina Jatobá.

<sup>7</sup> No dia 11 de setembro de 2001 nos EUA, terroristas sequestraram aviões em pleno ar e os chocaram contra as torres do World Trade Center, em Nova York e ao Pentágono na capital Washington.

<sup>8</sup> Situação verificada no segundo semestre de 2009, quando realizada a observação.

<sup>9</sup> Agência de Notícias online, que disponibiliza em sua página na internet reportagens para serem baixadas e vinculadas pelas emissoras de Rádios

## REFERÊNCIAS

- A NOVA ERA DO RÁDIO. In: VEJA on-line, 2005. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/020305/p\\_106.html](http://veja.abril.com.br/020305/p_106.html)>. Acesso em: 12 de out. 2009.
- BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
- CONNECTMÍDIA: Hábitos de consumo de mídia na era da convergência. In: IBOPE, 2009. Disponível em: <<http://www.ibope.com/conectmidia/estudo/index.html>>. Acesso em: 10 de out. 2009.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- ERBOLATO, M. L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: Redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Editora Ática, 2006
- FERRARETO, L. A. Rádio: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.
- GIRARDI, I. R.; JACOBUS, R. **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Idéias, 2009.
- GOMIZ, L. **Do importante ao interessante**: ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. *Pauta Geral*, 4(2002), 225-242
- HERSCOVITZ, H. Análise de Conteúdo em Jornalismo. LAGO, C; BENETTI, M. **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- KISCHINHEVSKY, M. “Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico”. In: RODRIGUES, Carla (org). **Jornalismo on-line**: Modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.
- LOPEZ, D.C. Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la radio contemporánea. **Diálogos de la Comunicación**. n. 84. Cali: Felafacs, 2012.
- MCLEISH, R. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- ORTIZ, M. Á; MARCHAMALO, J. **Técnicas de comunicação pelo rádio**. São Paulo: Edições Layola, 2005.
- PERUZZO, C. M. K. **Rádios comunitárias**: entre controvérsias, legalidade e repressão. In: SEMINÁRIO MAPA DA MÍDIA CIDADÃ, São Bernardo do Campo, 2005.



PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS: Síntese de Indicadores 2008. in. INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística, 2008. Disponível em: <<http://download.uol.com.br/downloads/windows/sintesepnad2008.pdf>>. Acesso em: 10 de out.2009.

PRADO, E. **A estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRADO, M. **Produção de rádio: um manual prático**. São Paulo: Campus/Elsevier, 2006.

SALAVERRÍA, R. Los medios de comunicación ante la convergencia digital. **I Congreso Internacional de Ciberjornalismo**. 2008. Disponível em: [http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon\\_Salaverria.pdf](http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf), acesso em 18 de agosto de 2012.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo: A tribo jornalística. Uma comunidade interpretativa transnacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.



# Regulamentação da mídia e cidadania: tensionamentos sobre o papel do público na *accountability* da comunicação

Angela Lovato Dellazzana<sup>1</sup>

## REGULAMENTAÇÃO E CIDADANIA

O avanço na democratização dos meios de comunicação é apontado por Peruzzo (2007) como uma pauta frequente das pressões sociais, que já geraram resultados como o aumento de canais de uso gratuito na TV a cabo, de emissoras de rádio de baixa potência e presença crescente de entidades populares na internet. Esta realidade vem sendo desenvolvida através de políticas de comunicação específicas, visando à participação da população na produção de conteúdo.

Como precursor deste debate, está o uso do espectro eletromagnético, uma questão polêmica no Brasil. Diversos vieses abordam o tema, contudo, o debate mais complexo permeia a questão da regulamentação dos meios de comunicação no país. Dessa forma, este artigo busca discutir as diferentes abordagens que vêm sendo construídas sobre o tema do uso do espectro eletromagnético no âmbito acadêmico, sob o viés da *accountability* da comunicação a partir do público, ou seja, as formas que este dispõe de garantir que os meios de comunicação sejam responsáveis.

A Agência Nacional de Direitos da Infância – ANDI traz um resgate sobre este tema, apontando o papel central do rádio, que inaugurou as transmissões sem fio: “é somente com o rádio – já em fins do século XIX – que o problema do espectro eletromagnético se coloca de maneira definitiva” (ANDI, 2010, p. 28).

Neste mesmo relatório, a Agência explica que, naquela época, a preocupação em regulamentar o uso do espectro eletromagnético devia-se às interferências nas ondas de rádio transmitidas simultaneamente por militares, por empresas comerciais e por amadores. Em 1906, uma conferência internacional selou um marco na área, o *International Wireless Agreement*, e, em 1940 o rádio já superava a mídia impressa como principal veículo de comunicação de massa nos Estados Unidos (ANDI, 2010).

Jambeiro et al (2003, p. 125) identificam o marco inicial da preocupação com a regulamentação da área:

No caso específico dos serviços de telecomunicações, a intervenção do Estado nasceu tendo como base a concepção de que aqueles serviços utilizam um bem público – o espectro eletromagnético – sendo, desta forma, normal e necessário o controle exercido pelo Estado, ou por entidade para este fim constituída. [...] Dadas as limitações do espectro eletromagnético, que determina serem pouquíssimos os seus controladores, passou-se a escolher, por meio de critérios prévios e publicamente construídos, entre os que se candidatavam a cada licitação.

Entretanto, a regulamentação do setor ainda causa polêmica, não só do rádio, mas de todas as esferas da comunicação. Zylbersztajn (2008) frisa um ponto problemático na regulação da mídia: os empresários do setor denunciam como censura qualquer tentativa de regulamentação que não atenda aos seus interesses. Eles são favoráveis apenas a iniciativas no sentido de privilegiar a radiodifusão privada em detrimento da comunitária, o financiamento público, a abertura ao capital estrangeiro e a implementação

de determinado padrão de TV Digital, para citar alguns exemplos. Assim, o debate da constituição de um espaço público a partir dos meios de comunicação torna-se fundamental.

## **A CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO**

Desde o advento do rádio e da televisão, conforme aponta Romais (2001, p. 46), os governos já agiam “no sentido de preservar o poder daquilo que potencialmente podia determinar a direção da opinião pública e da vida da nação”. O autor afirma que os primeiros cinquenta anos de emissões (1915- 1965) correspondem à era do controle das nações sobre suas estruturas de rádio e televisão. O contexto da Primeira Guerra Mundial estimulou o desejo dos governos em utilizar a comunicação de massa para fortalecer as identidades nacionais. A chegada do satélite e os primórdios da televisão a cabo transformaram essa realidade, levando ao intercâmbio de programações entre os países e minando seu caráter essencialmente nacionalista (ROMAIS, 2001).

Aos poucos, identifica-se uma “revolução das comunicações”, que segundo Romais (2001, p. 47), cria um “deus todo-poderoso, que constitui e aproxima o mundo por meio do encantamento, sobretudo, das imagens”. O autor acredita que esta “revolução” possibilitou uma posição de destaque da comunicação no campo social por meio de institucionalização específica, em que ela apropriou-se da ação social de tornar público. Assim, a comunicação passa a ser elemento essencial “na construção da dimensão pública da sociedade contemporânea. Cada vez mais a atividade política transita e é exercida na dimensão pública da sociedade por meio do trabalho mediador da moderna comunicação” (ROMAIS, 2001, p. 48).

Essa realidade torna-se tão evidente, que alguns estudiosos da área passam a utilizar o termo espaço público midiático. Wolton

(2003) acredita que é viável falar em um espaço público midiático, na medida em que ele é funcional e normativamente indissociável do papel da mídia na contemporaneidade. Para este autor, o espaço público midiático vem exercendo uma função reestruturadora no que se refere às possibilidades de visibilidade das instituições, dando margem ao campo da recepção, da interpretação e das inter-relações entre comunicação e cultura. Porque a simples “globalização da informação”, pondera Wolton, “é mais frequentemente um acelerador das divergências de interpretação, simplesmente porque se havia esquecido a heterogeneidade dos receptores” (WOLTON, 2003, p. 22).

Coiro Moraes, Dellazzana e Kroth (2010) destacam que essa prometida autonomia dos sujeitos, conjecturada nos avanços tecnológicos que mundializaram o conhecimento, esbarra nas exclusões visíveis nas periferias do mundo. O que efetivamente se concretizou, segundo os autores, foi a globalização de pautas de informação e comportamento, sob o comando do mercado. Sobre este aspecto, os referidos autores afirmam que:

a ênfase na formação de uma opinião pública mundial, além do risco totalizante que contém em si, concretiza-se conceitualmente tão somente em torno de uma pulsão ou fetiche planetário pelos mesmos bens de consumo, normalmente simbolizados por marcas de identificação universal: as grifes (COIRO MORAES, DELLAZZANA e KROTH, 2010, p. 7-8).

Os autores acreditam que, nesse contexto, os meios de comunicação operam como dispositivos propagadores de uma simbologia própria, que se pode definir como a tendência a ‘mídiatizar’ a visibilidade social. Assim, a mídia oferece aos sujeitos a experiência de relações sociais organizadas de acordo com os meios de comunicação. Na nova ordem midiática, o conflito se dá num campo onde todos buscam legitimidade para seus discursos e o papel central exercido pela mídia inclui ainda uma

intencionalidade: estabelecer relações de interação com o campo da recepção (COIRO MORAES, DELLAZZANA e KROTH, 2010). Nessas condições, segundo os autores, são produzidas as nuances da interação entre os meios de comunicação e os sujeitos e é esse o enfoque desenvolvido a seguir.

## **○ PAPEL DO PÚBLICO NA MÍDIA: CONSUMIDOR *VERSUS* CIDADÃO**

Barros Filho (2003) afirma que falar sobre o que a mídia deve fazer só tem sentido se conhecidos seus efeitos junto à sociedade, para assim saber o que a mídia efetivamente faz. Para o autor, o discurso sobre a ética informativa do jornalismo, por exemplo, deve levar em consideração os processos individuais de recepção, os usos e gratificações buscados pelo receptor no consumo da informação, e os efeitos da produção informativa junto à sociedade.

A definição do termo recepção é ampla e, na área da comunicação, diz respeito a principalmente duas diferentes perspectivas. A primeira é usada para designar as relações entre os membros da audiência e os meios de comunicação; a segunda, para denominar a área de estudos sobre estas questões. Jacks e Escosteguy (2005) nomeiam algumas alternativas que surgiram para diferenciar a segunda alternativa, como: estudos qualitativos de audiência, estudos das mediações, uso social dos meios, práticas ou experiências midiáticas, teorias interpretativas da audiência, estudos dos efeitos, entre outros.

Para Fausto Neto (2002, p. 191): “Não temos domínio dos equipamentos teóricos e metodológicos para descrever e explicar o que se passa entre os protocolos de emissão e de recepção das mensagens”. Essa constatação é mais preocupante atualmente, quando o receptor vê seu papel passivo frente à mídia transformando-se em ativo.

Wolton (2006) corrobora esse viés, uma vez que acredita que a comunicação está vivendo a era do “triumfo do receptor”. Segundo o autor, os 70 anos de pesquisa em comunicação iniciados com o surgimento dos temores apontados pela Escola de Frankfurt, possibilitaram a conclusão de que o receptor não é facilmente manipulado pela mensagem: “endereçada a todo mundo, a mesma mensagem não é recebida da mesma maneira por todos” (WOLTON, 2006, p. 33). Desta forma, o receptor é considerado o grande enigma da comunicação e o interesse por ele é crescente com a globalização da informação e da comunicação.

Sob a ótica do receptor entendido como cidadão, Canclini (2001) contribui ao constatar que as formas de exercer cidadania foram afetadas pelo consumo. Estudando o consumo em diferentes culturas, o autor constatou que houve uma alteração importante neste cenário:

Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertencem e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses – recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que nas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos (CANCLINI, 2001, p.37).

Nessa afirmação, é possível constatar que o receptor é alvo da mídia muito mais em função do exercício do consumo do que da cidadania. O autor enfatiza o caso das campanhas eleitorais, em que não parece estranho ao público ser convocado como consumidor em embates de imagem e pesquisas de marketing, quando o objetivo a ser alcançado, o voto, é um direito e dever do cidadão.

Contudo, a aplicação desses preceitos não é tarefa fácil. Para que coexistam os três fatores elencados por Canclini (2001), é necessário previamente reposicionar o mercado na sociedade, além de reconquistar o espaço público (que estaria concentrado nas



mãos dos poucos empresários da mídia), e, o mais importante para esta tese, reconquistar o interesse do público. Canclini (2001) afirma que o consumo serve para pensar, como uma atividade de aprendizagem da vida social.

Há indícios de que algo está acontecendo neste sentido, em uma perspectiva otimista. O surgimento da temática da responsabilidade social estaria ligado a uma exigência da população por ações mais solidárias das empresas, porém, muitos autores ainda consideram a mobilização da sociedade incipiente.

Nosty (2008) acredita que, apesar desse prelúdio recente ao papel ativo do receptor, a mídia pode provocar efeitos de grande alcance na sociedade e nos indivíduos, mantendo-os como consumidores a maior parte do tempo. Daí o foco no papel ativo do receptor da mídia, de um lado agindo como cidadão, ao provocar a accountability das empresas – na medida em que o cidadão seria responsável por cobrar das empresas um comportamento socialmente responsável – e, de outro lado, agindo como consumidor, tanto das empresas como da mídia, que agendam na esfera pública a temática da responsabilidade social.

Assim, o termo recepção neste estudo refere-se aos aspectos complexos e contraditórios inerentes a todo o processo de comunicação humana. Ou seja, o receptor é visto ao mesmo tempo como consumidor e como cidadão, a partir da abordagem de Canclini, para quem “o consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 2001, p.83). Neste sentido, mais do que expandir a produção e ajudar a manter a força do trabalho, de possibilitar a diferenciação e a comunicação, o consumo se constitui em via de reflexão.

Sendo assim, o consumo depende do contexto em que o consumidor está inserido, não é algo irracional e sim dependente da

cultura coletiva a qual se pertence. Esta definição é pertinente, pois torna possível estabelecer uma relação com a cidadania, na medida em que o indivíduo reflete sobre o ato de consumir e suas possíveis consequências, como o consumo excessivo, tão debatido hoje.

A questão das interações entre a sociedade e a mídia vem sendo estudada desde o início do século XX. Contudo, mudanças nas práticas de comunicação e cultura e o contexto social marcado por novas tecnologias refletem em diferentes enfoques ao tema. Naquela época, o domínio do emissor sobre o receptor era considerado absoluto, em uma relação de poder na qual este último se mantinha passivo.

Sobre este aspecto, Fausto Neto (2002) contribui ao afirmar que os primeiros projetos de leitura crítica da comunicação baseavam-se na hipótese da urgência em formar o campo da recepção para que pudesse estar preparado para enfrentar os “perigos” da indústria cultural. Após este período, o campo das políticas de comunicação se interessa pelo campo da recepção, quando temas como resistência e cultura de contraposição e receptor ativo surgem como ênfases de estudos.

A despeito dessa segmentação, é possível apontar o início do desenvolvimento de estudos de recepção dos meios de comunicação como um campo específico a partir do surgimento da temática das culturas populares (ESCOSTEGUY, 2002). A autora afirma que somente a partir do final dos anos 80 (século XX) a pesquisa em comunicação descobriu e celebrou um sujeito-receptor que ressignificava as mensagens midiáticas, ou seja, que negociava e resistia à lógica dos meios.

Contudo, a autora constata que, desde a década de 70, a pesquisa brasileira sobre as práticas de recepção midiática pode ser considerada um foco de atenção permanente. Algumas modifica-

ções ocorreram neste período tornando possível a identificação de enfoques distintos, embora não sucessivos nem excludentes.

Inicialmente, segundo Escosteguy (2008), a pesquisa de recepção é desenvolvida de forma dispersa academicamente, permeando os departamentos de comunicação, psicologia, sociologia, educação. Este período, que compreende os anos 70 e 80, contempla diversos autores sem que haja uma unidade teórica. Já no final dos anos 80, essa temática está consolidada como uma temática de investigação no campo acadêmico da comunicação. A autora afirma que a novidade nesse momento foi a associação da recepção com um processo complexo onde não existe apenas reprodução, mas também a negociação de sentidos e distintos usos sociais da mídia.

Para Escosteguy (2008), essa mudança no enfoque teórico tem relação com as ideias de Martín-Barbero, que constrói outro entendimento do processo de comunicação. As pesquisas empíricas que se embasam nesse novo marco teórico concentram-se nas práticas de recepção cotidianas de um grupo, nele observando o uso de um meio ou a recepção de um programa – em especial a televisão e a telenovela.

No final dos anos 90, a autora afirma que há forte atenção ao contexto dos receptores e enfraquecimento do interesse em relação ao conteúdo dos programas. Este período se caracterizou pela preponderância do papel dos meios na vida cotidiana, transferindo o objeto central de estudo para as culturas e comunidades nas quais se observa a presença desses meios, o que, de maneira geral, define os anos 70 como um período dedicado aos meios e os anos 90 como um período dedicado aos receptores. A reação a esta novidade foi uma série de críticas ao descaso com o poder da mídia.

## PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

No que concerne o papel da sociedade como agente de accountability, acredita-se que há uma aparente desinformação nacional sobre a questão. O público também tem responsabilidades perante as questões sociais e precisa se engajar nestas ações, pois enquanto se eximir deste papel estará sendo ele mesmo antiético e cúmplice das possíveis irresponsabilidades das empresas do setor. O papel do cidadão como agente de accountability torna-se, então, central para a garantia da responsabilidade destas.

Sobre a questão do cidadão contemporâneo, Wolton (2006) acredita que dois fenômenos concomitantes devem ser considerados: o primeiro diz respeito ao grande volume de informações trocadas entre indivíduos cada vez mais informados em sociedades cada vez mais democráticas. O segundo fenômeno é que nestas sociedades democráticas o cidadão é também um consumidor confrontado com escolhas cada vez mais numerosas.

Neste cenário, os indivíduos são hiperestimulados a agirem como consumidores e hipoestimulados a agirem como cidadãos, dificultando o engajamento da sociedade no debate público da temática sobre a regulamentação da mídia. Diante disso, surge a necessidade do público assumir o papel de agentes da sociedade, exercendo a cidadania através do exercício da accountability.

Ela constitui o maior fórum de comunicação política, onde se concretizam as relações entre o poder estabelecido e a coletividade, mas cujo acesso é privilégio de poucos. Como forma de equilibrar este acesso, a Constituição Federal de 1988 prevê três formas de radiodifusão no Brasil, que deveriam ter a mesma importância: pública, estatal e privada. A pluralidade de emissoras públicas é o meio mais indicado para a manutenção de espaços democráticos de discussão e o estímulo ao exercício da accountability da mídia por parte do público.

Silveira (2009, p.46) acredita que o avanço da tecnologia das telecomunicações pode abrir o caminho para esta realidade:

Boa parte das melhores frequências do espectro será devolvida ao Estado quando as transmissões analógicas da TV forem encerradas. Cabe aos pesquisadores da comunicação mostrar à sociedade brasileira as possibilidades de transformar estas faixas do espectro em uma grande via pública, em um espaço aberto. Isto poderá ampliar o potencial criativo comunicacional, tecnológico e cultural da sociedade brasileira.

Sendo assim, as pesquisas nessa área devem ser incentivadas já nos cursos de graduação em Comunicação Social, os alunos de iniciação científica devem ser estimulados a refletir sobre a relevância do tema, a partir de disciplinas como políticas de comunicação, comunicação comunitária, sociologia da comunicação e projetos de extensão universitária em comunicação. Esse estímulo deve ser compartilhado em outras áreas que estudam o tema como o direito, a sociologia e as tecnologias da informação.

## NOTAS

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela PUC-RS. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Unisinos, RS

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – ANDI. **Regulação de mídia e direito das crianças e adolescentes**: uma análise do marco legal de 14 países latino-americanos, sob a perspectiva da promoção e proteção. Brasília: ANDI, 2010.

ALESSIO, R. **Responsabilidade social das empresas no Brasil**: reprodução de postura ou novos rumos? Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

BARROS FILHO, C. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus. 2003.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

COIRO, A; DELLAZZANA, A e KROTH, M. **Demandas de cidadania nas cartas de leitores**: a intervenção dos receptores no processo de *accountability* midiático. **Anais do X Congresso da ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación**. Bogotá: X ALAIC, 2010.

ESCOSTEGUY, A. C. Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. **Cyberlegenda**, no 7, 2002. Disponível em <<http://www.uff.br/mestcii/carolina1.htm>> Acesso em 03 de dezembro de 2008.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e gênero**: a aventura da pesquisa. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

FAUSTO NETO, A. A pesquisa vista de dentro de casa. In: WEBER, M. H.; BENTZ, I; HOHLFELDT, A. (orgs.) **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Compós/Sulina, 2002.

JACKS, N. e ESCOSTEGUY, A. C. D. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

JAMBEIRO, O et al. Estratégias de controle da mídia: o caso da radiodifusão no Estado Novo – 1937/1942. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación** Vol.V, n.3, Sep./Dic. 2003

PERUZZO, C. Radio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel. (org). **O retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

ROMAIS, A. Mídia, democracia e esfera publica. In: JACKS, N. **Tendências na comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 2001.

SILVEIRA, S. Espectro aberto e mobilidade para a inclusão digital no Brasil. In: LEMOS, A e JOSGRILBERG, Fabio (orgs). **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador : EDUFBA, 2009

WOLTON, D. **Internet, e depois?** uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ZYLBERSZTAJN, J. **Regulação de mídia e colisão entre direitos fundamentais**.

Dissertação (Mestrado em Direito) – Departamento de Direito do Estado da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2008. Disponível em <<http://www.direitoacomunicacao.org.br>>. Acesso em 15 out. 2008.

# Conhecendo a audiência: a relevância das rádios comunitárias e a pesquisa de opinião pública<sup>1</sup>

Barbara Tatiane de Avila Santos<sup>2</sup>

Maria Cândida Noal Cassol<sup>3</sup>

Patrícia Milano Persigo<sup>4</sup>

“A comunicação é para todos e o direito é de todos” (GIRARDI E JACOBUS, 2009, p.10), assim inicia a apresentação da Cartilha “Para fazer rádio comunitária com ‘C’ maiúsculo”. Apesar de esta constatação ser tão simples, sabemos que a realidade social e cultural de nosso país não a reflete. Segundo dados do Portal Brasil<sup>5</sup>, por exemplo, o país ainda apresenta 10% da população analfabeta. Dessa maneira, podemos refletir sobre esse dado e questionar as possibilidades de manifestação e participação social e política desta e de outras parcelas da população. É nesse cenário que inserimos e destacamos a relevância das rádios comunitárias, que podemos observar como espaços de troca de opiniões e manifestações diversas, democratizando a informação e alertando os indivíduos em relação às mazelas daquela comunidade e, até mesmo, da necessidade de mobilização.

Neste artigo, analisamos a relação da Rádio Comunitária Nova Palma<sup>6</sup>, situada no município de Nova Palma, RS, com os seus ouvintes através de uma pesquisa de opinião pública realizada no

primeiro semestre de 2011. Através da pesquisa, procuramos traçar o perfil dos ouvintes da emissora de rádio e desvendar a sua percepção sobre a programação da mesma. Assim, objetivamos, como comunidade científica, contribuir, com conhecimento concreto, para a qualificação da Rádio e estreitamento da sua relação com os ouvintes. Além disso, ensinamos colaborar com o Programa de Extensão “Fazer Midiático e a Apropriação de Tecnologias da Informação em Rádios Comunitárias – PROEXT 2010” desenvolvido pelo curso de Comunicação Social da UFSM.

Este trabalho baseia-se em uma pesquisa bibliográfica, o que inclui a leitura de outros artigos sobre o tema, e pesquisa de campo, a partir da realização de entrevistas com os moradores da área urbana de Nova Palma. Além disso, buscamos também pesquisar, via internet, sobre outras rádios comunitárias do país e sobre a própria emissora em estudo, o que foi importante em termos de contextualização.

A estrutura do artigo está dividida em duas partes principais. A primeira, apoiada em um embasamento teórico, descreve a trajetória das rádios comunitárias no Brasil, bem como a importância da pesquisa de opinião pública (POP). Já a segunda, visa a mostrar o trabalho de campo realizado na cidade de Nova Palma-RS pelos alunos do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Esta pesquisa ocorreu durante o primeiro semestre de 2011, como avaliação da disciplina de Pesquisa de Opinião Pública ministrada pelas professoras Patrícia Milano Pérsigo e Laura H. Wottrich.

## **RÁDIOS COMUNITÁRIAS: HISTÓRICO E COMPREENSÃO**

No *site* do Ministério das Comunicações (Governo Federal do Brasil), rádio comunitária aparece como “um tipo especial de emissora de rádio FM [...] criada para proporcionar informação, cultu-



ra, entretenimento e lazer a pequenas comunidades”. Entretanto, basta uma pesquisa rápida, mesmo que *online*, para descobrir que a história das rádios comunitárias no país é marcada por uma trajetória conturbada e, até hoje, permeada por leis que, algumas vezes, são contestáveis.

As rádios livres começam a surgir no Brasil por volta dos anos setenta 70, em plena ditadura militar. Algumas pioneiras são a Rádio Paranóica, de Vitória (ES); Rádio Spectro, de Sorocaba (SP) e RCG-Rádio Globo de Criciúma (SC). O momento era de tensão, principalmente em torno dos meios de comunicação, controlados totalmente pelo Estado à época, o que fez com que o movimento fosse crescendo gradativamente. Com o final do regime militar, aparecem vários outros nomes de rádios livres na cena do país, Rádio Totó, Rádio Ternura, Rádio Xilik, Rádio Trip, só para citar alguns exemplos. Durante a década de oitenta 1980, entretanto, essas emissoras de rádio tinham um caráter muito diferente do que as rádios comunitárias têm hoje. Eram formadas, principalmente, por jovens, muitas vezes, entediados e que buscavam uma forma de entretenimento e aventura. Mas, não podemos deixar de lado o caráter contestatório dessas iniciativas, como expõe Peruzzo (1998, p.6):

[...] as rádios livres, mesmo que algumas possam ter sido decorrência de aventuras sem maiores pretensões políticas, são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço. Elas contribuem para o debate sobre a estrutura anti-democrática dos meios de comunicação de massa no Brasil, que também teria lugar na Assembléia Nacional Constituinte, mas nunca veio a empolgar amplos setores representativos da sociedade, nem conseguiu grandes avanços no texto da nova Lei Magna promulgada em 1988. Esta apenas estatuiu que a concessão de canais deveria ter a aprovação do Congresso e a criação do Conselho Nacional de Comunicação.

No início da década de noventa 1990, contudo, começaram a aparecer as chamadas rádios comunitárias, com formato semelhante ao que encontramos atualmente. Nomes importantes da década são a Rádio Livre Paulicéia, de Piracicaba (SP) e a Rádio Novos Rumos, em Queimados (RJ). Algumas características dessas rádios é que funcionam sem fins lucrativos, são geridas por coordenadores da própria comunidade e têm a sua programação dedicada, principalmente, à comunidade em que estão inseridas.

O movimento das rádios comunitárias ganhou força e, assegurados pelos direitos que garantem a liberdade de expressão, comunicadores populares e entusiastas da causa foram organizando-se, até que, em 1996, surgiu a ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária. Após intensas reivindicações, foi promulgada a Lei 9.612, no dia 19 de fevereiro de 1998, que:

[...] institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, sonora, em Frequência Modulada. Permite uma potência de no máximo 25 Watts e antena não superior a 30(trinta) metros. As entidades representativas das rádios comunitárias reivindicam 50 Watts. Outros pontos de divergências são: Quanto ao número de emissoras, a lei prevê apenas uma rádio por localidade. As entidades querem fixar o número entre duas e doze para cada município, em função do tamanho da população. Quanto à obrigatoriedade de todas as emissoras operarem na mesma frequência, no país todo. Para o movimento de rádios comunitárias isso vai gerar 'colisão' ou interferência de sinais. Outro limite não aceito para o referido movimento é a proibição de formação de rede, o que possibilitaria a transmissão conjunta de eventos culturais, esportivos e educativos de interesse de um conjunto de localidades (PERUZZO, 1998, p.12).

Uma vez que as rádios comunitárias, mesmo já regulamentadas, ainda são confundidas com rádios piratas, é cabível uma explicação mais detalhada sobre o seu real funcionamento. Para ser comunitária, uma rádio precisa, dentre outras características: pertencer a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos

(qualquer recurso arrecadado deve ser utilizado em benefício da rádio e/ou da comunidade) e com sede na localidade da prestação de serviço; ter como finalidade o atendimento à comunidade beneficiada; priorizar as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício da comunidade; democratizar a comunicação através da capacitação técnica de moradores da comunidade.

Nesse contexto, não podemos desconsiderar a importância das rádios comunitárias como instrumento de expressão da população brasileira. Em um país onde é visível a força da mídia hegemônica, não podemos ensurdecer-nos para o que aqueles, mesmo que menores, têm a dizer. Peruzzo (1999) já salienta a importância dessas rádios, uma vez que o próprio fazer comunicacional está atrelado aos moradores de determinado local. As dúvidas, questionamentos e discussões partem deles, para esses mesmos indivíduos. Dessa forma, as emissoras constituem-se como um bem público, dando sentido à coletividade e fortalecendo os laços sociais.

Manzano *apud* Peruzzo (1999, p. 11) afirma-nos que a rádio comunitária caracteriza-se por

pertencer a comunidade, ser organizada, dirigida, pautada e operada pela comunidade e que, apesar de ser constituída e feita totalmente para a comunidade onde está inserida, poderá contar com profissionais do mercado, quando julgar necessário.

Será através deste canal que a comunidade terá voz, não só para manifestar-se sobre questões que afligem determinado local, como também um espaço para divulgação cultural e educacional. Além deste fluxo de informações, as rádios comunitárias desempenham um importante papel no sentido de

[...] aprendizado da cidadania, ao proporcionar mecanismos para participação da população nas várias etapas do processo de comunicação, tais como na gestão dos veículos e no planejamento e produção de programas (PERUZZO, 1999, p. 14).

Temos consciência das possibilidades e dos limites oferecidos pelas rádios comunitárias. No entanto, encontramos justamente aqui o nosso papel de futuros comunicadores. Assim, buscamos conhecer a realidade da Rádio Comunitária Nova Palma e, a partir dos resultados da pesquisa de opinião pública, fornecer subsídios para a melhoria do processo comunicacional da rádio em questão.

## **A PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA**

A pesquisa de opinião pública (POP) apresenta-se como um importante instrumento de investigação para a sociedade contemporânea. Tendo em vista que o ser humano está constantemente buscando sanar suas inquietações ou curiosidades, essa ferramenta surge como uma forma de “ir atrás”, encontrar as respostas ou descobrir novos caminhos.

Novelli (2009) assinala que a pesquisa de opinião é um método essencialmente quantitativo que possibilita a coleta de grande quantidade de dados a partir de entrevistas sobre uma dada realidade. Em linhas gerais, podemos considerar que a POP é um esforço dirigido com vistas à obtenção de um determinado conhecimento. Autores como Kunsch (2003), Bueno (2003) e Veronezzi (2002) já argumentam sobre a importância deste método. É a partir do conhecimento da opinião dos públicos sobre um fato ou problema que será possível traçar estratégias buscando as soluções adequadas.

Como método de investigação, é importante que seja definido um plano detalhado das etapas que envolverão a realização da pesquisa de opinião. Neste planejamento são identificadas as estratégias a serem adotadas, a fim de que os objetivos sejam alcançados. O planejamento visa assegurar os níveis de consistência interna ao processo, a fim de possibilitar o alcance dos objetivos pretendidos e evitar incoerências que possam comprometer os resultados obtidos (NOVELLI, 2009, p. 165).

Sabemos que a opinião pública não se trata da soma das opiniões particulares, mas de uma opinião fruto de discussões em um grupo social, tendo como resultado a formulação de juízos e atitudes. Dessa maneira, uma pesquisa de opinião pública auxilia-nos a conhecer o estado de espírito de determinados públicos através de técnicas aplicadas a uma amostra representativa da população.

Novelli (2009) aponta que o primeiro passo para a elaboração de um projeto de pesquisa de opinião é a identificação do problema, seguido da definição dos objetivos, do levantamento da situação e da identificação do universo, assim como da seleção da amostra. O pesquisador, que deseja iniciar seu trabalho, precisa “reunir o maior número possível de informações disponíveis sobre o assunto [...]. Essa medida visa à ampliação de possibilidades de enfoque do tema abordado” (NOVELLI, 2009, p. 167). Sendo assim, todas essas informações servirão como base para as etapas seguintes que são: a elaboração do formulário, a aplicação do pré-teste e suas correções, o treinamento dos entrevistados e o trabalho de campo. Uma POP será concluída a partir da tabulação dos dados e da geração de gráficos e tabelas, o que possibilitará a análise e a interpretação dos resultados pelo pesquisador para a divulgação dos resultados posteriormente.

No primeiro semestre de 2011, a disciplina de Pesquisa de Opinião Pública foi ofertada aos acadêmicos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria. Assim, como uma atividade prática foi proposta a realização de uma Pesquisa de Opinião Pública, a qual resultou no projeto “Identificação do perfil dos ouvintes da Rádio Comunitária Nova Palma”. Além da disciplina, o PET de Ciências Sociais Aplicadas (CiSA) também esteve envolvido nas atividades. A escolha da Rádio Comunitária Nova Palma baseou-se no seu reconhecimento pela população da região e também por existir há mais de dez anos.

### ***1.1. Projeto de POP: identificação do perfil dos ouvintes da Rádio Comunitária Nova Palma***

O projeto da pesquisa de opinião objetivou, primeiramente, conhecer o perfil da audiência, ou seja, verificar o perfil sociodemográfico dos ouvintes, compreender os hábitos de consumo da Rádio e investigar as demandas de interação em relação ao veículo. Nesse sentido, através da pesquisa, é possível ouvir a população, conhecer a realidade, identificar as deficiências e potencializar as qualidades. A avaliação dos resultados obtidos, por sua vez, culminou em um conhecimento mais concreto para intervir na realidade local e estreitar o elo entre a rádio e seus ouvintes.

Seguindo as etapas propostas por Novelli (2009), buscamos conhecer o contexto em que se situava o nosso objeto empírico: a cidade de Nova Palma. Município com área de 352,15 km<sup>2</sup>, localizado na região centro do Estado do Rio Grande do Sul, conhecida como Quarta Colônia. Nova Palma possui cerca de 3.000 mil habitantes residentes na zona urbana, sendo 50,4% do sexo feminino e 49,6% do sexo masculino, de acordo com o SENSU de 2010 realizado pelo IBGE. Estrutura-se em uma cidade tipicamente de interior, marcada pela forte atividade agrícola e alto índice de idade da população. Possui um alto índice de IDH, com o valor de 0.803, indicando uma boa qualidade de vida da população. Há escolas de nível infantil, fundamental e ensino médio, sendo todas da rede pública. Não possui instituição de ensino superior e o nível de analfabetismo da população é baixo, sendo o maior índice, 5,72% da população, para adultos acima de 25 anos.

É inserida nessa cidade do interior que surge a Rádio Comunitária Nova Palma, uma das mais antigas da região. Fundada em 1998 por 18 conterrâneos, foi inaugurada, oficialmente, apenas em 2003, quando recebeu a autorização no Ministério das Comunicações para funcionar conforme a legislação. Desde então, inicia suas atividades às 7h e encerra às 20h, diariamente. A Rádio tem como

objetivo promover e divulgar as manifestações culturais, locais e regionais da comunidade através dos serviços de radiodifusão. Sua programação volta-se para a realidade local e busca estabelecer laços para além da transmissão do sinal radiofônico a partir da realização de eventos, como a comemoração pelo Dia do Trabalhador, Dia do Vizinho e do aniversário da Rádio, por exemplo.

Partimos do pressuposto de que, na comunicação, a atividade do pesquisador isolado em um ambiente fechado, distante dos indivíduos e de suas necessidades, não corresponde à ideia contemporânea de atuação deste profissional. Acreditamos que, para ser completo, além da competência técnica, também é necessário que ele saiba olhar a sua volta e identificar potencialidades do benefício coletivo. Sendo assim, a UFSM busca cumprir o seu papel junto à comunidade, exemplo disso é a pesquisa realizada por acadêmicos da instituição que integra o programa de extensão “Tecnologia social para inclusão e apropriação do fazer midiático por associações de rádios comunitárias”, coordenado pela Prof. Dra. Maria Ivete T. Fossá. Desde o primeiro semestre de 2011, o programa tem como objetivo desenvolver e qualificar as rádios comunitárias existentes nas comunidades dos municípios da Quarta Colônia.

Nesse contexto, identificamos, na oportunidade de realização desta pesquisa, mais do que uma ferramenta de aproximação dos acadêmicos com a comunidade. Ela também propicia a obtenção de informações importantes através da opinião da população, conhecendo a sua realidade e entendendo como ela vê, relaciona-se e participa da programação da rádio. Essas informações possibilitam a identificação das deficiências e qualidades apresentadas pelo veículo em questão.

## **1.2. Metodologia**

Para a realização da pesquisa foi organizada uma divisão das funções entre os alunos da disciplina de Pesquisa de Opinião Pública.

Sendo assim, formaram-se as equipes de Formulação do formulário, Aplicação da pesquisa, Tabulação dos resultados e Análise e interpretação dos resultados. Com exceção do grupo responsável pela aplicação, que, por ser considerado trabalho de campo, exigia um número maior de alunos, os demais continham cerca de onze alunos cada.

Consideramos que o universo a ser pesquisado diz respeito às pessoas que detêm algum grau de informação sobre o tema (NOVELLI, 2006). Neste caso, nosso universo foi constituído pelos habitantes de Nova Palma. Como forma de delimitação, a pesquisa restringiu-se à população urbana do município composta por 3.083 habitantes (IBGE, 2010), adotando, como margem de erro, cinco pontos percentuais. A forma de abordagem adotada foi a entrevista pessoal (NOVELLI, 2006), com visitação à comunidade.

A partir dos dados iniciais, os grupos calcularam uma amostra de 354 entrevistados. O formulário elaborado continha 19 questões, entre abertas e fechadas, divididas em três partes. Em primeiro lugar, foram colocadas perguntas para identificar o perfil do público ouvinte. No segundo momento, as questões revelariam a frequência com que a pessoa ouve a rádio, e, na última parte, foram elencadas perguntas relacionadas especificamente à Rádio Comunitária Nova Palma. Neste último caso, elas tiveram como objetivo identificar o programa mais ouvido, o nível de atenção e identificação do entrevistado com a rádio, a credibilidade das informações e, por fim, as possíveis mudanças sugeridas.

### ***1.3. O trabalho de campo***

No sábado, 11 de junho de 2011, a turma partiu rumo à Nova Palma para realizar as entrevistas, totalizando 34 pessoas no trabalho de campo. Os alunos foram divididos em grupos e, para facilitar a localização, cada aluno recebeu um mapa da cidade com a sua região de pesquisa destacada.



A forma de divisão em grupo facilitou bastante a pesquisa, pois permitiu que todas as regiões da cidade fossem contempladas, já que partimos de uma amostragem probabilística. Alguns grupos dividiram as quadras individualmente, o que trouxe alguns imprevistos. Por exemplo, alguns alunos ficaram responsáveis por aplicar a pesquisa em quadras onde a presença de casas habitadas era praticamente inexistente (muitos ginásios, supermercados, terrenos baldios, etc.). Assim, foi necessário que os alunos se reordenassem de forma a aplicar mais formulários em quadras com maior número de habitantes. Esse imprevisto fez com que combinássemos a amostragem probabilística com a não-probabilística por acessibilidade (GIL, 2006) para que conseguíssemos atingir o número de entrevistas planejadas.

Os moradores mostraram-se bastante solícitos em atender os alunos da UFSM, uma vez que já tinham recebido a informação sobre a presença dos acadêmicos na cidade e qual o motivo, através da própria Rádio. Apesar do tempo limitado para a aplicação e de alguns percalços encontrados, julgamos que o resultado dessa fase do trabalho foi positivo. Através do contato direto com os habitantes de Nova Palma, foi possível identificar algumas particularidades sobre a Rádio, assim como uma aprovação geral ao veículo.

A etapa seguinte, de tabulação dos resultados, consistiu na compilação das respostas obtidas, de forma a serem padronizadas e codificadas. O grupo responsável contabilizou as respostas e, com o auxílio do programa Excel, gerou os gráficos que, posteriormente, seriam submetidos à análise. Aqui, algumas falhas na elaboração das questões, bem como na aplicação da pesquisa, foram detectadas.

A quarta e última etapa na realização da pesquisa de opinião pública é a análise dos resultados, que visa, além da descrição dos resultados encontrados, a sua interpretação. Com o relatório da

análise em mãos, a pesquisa justifica a sua aplicação como ferramenta que possibilita detectar possíveis falhas e também qualidades do objeto em estudo.

#### ***1.4. Avaliação dos resultados***

Através da análise dos dados coletados na pesquisa, foi possível delinear o perfil da audiência da Rádio Comunitária Nova Palma. Os ouvintes são, em sua maioria, mulheres adultas, casadas, pertencentes às classes C e D e que trabalham como donas de casa. O local habitual em que escutam a rádio é suas próprias residências.

Foi possível constatar um alto índice de audiência, uma vez que 91% dos entrevistados têm o hábito de escutá-la. A fidelidade ao veículo é bastante forte, pois 80% da amostra escuta a Rádio, pelo menos, uma vez por semana. O horário com maior audiência é no turno da manhã (61,7%), o que pode ser justificado pela presença de um locutor em específico, muito elogiado pelos entrevistados. Vale ressaltar que esta pessoa da manhã é habitante da comunidade e está na Rádio desde a sua fundação. Pensamos que esses motivos justificam o fato de 83% da amostra dar total credibilidade às informações transmitidas por ele. A locutora da tarde é uma profissional contratada com formação na área de Jornalismo, o que reitera o fato de, segundo Manzano apud Peruzzo (1998), efetivar-se a contratação de profissionais do mercado, quando necessário, para o melhor funcionamento das rádios comunitárias.

Quanto à programação da Rádio, constatamos que 62% da amostra considera que é boa, mas a maioria não tem vontade de participar. Pensamos que, com a realização da pesquisa, será possível efetuar algumas modificações na programação conforme a vontade dos ouvintes. Assim, o índice de participação, provavelmente, tenderá a aumentar.

Acreditamos que, com a realização da pesquisa e da análise dos dados, os responsáveis pela Rádio Comunitária Nova Palma poderão melhor atender às necessidades de seu público-alvo, a comunidade. Assim sendo, será possível qualificar a sua relação com os ouvintes e despertar um desejo maior de participação da audiência, aspecto de grande relevância para as rádios comunitárias.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Consideramos que o projeto obteve um resultado satisfatório para a Universidade, por ter gerado aproximação com a comunidade em que está inserida e uma troca de conhecimentos entre acadêmicos e sociedade. Além disso, é de grande valia a contribuição da atividade para o crescimento profissional dos alunos integrantes deste projeto. Já a utilização da pesquisa de opinião pública como instrumento de trabalho, revelou-se adequada uma vez que poderá (e deverá) auxiliar os responsáveis pela Rádio Comunitária Nova Palma a qualificar e/ou readequar a sua programação. Também serviu como instrumento de mediação entre a população e a própria Rádio, podendo gerar maior aproximação entre eles daqui para frente.

É inegável que, através da prática, foi possível identificar algumas questões contraditórias ao que vemos na teoria. Acreditamos, com base no exemplo de Nova Palma, que as rádios comunitárias funcionam, sim, como veículos pertencentes à comunidade, mas que nem sempre atendem às necessidades da mesma. Como forma de contribuir, sugerimos um novo planejamento da programação com vistas a atender uma faixa etária maior do que a que vem sendo atendida hoje.

Por fim, ressaltamos que o projeto de pesquisa de opinião desenvolvido trata-se de um primeiro e importante passo para a

inserção da comunidade acadêmica nas comunidades. Deixamos registrada, aqui, a importância e a necessidade de expansão desta prática através da realização de outras pesquisas em diferentes localidades da região, para que o fazer destas rádios comunitárias realmente represente a democratização da comunicação.

## NOTAS

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Comunicação Social Relações Públicas/Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: bahavila@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria, email: maria\_cassol@hotmail.com

<sup>4</sup> Professora substituta da disciplina de Pesquisa de Opinião Pública da UFSM durante o 1º sem. de 2011. Doutoranda e Mestre em Comunicação Midiática pelo PPG-COM/UFSM, especialista em Marketing e Recursos Humanos (FAMES) e graduada em Comunicação Social – Relações Públicas (UFSM). patriciapersigo@gmail.com

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/sobre/educacao/educacao-de-jovens-e-adultos/programa-brasil-alfabetizado-pba> Consultado em: 14/07/2011.

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.radionovapalma.com/> Consultado em: 14/07/2011.

<sup>7</sup> O Programa é coordenado pela Profª Drª Maria Ivete Trevisan Fossá. Mais informações podem ser obtidas no e-mail: fossa@terra.com.br

## REFERÊNCIAS

- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1994.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

NOVELLI, Ana Lucia R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

PERUZZO, Cecília M.K. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>. Consultado em: 11/07/2011.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados graficamente como são utilizados na mídia**. São Paulo: Flight Editora, 2002.

Sítio da prefeitura de Nova Palma. Disponível em: <http://www.novapalma.rs.gov.br/portal1/intro.asp?iIdMun=100143263> Consultado em: 04/06/2011.

Sítio da Rádio Comunitária Nova Palma. Disponível em: <http://www.radionovapalma.com/> Consultado em: 05/06/2011.

Sítio IBGE Cidades. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Consultado em: 05/06/2011.



# As personagens-tipo do rádio

Ana Luiza Coiro Moraes<sup>1</sup>

## AS PERSONAGENS E OS TIPOS

— “Eu sou Dioniso!”, disse Téspis, com o rosto coberto por uma máscara, do alto da carroça que servia de palco para a sua apresentação na Grande Dionisiaca de 534 a.C<sup>2</sup>. O que registra a história do “carro de Téspis” é o próprio nascimento da *personagem*, coincidente — e condição — ao surgimento do teatro.

Este artigo busca nas personagens do teatro, sobretudo nas representações populares da *commedia dell’arte*, no folhetim e no *fait divers* a herança estética das personagens das radionovelas e dos programas de auditório da Era de Ouro do rádio. Contudo, além disso, propõe que, transitando entre formatos e gêneros do factual e do ficcional, há uma tipologia de personagens que até hoje se fazem presentes nos espetáculos radiofônicos.

Identificam-se essas *personagens-tipo* nos programas que alçam sujeitos comuns à visibilidade midiática, através de sua inserção em algum *espetáculo de realidade*: novo gênero que inclui o formato *reality show* da televisão, mas, também, as cartas e depoimentos a seções de leitores de jornais e revistas ou a *blogs* da internet, bem como as participações de ouvintes em programas de rádio de

cunho “assistencialista”, por exemplo. Trata-se da própria cultura da mídia referendando narrativas e personagens e, dessa forma, oferecendo o protagonismo midiático ao sujeito comum, como já se apontou em outro momento:

Considera-se que a premissa histórica para o protagonismo — o direito à expressão do sujeito comum, hoje exacerbado em culto à personalidade — localiza-se no movimento romântico e que os espetáculos de realidade são herdeiros da estética do folhetim (este mesmo uma exacerbação emocional da proposta romântica) e do *fait divers*, a fórmula folhetinesca do jornalismo. Por isso, o sujeito comum, no momento em que emerge do seu lugar de receptor para tornar-se personagem midiática, busca seus modelos de atuação nas personagens-tipo que ali tiveram sua origem e que se consolidaram, depois, nas rádios e telenovelas (COIRO MORAES, 2008, p. 7).

Apresenta-se, então, uma proposta de mapeamento das personagens-tipo do rádio, fazendo referência tanto aos seres ficcionais, encontrados nas radionovelas, quanto às pessoas que ocupam algum papel na cadeia produtiva dos espetáculos radiofônicos, sejam eles informativo-opinativos, sejam eles de entretenimento.

Antes disso, porém, é preciso delimitar o que se está chamando de personagens-tipo. Para tanto, volta-se à linha de tempo histórica do conceito de personagem, mais precisamente a 1927, quando E. M. Forster (1974, p. 36), na intenção de estabelecer “a diferença entre as pessoas na vida cotidiana e as pessoas nos livros”, propôs a até hoje clássica distinção entre tipos de personagens, cunhando as expressões *plana* e *redonda*.

Assim, resume Moisés (1974), as *personagens redondas* apresentam várias qualidades ou tendências, são complexas e dificilmente redutíveis a simplificações. As *personagens planas*, ao contrário, sem qualquer profundidade psicológica, são construídas em torno de uma só idéia ou qualidade e por isso mesmo são facilmente reconhecidas e



lembradas pelo leitor. Moisés (1974) sugere que as personagens planas subdividem-se em tipos e caricaturas, mas Forster (1974 [1927], p. 54) aponta que “às vezes, chamam-nas tipos, às vezes caricaturas”.

Almeida Prado (1981, p. 93-94) faz referência às “personagens padronizadas”, encontradas em “fenômenos tão curiosos como a Farsa Atelana e a Commedia dell’Arte, nas quais as personagens, entendidas como individualidades, foram inteiramente substituídas, durante séculos, por máscaras, arquétipos cômicos tradicionais”.

No auge de sua popularidade, no século XVII, as itinerantes companhias de *commedia dell’arte* eram compostas por atores treinados, cujos recursos em canto, dança gestos e movimentos corporais, expressões fisionômicas e mímicas conferiam brilho às interpretações, marcadas por improvisação e comicidade. Mas, para representar *all improvviso*, o principal trunfo dos atores *dell’arte* constituiu-se nas *personagens*, cujas máscaras, padrões de comportamento, linguagem própria e situações que criavam na trama identificavam o *tipo* que estava em cena.

As *personagens-tipo* apresentavam-se em duas categorias gerais: *patrões* e *criados* — subdivididas em jovens enamorados; velhos mercadores, doutores ou militares; e servos astutos ou brancos. Dentre os *velhos*, destacaram-se: Pantaleão, um velho avarento e lascivo, cuja ação (normalmente insinuando-se a mocinhas) atrapalhava o casal de *enamorados*; o pedante *Dottore*, que se apresentava vestido com roupas pretas (togas ou becas), típicas dos intelectuais do Renascimento; e o Capitão, cujo traje típico incluía chapéu (com uma enorme pena), capa e espada e máscara com fartos bigodes, e inventava grandes façanhas militares, destacando os próprios atos de coragem.

Contrapondo-se aos representantes dos poderes renascentistas constituídos (econômico, intelectual e militar), os criados (*zanni*)

na maioria das vezes agiam em favor dos *enamorados*, criando situações mirabolantes (que eram o ápice de comicidade das apresentações) para defendê-los de investidas vindas do grupo dos *velhos*, a quem manipulavam através de suas fraquezas: a vaidade, a avareza, a luxúria. Via de regra em duplas — um mais esperto, liderando, e outro trapalhão e engraçado, respectivamente, primeiro e segundo *zanni* —, os mais famosos criados foram: Arlequim, um dos tipos mais conhecidos da *commedia dell'arte*, com sua roupa formada por retalhos em forma de losangos e a meia-máscara negra, costumava ser o criado ingênuo, alegre e mulherengo, que vivia de expedientes, em geral, armados com Briguella que, atrás da máscara com forma de raposa, era um espartalhão de fala melosa, especialista em conquistar favores femininos e em tirar dinheiro dos velhos ingênuos e ricos. As *criadas*, como Colombina e Arlechina, muitas vezes formavam pares românticos com os servos, com quem se encontravam em razão do papel que exerciam na trama: ajudar sua patroa a casar-se com o jovem de quem estivesse enamorada.

O conflito do casal de *enamorados* geralmente ocupava o centro das encenações da *commedia dell'arte*: uma história de amor atrapalhada por questões de dinheiro ou brigas entre famílias, que era o mote para toda a ação cômica dos criados, objetivando, ao final do espetáculo, a união dos *enamorados* e o consequente final feliz.

Destaca-se que é possível reconhecer essa tipologia de personagens consolidada na *commedia dell'arte* em todo o teatro popular que lhe sucedeu, inclusive em Shakespeare, bem como em outros gêneros, como o folhetim.

Os romances-folhetim eram longas narrativas publicadas em episódios semanais, no rodapé dos jornais, vendidos a preços baixos e com grande tiragem. Nesta fase, o jornalismo competitivo e industrial organizava-se para atender à demanda de um mercado crescente.

Segundo Sodré (1978), as temáticas dos primeiros *folhetins* giraram em torno da crítica direta ou indireta a problemas sociais da época: das questões da decadência e da opressão da aristocracia, da miséria urbana. Depois, passaram a ter seus temas ligados a erros judiciários, dramas da infância, trocas de bebês, raptos, além de vícios, seduções, e injustiças de ordem particular (e não mais social). Os cortes sistemáticos para criar suspense, os textos e diálogos simples para prender o leitor, característicos da estrutura folhetinesca, viriam acompanhados pela simplificação na caracterização das personagens, geralmente sujeitas a uma lógica maniqueísta: herói e vilão; mocinha e malvada. Meyer apresenta uma definição caricatural do folhetim, feita por um analista da época:

O senhor tome, por exemplo, uma mocinha infeliz e perseguida. Acrescente um tirano sanguinário e brutal, um pajem sensível e virtuoso, um confidente dissimulado e pérfido. Quando tiver em mãos esses personagens, misture todos rapidamente em sete, oito, dez folhetins e sirva quente. É principalmente no corte que se reconhece o verdadeiro folhetinista, meu senhor. É preciso que cada número caia bem, que esteja amarrado ao seguinte por uma espécie de cordão umbilical, que peça, desperte o desejo, a impaciência de se ler a continuação. Falava-se em arte ainda há pouco; esta é a arte. É a arte de fazer desejar, de se fazer esperar. E se o senhor puder colocar esse leitor entre uma assinatura e outra, ameaçando os pagadores atrasados de deixarem de saber o que acontece com o herói favorito, acontecerá então o mais belo sucesso da arte. (REYBAUD *apud* MEYER, 1996, p. 49)

Ainda que instalada no conforto da “alta cultura” e dessa perspectiva elitista situando a arte, a irônica receita do escritor francês contém dois pontos importantes para a compreensão das *personagens de folhetins*: a sua função de sedução mercantilista do receptor (que precisava manter em dia a assinatura do jornal) e, inclusive por isso, o estatuto de *personagens planas* que lhes era conferido.

Além disso, também é preciso considerar nas raízes da estética das personagens midiáticas que se intenta mapear, o *fait divers*.

Esse formato se constituiu através dos relatos factuais ‘com enredo’, que por vezes compartilharam temas e personagens com os folhetins.

Conta Meyer que, em 1866, *Le Petit Journal* ganhou um suplemento dominical: *Le Nouvel Illustré*, a cuja forma (ilustrações em cores) o seu criador, Moise Polydore Millaud, aliou o conteúdo, “unindo o folhetim ao que batizou de *fait divers*, um noticiário romanceado de acontecimentos extraordinários [...] num registro melodramático, que vai fazer concorrência ao folhetim e muitas vezes suplantá-lo nas tiragens” (MEYER, 1996, p. 97-98).

Exemplo da tipificação de personagens no *fait divers* é a cobertura do Daily News a um dos crimes de Jack, o Estripador<sup>3</sup>. No dia 8 de outubro de 1888, o jornal relatava de forma folhetinesca o inquérito sobre assassinato de Catherine Edowess, também conhecida como Kate Kelly.

Às onze horas da manhã de ontem, o Sr. Langham começou o inquérito oficial nas circunstâncias que circundam a morte da mulher cujo corpo mutilado foi encontrado na Praça da Mitra, às primeiras horas da última manhã de domingo. [...] A primeira testemunha chamada foi a irmã da falecida, uma respeitável mulher de meia-idade que manifestava grande aflição, soluçando e chorando lastimavelmente, mas de modo geral prestando o seu depoimento de forma proveitosa e clara.

[...] O Sr. Kelly foi a próxima testemunha a ser chamada. Ele parece ter em torno de quarenta anos de idade, figura de aparência pitoresca, com um saudável bronzeado adquirido em recente “excursão” à colheita de lúpulo, grossos cabelos pretos, testa baixa e um bem aparado bigode imperial (THE DAILY NEWS, 8.out.1888, tradução nossa).

Mas, passemos sem mais delongas às *personagens-tipo das radionovelas*, nas quais se conhecerá — porque idênticas — algumas das tipologias presentes nas representações da *commedia dell'arte*, dos folhetins e dos *fait divers*.

## SENHORAS E SENHORITAS: AS PERSONAGENS-TIPO DA RADIONOVELA

Na radionovela há duas ramificações originárias: a *soap-opera* norte-americana e as produções cubanas. Criação da publicidade norte-americana, as *soap-opera* (“óperas de sabão”) surgem nos anos 1930, em pleno período da recessão causada pelo *crack* da bolsa de Nova York (em 1929), para vender às donas-de-casa os produtos de limpeza e de higiene (como sabão em pó) de empresas como Procter and Gamble, Colgate-Palmolive e Lever Brothers, entre outras. Registra Ortiz (1991) que nos Estados Unidos:

Em 1934, a CBS estimava que 90% das famílias urbanas possuíam um aparelho de rádio, o que configurava uma audiência de 71 milhões de pessoas, num total de uma população de 125 milhões de habitantes. Um mercado dessa dimensão dificilmente passaria despercebido pelas grandes companhias industriais (ORTIZ, 1991, [1989], p. 18-19).

Pela primeira vez a indústria cultural produzia um produto exclusivamente voltado para o público feminino, partindo do pressuposto que as donas-de-casa decidiam (ou influenciavam) as compras da família, em especial, os produtos de limpeza e cosméticos. Porém, esse novo modelo de ficção norte-americana, ao contrário do folhetim, não contava com uma história única ou uma trama central a partir da qual a ação se desenvolveria. Seu pólo de atenção, de acordo com Ortiz (1991 [1989], p. 19) gira em torno de “uma comunidade de personagens fixados em determinado lugar, vivendo diferentes dramas e ações diversificadas”.

Mas, o formato das radionovelas cubanas é que viria a tornar-se o modelo imitado em toda a América Latina. Graças à proximidade com Miami e aos interesses comerciais dos Estados Unidos — que se mantiveram até a revolução socialista de Fidel Castro e Che Guevara, em 1959 —, o sistema radiofônico da ilha era o mais desenvolvido, e em 1935 surgia a radionovela. Também patrocini-

nadas por fábricas de sabão, as radionovelas cubanas inicialmente dirigiam-se a um público feminino, para logo conquistar o resto da família. Havana tornou-se um polo produtor e exportador de radionovelas e a mais famosa delas, *El derecho de nacer*, de Felix Caignet, foi reproduzida em quase todos os países da América Latina. É desse autor, que segundo Renato Ortiz (1991 [1989], p. 24) se dizia um “escritor para lavadeiras”, o depoimento:

Elas consumiam os produtos que meus programas anunciavam. Eram pobres e sofriam. Desejavam chorar para desafogar suas lágrimas. Eu estava obrigado a escrever para elas e facilitar-lhes o que elas necessitavam, porque enquanto choravam meus dramas, descarregavam sua própria angústia. Então abri a válvula do pranto.

Mas, no Brasil, somente em junho de 1941, o locutor da Rádio Nacional anunciaria: “Senhoras e senhoritas, o famoso creme dental Colgate apresenta o primeiro capítulo da empolgante novela de Leandro Blanco, em adaptação de Gilberto Martins: *Em busca da felicidade*”. A radionovela de origem cubana foi traduzida e produzida pela Standard Propaganda, que administrava a conta da Colgate-Palmolive do Brasil e pretendia explorar a fórmula já testada com sucesso nos Estados Unidos e em vários países latinos: seduzir o público-alvo dos horários matutino e vespertino (de novo, as donas-de-casa) para a compra de produtos de limpeza, higiene e cosméticos.

Um retrato fiel desse público-alvo — e da condição feminina brasileira — é obtido através da pesquisa realizada pelo IBOPE em 1951, no Rio de Janeiro, na época a capital do país e, portanto, o centro mais avançado nas questões comportamentais. Os dados da pesquisa apontaram que 65,2% das mulheres apoiavam a ação da polícia em reprimir casais trocando beijos em locais públicos; e 57% dos entrevistados afirmavam ser contrários à possibilidade da mulher desfrutar dos mesmos direitos dos homens.

De acordo com Andrade (1997), o comentarista do IBOPE resumiu as informações da amostragem da seguinte forma: “O homem continua acreditando firmemente no patriarcado, [...] revolta-se contra as reivindicações feministas, acreditando que o lugar da mulher é em casa, tomando conta dos filhos e solucionando problemas domésticos”. Restava muito pouco além de chorar por Mãe Dolores, Isabel Cristina e Albertinho Limonta.

Voltada para um público a quem passividade, subserviência e alienação ditavam o modo de agir, a radionovela exerceu papel importante para reforçar o comportamento feminino desejável, fortemente enraizado na cultura ocidental-cristã e que só viria a ser verdadeiramente contestado pelo movimento feminista nos anos 1960. Miriam Goldfeder relata o sentido (de conservadorismo) como a radionovela foi tomada em sua pesquisa:

A radionovela surge em nossa dissertação como objeto de análise enquanto espaço de convergência dos valores morais conservadores típicos dos setores médios. Queremos dizer com isto que ela se comportou como fórmula simbólica da realização dos ideais ético-sociais da sociedade burguesa, de forma acabada, fechada, sem possibilitar ou apresentar aberturas no sentido ideológico. Ela teria, então, um papel reiterador deste campo de valores em seu sentido mais geral, como visão de mundo, capaz de fazer convergir uma gama de situações consideradas características. Nela, conflitos e contradições seriam canalizados, no intuito de organizar um universo de sentimentos, frustrações e angústias, numa síntese harmoniosa, onde tudo se enquadraria funcional e integradamente (GOLDFEDER, 1980, p. 84-85).

Nesse contexto de narrativa, acrescenta a autora (1980, p. 88-89), à mulher “caberia um papel social específico, em nome do qual abriria mão de todas as suas prerrogativas e direitos”. Comum aos enredos era a condição vitimizada da heroína, envolvida em “acontecimentos que a desviavam dos padrões rígidos do comportamento social”, mas a eles retornando, reintegrada em um “plano elevado, inatingível para os seres humanos comuns”.

Nesses enredos, Andrade (1997) identifica os componentes míticos das radionovelas: o *amor*, pelo qual a mulher renuncia a quaisquer prerrogativas e direitos; a *paixão*, que “enfeitiça” a heroína a ponto de cometer atos tresloucados pelos quais será punida no final, obtendo a conseqüente redenção; o *incesto*, porque desde Édipo é preciso lembrar, de tempos em tempos, a condenação ao tabu ancestral; e a *pureza* indispensável ao casamento.

Uma fórmula constantemente repetida em dezenas de capítulos conduzia o enredo a situações extremas, privilegiando a face romântica e dramática do enfadonho cotidiano feminino. No auge da emoção, a ação era estrategicamente interrompida, criando o gancho para a fidelidade da audiência. Os títulos das radionovelas deixam claro o tom melodramático e a necessidade de fazer chorar e sofrer: *Almas desencontradas*; *Prisioneira do Passado*; *Sonhos Desfeitos*; *Mais forte que o amor*; *Perdida*; *Mulher sem alma*; *Mãe*; *Remorso*, *Renúncia* e, o maior sucesso de todos os tempos... *O direito de nascer*.

[Na radionovela], formatada como um produto direcionado à mulher, os temas desenvolvidos priorizavam as questões ligadas à busca do casamento (objetivo final de toda mulher de família); mulheres traídas e/ou abandonadas (decorrência do casamento frustrado); mães solteiras (casamento não consolidado) rejeitadas pela família e pela sociedade; adultério (casamento em crise pela incapacidade da mulher em completar os anseios do marido); preservação da pureza feminina (condição necessária para concretizar o casamento); e pecados carnis e luxuriosos (o sexo extra-casamento, novamente causado pela incapacidade feminina, e reservado exclusivamente ao homem). (ANDRADE, 1997, p. 33).

*O direito de nascer* foi o maior fenômeno de audiência do rádio brasileiro. Nas vozes de Walter Foster, na *Rádio Tupi* de São Paulo, e de Paulo Gracindo, na *Nacional* do Rio de Janeiro, desde 1951 Albertinho Limonta arrebatava corações. Em torno deste protagonista girava a trama da radionovela: filho bastardo de Maria Helena (dona da primeira e bombástica fala: “— Doutor, eu não posso ter este filho que vai nascer”), seduzida e abandonada pelo namorado.



Apesar disso, ela resolve assumir a criança, mas seu pai manda um criado matar o neto, para que não se revele a condição de mãe solteira de sua filha. Uma empregada, Mamãe Dolores, foge com o menino e cria Albertinho, que se tornará o Dr. Limonta, médico competentíssimo e renomado que, por ironia do destino, acabará curando seu avô de uma doença praticamente incurável. No final, Maria Helena repara o seu erro tornando-se freira e Albertinho Limonta casa-se com Isabel Cristina, para viverem felizes para sempre.

Do início dessa história até o habitual *happy end*, cuja função, segundo Goldfeder (1980, p. 95), é “sustentar o mito da possibilidade e quase inevitabilidade da vitória do bem sobre o mal”, foram dois anos de transmissão; retratando a “temática recorrente das radionovelas”. Temática na qual se poderia ainda observar outra recorrente estrutura de sentimento, sedimentada desde o folhetim: a pregação anti-aborto, submetendo a protagonista feminina a todas as provações (que, aliás, sustentam a trama) pelo princípio moral e religioso — mantido na constituição legal do estado brasileiro até estes primeiros anos do século XXI — que nega à mulher a decisão de não levar adiante uma gravidez indesejada.

*O direito de nascer* foi um sucesso também na televisão, onde recebeu três adaptações: pela TV Tupi, em 1964 e 1978, e pelo SBT, em 2001. Na primeira delas, segundo o registro de Ismael Fernandes, compilado por Andrade (1997):

O último capítulo, em 13 de agosto de 1965, foi seguido de uma festa no Ginásio do Ibirapuera, totalmente lotado, e numa espécie de neurose coletiva o povo gritava os nomes dos personagens e chorava por Mamãe Dolores, Maria Helena e Albertinho.

O produto tornou-se uma narrativa emblemática das radionovelas brasileiras. Por isso, suas *personagens-tipo* embasam a análise que aqui se procede.

A jovem Maria Helena é a *mocinha* romântica ou a *heroína*, sonhadora e passional o suficiente para se deixar arrebatar pela paixão, entregando-se ao namorado antes do casamento. Mas, depois dos trágicos acontecimentos que pontuam sua vida, transforma-se em mulher madura, determinada e corajosa. Há ainda um terceiro momento desta personagem-tipo, quando se torna freira e agrega ainda outras qualidades: altruísta e compreensiva, a protagonista, agora transformada em uma das coadjuvantes da nova trama de amor (de Albertinho Limonta e Isabel Cristina), a todos perdoa no final.

Alfredo, o namorado, inicialmente é o *vilão sedutor*, um aventureiro irresponsável. Ele é filho de um inimigo do pai de Maria Helena, o que remete à trama dos *enamorados* pertencentes a famílias rivais, como em *Romeu e Julieta*, de Shakespeare. Porém, o jovem não tem a nobreza de caráter de Romeu (nem a grandiosidade da carpintaria teatral que engendrou a personagem) e quando mais velho será punido pela infidelidade da esposa e pelo filho, que repetirá o seu comportamento da juventude. Ao final, tentará resgatar seus erros, decorrentes, é claro, da avaliação equivocada do caráter da *heroína*.

O *vilão* Dom Rafael de Juncal, o autoritário pai de Maria Helena, é capaz de chegar à violência para defender os valores morais da nobreza tradicional e decadente a que pertence. No entanto, ao final da trama, depois de saber que quem o salvou da morte foi o seu neto, deixará que seu coração fale mais alto e pedirá perdão à filha, redimindo-se dos erros do passado e transformando-se do tipo vilão num tipo de ‘coadjuvante do bem’.

Mamãe Dolores, a mais importante das coadjuvantes da trama, reedita a ama de Julieta, confidente e cúmplice da *mocinha*. Na versão latino-americana, ela é uma negra dedicada e generosa, a exemplo das escravas do meio rural brasileiro. Abnegada, alegre, extrovertida, movendo-se instintivamente pelo “calor humano” e

regida por uma visão de mundo arcaica e escravagista, ela protege Maria Helena às últimas consequências, fugindo para evitar a morte do filho da moça e criando a duras penas Albertinho, até torná-lo um médico de sucesso.

Albertinho Limonta, o protagonista da segunda fase da trama, é o tipo *herói*: gentil, afável, atencioso com Mamãe Dolores e carinhoso com Isabel Cristina. Mas ele sofre por não conhecer a sua verdadeira origem. Recém-formado, logo se tornará um grande médico, abnegado, humanitário, atendendo a quem precisa.

Isabel Cristina, a *mocinha* da segunda parte de *O direito de nascer*, ao contrário de Maria Helena, enfrenta a oposição de seu pai e de seu avô para realizar o seu sonho de amor com Albertinho Limonta. Ela marca uma evolução na tipificação da mulher: é moderna, decidida e corajosa, logicamente sem deixar de ser romântica. Esse novo tipo feminino será marcante, depois, nas telenovelas.

Entretanto, além das lágrimas, nas radionovelas também havia espaço para a alegria — no contato da audiência com seus ídolos. De acordo com Haussen (1997, p. 48), a partir do lançamento das radionovelas, “a popularidade dos rádio-atores sobrepunha a dos próprios cantores e locutores que até a época obtinham a primazia da preferência do público”. E esses ídolos da voz ganhavam imagem e mais notoriedade na Revista do Rádio, que na já existente linha do discurso auto-referencial da mídia, desde 1948, divulgava o meio radiofônico, de forma “abrangente e pitoresca, mostrando o rosto, as peculiaridades e um pouco da carreira e da vida pessoal dos grandes astros de então”, conta Faour (2002, p.11).

Além dos “Mexericos da Candinha”, a revista contava com uma seção denominada *A pergunta da semana*, “sempre enfocando um tema para polemizar entre os artistas” (FAOUR, 2002, p. 122). No número 159, de 23.09.1952, junto às fotografias de alguns

“cartazes” das emissoras, suas respostas à questão “Qual a melhor profissão para a mulher?”

– Qualquer profissão serve para a mulher, desde que ela não abdique de seus direitos de dona do lar, a dona da casa. (Saint Clair Lopes, ator da rádio Nacional).

– Embora eu esteja perfeitamente satisfeita com a minha profissão, acho que a melhor profissão é a de dona-de-casa. (Dircinha Batista, cantora da rádio Clube).

– A melhor profissão para a mulher é aquela que em geral dá mais dinheiro: um casamento rico... Não é mesmo? (César Ladeira, locutor da rádio Mayrink Veiga).

– Depende das circunstâncias do momento e da necessidade, mas o essencial é ser mulher em todas as ocasiões. Nada mais. (Aliomar de Matos, atriz da rádio Tupi).

– Educadora; pois ninguém como a mulher poderia penetrar e compreender a alma sublime e deliciosa de uma criança. (Yara Sales, atriz da rádio Nacional)

– Aquela que se ajuste melhor ao seu temperamento. Em certos casos, o casamento é a melhor solução para muitas... (Paulo Porto, ator da rádio Tupi).

– A de esposa, porque é o mais belo cargo e o que a mulher pode exercer com facilidade e segurança... Não concordam? (Joana D’Arc, atriz da rádio Tupi) (FAOUR, 2002, p. 122).

Além das radionovelas, os programas de auditório garantiam a interação do público com seus ídolos, de tal maneira que eles deram origem aos fãs-clubes, onde as torcidas disputavam quem era de fato o artista “preferido”. Exemplo disso é o caso dos fãs das cantoras Emilinha Borba e Marlene, sempre em luta pelos títulos de “preferida” ou “rainha” do Rádio, da Marinha, do Carnaval. Porém, esses programas também proporcionavam às audiências a oportunidade de maior interação, em shows de calouros ou respondendo a perguntas em troca de prêmios, como no “Caixa de perguntas”, de 1938, conforme indica Haussen (1997).

O certo é que muitos dos formatos utilizados pela televisão já habitavam o universo do rádio. Havia a *informação*, cujo exemplo emblemático é o “Repórter Esso”, lançado em 1941 e permanecen-

do no ar até 1968, com o primeiro Manual de Produção próprio, seguindo o estilo sóbrio da BBC de Londres (HAUSSEN,1997).

Mas, a categoria *diversional* foi decisiva para o sucesso do rádio: havia os programas de *humor* (como “Balança mas não cai”, de 1951, depois adaptado para a televisão); os *musicais*, que contavam com orquestras especializadas (jazz, tango, boleros) nos estúdios, lançaram ao estrelato cantores como Francisco Alves e Carmem Miranda; os programas de *esportes*, que notabilizaram os locutores (a rádio Nacional promoveu até um concurso para locutor esportivo, em 1938); segundo os registros de Haussen (1997).

Lopes (1988) apresenta como gêneros populares de programas radiofônicos: música popular/sucessos; noticiário jornalístico; noticiário policial; variedades; programas sertanejos; horóscopo; transmissões esportivas; noticiário esportivo; comentários/entrevistas e radionovelas; afirmando que “o noticiário policial, o musical sertanejo e o de variedades são os gêneros que melhor expressam o discurso popular como um tipo diferenciado de discurso radiofônico” (LOPES,1988, p. 107).

Nesta seção, buscou-se um breve mapeamento das personagens-tipo ficcionais, abrigadas no formato da *radionovela*. Mas, como enquadrar essas outras vozes, presentes nos discursos da “realidade”? Protagonistas que não são atores, são as pessoas que atuam no universo radiofônico (apresentadores, animadores de auditório, locutores, articulistas)? E o que dizer, então, dos ouvintes que são içados à participação nos programas de rádio? Na tentativa de contemplar de forma sistêmica a essas outras personagens é que se propõe que há um novo *gênero* midiático, inserido na categoria “entretenimento”. Trata-se do *espetáculo de realidade*, gênero que abriga alguns *formatos*, como as *declarações de opinião* (cartas de leitores, enquetes interativas, fontes ‘populares’); os *depoimentos de experiência pessoal* (depoimentos, docudramas, diários [*blogs*]); e, por fim, os *jogos de realidade* (*reality shows, quiz shows*).

## OS ESPETÁCULOS DE REALIDADE DO RÁDIO: DA ÉRA DE OURO À CONTEMPORANEIDADE

Para situar o que se está denominando como *espetáculos de realidade*, é preciso esclarecer que o termo aqui se emprega a partir da tradução da expressão *reality show*, mas com sentido mais abrangente do que o usual. Ou seja, os *espetáculos de realidade* não fazem referência apenas aos programas de televisão cujos formatos são reconhecidos por esse título; têm relação com todo produto, veiculado em qualquer dos suportes midiáticos, que tenha como protagonistas da cena sujeitos comuns, cujas vivências ou problemas sejam lançados ao espetáculo.

No entanto, não se pode falar da qualidade espetacular da sociedade que abriga esse protagonismo de comuns (a *síndrome do protagonista*, denominou-se em outro trabalho [2008]), sem mencionar Guy Debord e o conceito cunhado por ele em *A sociedade do espetáculo*. Já no primeiro aforismo, este autor esclarece quais são as sociedades que está qualificando como espetacular: aquelas nas quais “reinem as modernas condições de produção.” Nelas, “tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997 [1967], p. 13)

E no comentário ‘V’, do apêndice que passou a compor as edições do livro posteriores a 1988, Debord (1997 [1967], p. 175) caracterizaria os cinco aspectos principais da “sociedade modernizada até o estágio do espetacular”: “a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo”. Porém, é a Kellner que se acompanha, quando a partir da conceituação de espetáculo formulada por Debord, ele distingue:

Baseado neste conceito, argumento que espetáculos são aqueles fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos

indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para a solução de conflitos. Eles incluem extravagâncias da mídia, eventos esportivos, fatos políticos e acontecimentos que chamam muito a atenção, os quais denominamos notícia — fenômenos que têm se submetido à lógica do espetáculo e à compactação na era do sensacionalismo da mídia, dos escândalos políticos e contestações, simulando uma guerra cultural sem fim e o fenômeno atual da Guerra do Terror (KELLNER, 2003, p. 5).

Atenua-se, no entanto, o sentido do verbo *determinar*, em seu lugar dizendo que os espetáculos oferecem arquétipos de comportamentos aos indivíduos, que deles farão uso, em especial, quando içados à condição de protagonistas das produções midiáticas.

Assim, dentre as personagens-tipo do rádio “de realidade” há espaço para a *heroína vitimizada*, herdeira do folhetim, cuja aparição mais constante é em programas de cunho assistencialista. Esse modelo de participação pode ser verificado no *Comando Maior*, da rádio Farroupilha<sup>4</sup>, desde a década de 1980 no ar, sob a liderança do Senador Sérgio Zambiasi. Em 2006, Gugu Streit, apresentador do programa durante o afastamento de Zambiasi (de 2005 a 2011), definia para o *Jornal da ARI*<sup>5</sup> o tipo de assistência prestada pelo programa, através da figura da mãe vitimizada pela ausência do filho:

Segundo Gugu, são situações emocionantes que sensibilizam os ouvintes e a equipe da emissora, por propiciar aproximações tão importantes nas vidas das pessoas. Ele exemplifica com um caso recente, quando uma mãe, moradora de São Sepé, localizou, através do microfone da Farroupilha, um filho que não via há mais de 30 anos. “Imagina uma mãe lá do interior que há mais de 30 anos não via o filho”. A solicitação de informação foi colocada no ar às 8h e, de imediato, teve retorno através de um colega de trabalho do desaparecido. “Foi emocionante o encontro entre mãe e filho. Graças ao microfone da Farroupilha” (JORNAL DA ARI, versão *on line*).

Também Zambiasi, que se afastou do programa em 2005, quando passou a dedicar-se integralmente à carreira política no Senado, voltando ao *Comando Maior* somente em 2011, após perder a reeleição, afirma que

se emociona ao contar histórias como a da dona Maria, que ficou grávida sem saber que o marido era portador do vírus HIV. “Essa mulher é uma guerreira. Realiza o seu tratamento e da criança corretamente, vive em condições de miséria, mas, mesmo assim, se esforça para manter todos os filhos na escola”, comenta (COLETIVA.NET, 2011)

O *fait divers* radiofônico, que tradicionalmente vem levando comunicadores ao estrelato político, de certa forma “devolve” aos radialistas brasileiros a popularidade “tomada” pelos atores das radionovelas, nos anos 1940 e 1950, conforme registrou Haussen (1997). Entretanto, também resgata o uso político do rádio, consolidado no governo Vargas, que centralizou o poder das concessões do sistema de radiodifusão, criando com isso uma intrincada rede de relações com os empresários do setor<sup>6</sup>, por sua vez ainda mais fortalecidas através das cobiçadas verbas de publicidade oferecidas pela União (ações depois estendidas aos estados e municípios). A relação “indissolúvel” entre a *persona* política e de comunicador de Sérgio Zambiasi era explicada no sítio oficial do ex-senador, eleito deputado estadual em 1986, “com a maior votação em toda a história do parlamento gaúcho – 365.381 votos”.

Como parlamentar, Zambiasi deu seguimento à busca pelos ideais que sempre defendeu: o amparo aos menos privilegiados, às comunidades desabrigadas, aos seres humanos que ficam sempre aquém do exercício da cidadania. “É impossível separar o pai de família, o político e o radialista”, diz Zambiasi (SONICO, 2011).

Porém, a marca fundamental desse “jornalismo assistencialista”, gerador de um “clientelismo eletrônico” que parte de “relatos de tragédias pessoais feitos por seus protagonistas”, como qualifica Pinto (1993, p. 120), é justamente a relação entre os comunicadores e os *sujeitos vitimizados* pela inoperância/incapacidade das administrações públicas — tanto ao gerir receitas, quanto para promover crescimento econômico suficiente para atender demandas dos setores populares. A esse respeito, Canclini (1999 [1995], p. 50) declara, com mais amplitude: “Desiludido com as burocracia-



cias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre ao rádio e à televisão para conseguir o que as instituições não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção”.

No estudo de caso que teve como objeto o programa *Comando maior* (observado por uma semana, em julho de 1991, quando era inteiramente apresentado pelo então deputado Zambiasi), Pinto (1993, p. 133) apontava para a construção de um simulacro de cidadania, cuja eficácia está atrelada às “regras de um jogo montado exclusivamente pelo produtor”. Mas essa autora ainda destacaria o papel desempenhado pelos sujeitos que aqui estão representados pela heroína vitimizada (por ser a presença feminina a mais constante neste tipo de espetáculo de realidade), quando analisa “os agentes envolvidos no jogo”:

A lógica do campo é especialmente interessante quando se pensa no interesse daquele que atua como quem faz crer que necessita, pois seu poder deriva-se de sua exclusão social enquanto classe e de vitimização enquanto gênero. Se o poder aumenta na medida em que decresce a possibilidade de quem faz crer que necessita inserir-se no mundo social, a estratégia deste vai reforçar sua condição individual, tratando de distinguir-se do conjunto formado por sua classe. Isso é fundamental na expansão do poder do campo em relação ao mundo do consumidor, porque permite a construção atomizada e diferenciada deste: ao mesmo tempo em que se identifica com as pessoas que assistem ao programa, na medida em que comparte com elas as mesmas condições de vida, delas se distingue na medida em que o problema é sempre apresentado como eminentemente pessoal (PINTO, 1993, p. 133).

Por outro lado, é preciso considerar, ainda, que o protagonismo da “Dona Maria”, a *mãe vitimizada* que se torna personagem deste tipo de *espetáculo de realidade*, é relativo, já que os verdadeiros *heróis* desses *fait divers* radiofônicos são os próprios apresentadores-animadores.

Mas, a modernidade midiática não se limitou a atualizar as antigas fórmulas da imprensa contemporânea do folhetim, ela também forjou novos tipos. São híbridos, circulando entre as épocas

e os suportes da mídia que, sob o primado do *fait divers*, reiteram adaptações de uma tipologia de personagens, cuja essência é a mesma. Dentre eles, no rádio destacam-se:

O *articulista*, tipo surgido no jornalismo opinativo que, de acordo com Bahia (1971, p. 102), tem liberdade com relação ao conteúdo do que escreve, mas deve tratar os fatos da atualidade com visão histórica, na forma dissertativa, e não como uma “narrativa com personagens”. Este tipo migrou para o rádio, em geral apresentando-se em programas do tipo “mesa-redonda”, como aqueles que reúnem diversos *comentaristas* para falar (todos ao mesmo tempo) sobre futebol, valendo-se cada vez mais da perspectiva pessoal em seus discursos de declaração de opinião e, nesse sentido, hibridizando-os com o formato de depoimento de experiência pessoal dos espetáculos de realidade.

Um tipo introduzido pelo rádio são os *animadores* dos programas de auditório, cuja função era imprimir um matiz alegre e ‘popular’ às produções que organizavam e conduziam. Faour (2002) dá a medida da popularidade deste tipo, nas décadas de 1940 e 1950:

No âmbito dos animadores de auditório, a trinca mais famosa era formada por César de Alencar, Manoel Barcelos e Paulo Gracindo. Eles eram citados em inúmeras edições da Revista do Rádio. O primeiro chegou mesmo a ter a ‘Página do César de Alencar’, semanalmente, na revista (FAOUR, 2002, p. 88-89).

Este tipo também encontrou espaço na televisão, é o “*apresentador-animador*”, a quem Martín-Barbero (1997 [1987], p. 293) atribui a função de mediar o contato entre o espetáculo e a “cotidianidade familiar”, explicando sob essa ótica a crítica sobre a “predominância do verbal” na televisão latino-americana, que a qualifica como “rádio com imagens”.

A televisão recorre a dois intermediários fundamentais: um personagem retirado do espetáculo popular, o animador ou apresen-

tador, e um certo tom que fornece o clima exigido, coloquial. O apresentador-animador — presente nos noticiários, nos concursos, nos musicais, nos programas educativos e até nos “culturais”, para reforçá-los — mais do que um transmissor de informações, é na verdade um interlocutor, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor. Daí seu tom coloquial e a simulação de um diálogo que não se restringe a um arremedo do clima “familiar”. (...) Mas, hoje, quando o desenvolvimento técnico e expressivo da televisão em boa parte de nossos países torna impossível essa explicação, começamos a suspeitar que a predominância do verbal na televisão se inscreve na necessidade de subordinar a lógica visual à lógica do contato, dado que é esta que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação estreita e a preeminência da palavra em culturas tão fortemente orais (MARTÍN-BARBERO, 1997 [1987], p. 294).

Mas, o exemplo mais emblemático do *apresentador-animador* do rádio brasileiro foi César de Alencar, “campeão de audiência” por mais de 15 anos, que tornou conhecidos por aqui, formatos consagrados nos Estados Unidos, como a *parada de sucessos*, em “Parada dos maiores”, e show de calouros, no “Cantinho dos novos”. De acordo com Vieira (1993), no seu programa apresentavam-se as estrelas da época e entre as inovações que César de Alencar introduziu, encontrava-se a entrevista ao vivo, por telefone. Vieira (1993) relata que César de Alencar se apresentava com uma gravata-borboleta e fazia questão de dizer que não era cantor, radioator e artista, era um locutor-animador, e assim queria ser tratado.

Por fim, é com alegria que se conclui esta rápida tipologia das personagens radiofônicas, citando as *cantoras do rádio*, tipo que reinou na fase de ouro do rádio brasileiro. Nos programas de auditório, reuniam-se os “cartazes” da música; as platéias ficavam lotadas por pessoas que iam acompanhar a interpretação de sua cantora preferida. São do “Projeto teórico sobre a história do rádio”, encontrado no sítio da PUC Campinas (2003), os registros:

A cada ano, uma era escolhida, através de concurso, uma “Rainha do Rádio Brasileiro”. O primeiro deles, em 1937, elegeu Linda Baptista. Linda reinou por onze anos seguidos, quando em 1948, a ABR

– Associação Brasileira de Rádio decidiu reorganizar o concurso convocando novas eleições; após um renhido pleito, Dircinha Baptista (Dirce de Oliveira) recebeu das mãos da sua irmã Linda, a coroa e o cetro, investindo-se como “Rainha” até 1949. Emilinha Borba construiu sua fama nos anos 1940 e 1950, foi Rainha do Carnaval e do Rádio. Começou a cantar no programa de calouros de Ary Barroso, onde tirou a nota máxima e ganhou cinco mil réis. Marlene começou a cantar aos 13 anos de idade num programa de novos talentos. Três anos depois foi contratada pela Rádio Tupi. Deixou São Paulo e foi para o Rio de Janeiro, onde trabalhou por algum tempo no Cassino da Urca e no Copacabana. A fama de grande estrela chegou quando foi contratada pela Rádio Nacional. Em 1951 a “rainha” foi Dalva de Oliveira, com 311.107 votos e Mary Gonçalves em 1952, ganhou com 744.826 votos. Emilinha Borba, que aguardava uma oportunidade de revanche junto a sua rival Marlene, desta vez mais estruturada com seu fã clube, conseguiu derrotá-la, assim como derrotou Nora Ney (apontada como uma das favoritas). Emilinha obteve 691.515 votos e, no meio de muita euforia, tornou-se a mais festejada entre todas as detentoras da faixa “Rainha do Rádio”, entre 1953/1954. Outra campeã em popularidade foi Ângela Maria, que em 1953/1954 recebeu a expressiva soma de 1.464.996 votos, jamais sendo igualada por nenhuma outra concorrente.

O nome dessa personagem-tipo, na verdade, já havia sido consagrado nas vozes de Carmem e Aurora Miranda, na canção *As cantoras do rádio*, composta por João de Barro e Lamartine Babo: “Nós somos as cantoras do rádio/Levamos a vida a cantar/De noite embalamos teu sono/De manhã nós vamos te acordar/Nós somos as cantoras do rádio/Nossas canções cruzando o espaço azul/Vão reunindo, num grande abraço/Corações de Norte a Sul”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ancoradas esteticamente nas formas dos *folhetins*, os romances publicados nos rodapés dos jornais que marcaram o surgimento da imprensa de grande tiragem, organizando-se como indústria cultural, e do *fait divers*, a realidade “com enredo”, esse entretenimento de alto envolvimento emocional (e seus tipos) manteve-se como expressão massiva e, adaptando-se aos novos suportes

tecnológicos da indústria cultural do século XX, chegou à cultura midiática como folhetim eletrônico: primeiramente, na forma de radionovela, para depois consagrar-se também na televisão.

No entanto, se à parcela “não-estelar” da contemporânea sociedade ocidental parecia ter restado a condição de *voyeur* da intimidade de celebridades, expostas em biografias (grandes sucessos editoriais quando “autorizadas” e maiores ainda se “não-autorizadas”), ou entrevistas, reportagens e notas veiculadas nos diversos veículos; vem se percebendo nos espaços do rádio uma crescente programação cedendo espaço a pessoas aparentemente em busca de benesses típicas de cidadania que por algum motivo não haviam alcançado por outras vias.

Assim, fazem-se notar, ao lado das personagens que compunham uma tipologia na ficção radiofônica (*radionovelas*) e dos tipos presentes em programas factuais e/ou de entretenimento (*apresentadores-animadores* e as *cantoras do rádio*), uma gama de sujeitos comuns que têm seus depoimentos veiculados programas de auditório, cujas vivências e experiências pessoais passam a compor as personagens-tipos dos espetáculos de realidade. Neles naturaliza-se, também, o desejo de ascender à condição de protagonista desta cena espetacular. Porque, além de uma percepção do mundo, que mais das vezes se dá pela via midiática, as pessoas anseiam ser percebidas pelo mundo.

## NOTAS

<sup>1</sup> Professora Visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

<sup>2</sup> De acordo com Lesky (1976, p. 63), a apresentação de Téspis se deu em um dos três primeiros anos das “Dionísias Urbanas”, sob a tirania de Pisístrato, “de 536/5 – 533/2”.

<sup>3</sup> Dentre os muitos sítios na internet dedicados a Jack, o Estripador, no Casebook (<http://www.casebook.org/index.html>) é possível acessar mais de setenta jornais do Reino Unido (além de jornais norte-americanos, suecos, canadenses, irlandeses, australianos, mexicanos, jamaicanos, etc.), trazendo as reportagens originais sobre os crimes, em língua inglesa.

<sup>4</sup> O “programa de rádio mais assistido no Rio Grande do Sul”, segundo o sítio da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS): <http://www.clicrbs.com.br/radiotv/farroupilhaam/jsp/default.jsp>

<sup>5</sup> [http://www.ari.org.br/JORNAL/EDICAO21/jari21\\_P06.pdf](http://www.ari.org.br/JORNAL/EDICAO21/jari21_P06.pdf)

<sup>6</sup> Também são notórios os casos de políticos concessionários de estações de rádio e de televisão. De acordo com a Com Ciência, Revista Eletrônica de Jornalismo Científico do SBPC. (<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=18&id=189>): “Embora o artigo 54 da Constituição proíba parlamentares de terem concessões públicas, somando-se as duas casas da atual legislatura do Congresso (2003-2006), são quase 80 concessionários: 28 senadores – mais de um terço dos titulares do Senado –, de acordo com pesquisa do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), e 51 deputados federais”.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA PRADO, Décio de. “A personagem no teatro”. In: SOUZA, Antonio Candido de Mello e. (org.) **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
- ANDRADE, Antônio de. “A felicidade está no ar: memória do rádio e da radionovela”. **Revista Raízes**, nº. 16, Fundação Pró-Memória São Caetano do Sul, dez. 1997. p. 32-39. Disponível em: <http://br.geocities.com/memorialdatv/radio.htm>. Acesso em 15.jun.2006.
- BAHIA, Juarez. **Jornalismo, informação, comunicação**. São Paulo: Martins, 1971.
- CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999 [1995].
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 [1967].
- FAOUR, Rodrigo. **Revista do Rádio: cultura, fuxicos e moral nos anos dourados**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- FORSTER, Edward Morgan. **Aspectos do romance**. Porto Alegre: Globo, 1974 [1937].
- GOLDFEDER, Miriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional**. Rio de

Janeiro: Paz e Terra, 1980.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e política**: tempos de Vargas e Perón. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo**. Libero, São Paulo, v. 06, n.º. 11, p. 4-15, 2003.

LESKY, Albin. **A tragédia grega**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O rádio dos pobres**: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. São Paulo: Loyola, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997 [1987].

MEYER, Marlyse. **O folhetim**: uma história. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. São Paulo: Cultrix, 1974.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões e RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991 [1989].

PINTO, Célia Regina J. “O clientelismo eletrônico: a eficácia de um programa popular de rádio”. **Humanas**: revista do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH) – UFRGS, vol. 16, n.º. 1, jan./jun., 1993. p. 117-137

PROJETO Teórico sobre a História do Rádio: “Radiofonizando o Cotidiano” - Décadas de 40 e 50. Centro de Cultura e Arte – PUC Campinas, 2003. Disponível em <http://www.puc-campinas.edu.br/cca/pesquisas/teatro.aspx>, acesso em 12.abr.2008.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Harbra, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Teoria da literatura de massa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

SONICO, Partido Trabalhista Brasileiro. **Quem é o Senador Sérgio Zambiasi?** Disponível em <http://br-pt.sonico.com/g/968109944/partido-trabalista-brasileiro/foro/208120/quem-e-o-senador-sergio-zambiasi>. Acesso em 12.nov.2012.

VIEIRA, Jonas. **César de Alencar**, a voz que abalou o rádio. Rio de Janeiro: Valda, 1993. Disponível em [www.valda.com.br/radio.htm](http://www.valda.com.br/radio.htm), acesso em 12.abr.2008.





# Rádio e recepção: aspectos teóricos e empíricos

Joel Felipe Guindani<sup>1</sup>

Cristóvão Domingos de Almeida<sup>2</sup>

## O RÁDIO APROXIMA E CONSTRÓI A REALIDADE

*“... Se eu não ligar o rádio, parece que o dia não começou.”*  
(Antônio, ouvinte)<sup>3</sup>

Antes de se fazer presente em 91,4% dos lares brasileiros<sup>4</sup>, o rádio nasceu em berço de ouro. As chamadas “sociedades”, compostas por intelectuais, empresários e políticos, foram as primeiras a se apropriar dessa tecnologia com o objetivo de atender as suas demandas econômicas, educativas ou culturais.

Interligada a isso, decorreu a popularização tecnológica. A disposição de ser compreendido por um público cada vez mais plural e a intensificação do mercado publicitário fez, e continuam fazendo, do rádio um eficaz meio a serviço da transmissão ao vivo dos fatos atuais. O dramaturgo, poeta e teórico do rádio Bertolt Brecht, em meados de 1932, profetizou as potencialidades de tal veículo de comunicação se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber. Se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também colocar-se em comunicação com ele.

O rádio trouxe a possibilidade de uma pessoa falar a uma multidão dispersa fisicamente, como o fez, pela primeira vez na história brasileira, o presidente da República Epitácio da Silva Pessoa. Era o dia 7 de setembro de 1922. Por outro lado, o rádio também foi se tornando um instrumento para se escutar a sós ou com a família; o companheiro das horas solitárias; o remédio para os que não tinham amizade; a comunicação com os analfabetos.

Porém, de tão próximo e companheiro, muitas vezes diminuímos as causas e as consequências do ouvir e do fazer radiofônico. A presença constante do rádio naturaliza a nossa percepção dos sentidos e das afetações decorrentes da sua utilização. No entanto, para auxiliar a desvendar o local que ele ocupa em nosso cotidiano, basta imaginarmos o que ocorreria se o rádio deixasse de existir. Tal fato seria a conversa de todos os espaços sociais. Jornais, revistas, sites e emissoras de TV perderiam a principal referência para as suas pautas e, conseqüentemente, toda a comunicação ficaria confusa.

As informações circulariam de forma mais demorada e menos confiável, pois, segundo pesquisador francês Dominique Wolton (2011), o que ordena a convivência e sobrevivência humana é a comunicação imediata, ao vivo; comunicação sem perda de tempo com edição ou diagramação. E, mesmo com as informações decorrente das tecnologias virtuais – *site, blog, twitter, facebook*, etc. – a comunicação só se realiza quando a informação passa a ser partilhada e reconhecida nos veículos de comunicação de referência, como a TV, o jornal ou o rádio.

Quando tratamos da comunicação em cidades do interior catarinense, não podemos deixar de considerar que estamos tratando de uma região onde a informação oficial sempre esteve dependente de algumas emissoras de rádio e de televisão. Nunca foi possível saber imediatamente o que acontece em outra cidade, ou mesmo no outro canto do nosso próprio bairro, apenas saindo à rua, fo-

lheando jornais e revistas, ou abrindo a janela da nossa casa. Podemos ter uma breve noção da complexa realidade através de boatos, de fuxicos. Mas estamos envolvidos apenas por informações, as quais, para que se constituam em comunicação e conhecimento, necessitam de legitimação e de credibilidade.

Nesse sentido, o rádio deve ser analisado não apenas como um simples instrumento de comunicação, mas como um campo social (BOURDIEU, 2001), com regras historicamente definidas, as quais legitimam informações, constroem a credibilidade, como a própria realidade.

Existe uma diferença abismal entre receber uma informação do vizinho, ou de um *site* qualquer, e ouvi-la ao vivo no rádio, pela voz do locutor que se admira. Para Manuel Castells (2009), mesmo com a diversidade de fontes informacionais possibilitadas pela rede virtual, a credibilidade da notícia ainda depende dos veículos tradicionais de comunicação. Para esse autor, mesmo com o aumento de veículos de “autocomunicação<sup>5</sup>”, que possibilitam a todos produzir e transmitir informações, os grandes grupos de comunicação atuam como fortes catalisadores das informações oficiais. A legitimidade das informações e das notícias da comunicação virtual ainda busca afirmação e complementaridade nos grandes grupos midiáticos ou nos veículos de comunicação de referência. Em regiões do interior catarinense, onde os canais de televisão apenas retransmitem, em sua maioria, informações das capitais, cabe ao rádio ser o veículo de comunicação mais eficiente, com transmissão ao vivo, imediato, sem a necessidade de edição textual ou de diagramação (WOLTON, 2011).

Mas, além de referenciar o rádio como um espaço legitimador da informação ou da credibilidade noticiosa, é preciso compreendê-lo enquanto espaço de poder socialmente construído. De acordo com o sociólogo inglês Antony Giddens (1991), os sentidos

de confiança ou de estabilidade social são historicamente construídos a partir das relações que os sujeitos estabelecem com as instituições, ou o como ele mesmo denomina, com “sujeitos peritos”.

Segundo o autor, a busca por credibilidade ou estabilidade social é sempre instável, pois se trata de uma ação entregue às mãos de outras pessoas/instituições, às quais, na maioria das vezes, não conhecemos ou possuímos acesso livre e permanente. Por exemplo: quando viajamos de ônibus, não sabemos ao certo se o motorista e mesmo o ônibus estão em plenas condições de nos oferecer uma viagem tranquila e segura, ou, quando vamos ao posto de saúde ou ao consultório médico, não exigimos o diploma dos profissionais antes do atendimento.

Da mesma forma, não sabemos ou conhecemos de antemão as intenções dos grupos de comunicação que transmitem diariamente informações e notícias sobre a nossa realidade. Quer dizer, somos dependentes de “sujeitos peritos” (GIDDENS, 1991), que historicamente nos convenceram de sua responsabilidade ou profissionalismo. No lugar das antigas relações face a face – de conversa na rua, no clube, etc. –, a vida moderna está, de forma cada vez mais direta, condicionada por grupos de pessoas que nunca vimos – e, com as quais, na verdade, na maioria das vezes, nunca teremos a possibilidade de diálogo efetivo.

O rádio se constitui, então, como uma instituição, campo social ou “sujeito perito”, construtor de realidade, através da legitimação da informação e da constituição da comunicação social. Assim, não podemos desvincular ou inocentar o nosso querido “radinho” das grandes questões políticas, culturais e econômicas, tanto do nosso país quanto da nossa cidade.

Por meio do rádio, os acontecimentos, bem como as relações sociais, são deslocados de seus contextos locais e reestruturados, “[...]”

através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p. 29). Ou seja, um acontecimento pode ser transmitido/recepcionado em tempo real ou reeditado e retransmitido posteriormente. A presença massiva do rádio também se deve a sua praticidade tecnológica. Trata-se de um veículo de comunicação de fácil acomodação, podendo ser deixado sob o armário, ao lado da cama, dentro do carro, pendurado em uma árvore, ou até mesmo dentro do bolso. Por esses e tantos outros motivos, o rádio é um meio de comunicação que se ajusta ao ouvinte e que se deixa reger pela cotidianidade de seus receptores (MATA, 1991).

Apresenta-se como meio de comunicação compreendido e decifrado por todos os seres humanos. No livro *Ensaio sobre a cegueira*, José Saramago (1995) descreve uma cena em que os cegos se apropriam do rádio e fazem dele o mais importante meio de comunicação e informação. Saramago (1995, p. 121) acentua o modo emocionado como os cegos se apropriam do rádio.

Tirou o pequeno aparelho do bolso exterior do casaco e ligou-o [...]. O ponteiro de sintonização continuava a extrair ruídos da pequena caixa, depois fixou-se, era uma canção, uma canção sem importância, mas os cegos foram se aproximando devagar, não se empurravam, paravam logo que sentiam uma presença à sua frente e ali se deixavam ficar, a ouvir com os olhos muito abertos na direção da voz que cantava. Alguns choravam, como provavelmente só os cegos podem chorar, as lágrimas correndo simplesmente, como de uma fonte.

Nesse episódio, o rádio deixa de ser apenas um instrumento e passa a se constituir como espaço de interações humanas, de contato, de afetividade. Efetiva-se com um espaço midiático dotado de potencialidades, que, através da intervenção humana, ganha rumos e orienta novos caminhos para aqueles que dele se apropriam.

O rádio é um produtor de sonhos para espectadores perfeitamente despertos (BALSEBRE, 1984). Em outras palavras, a tec-

nologia radiofônica atua não apenas como mediadora, mas como um campo produtor de sentidos entre os processos de produção e de recepção. Mas, para isso, salienta Balsebre (1984), o estabelecimento, ou não, da comunicação dependerá da proximidade sociocultural entre emissor e receptor, o que nos leva a definir que a constituição da linguagem radiofônica é construída à medida que se estabelecem outras tentativas de comunicação, que, no início do rádio, era considerada apenas verbal e não sonora.

A pronúncia da palavra e, posteriormente, de outros sons e ruídos, puseram em curso a edificação da complexa trama da linguagem radiofônica. O desenvolvimento tecnológico da produção sonora radiofônica – com a profissionalização dos roteiristas, sonoplastas, editores, diretores e locutores – possibilitou a abertura de um novo contexto perceptivo e imaginativo: com o rádio inaugura-se um modo distinto de ouvir o som.

Para Bachelard (1985), todo o planeta está ocupado em falar. Assim, o rádio entra em cena e se constitui como a primeira e mais perfeita realização dessa necessidade humana. No entanto, no texto sobre teoria do rádio, Bertolt Brecht alerta que um homem que tem algo para dizer e não encontra ouvintes está em má situação (apud BASSETS, 1981). Também estão em má situação os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer. Esse aspecto é fundamental para compreendermos a diversidade de sentidos produzida pelo campo da comunicação radiofônica, assunto que abordaremos a seguir.

## **OS SENTIDOS DA RECEPÇÃO RADIOFÔNICA**

“Sem a possibilidade de retorno ou correção, o signo sonoro, efêmero e inscrito temporalmente, encontra em cada ouvinte a sua possibilidade de ressonância e, portanto, de perpetuação”. (SILVA, 1999, p. 41)

*“... O que a gente escuta no rádio a gente guarda por muitos dias, até pra sempre”.*

(Luiz Antônio, ouvinte, 2011)

A apropriação ou o consumo de conteúdos radiofônicos constitui uma ambiência comunicacional (SODRÉ, 2002), ou um campo sócio-simbólico em constante interconexão entre: meios de comunicação, ouvinte e suas demais práticas cotidianas e sociais. Assim, compreender a produção de sentidos requer a entrada no cotidiano e no contexto sociocultural dos ouvintes, destacando os modos como esses usam e se relacionam com os meios de comunicação.

A produção de sentido é parte da recepção e, ao mesmo tempo, continuidade dela. Ou seja, a recepção não termina quando o ouvinte desliga o rádio. Pelo contrário, os ouvintes entrevistados<sup>6</sup> comentam sobre os programas que escutam, falam dos conteúdos e das músicas preferidas, mas, também, relatam sobre os demais acontecimentos e práticas que excedem o momento da audiência. Como destaca o professor Jairo Grisa (2003), a produção de sentido nos remete a questões até mesmo existenciais desse receptor e de suas relações com o meio rádio. Da mesma forma, a mensagem radiofônica só pode ser compreendida como algo incompleto e dinâmico, que prescinde da atividade de leitura do receptor enquanto sujeito integrado a distintas ações sociais (OLIVEIRA, 2007).

Por esse mesmo caminho, Martin-Barbero (1987) afirma que a recepção deve ser observada tanto a partir dos lugares onde os receptores consomem a programação quanto dos espaços nos quais esses receptores transitam. Isso porque o conteúdo radiofônico é apropriado enquanto o sujeito realiza outras atividades, conversa com outras pessoas, está atento a inúmeras imagens e a tantos outros sons que o rodeia.

Bourdieu (1998), em sua vasta atividade de pesquisa de campo, também nos auxilia na compreensão da recepção radiofônica. Para esse autor, o consumo cultural, seja de conteúdos midiáticos, como de objetos materiais, é resultante de uma interação entre posição social e estilos de vida. Assim, o consumo cultural – que neste artigo se refere ao conteúdo radiofônico – está intimamente ligado à possibilidade de acesso à tecnologia e, sobretudo, às competências sociais, condições econômicas, culturais e educacionais do receptor e da sua posição social.

Para a pesquisadora argentina Maria Cristina Mata (1991, p. 41), a dimensão da recepção radiofônica e a decorrente ambiência comunicacional também podem ser entendidas como operações nas quais se colocam totalmente em jogo necessidades, sonhos, desejos, experiências dos receptores, o que pode gerar um “[...] verdadeiro sistema de adesões e rejeições”. A constatação dessa autora é verificável na maioria dos discursos dos entrevistados, para os quais os sentidos da escuta radiofônica não são lineares ou contínuos. “[...] Nem sempre o rádio transmite o que a gente espera ouvir”, ressaltou, por exemplo, Ana Paula, agricultora assentada, ouvinte da Rádio Rainha das Quedas AM<sup>7</sup>. Esse depoimento nos possibilita identificar as continuidades e as rupturas que se produzem entre o conteúdo midiático e os sujeitos consumidores (MATA, 1991).

Dona Terezinha, agricultura assentada desde 1985 pelo programa de Reforma agrária, relatou que “[...] o rádio está sempre ligado”. “Só desligo quando chega alguém. Aí, o rádio pode atrapalhar a conversa”, completou. Percebe-se que os sentidos de parceria entre rádio e o ouvinte estão atrelados aos demais acontecimentos cotidianos. “[...] No geral, ele [rádio] sempre está com a gente. Mas, como te disse, depende das coisas que a gente está fazendo”, continuou dona Terezinha. O mundo rígido do trabalho, imposição do sistema capitalista, que ordenou a vida através da aceleração da produção (MARTÍN-BARBERO, 1997), é aspecto determinante do



sentido de parceria radiofônico. Ou como contou Ermildo: “[...] Chego em casa da cidade [trabalho] ‘quebrado’. Aí, o rádio é o companheiro pra gente descansar. Eu trabalho o dia todo fazendo o mesmo movimento, de fechar e empilhar caixas. Isso deixa a gente no final do dia muito cansado”.

Os sentidos da escuta radiofônica também são identificáveis na trajetória de vida dos ouvintes. Estudante e filho de agricultor, André, 23 anos, comentou que o rádio é o meio de comunicação mais presente em sua vida: “[...] Desde pequeno, eu também assisto a televisão, mas eu assistia algumas coisas e depois desligava. Mas com o rádio era o dia todo. Até hoje, se tu for ver, o rádio fica mais ligado do que a televisão”. O jovem, enquanto conversava, retirou da sua mochila um aparelho MP4, e com agilidade sintonizou a rádio 101,3 FM. “[...] Entro no ônibus e vou até Xanxerê escutando. Meio dormindo às vezes, mas sempre escutando uma ‘musiquinha’”, afirmou.

Em frente ao posto de saúde do Assentamento 25 de Maio, está Marilene. Para ela, o sentido de parceria radiofônica varia de acordo com a emissora. “[...] Eu sinto mais vontade de escutar a rádio comunitária do que a rádio da cidade. A rádio comunitária é mais nossa. Por que até meu filho já foi locutor”, contou. Esse depoimento também realça a diferença existente entre os sentidos gerados pelos modelos de emissoras comercial e comunitária. Nesse sentido, a fala de Marilene corresponde ao que Mata (1991) denomina de recepção ativa e cidadã: essa ouvinte questiona e reconhece “[...] sua exclusão do discurso radiofônico como sujeitos políticos e produtivos, como limite de conflitos econômicos e de poder” (MATA, 1991, p. 45).

Na perspectiva de Marilene, os sentidos da recepção radiofônica não são respostas automáticas a qualquer emissão de conteúdo. A distinção entre o “fazer rádio comercial e o fazer rádio comunitária” são condicionantes para o estabelecimento, ou não, da recep-

ção: “[...] Eu digo que a Rádio Terra Livre é mais parceira porque a gente sabe que todo o ano vai mudar a direção, os locutores [...], e a gente não precisa pagar nada pra divulgar anúncio das nossas festas e da escola”, comentou Marilene. O sentido de solidariedade é outro elemento indispensável da escuta radiofônica. Os atos de bondade e de cooperação também são perceptíveis no atendimento cordial do comunicador aos ouvintes, desde as solicitações musicais até aqueles pedidos de ajuda material, como doações e anúncios.

Os sentidos da escuta radiofônica também denotam a função lúdica do rádio. “[...] Eu escuto muito o rádio para me distrair e dar umas risadas”, relatou Dona Jandira, ouvinte de várias emissoras. “Tem um locutor da rádio da cidade que, de tão ruim, chega a ser engraçado, [...] distrai e gente”, comentou. Dona Jandira ainda atribui ao rádio a função de “[...] alegrar o dia, principalmente quando está chovendo, e a gente não pode fazer os serviços lá fora”.

O sentido lúdico é também referendado por Luiz, agricultor aposentado. Com as mãos calejadas, Luiz afirmou, apontando com o dedo para o rádio que está em cima da mesa da cozinha: “[...] A gente gosta das notícias [...] mas o que me chama a atenção no rádio daqui (Terra Livre FM) é a gurizada que toca umas músicas mais animadas. Às vezes, eu aumento o volume, que até a minha ‘velha’ reclama”.

No caso analisado, “entreter-se” através do rádio pode ser considerada uma ação social ativada pela predominância da programação musical nas emissoras citadas. O sentido do lúdico é acionado por outros conteúdos que possibilitam a interação dos ouvintes, como explica Terezinha:

[...] De vez em quando o guri que faz o programa de manhã [Rádio Terra Livre FM] inventa umas perguntas que olha, “Deus me livre”. Eu até peço pra “nena” [sua neta] escrever. Aí, a gente se diverte e ela, que tá começando a ir à escola, também aprende.

Da escuta de Dona Terezinha, evidencia-se o sentido pedagógico, o sentido considerado pelos historiadores como o primeiro motor do rádio brasileiro, ou o sonho que levou Roquette Pinto a criar a Rádio Sociedade Rio Janeiro, em 1923. O sentido pedagógico é inerente ao processo de recepção radiofônica, pois a comunicação só é estabelecida quando se efetiva a compreensão ou a assimilação de diversas informações pelo receptor. O ato de escutar é um ato pedagógico (FREIRE, 1984).

Segundo Ferrareto (2001), a recepção radiofônica, de modo geral, situa-se no ato de ouvir e de escutar. O ato de ouvir está centrado no campo da passividade, do modo automático, enquanto que o escutar implica uma atenção mais ativa e desperta. Enquanto escuta, a recepção radiofônica formula perguntas e sugere respostas, incrementando os modos dispersos da audição. O escutar engloba todo o circuito do pensamento. Essa teorização pode ser exemplificada com o depoimento de Aluir, agricultor e ouvinte da Rádio Bebedouro FM. “[...] Tem horas que a gente fica mais atento, mas quando a gente tá na lida com outras coisas, a nossa atenção está mais ocupada com os trabalhos do que com o rádio. A não ser que seja uma notícia importante”, contou o agricultor.

Como já relatado anteriormente, a recepção radiofônica nem sempre é linear ou apenas positiva. O sentido de desconfiança também é identificado no depoimento dos entrevistados. Para Leonilda, dona de casa, o rádio também é um espaço capaz de produzir desgostos e insatisfações:

[...] Eu fui na rádio da cidade reclamar do transporte aqui para os assentamentos. Quando cheguei em casa liguei o rádio e escutei um vereador ‘cara-de-pau’ dizendo que estava tudo bem. E o locutor concordando com ele. Isso meu deu um ódio. Nunca mais liguei nessa rádio.

O sentido de insatisfação e o posterior desligamento do ouvinte com a emissora legitimam a reflexão proposta por Mata (1991)

de que os processos de recepção estão condicionados aos atos de aproximação e distanciamento entre emissora e ouvinte. Nesse caso, o ato de aproximação da ouvinte, que a colocou no patamar de produtora de informação ou de informante de pautas para a programação radiofônica, proporcionou o desvelamento das estruturas econômicas e políticas nas quais a emissora está vinculada. A ouvinte complementa: “[...] depois, eu descobri que o locutor tinha sido cabo eleitoral do prefeito”.

Assim, é indispensável perceber que os sentidos da recepção radiofônica estão em permanente construção, como “[...] produtos de um determinado meio em inseparável conjunção com as mudanças de época [...], o crescimento das cidades, a ascensão social relativa e a ampliação da sua cidadania política” (MATA, 1991, p. 47).

A afetividade foi outro sentido da recepção radiofônica revelada por Alberto, agricultor e pequeno comerciante no assentamento 25 de maio. Enquanto arrumava a erva-mate na cuia, Alberto relatou:

[...] eu já me emocionei escutando o rádio. Foi num daqueles dias que a gente lembra da dificuldade que foi conseguir esse pedaço de terra [...] de ser chamado de invasor e até de bandido [...]. No caminho da mudança de vez em quando eu ligava o rádio pra distrair o povo. Até agora, quando toca uma moda de viola eu me lembro e até me emociono.

O rádio se apresenta como espaço simbólico produtor de afetividade, de intimidade, proporcionando aos receptores o estabelecimento de laços emocionais e de reativação da memória (GRISA, 2003). Esses aspectos são recorrentes em quase todos os depoimentos. Para Luiza, esposa de Alberto, ligar o rádio é um ato de se religar ao passado: “[...] Eu sempre gosto de pedir a música ‘Trapeiro Velho’, do Teixeira [..]. Lembro-me do meu pai, falecido não faz muito [...], agricultor sem terra, que trabalhou até o último dia da vida”. Dona Luiza também relata que os sentidos da escuta se

prolongam para os espaços de sociabilidade. A ouvinte contextualiza esses sentidos nas práticas cotidianas que excedem o espaço da casa, como a rua, o salão de festas comunitário, a escola, o posto de saúde e o transporte coletivo.

Dona Luiza comentou que escutar o rádio é importante para “[...] não ficar fora da conversa. A conversa das pessoas sempre vai muito pelo que está dando no rádio”. A sociabilidade também é identificada como um dos sentidos estimulados pela recepção radiofônica. Esse fato nos autoriza a definir o rádio como veículo de comunicação da rua, da convivência que excede os estúdios e o próprio espaço doméstico. O sentido de sociabilidade atribuído à recepção radiofônica é complementar à onipresença da mídia, a partir da qual “[...] as sociabilidades acabam sendo conformadas por ela, de maneira que as organizações e os indivíduos, em regra, buscam produzir seus próprios efeitos midiáticos, introjetando formas de fazer específicas do mundo comunicacional” (GOMES, 2008, p. 28).

Com o rádio, a sociabilidade potencializa-se como ambiente carregado de “virtualidade”, que amplia para o sujeito novas possibilidades de ser e de conviver. Não se trata de ser e de conviver de modo determinado ou totalmente alheio às afetações midiáticas. Negociações, aproximações, distanciamentos e complementaridades são as forças que regulam as distintas relações entre rádio e ouvinte. Em um cenário permeado de novas tecnologias, a recepção radiofônica ganha novas possibilidades.

Assim o campo radiofônico necessita de uma produção orientada por um aprendizado a partir da sociabilidade. Esse espaço midiático e midiaticizante é dotado de potencialidades e, mediante a intervenção humana, ganha novos rumos e orienta caminhos para os que dele se apropriam. Como nos ensina Denise Cogo, o

campo radiofônico possui suas lógicas, “[...] ao mesmo tempo em que também esses atores se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em um espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações” (COGO, 2004, p. 43).

## ○ FAZER RADIOFÔNICO EM TEMPOS MULTIMÍDIA

O rádio afirma-se como estrutura/espço de produção simbólica com um extraordinário poder de construir sentidos como a própria realidade. No entanto, alguns discursos e até mesmo pesquisas acadêmicas consideram o rádio como um mero instrumento técnico, delegando-lhe uma posição secundária nos processos comunicacionais contemporâneos, onde o impressionismo tecnológico ocupa grande parte das emoções e preocupações.

Evidentemente, que complementar ao processo de produção de sentidos figura o aspecto tecnológico, que é decisivo para a manutenção, ou não, da audiência ou da sintonia entre conteúdos e os sujeitos receptores. No entanto, é importante destacar que rádio e novas tecnologias digitais se complementam e não se sobrepõem ou se excluem (SANTAELLA, 2008), mesmo que essa relação seja recente e ainda corresponda mais a tentativas do que a acertos. No entanto, a evolução é permanente e irreversível. Assim, contra o discurso apocalíptico, de que o rádio seria suplantado pela internet e, portanto, esquecido, percebe-se que ele se readapta, complementa-se e atravessa o mundo também através da conectividade “WWW” (*World Wide Web*).

Para Heródoto Barbeiro (2004), o novo tempo radiofônico é o da interatividade e da ação participativa na programação que está indo para o ar ou que é acumulada nos sites, à disposição dos internautas que acessam áudio, texto e arquivo. A virtualidade também possibilitou a interligação com realidades não locais ou geográficas.

mente delimitadas. Emissoras que transmitiam apenas através das ondas ou do espectro *hertziano*, agora se expandem virtualmente para todos os cantos do planeta. A tecnologia digital, ainda em fase experimental, é o que orienta os novos rumos do campo radiofônico, alterando, significativamente, os modos de fazer, interagir e de consumir conteúdos. As redes sociais facilitaram os sistemas de interação ou de resposta social (BRAGA, 2006). Emissoras que antes disponibilizavam apenas a linha telefônica ou uma caixa para a carta do ouvinte na recepção da emissora, agora esbanjam em canais de interação desde os seus estúdios.

O tempo da convergência midiática ou das multimídias facilita o aproveitamento e a potencialização dos conteúdos produzidos, que antes eram dispersos pelo ar e apenas arquivados pelas emissoras nas chamadas fitas de censura. Exceções para alguns ouvintes, que se davam o enorme trabalho de gravarem em fitas K7 a programação preferida. No entanto, a possibilidade de recepção estava limitada ao aparelho radiofônico, à transmissão ao vivo dentro de um espaço geográfico e circunferencialmente definido. A tendência é de que muitas emissoras passem a disponibilizar nos *sites* toda a programação em forma de arquivos, que poderão ser baixados por qualquer ouvinte, desde que ele possua acesso à *internet*.

Por esse caminho, o processo de comunicação como um todo – entendido como aquele que ocorre na relação entre emissor e receptor para transmissão de uma mensagem –, é alterado pela evolução das mídias digitais *on-line*, as quais possibilitam que o receptor também produza e transmita o seu próprio conteúdo.

No cenário multimidiático, as rádios comunitárias, livres ou alternativas também devem ser apropriadas ou desenvolvidas tendo em vista os novos avanços e facilidades de transmissão virtual. Segundo Felix Guattari (1987), a intervenção de uma inteligência alternativa, de práticas sociais inovadoras, como é o caso das rá-

dios comunitárias e livres, é indispensável para a saúde da democracia e dos milhões de excluídos. Esses espaços de comunicação alternativa, assegura Guattari (1987), são locais consagrados aos que não podem acessar os espaços oficiais e mercadológicos da comunicação. Trata-se, ainda, de um instrumento de experimentação de novas modalidades de democracia. Para esse autor, as rádios livres, comunitárias ou alternativas são apenas uma pequena parte do iceberg das revoluções midiáticas que as novas tecnologias da informática nos preparam.

## CONCLUSÃO

A complexidade da recepção e do fazer radiofônico atuam num mesmo tempo, que é multimídia, da convergência tecnológica e dos novos canais de interação e participação popular. Com diversos aditivos tecnológicos, a palavra radiofônica permanece palavra viva, imaginada; palavra interpretada, palavra bem dita e bem falada. A voz radiofônica é uma fonte instigadora de experiências sensoriais mais complexas do que qualquer outro meio de comunicação. A palavra, tecida com o texto escrito, efeitos sonoros e a improvisação verbal, permite ao rádio se instaurar rapidamente por todos os campos da imaginação humana, antes, ação exclusiva do teatro e da música.

Como percebemos, a complexa produção de sentidos ativada pelos distintos modos de recepção nos obriga a contemplar o ouvinte como algo bem maior do que um dado estatístico, que pode ser medido por uma pesquisa de audiência. A apropriação e a significação dos conteúdos ou das mensagens radiofônicas permanecem um signo aberto, decifrável, mas misterioso, fator que nos motiva a pesquisar, ir a campo, conversar e dar a voz a quem mais entende de rádio: o ouvinte.

Este estudo nos revela que a produção de sentidos conjuga-se às demais práticas cotidianas, sejam econômicas, sociais, culturais,



mas nem sempre se revelam em grandes gestos ou acontecimentos, pois permanecem nas sutilizas, do ver, do gostar, do tocar, do ruído e de tantas sensibilidades importantes do acontecer humano.

Enfim, em tempos multimídia, além de sua praticidade tecnológica, o rádio continua modernizado, feito, revigorado. Ele já não é aquele da Era Vargas nem é o palanque sonoro da identidade nacional ou da censura militar. É mais variável, distinto, multifacetado, fragmentado e imprescindível (BUCCI, 2004). Mesmo com a capacidade de transmissão global, o rádio assume, com força e propriedade, o potencial de agregador local, um porta-voz da cidade, um agente comunitário.

## NOTAS

<sup>1</sup> Radialista, graduado na Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). Professor da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail [j.educom@gmail.com](mailto:j.educom@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Informação pela UFRGS, mestre em Educação pela Unisinos e graduado em comunicação social – habilitação em Relações Públicas (Puc-Campinas) e é professor Adjunto da Universidade Federal do Pampa. E-mail: [crisovaoalmeida@gmail.com](mailto:crisovaoalmeida@gmail.com)

<sup>3</sup> Para manter a privacidade dos entrevistados, os nomes foram substituídos por codinomes.

<sup>4</sup> Dados divulgados em 30 de março de 2012 pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e pela Federação Brasileira das Associações Científicas de Comunicação (Socicom).

<sup>5</sup> Tradução do autor.

<sup>6</sup> Os ouvintes entrevistados residem na zona rural do município de Abelardo Luz, região oeste catarinense. A pesquisa foi realizada nos meses de janeiro e fevereiro de 2011. A entrada em campo e as abordagens estão fundamentadas no método

Etnográfico (CÁCERES, 1998) e na técnica metodológica de entrevistas semi-estruturadas (SIERRA, 1998).

<sup>7</sup> As rádios citadas pelos entrevistados são: Rádio Rainha das Quedas AM, Rádio Bebedouro FM, Rádio 101,3 FM e Rádio Comunitária Terra Livre FM.

## REFERÊNCIAS

- BACHELARD, Gaston. **O direito de sonhar**. São Paulo: DIFEL, 1985.
- BALSEBRE, Armand. **El language radiofónico**. Madrid: Cátedra, 1994.
- BARBEIRO, Heródoto. Radiojornalismo Cidadão. In: FILHO BARBOSA, Andre; ÍOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana (orgs.). **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.
- BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Contrafogos 2: por um movimento social europeu**. Teles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRECHT, Bertolt. Teoría de la Radio (1927-1932). In: BASSETS, Lluís (ed.). **De las ondas rojas a las radios libres: textos para la historia de la radio**. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- BUCCI, Eugenio. Os sentidos do rádio. In: FILHO BARBOSA, Andre; ÍOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana (orgs.). **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.
- CÁCERES, Luiz Jesús Galindo. **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México: CNCA/Addison Wesley Longman, 1998.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza, 2009.
- COGO, Denise. A comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. In: PERUZZO, Maria Cíclia K. (org.). **Vozes cidadãs**. São Paulo: Angellara, 2004.
- FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

- GOMES, Pedro Gilberto; BRITTOS, Valério Cruz (orgs) **Comunicação e governabilidade na América Latina**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2008.
- GRISA, Jairo. **Histórias de ouvinte: a audiência popular no rádio**. Itajaí: Univali, 2003.
- GUATTARI, Felix. **Revolução molecular: pulsões políticas do desejo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- MATA, Maria Cristina. Radio: memorias de la recepción – aproximaciones a la identidad de los sectores populares. **Revista Diálogos de la Comunicación**, n. 30, p. 40-53, 1991.
- SIERRA, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. In: CÁCERES, Jesús Galindo (coord.). **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México: CNCA/ Addison Wesley Longman, 1998.
- OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. **Escuta sonora: recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- SANTAELA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** 3. ed. São Paulo: Paulus, 2008.
- SARAMAGO, José. **Ensaio sobre a cegueira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- SILVA, Júlia de Oliveira Albano da. **Rádio – oralidade mediatizada: O spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.



Parte II

# FRONTEIRAS



## **Meios, fronteira, comunicação e multiculturalidade: a rádio e a TV em Misiones<sup>1</sup>**

Carlos Alberto Garcia Da Rosa<sup>2</sup>

Em maio de 2003, sem contar a existência dos meios gráficos e de 22 rádios escolares<sup>3</sup>, eram 275 os meios que se encontravam instalados e funcionando na província de Misiones (Argentina), dos quais 220 eram rádios, 41 TV a cabo e 14 serviços de televisão aberta, 13 deles de alcance reduzido ou repetidoras, que incluem em muitos casos, a programação local.

Dessas 220 rádios; 213 eram de frequência modulada, com potência entre 10 watts e 35 quilowatts, e 7 de amplitude modulada. Quanto à propriedade (estes dados correspondem a corroborações realizadas até a data indicada acima), 13 rádios eram evangélicas, 13 serviços de TV explorados por cooperativas; 4 rádios da Igreja Católica; 4 do Estado Provincial: 3 rádios e um canal de TV aberta; 3 rádios municipais e uma rádio do Estado Nacional.

De acordo com a delegação de Posadas, COMFER, desses 275 meios, 11 são emissoras legais com licença fora de competição, entre as quais se encontram os meios, do Estado Provincial e a Igreja; outras 28 correspondiam a rádios de frequências moduladas que

se instalaram nos últimos 15 anos, a quem a licença também é definitiva, e outras 27 emissoras FM se encontram registradas com PPP (Permissões Precárias Provisórias) outorgadas em 1993 a todos que inscreveram no primeiro registro de rádios FM.

Todos esses números, obviamente, sofreram importantes alterações. Indicando que, entre os anos 2003 e 2006 foram instaladas mais rádios e novos canais de televisão em toda região provincial. Para uma província pequena, como a de Misiones, esse é um fenômeno que merece ser considerado cuidadosamente, uma vez que a questão da fronteira e da multiculturalidade não é estranha esse processo. Em princípio, nos permitirá sustentar a hipótese que para os 961.274<sup>4</sup> missioneiros, dos quais 500.948 (63,5%) vivem nas zonas urbanas e 287.967 (36,5%) em zonas rurais, a comunicação une, liga, reconhece, em determinados espaços/tempos múltiplas práticas e atos comunicativos de uns e outros.

Isso não significa que todos estejam interligados com todos, mas em determinados espaços/tempos, é possível a construção de vínculos entre atores que se caracterizam por pertencer a grupos diversos e diferentes, que interatuam, percebem, significam, constroem e usam esses meios de acordo com suas necessidades. Como afirma Alfaro (1195, p. 82), constroem relações que sejam de maneira “direta, interpessoal ou mediada, é dizer, através dos meios de comunicação... em que há um e outro que dialogam entre si, mas que antes de realizar a ação de compartilhar, supõem diferenciar-se um do outro”. Isso explicaria em parte porque em 51 dos 75 municípios em que se encontra dividida politicamente a província, existe pelo menos uma rádio funcionando.

Assim mesmo, na composição multicultural, multiétnica e plurilinguística da sociedade missioneira, encontramos outros indícios que nos permitiram sustentar que os meios de comunicação



que se instalaram na província a partir de 1986 precisamente pela necessidade de determinados grupos sociais/culturais/políticos/religiosos, de construir espaços onde pudessem refletir-se e/ou refletir seu devir.

É que em Misiones coexistem muitos grupos étnicos, resultado de um processo migratório que se remodelou na época da conquista e ocupação, sendo o primeiro testemunho das Missões Jesuíticas (1609 a 1767). Nessa época não só surgiram numerosos povos que hoje ainda habitam a região, marcando o início de um lento processo de mestiçagem que ocorreu em lugares que, após a partida dos sacerdotes, foram em sua maioria povoados por mulheres que se relacionaram com os espanhóis, que se instalaram na região. Isso se aprofundou a partir de 1897, quando começaram a chegar os primeiros imigrantes europeus, que ocuparam pouco a pouco a zona sul, centro e Alto Paraná provincial.

Assim se estabeleceram, em uma primeira etapa, famílias que emigraram do Paraguai, Brasil, Alemanha, Rússia, Ucrânia, Áustria, Finlândia, Noruega, Polônia, Itália, Dinamarca, Suécia, Suíça, Líbano, França, Inglaterra, Espanha e Síria. Logo se acrescentariam famílias originárias do Japão, Laos, Coreia do Sul e Taiwan. Portanto, em Misiones coexistem muitos grupos étnicos, onde, como defende Canclini (1997), uma parte “se incorporou à sociedade nacional, substituiu a população local e sufocou a expressão, a manifestação das culturas locais de origem indígena ou crioula”, e outra, não encontrando naquela época na região uma matriz cultural suficientemente significativa para assimilação dos recém-chegados, reproduziu na colônia o sistema que trouxe da Europa, mantendo sua cultura, idioma e tradição. Essa composição da sociedade que apresenta Misiones, com toda a sua complexidade e seus conflitos<sup>5</sup> se reflete permanentemente nos meios.

## MEIOS E FRONTEIRA

Encontramos o primeiro indício da presença de um meio de comunicação eletrônico na região em 19 de agosto de 1927<sup>6</sup>. Nesse dia, em Posadas, por iniciativa de um imigrante francês, Julio Teodoro Cormillot, foi ao ar em forma experimental “*Radio Mix*”, que depois passaria a chamar-se “*Bouquet*”, uma rádio de 10 watts, com um plantel de profissionais que incluía os representantes mais significativos da cultura missioneira da época.

No momento em que se começa a legislar em matéria de radiodifusão no país, esta emissora transferiu-se para a localidade paraguaia de *Encarnación*, e foi instalada nas proximidades do que hoje é a estação naval, perto do porto sob o nome de ZP3 e ZPA3<sup>7</sup>, e no início dos anos 1940 desaparece.

Tomamos esse antecedente, naquela época também estava no ar a *Radio Índio*, que em ondas curtas a partir de uma balsa ancorada no porto de Posadas, transmitia uma hora por dia, porque a partir dessa rádio se começa a constituir na região – sobretudo com o Paraguai – alianças estratégicas que culminaram com a instalação de rádios, que reconhece a existência de uma “integração de fato”, em contraposição as políticas dos Estados Nacionais desenvolvidas nos anos 60 e 70, que buscaram marcar a presença do Estado-nação na região.

Falamos de uma fronteira “flexível”, não “política”, que permitiu a construção de novos territórios com microclimas sociais/culturais/comunicacionais tão particulares e diferentes que se projetaram/incluíram/apropriaram de espaços nos meios, e onde a língua e a música atuaram como elementos estruturadores fundamentais.

Nesse contexto, no final da década de 30, a partir de um convênio entre o governo paraguaio e a *Radio Belgrano* de Buenos Ai-

res, apareceram na cidade paraguaia de *Encarnación*, localizada em frente à cidade de Posadas, ZP5 *Radio Encarnación*. E quase ao mesmo tempo, mas em Posadas, em 26 de julho de 1942, como integrante da Rede Argentina de Emissoras *Splendit* (RADES), vai ao ar LT 4 *Radio Misiones*.

É a época em que na Argentina, as grandes rádios (Belgrano, Splendid e El Mundo) começam a disputar a audiência do interior do país, instalando filiais e transmitindo em cadeia. O objetivo geral era a rentabilidade econômica, ainda que em cada lugar e, talvez por isso, se envolvia com a realidade social, cultural e comercial da região. Na produção de sentido dessa rádio, a “fronteira” foi além da linha política que marcava os limites do Paraguai e da Argentina na região. Era uma região onde se compartilhava uma história comum, realidades e experiências produtivas, econômicas, políticas e social semelhantes, e, sobretudo, os habitantes de um e de outro lado do rio tinham relações familiares muito fortes. Tudo isso está presente e constitui os meios.

## **A “INFLUÊNCIA” DO BRASIL**

Em 1960, na América Latina se inicia a exposição desde o Estado Nação das hipóteses de conflito entre países vizinhos, é o momento da “Doutrina Nacional de Segurança na Argentina”, da teoria das “fronteiras vivas” do Brasil e do “nacionalismo strossneriano” no Paraguai (GRIMSON, 2002, p. 61-66).

Essa política, gradualmente foi impondo-se sobre uma integração que se dava “de fato” na região, e proporcionou a diferença, quando não o confronto entre uns e outros na fronteira. Sobretudo com o Brasil, no limite com Misiones, e em particular na região do Alto Uruguai, que por muitos anos esteve desprotegida/isolada/abandonada<sup>8</sup>.

Estas “hipóteses de conflito” viam na República Federativa do Brasil um inimigo em potencial. Sustentava-se que ao haver uma invasão, o primeiro que se perderia nas mãos do “invasor”, entre outras coisas, era a província de Misiones, de modo que, além de reforçar-se simbólica e materialmente as fronteiras, teriam de fortificar-se em Corrientes, exposta como linha de defesa, e não construir/desenvolver nenhum tipo de infraestrutura de envergadura além de seus limites que facilitaria o “avanço do inimigo”.

O abandono dessa concepção de conflito traz o processo de democratização do país, constituiu um dos fatores políticos determinantes para o “renascimento institucional” da província<sup>9</sup>. É assim, que a partir desses fatos se começam a concretizar obras para integrar os missioneiros ao país, com a pavimentação das 12 estradas nacionais e a habilitação do túnel subfluvial, para integrar as grandes regiões de Misiones ao que é a província.

Nesse contexto, a presença, concebida em termos de “penetração”, dos meios de comunicação brasileiros foi uma constante preocupação, sobretudo para aquelas instituições vinculadas com o Estado-Nação: escola, exército e meios de comunicação.

Entre 1975 e 1978, se contabilizou nos Estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná, 23 rádios, das quais pelo menos 12, junto com o sinal de quatro canais de televisão, eram captados na província (GRÜNWALD, 1982, p. 58-61).

Entre 1976, já se observava em uma pesquisa realizada pelo governo provincial na área de *Bernardo de Irigoyen*: “Não existem na região emissoras de rádio, exceto a de *Bernardo de Irigoyen*. As emissoras de ordem local como a Rádio Oberá, Rádio San Javier, são captadas em algumas áreas que cercam o ponto de emissão.

Durante o dia capta-se, com alguns inconvenientes a Rádio de Posadas, além de rádios estrangeiras e durante a noite as emissoras de Buenos Aires”<sup>10</sup>.

Com respeito a esse tema, Grünwald (1982, p. 56), aponta: “A informação que esses colonos recebem se cumpre por meios radiais, via Brasil [...] só com um bom equipamento receptor, inacessível praticamente à economia desse grupo social”, era possível sintonizar as rádios argentinas.

Em 1979, em um diagnóstico sobre a situação comunicacional na fronteira com o Brasil, o governo da província, reconhece que “a pressão das comunicações (brasileiros a dimensão é nossa) cobra importância porque as 6/7 partes de seu perímetro são áreas fronteiriças e sua população, de diversas procedências, sendo 50% rural”. E mais, afirma que as influências dos meios de comunicação jogam um “papel fundamental na formação da consciência política, econômica, social e cultural própria da população e se essa influência é de origem externa pode afetar, distorcendo aspectos vitais como a “consciência nacional”, e tornar-se então em um problema de soberania”. Adverte que se seu controle não era possível, “sua neutralização” era imperativa.

Recomendava, então, “o incremento da cobertura de emissoras como o melhoramento das programações as quais devem apontar estrategicamente a educar em forma integral o habitante de nossas fronteiras” e sustentava que “era preciso guarnecer nossas fronteiras, desejando que nosso homem de fronteira se sinta ativo e participante, fundamental no processo de exaltação e defesa de nossa pátria”.

Portanto, o conceito de fronteira que se aplicou foi o que define a fronteira como limite/separação/diferença, como o reconhecimento

de que de um lado estamos “nós” e do outro estão “os outros”, percebidos como “estrangeiros”, quando não como “inimigos”.

E foi essa política, sustentada na Doutrina da Segurança Nacional, reforçadora de fronteiras e questionadora de uma presença midiática concebida como “penetração cultural”, que marcou também por esses anos o início de um processo de instalação do meio rádio, em princípio, em áreas consideradas estratégicas da geografia provincial.

## CONQUISTANDO FRONTEIRAS

Nesse contexto, em 15 de dezembro de 1963, vai ao ar LT 13 *Radio Oberá* na localidade de Oberá, a 80 km de Posadas. Nasce como uma “barreira” à “penetração” de ZP 5 “*Radio Encarnación*” do Paraguai, das rádios brasileiras e da Rádio “Colônia” do Uruguai, que monopolizavam o espectro rádio eletrônico sobre a área central de Misiones.

Com seu slogan: “abrindo espaços no éter missioneiro”, a rádio chegava a cerca de 200 mil ouvintes com programas que contemplavam a realidade multicultural/social da época, e, além disso, com espaços especialmente dedicados a refletir sobre os acontecimentos de comunidades vizinhas.

Um ano depois, em 19 de junho de 1964, vai ao ar em forma definitiva em Posadas, LT 17 *Radio Provincia de Misiones*, uma das três rádios do Estado missioneiro. O início de funcionamento dessa emissora, também se relaciona com a ideologia dos que lutaram, nos primeiros anos da década de 50, por desejar a provincianização do então Território Nacional de Misiones<sup>11</sup>.

Em Eldorado, a partir de 11 de dezembro de 1964, vai ao ar LT 18 *Radio Eldorado*, que foi concebida pela população do Alto Paraná

“para preencher o vazio de comunicação”, em uma área onde até então só sintonizavam “emissoras do Paraguai e Brasil, que por razões de ordem geográfica, eram as que melhor chegavam aos seus receptores”<sup>12</sup>.

Em 20 de abril de 1972 vai ao ar em Puerto Iguazu, LR 19 *Radio Nacional Iguazú*. Foi a primeira emissora de potência média que se instalou em uma tríplice fronteira. Contava com duas equipes de 5 e 25 kw e a finalidade era “contra a penetração” das rádios de Assunción, Curitiba, São Paulo e Foz do Iguazu, que transmitiam em AM e FM com alta qualidade e potência.

Em 18 de novembro de 1972, em Posadas, também vai ao ar LT 85 TV Canal 12, um meio de propriedade da nação estatal provincial para “construir a soberania” na fronteira.

Em 1º de abril de 1973, em San Javier – com a mesma intenção de ser “uma barreira contra a penetração das rádios essencialmente brasileiras” – vai ao ar em baixa potência, porém transmitindo em AM, LT 46 *Radio San Javier*. Nasceu da decisão de 20 sócios da então Cooperativa Açucareira de San Javier, como “um aporte patriótico”<sup>13</sup> dos colonos que viviam na fronteira.

Em 6 de novembro de 1976 começa-se a transmitir em AM com um equipamento de 300 Watts LT 46 *Radio Bernardo de Irigoyen*, situada na localidade de Bernardo de Irigoyen; emissora de baixa potência, porém, de grande importância por ser a primeira que se instalou na região mais oriental do país e da província, na fronteira com o Brasil. Esta rádio, se instalou para “reafirmar os direitos argentinos nessa parte do país e ser uma barreira à penetração dos meios brasileiros”, integrou juntamente com LT 17, FM Provincia y Canal 12 o sistema de comunicações do Estado missioneiro.

No princípio de 1983, o mapa comunicacional da província estava constituído por oito meios, dos quais 7 eram rádios AM e um canal de televisão aberta. Porém, esses meios não cobriram todo o território provincial, devido em grande parte a limitações técnicas, como as condições topográficas de Misiones. Em relação à fronteira com o Paraguai, entre outros, a Rádio Encarnación, FM Alto Paraná e Canal 7 Itapúa, nasceu para combater no Paraguai a penetração dos sinais do Canal 12 instalado em Posadas.

Do exposto, podemos estabelecer que na história dos meios de comunicação da região há três etapas.

A primeira etapa, fundadora, compreende um período que vai desde 1927 ao início de 1960. Na região, a fronteira era concebida e vivida como flexível. Em uma integração que se dá “de fato”, um meio de comunicação paraguaio se constitui, que articula os interesses, inquietudes, esperanças, frustrações, vivências das pessoas que estão em uma ou outra margem do rio Paraná. Na fronteira com o Brasil, há um vazio comunicacional do lado argentino, enquanto que do “outro lado” se faz evidente a existência de uma política comunicacional definida. É uma área da província pouco explorada e que começará a ser colonizada a partir dos anos 70 e 80. Nesse contexto nascem a Rádio Mix, ZP5 Rádio Encarnación do Paraguai e LT4 Rádio Misiones.

A segunda etapa vai dos anos 60 ao começo dos anos 80, é a época das “hipóteses de conflito”. A fronteira política é concebida como o limite que marca onde começa e termina um país. Os meios que aparecem nesse tempo não são para integrar, mas sim para contestar, para opor/resistir/afrontar aos meios estrangeiros, fundamentalmente, os brasileiros. Na literatura e nos discursos oficiais, escolares, jornalísticos, se fala de “argentinização”, da “ação expansiva do Brasil”, de “penetração cultural”, etc. Ao mesmo tempo em que aparecem em Misiones LT 13 Rádio Oberá, LT 17



Rádio Província de Misiones, LT 18 Rádio Eldorado, LT 85 TV Canal 12, LT 19 Rádio Nacional Iguazú, LT 45 Rádio San Javier e LT 45 Rádio Bernardo de Irigoyen. Como uma espécie de contrapartida, na localidade paraguaia de Encarnación aparecem em 1976, Canal 7 Itapúa para contestar a penetração do Canal 12 e com este mesmo objetivo será inaugurada em 1979, pelo então presidente Alfredo Stroessner, FM Alto Paraná.

A terceira etapa, é uma volta à integração marcada por um processo que se inicia com o Mercosul e que está em andamento até os dias de hoje.

## **POR QUE TANTOS MEIOS?**

O número de meios existentes não é permanente, pois variam em relação à função que cumpre a emissora, conforme seja o lugar onde é instalada.

Para entender isso, e essencialmente, em um mercado publicitário pequeno e concentrado como o da província de Misiones, é necessário levar em conta alguns fatores que são descritos a seguir.

As características que apresentam a topografia de Misiones, seu relevo, um planalto desprendido do sistema orográfico brasileiro, em que se encontra um sistema de serras que recorrem à província em direção longitudinal Sudoeste–Nordeste e que praticamente divide em dois sua geografia. Ao estar a província dividida geograficamente em duas bacias, o Rio Paraná e o Rio Uruguai, é necessário recorrer à instalação de um sistema de repetidoras para cobrir parte do território provincial, cujo custo de investimento e a manutenção são altos. Em Misiones hoje, não se pode falar no sistema de satélite, que permitiria romper com os obstáculos oferecidos pela topografia provincial, pois para os empresários e mesmo

para o Estado são investimentos considerados não rentáveis, pelas características do mercado, onde não existem recursos suficientes como para autofinanciar o empreendimento.

As rádios comerciais com uma potência de saída superior a 25 quilowatts são três e estão instaladas em Posadas. Possuem repetidoras em locais onde o mercado publicitário é importante: Oberá, Alem, Eldorado, etc. A cobertura com seus sinais no restante do território provincial, é mínima, quase inexistente. Por outro lado, dentre as rádios e canais de TV de baixa frequência, 95% não chegam a ter uma potência de transmissão de 1 quilowatts. Seu alcance, considerando as condições topográficas de Misiones limita-se, especificamente à sua área de influência. São emissoras que não possuem repetidoras.

As zonas de silêncio em rádio e televisão: dizíamos que até início de 1980 em Misiones existiam só oito meios. Sua potência em conjunto e fazendo uma soma arbitrária não alcançava 60 quilowatts. Além da exceção da rádio oficial, que transmitia 24 horas, as demais estavam no ar das 18 horas às 21h/23h<sup>14</sup>. Nesses horários, o espectro radioelétrico era monopolizado pelos meios paraguaios e brasileiros, que em conjunto contavam com uns 600 quilowatts de potência. Nessa época, não existiam na província outras alternativas para informar/informar-se. A aparição a partir de 1983 das FM dá um novo significado a uma frequência que até esse momento não era considerada como importante, mas sim, que cobriram esta ausência de sons e imagens em grande parte da geografia provincial.

A partir da convertibilidade, o acesso a novas tecnologias favoreceu a instalação dos meios de baixa potência. Um transmissor de rádio de 100 watts custava no mercado entre 1.000 e 7.000 dólares/pesos (A Lei de *Convertibilidad* esteve vigente durante o governo de Carlos Menem, nela um dólar equivalia a um peso argentino). Porém, hoje esse mesmo equipamento custa o mesmo em dólar, quase três vezes mais em Pesos.

A composição multicultural, multiétnica e plurilinguística da população missioneira contribuiu para sustentar a existência dessas emissoras, se reflete nos meios, pois como diz Grimson (2002) põe em cena modos de identificação que se consideravam arquivados e dão conta da construção de grupos sociais como agrupamentos identitários. Estes meios perduram no tempo justamente porque as comunidades que surgem conferem legitimidade, encontrada neles.

A valorização do local no global. Em cada comunidade de forma permanente e sistemática se coloca em valor as ações de um sujeito social identificado, com uma história, cultura, sistema de valores e um código comum, que opera em uma complexa trama de relações de negociações com o poder e as instituições que a representam. Desta maneira, desde o local no mundo global, afirma sua diferença. É que, como afirma Margulis “o global não destrói o local, às vezes, como produtor da diversidade o intensifica, ratifica as identidades que são relacionais e nutrem a alteridade” (MARGULIS 1999.48).

Um âmbito de reconhecimento e pertinência, onde se vê/é visto; escuta/é escutado; fala/ se fala e mostra/se mostram coisas que tem a ver com seu contexto. As lógicas de produção e recepção se estabelecem na construção de um sistema de mediações<sup>15</sup> que respondem a uma configuração particular, a uma determinada estrutura jurídica de funcionamento e a modos de articulação no local que permite ao receptor construir uma identidade em um contexto que é afim. Isto explicaria por que em Garupá, que está a 10 quilômetros do centro de Posadas onde há 80 meios instalados e funcionando, conta com três rádios, uma TV a cabo e um jornal.

Um lugar onde a diferença e a diversidade se juntam, torna possível a construção de ações a partir dos interesses comuns, a partir da construção de consensos. Exemplo: em uma localidade

de Misiones, a partir de uma rádio foi lançada uma campanha para reunir artigos de limpeza para o hospital público, uma instituição que no interior da província é muito importante aos sentimentos dos que vivem no lugar. O que se observou, é que não só os ouvintes da emissora responderam a proposta, mas sim, que se somaram outros públicos que habitualmente utilizam outros meios para informar-se/entreter-se, etc. Isto sustenta a hipótese de que o motivo da campanha os “uniu” em uma ação comum e se recuperou como afirma Alfaro o “sentido do outro” (ALFARO, 1999, p.48).

Não reconhece fronteiras. Os meios, mais do que ser uma barreira à “penetração” dos sinais brasileiros e paraguaios, atuam como mediadores em pequenos microclimas que possuem “uma história comum”. Em Irigoyen e em El Soberbio, por exemplo, as localidades missioneiras na fronteira com o Brasil, incluem na programação de suas rádios espaços onde transmitem informações específicas para um público que está “do outro lado”.

É uma instância de encontro/desencontro/coincidências/conflitos, onde se pode exercitar o poder de controle do público. É o caso de uma pessoa que vai à rádio para conseguir um remédio para um familiar enfermo; para reclamar pela falta de água; para expressar seu desacordo/acordo com a autoridade civil democraticamente constituída ou para expor problemas vinculados com um universo individual ou particular. Resgato o conceito de Raymond Williams (1971.p.31.34): os meios devem pensar “não em função do seu uso, mas sim de seus benefícios”.

É um âmbito onde é possível estabelecer uma comunicação que permite o diálogo, o intercâmbio, a construção de um lugar onde o cidadão se sente pertencente a uma sociedade. Como exemplo, as ações que surgiram a partir do debate gerado em Posadas pelos meios sobre alcoolismo por menores de idade. Cada um opinou, falou com o outro e com o outro decidiu ações em comum a respeito deste tema.

A presença dos meios paraguaios ou brasileiros na fronteira é outro aspecto para análise. Na atualidade, na vizinha nação guarani — que a partir dos anos 70 tomou os mesmos critérios que o Brasil para definir sua política comunicacional na fronteira — operam 181 emissoras<sup>16</sup>; das quais em Misiones só são recebidos os sinais de três redes de televisão, de 13 rádios AM e pelo menos 37 FM. Enquanto que na fronteira com o Brasil, sobretudo com os Estados do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o número de meios com suas repetidoras que chegam à região pelo avanço de seu equipamento tecnológico, aproximadamente é de 1.000<sup>17</sup>. Isso incide no fato de que quase a totalidade das emissoras no momento de fundamentar sua existência se apresenta como uma alternativa a estes meios, ressignificando uma e outra vez a questão da “penetração cultural”.

## NOVAS CATEGORIZAÇÕES

Além de quase todas estas rádios e canais de televisão aberta de baixa potência, que se instalaram a partir de 1986 em Misiones, como afirmam Lamas y Lemin (1992), constituíram um novo tipo de meio que não se identifica “pela potência de seu sinal, nem pela frequência, a licença ou a propriedade do meio”, mas sim pela função que cumpre na sociedade; a maioria tem uma potência que vai entre 10 a 200 watts e não conta com uma estrutura técnica, administrativa e profissional, tal como se concebe aos meios modernos. São meios localizados em espaços muito precários, que não respondem às condições técnicas quanto à acústica e quanto a um nível ótimo de saída de ar.

A frente do microfone se encontram, em sua grande maioria, pessoas sem nenhum tipo de capacitação profissional e conhecimento das condições e possibilidades do meio, que não obstante desejam “comunicar-se”<sup>18</sup> com seu público, por falar coisas que

fazem a sua realidade e fundamentalmente porque utilizam a linguagem da gente da região e porque permitem um tipo de participação da audiência.

Um primeiro acercamento analítico aos mesmos nos instala na discussão sobre as tipologias. A respeito, perguntamos: de que tipo de meios se trata? Alternativos? Comunitários? Alternativos? Seguindo as conceitualizações de Máximo Simpson Grienberg (1995, p. 71) são rádios alternativas: aquelas que buscam “produzir mensagens que incorporem concepções diferentes e opostas as difundidas pelos meios dominantes”. Enquanto que alterativas são as que segundo a definição de Rafael Roncagliolo (1995, p. 72) a partir dos significados do “verbo alterar, trocar”, supõe a busca de uma “comunicação que converta, que transforme, que altere a ordem de coisas existentes”. A denominação de “comunitárias”, em troca implica que estão a serviço da comunidade, que estão vinculadas com um conjunto de interesses, com grupos de pessoas que podem reconhecer-se como relacionadas entre si.

Desde uma primeira aproximação, poderíamos afirmar que os meios emergentes a partir da década de 80 na província não correspondem a nenhuma dessas categorizações, ou em todo caso, as colocam fortemente em questão, sobretudo, aquelas emissoras que tem a ver com o “alternativo”. A tal ponto, que a partir de sua categorização nos permite pensar na possibilidade da construção de novas categorias ou seu defeito em sua ressignificação. Uma das perguntas que emergem com força é: “alternativo” para quem? Para o dono da emissora, que utiliza o meio para alcançar objetivos relacionados com a rentabilidade política ou econômica, ou para a gente, que apesar destas características que comuns à maioria dos meios de Misiones, os usa em determinados momentos para conseguir remédio para um

familiar enfermo? Daí, é que encontramos rádios que se enquadrem no que denominamos:

- A rádio casa
- A rádio templo
- A rádio *boliche*
- A rádio comuni-escolar
- A rádio serviço

#### *A rádio “casa”*

Refere-se a uma emissora que está instalada em uma casa de família, ocupa uma de suas habitações: uma peça, a sala e toda a dinâmica da rádio, gestão, produção e inclusive a participação da audiência gira em torno do movimento da casa. O espaço doméstico media as relações construídas desde e com a rádio, e passa, portanto, a ser determinante/constitutivo na lógica produtiva do meio<sup>19</sup>.

#### *A rádio “templo”*

As atividades do templo se transpõem para a rádio, onde se dá o sermão, se canta, se lê a bíblia e se transmite música relacionada com esse contexto. Templo e rádio se fundem em um só; se poderia pensar na construção de um “Templo eletrônico”<sup>20</sup>.

#### *A rádio “boliche”*

Este tipo de emissora é explorado na província pelos proprietários de centros dançantes, sobretudo de “bailanta”. Toda a programação da rádio gira em torno da oferta central dessas empresas, que são as reuniões dos fins de semana, onde geralmente, se apresentam grupos musicais que nesse momento se encontram em seu apogeu.

#### *A rádio “Comuni-escolar”*

Nasce como um instrumento pedagógico no marco do processo

de Transformação Educativa, mas, em alguns casos tem sido utilizada para vincular, em tempo de classes, a escola com a comunidade. Operam principalmente alunos com orientação dos seus professores. O interessante, é que em determinados momentos, essa rádio é operada e utilizada por integrantes da comunidade em que se encontra.

#### *A TV "serviço"*

É uma rádio cuja produção gira em torno da difusão de avisos classificados. O interessante é que a rádio não só publiciza o que se oferece e é oferecido pela comunidade, como também participa das transações que se concretizam.

Caracterizações estas, que não desejam ser pontos iniciais para posteriores indagações. Igualmente, destacamos outros tipos de amplo reconhecimento na história de radiodifusão e televisão mundial, mas, em Misiones dependendo da localidade adquirem particularidades. Entre elas:

#### *A TV repetidora*

Um caso interessante de comentar, nesse sentido é a situação de um canal aberto de baixa potência que repete/retransmite a programação de canais de ar, algo que supostamente não é novo e ao mesmo tempo comercializa alguns desses programas e inclusive, geralmente, um informativo ou espaços para setores vinculados com a religião, a agricultura ou grupo associado a uma etnia determinada.

#### *A rádio propagadora*

Reedita o que eram as antigas propagadoras dos povos missioneiros, que deixaram de funcionar (a última na localidade de San Vicente em 1986) precisamente pela aparição das rádios FM a margem de normas da COMFER. Sua programação se limita as mensagens, músicas, notícias, sem seguir uma estrutura determinada.



### *A rádio Símile-empresa*

Trata-se de emissoras pequenas, de baixa potência e que buscam ter um perfil similar ao das rádios comerciais, com uma organização administrativa e ótimo nível técnico, algo que nem sempre conseguem. Contudo, em alguns casos se destaca a parte artística do meio e a coerência de sua programação, com espaços destinados a captar segmentos distintos de público.

### *A rádio política*

Nascidas e definidas pelo interesse político, as rádios políticas se constituem em tribunas onde toda a programação gira em função não do que diz um partido político, mas sim, de acordo com o critério que impõe o dono da rádio, que é um dirigente político e cuja atividade principal é a política. São rádios profundamente vinculadas com a dinâmica política da província e com os tempos de campanha.

### *A rádio vendedora*

É uma rádio que se dedica a vender, desde um produto determinado, como as qualidade de um sabão para lavar roupa, a proposta de um candidato político, um credo religioso, etc. Sua programação é flexível e adapta-se às condições do produto que oferece a seu público. Neste caso, prima primordialmente pela rentabilidade econômica.

Todas e cada uma destas tipologias merecem futuros estudos. Em seguida, é aberta uma linha provável de investigações que na atualidade estamos seguindo. O certo é que sua aparição modificou o mapa dos meios na geografia provincial, já que contribuiu para:

– o fechamento definitivo das rádios AM pioneiras na região da Argentina: LT 13 Rádio Oberá y LT 18 Rádio Eldorado<sup>21</sup>;

– questionar da lei 22.285/80 de radiodifusão, porque apesar de um dos objetivos da COMFER ser “realizar tarefas de promoção da

radiodifusão em regiões de fronteira, estimulando o uso da rádio com fins de integração social, cultural e educacional”; além de prover equipamentos de comunicação, promover a máxima cobertura do território nacional, criar novos canais de televisão e normalizar o aspecto radiofônico<sup>22</sup>, muitas dessas rádios foram fechadas.

–Gerar novas fontes de trabalho: um estudo realizado pelo “Grupo Arte” para a Associação Missioneira de Trabalhadores de Rádio (AMTra)<sup>23</sup>, revelou que em 50 das rádios de baixa frequência de Posadas se emprega cerca de 1.500 pessoas<sup>24</sup>.

Sem deixar dúvidas, o exposto até aqui é motivo de debate, de novos olhares sobre um fato concreto: estes meios estão atuando na província e permanentemente estão ressignificando em função de uma realidade que é própria de uma província multicultural, multiétnica, plurilinguística e fronteiriça, como a de Misiones. Não são Rádios “Comunitárias”, ainda que por momentos, em determinados espaços de suas programações, a comunidade se faça visível em sua busca de respostas a situações particulares; não são “Alternativas”, porque nenhuma delas busca mudar a ordem vigente; e são “Alternativas”, segundo o lugar de onde as olhamos: desde a propriedade que busca primordialmente a rentabilidade política ou econômica; ou desde o cidadão que aceita essa situação e a partir daí se constroem práticas para fazer-se visível nesse espaço público. Essa é uma das tantas linhas de investigação a seguir.

## ○ MAPA MEDIÁTICO HOJE

No final de 2011, o mapa mediático provincial sofre transformações significativas. Em princípio, Misiones de acordo com o Censo 2010 tem 1.097.825 de habitantes e o número de rádios instaladas e funcionando superavam com folga as 300. Se bem que na

sede local da *Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual* (AFSCA) não existiam registros. Os dados revelados em campo (ainda não processados) indicam que se estaria – sem contar os meios gráficos – com aproximadamente 400 meios entre públicos, privados, escolares e cooperativos.

Um dado significativo é a aparição da rádio comunitária (duas experiências que se observaram, concretamente no Bairro A4 e Santa Rosa de Posadas); o incremento em sua potência (é que se antes mais de 90 % delas contavam com uma potência de 10 a 200 watts, agora são menos. Mais de 60% das rádios instaladas e funcionando contam com transmissores de 500 a 1 kilowatts ou mais.

Em sua grande maioria, tem deixado de serem rádios simples para converterem-se em pequenas empresas que prestam muita atenção na estrutura técnica, administrativa e profissional que lhe garantem não só uma ótima saída do ar, mas também, uma possibilidade de disputar com êxito um mercado publicitário pequeno.

Outro dado no mapeamento anterior, apareciam na frente do microfone – em sua grande maioria – pessoas sem nenhum tipo de capacitação profissional e conhecimento das condições e possibilidades do meio, mas, que no entanto, conseguiam “comunicar-se” com seu público; nessa oportunidade o que observei foi uma forte presença de novos comunicadores, muitos egressos de cursos de jornalismo que vieram com o surgimento de um campo de trabalho que requeria novos profissionais; que somaram-se a maioria daqueles que começaram a trabalhar nesta nova rádio e que viram nessa atividade uma possibilidade de construir uma profissão que os obrigou de alguma maneira a aperfeiçoar-se através de cursos de curta duração e de conteúdos básicos que as diferentes instituições formadoras começaram a oferecer.

Mas, aparece em cena ações do poder, a política, a religiosidade e a busca de rentabilidade econômica a partir do uso da rádio. E a função ou o rol de emissoras devem ser analisados desde a propriedade, porque é a propriedade do meio de comunicação que determina “ a serviço de quem este se coloca, a favor de que causa, de que valores, de que classe social” (TAUFIC 1974, 34).

A partir daqui, vemos como a nossa primeira tipologia enunciada sofre importantes e significativas trocas, mas também, começam a sugerir um modelo de rádio, típico da região.

A rádio casa segue instalada na casa da família, mas não ocupa mais um de seus cômodos, nem toda a dinâmica da rádio gira em torno do movimento da casa, mas que está contígua a ela, em um local especialmente adaptado seguindo critérios técnicos básicos que permitem identificar-se como tal. Agora tem certa autonomia, porque eles não são só os da família que a exploram / usam / operam; há outros que aderiram a sua programação, essencialmente, por meio de contratação de espaços para a emissão de determinados programas (87.5 FM Ondas Boas, Posadas).

A rádio templo, entretanto, iniciou um processo de expansão realmente significativa. As chamadas igrejas cristãs, por um lado, aprimoraram as instalações das emissoras, a maioria delas, de baixa potência; por sua vez, a Igreja Católica, enquanto não adicionar novas mídias, utiliza parte da programação de outras emissoras para transmitir sua mensagem (1009 North FM, 93,5 FM Rancho).

Com relação à rádio propagadora, anunciamos o início de seu desaparecimento. A necessidade de apresentar para a comunidade uma emissora medianamente organizada como tal, não lhe permite competir com as melhores possibilidades no mercado publicitário. Seguem sendo rádios não precárias, mas sim, modestas.

A rádio marketeira, se potencializará e expandirá seus horizontes. Não será apenas uma ferramenta para vender a oferta de clubes de dança, mas que incursionarão na política como um meio pelo qual se difundirão, essencialmente, informação relacionada com o poder de mudança. O objetivo, neste caso, não é a rentabilidade econômica, mas o fortalecimento das relações entre o proprietário e os setores da política (96,1, FM A Costa de Posadas, 99,9, FMO Notícias dos Apóstolos, etc.).

Sem dúvida, a rádio empresa é a que seguirá fortalecendo-se tanto profissionalmente, administrativa e tecnicamente. A partir desses valores procurará diferenciar-se das demais, e juntamente com a exibição da licença concedida pelo COMFER, irá expor permanentemente como argumento de validação de sua existência e funcionamento (99,9, FM República de Posadas, 1003. FM Caixa de San Javier, etc.).

A rádio política é outra que irá experimentar um notável crescimento. Em alguns casos, reforçará sua identificação com determinados partidos políticos, em outros, serão os mesmos políticos que se tornarão falantes / condutores / jornalistas em determinados espaços dessas rádios. (99.5 FM Stilo; 101.5 FM Streed de Posadas o 107.3 FM País de El Soberbio, etc.).

Com certeza, a rádio comercial, que se dedica a vender, continuará a ser, mas em um espaço limitado a uma área onde o principal é conseguir alcançar o objetivo proposto pelo proprietário da emissora, que é o retorno econômico (93,5 FM Cidade dos Apóstoles, etc.).

É dizer, que a partir do ano de 2003, vemos que:

A) Aparece – sobretudo nos discursos e em um primeiro momento – dos grandes modelos de rádio, que se mede pela sua potência:

I. Alta: aquelas que exibem um desenvolvimento tecnológico significativo. Com no mínimo uma potência de 1 quilowatt;

II. Baixa: as mais simples. Em média, as que não chegam aos 300 watts.

B) Se observa uma maneira de fazer rádio que se consolida ou está em vias de consolidação, que:

I. Questiona os saberes instrumentais do rádio;

II. Impõe nova agenda;

III. Incorpora novos valores ao estatuto de visibilidade;

IV. Redefine seu papel na comunidade.

C) Esta maneira de fazer rádio está relacionado com:

I. As capacidades da rádio;

II. As alianças / acordos que estabelecem;

III. Os discursos que colocam em circulação;

IV. Os sentidos que buscam implantar.

D) Este fazer, se está condicionado pela ação política, que:

I. Coloca limites à produção de sentidos da rádio;

II. Condiciona os processos de produção e circulação da informação;

III. Modela uma prática profissional;

IV. Confina o outro a esfera do negociável.

Nesta rádio, o tema da fronteira toma outra dimensão. Por um lado, se mantém o discurso de dirigentes radialistas que buscam a normalização e/ou a modernização com apoio do Estado e de seus meios, isto da “penetração cultural”, “defesa da soberania” e/ou “defesa da cultura nacional”; mas por outro lado, estes discursos confrontam com o que estas emissoras visibilizam: histórias e experiências próprias de quem vive nas margens (San Antonio, Aurora, El Soberbio), como as de comunidades fortemente perpassadas pelo

multicultural, multiétnico e plurilinguístico. Já não estão uns e outros, se não todos compartilhando além da diversidade e da diferença um espaço comum com toda a complexidade que isto significa.

## NOTAS

<sup>1</sup> Síntese de um capítulo da tese “Estamos com você – Canal 12, um meio de comunicação”, defendida pelo autor em agosto de 2004, na Faculdade de Jornalismo e Comunicação Social, da Universidad Nacional de La Plata. O texto original foi publicado no Anuário de Investigações da Faculdade de Jornalismo e Comunicação Social da UNLP, em 2005.

<sup>2</sup> Mestre em Jornalismo e Meios de Comunicação pela Faculdade de Jornalismo e Comunicação Social, da Universidad Nacional de La Plata. Doutorando em Comunicação Social, docente investigador da Universidad Nacional de Misiones.

<sup>3</sup> Fonte: Ministério da Cultura e Educação da Província de Misiones. De acordo com os últimos dados manipulados por essa instituição e revisado em 2001, 9 dessas rádios se instalaram no quadro do programa PRISE; 7 através do PRODYMES e 6 por intermédio “do Estímulo às Iniciativas Institucionais”.

<sup>4</sup> Fonte: Instituto Provincial de Estadísticas e Censos e Instituto Geográfico Militar.

<sup>5</sup> Mas além da convivência, existem conflitos entre as diferentes culturas. Por exemplo: famílias de poloneses e *criollos* solicitando a transferência da aldeia guarani em Wanda por entender que os separam “questões religiosas, educativas e sociais”. (Diário “El Territorio”, p. 10, 5 de abril de 2003).

<sup>6</sup> Dados extraídos do arquivo pessoal do jornalista Alejandro Guerrero.

<sup>7</sup> Diário “El Territorio”, p. 13, 27 de agosto de 1995.

<sup>8</sup> O desenvolvimento provincial se estruturou utilizando o rio Paraná como meio de comunicação. Através da navegação nesse rio, os imigrantes ocuparam e colonizaram grande parte do território da província. E foi este rio – na ausência de estradas e pontes — a única via por qual podiam sair e obter sua produção de suas colônias. A trajetória das 12 Estradas Nacionais não fez nada mais que seguir o curso do Paraná. As 14 Estradas Nacionais foram concluídas em 1997 e as duas costas que margeava o Rio Uruguai na fronteira com o Brasil está em construção.

<sup>9</sup> MANZI, Gabriel Alberto – HASSEL, Guillermo Eduardo Germán. p. 19.

<sup>10</sup> Gobierno de Misiones. Secretaria de Planejamento e Controle. “Diagnosis Socio-Económica del Area Bdo. de Irigoyen”. Posadas, 1976, p. 98-99.

<sup>11</sup> Um dos mais fervente e entusiasta propulsor da ideia foi o Dr. César Napoleón Ayrault, que apesar de seus esforços não conseguiu concretizar sua gestão de governo (1960/1962) este projeto e se dará recém baixo mandato do governo Mario Losada (1963/1966).

<sup>12</sup> RIZZO, Antonia. Historia de Eldorado. Buenos Aires: Impresiones Gráficas Tabaré, 1987.

<sup>13</sup> Fonte: Archivo personal de Jorge Gamas, ex director de LT 45 Radio San Javier y el último director que tuvo LT 18 Radio Eldorado.

<sup>14</sup> Exceto LT 17 Rádio Província, transmitindo 24 horas por dia, os demais meios entre 24h e as 6h não estavam no ar ou transmitiam em baixa potência, como LT 19 Rádio Nacional Iguazú que de 25 quilos passava a transmitir a partir da meia noite com 5 quilos, pois a noite baixava a potencia. Por isso, então, LT 4 começava sua transmissão às 6h da manhã e encerrava às 24h; LT 13 Radio Oberá de 6h às 21h; LT 18 Radio Eldorado das 6h30 às 18h30 e LT 45 Radio San Javier de 7h às 13h.

<sup>15</sup> Emprego o conceito de “mediações” de Jesús Martín Barbero, quando propõe três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. “Dos meios as mediações: Comunicação, Cultura e hegemonia”.

<sup>16</sup> Fonte: Comissão Nacional de Telecomunicações do Paraguai.

<sup>17</sup> Fonte: Ministério das Comunicações do Brasil.

<sup>18</sup> Em “FM da Fronteira”, instalada na localidade de El Soberbio, o idioma que se utiliza é o “portunhol”. A música que se transmite são o “Chote” e o “Vanerão”, ritmos de origem brasileira. A comunicação se estabelece a partir do conhecimento que tem o condutor de seus ouvintes. Como é uma comunidade pequena, ele identifica os ouvintes por seu nome, apelido ou parentesco.

<sup>19</sup> A respeito, consta no Departamento de Comunicação da Faculdade de Humanas e Ciências Sociais -UNam, tese de grau de María del Rosario Millán, que expôs pela primeira vez tal categoria.

<sup>20</sup> Sobre este tema existe abundante bibliografia, ainda não aprofundada nesse trabalho por exceder seus propósitos básicos.

<sup>21</sup> LT 13 Rádio Oberá encerrou suas atividades em dezembro de 1993. Enquanto sua equipe se manteve no ar até 1994, ainda não se resolveu o conflito que os funcionários têm com os seus proprietários nos tribunais judiciais, pelos salários não pagos. LT 18 Rádio Eldorado, também fechou em 1993.

<sup>22</sup> Fonte: COMFER – Objetivos da atual condução da instituição – Abril de 2003.

<sup>23</sup> A Associação Missioneira de Trabalhadores de Rádio se constituiu em 28 de fe-



vereiro de 2003, e integrada por proprietários e trabalhadores de rádios de baixa frequência de toda a Província. Atualmente, tem 120 meios associados.

<sup>24</sup> Este estudo foi realizado entre 21/02/03 e 23/02/03.

## REFERÊNCIAS

- ABINZANO, Roberto. Globalização, regiões e fronteiras. In: Gestión de las Transformaciones Sociales, MOST Documentos de debate, n. 27. **Mercosur un modelo de integración. Misiones:** Editorial Universitaria, 1993.
- ALFARO, María Alfaro. **Comunicación, ciudadanía, espacio local.** Facultad de Ciencias Sociales –UBA/Centro Nueva Tierra. Buenos Aires 1999.
- BARBERO, Jesús Martín. Modernidad y massmediación en América Latina. In: **De los medios a las mediaciones.** Barcelona: Convenio Andrés Bello, 1987.
- BARTOLOME, Leopoldo. **Los colonos de Apóstoles:** estrategias adaptativas y etnicidad en una colonia eslava de Misiones. Editorial Universitaria. Misiones, 2000.
- CABRAL, Salvador; CAMBAS, Graciela; AMABLE, Hugo W.; ZAMBOINI, Olga; ALARCON, Raquel. **Misiones una provincia en el corazón de América.** Buenos Aires: Ediciones Corregidor, 1990.
- CANCLINI, Néstor. **Consumidores y ciudadanos.** México: Grijalbo, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Cultura y Comunicación:** entre lo global y lo local. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 1997.
- FOX, Elizabeth (Ed). Las políticas de los mass-media en Latinoamérica. In: **Medios de comunicación y política en América Latina.** Editorial GG/ México, 1988.
- GRIMSON, Alejandro. **Interculturalidad y comunicación.** Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2000.
- \_\_\_\_\_. **El otro lado del río:** periodistas, Nación y Mercosur en la frontera. Buenos Aires: EUDEBA, 2002.
- GRIMSON, Alejandro; VARELA, Mirta. **Audiencias, cultura y poder.** Buenos Aires: EUDEBA, 1999.
- GRÜNWARD, Guillermo Kaul. **Misiones:** la clave de la Cuenca del Plata. Misiones: Copilandia, 1982.
- HABERMAS, Jurgen. **Historia y crítica de la opinión pública.** Paris: Payot, 1978.

- HALL, Stuart. **La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico**. México: Fondo de la Cultura Económica, 1981.
- HERNANDEZ, Rafael. **Cartas Misioneras**. Buenos Aires, 1884.
- LAMAS, Ernesto y LEWIN, Hugo. Aproximación a las radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales. **Revista Causas y Azares**, Buenos Aires, n. 2, 1995.
- LECHNER, N. "Estado y política en América Latina". **Revista Siglo XXI**. Buenos Aires. 1987.
- MANZI, Gabriel Alberto e HASSEL, Guillermo Eduardo Germán. **Acerca de la provincia de Misiones**. Ensayo de aproximación desde la economía. Artesanía Gráfica. Misiones, 1994.
- MARGULIS, Mario. "Cultura y discriminación social en la época de la globalización. In: BAYARDO, Rubens y LACARRIEU, Mónica. **Globalización e identificación cultural**. Buenos Aires: Ciccus, 1998.
- MCQUAIL, Denis. Influencia y efectos de los medios masivos. In: **El poder de los medios en la política**, compilación hecha por Doris A. Graver – Ed. Grupo Editor Latinoamericano, 1984.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo. **Televisión, audiencias y educación**. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y comunicación. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.
- OSZLAK, Oscar. Formación histórica del Estado en América Latina: elementos teórico-metodológicos para su estudio. **Estudios CEDES**, Vol. 1, N. 3, 1978. La formación del Estado argentino: orden progreso y organización nacional. Editorial Planeta 1997.
- PESO de HOBEBCKER, Stella Marys; REDERO, Vicente Rubí. **Misiones 4 Estudios Sociales y Lengua**. Misiones: Ed. Universitaria Universidad Nacional de Misiones, 1996.
- PLOTKIN, Mariano. **Mañana es San Perón: Propaganda, rituales políticos, y educación en el régimen peronista 1946-1955**. Buenos Aires: Editorial Ariel, 1994.
- RIZZO, Antonia. **Historia de Eldorado**. Buenos Aires: Editorial Gráfica Tabaré, 1987.
- RODRIGO ALSINA, Miguel. **La construcción de la noticia**. Espanha: Paidós Comunicación, 1989.
- SARLO, Beatriz. **Escenas de la vida posmoderna: intelectuales, arte y videocultura en la Argentina**. Buenos Aires: Compañía Editora Espasa Calpe Argentina SA/Ariel, 1995.
- SIERRA, Luis Ignacio. Globalización, Multiculturalismo y comunicación. **Revista Diálogos de la Comunicación**. FELAFACS, Junio, 2003.

SIMPSON GRINBERG, Máximo. **Comunicación alternativa**: dimensiones, límites, posibilidades. México: Premiá.

SOSA, Leonardo Gabriel. La Historia de la Otra Televisión: la televisión hertziana Jujeña. Perspectivas regionales **Revista Electrónica de Comunicación**, Cultura y Sociedad - 1 - Año I - N° 1 - Bimestre Agosto, Setiembre, Argentina, 2003.

TAUFIC, Camilo. **Periodismo y lucha de clases**. (La información como forma del poder político). Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1974.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Brasil: Editora Vozes, 1999.

ULANOVSKY, Carlos; ITKIN, Silvia; SIRVEN, Pablo. **Estamos en el aire**: una historia de la televisión argentina. Ed. Planeta, 1999.

ULANOVSKY, Carlos; MERKIN, Marta; PANNO, Juan; TIJMAN, Gabriela. **Días de radio**: historia de la Radio Argentina. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1997.

VERON, Eliseo. **Construir el acontecimiento**. Editorial Gedisa, 1987.

\_\_\_\_\_. **Semiosis de los ideológico y del poder**: la mediatización. Secretaría de Extensión Universitaria – Facultad de Filosofía y Letras – Oficina de Publicaciones – Ciclo Básico Común – Universidad de Buenos Aires – Buenos Aires: 1997.

WILLIAMS, Raymond. **Historia de la comunicación**: de la imprenta a nuestros días. Editorial BOSCH Casa Editorial S:A, 1992.

\_\_\_\_\_. **Los medios de comunicación social**. Barcelona: Editorial Península. 1971.

ZALLO, Ramón. **El mercado de la cultura**: estructura económica y política de la comunicación. Tercera Prensa – Donostía, 1992.

#### *Documentos diversos*

“Area de Frontera Bernardo de Irigoyen - Diagnóstico Socio-Económico” – Gobierno de Misiones - Secretaria de Planificación y Control – Posadas (Misiones), 1976.

“Atlas General de la Provincia de Misiones” – Provincia de Misiones – Secretaria de Planificación y Control – Dirección General de Estadísticas y Censos. Posadas (Misiones), Diciembre de 1976.

“Las ideas del gobierno para impulsar el desarrollo de la provincia de Misiones – Bases para iniciar la consulta y la concertación económico social” – Gobierno de la Provincia de Misiones. Posadas (Misiones), Marzo de 1990.

“Plan Misiones 1980-2000” - Tomo 3 – “El espacio adaptado” - Gobierno

de Misiones. Posadas (Misiones), 8 de junio de 1980.

“Provincia de Misiones – Acción de Gobierno 1976-1983”. Posadas (Misiones), Diciembre de 1983.

MAIDANA, Elena – “Frontera de la Comunicación/Comunicación de Fronteras” .Ponencia presentada en el 3<sup>a</sup> Encuentro de Carreras de Comunicación Social – Posadas (Misiones), 5 al 7 de julio de 2000.

HISTORIA DE MISIONES - Tomo I y II – Centro de Investigaciones históricas del Instituto Superior del Profesorado “Antonio Ruiz de Montoya. Ediciones Montoya, Posadas (Misiones), Segunda Edición 1988.

## **A fronteira no rádio comunitário: fragmentos de um discurso sobre o local<sup>1</sup>**

Angela Zamin<sup>2</sup>

A radiodifusão comunitária se constitui como experiência singular a partir do intercruzamento entre lógicas da mídiatização e processos interacionais locais. Tais emissoras são dependentes da discussão do uso da mídia e da “entrada experimental de participantes sociais nas práticas e processos antes restritos à indústria cultural” (Braga, 2012, p. 34), mesmo que circunscrita ao grupo que participa diretamente das emissoras. A intenção de interação que aciona o local, ativa, também, processos no espaço social, como a organização de redes interpessoais – as comunidades de rádio comunitária –, institucionais e interorganizacionais, geradoras, por sua vez, de formas de sociabilidade, que não se esgotam nos subsistemas de produção e recepção. As redes interpessoais, porque mais próximas destas rádios, ganham em centralidade, são fortalecidas pela articulação de grupos que constituem e colocam em funcionamento esses canais e pelas identificações resultantes desse processo.

A apreensão de processos e produtos se desenvolve por tentativa, de modo experimental, em jogos de desvio e reconhecimento. Essas ações institucionais visam a um “ajuste” do rádio comunitário

aos processos anteriormente conduzidos por campos específicos, sob certas lógicas, por uma parte, e por participantes que reivindicam perspectivas diferentes daquelas anteriormente estabelecidas e reconhecidas pelo social, por outra. Tais ações se desenvolvem no contexto, sem a possibilidade de alguma previsão ou estabilidade anteriores. As rádios comunitárias se constituem, dessa forma, como dispositivo mediático cuja processualidade faz com que “a sociedade se perceba ‘conversando’ consigo mesma” (BRAGA, 2001, p. 21).

A ambiência própria à radiodifusão comunitária, e ao Jornalismo daí resultante, serviu de ancoragem a pesquisa desenvolvida durante o mestrado<sup>3</sup>, da qual se originou esse artigo. A partir de dois movimentos, um etnometodológico (COULON, 1995; HERITAGE, 1999) e o outro de análise do discurso (GRIGOLETTO, 2005; NAVARRO, 2006; ORLANDI, 2001; PÊCHEUX, 1995 e 2006)<sup>4</sup>, busquei compreender a partir do vínculo com o local, característico das rádios comunitárias, os modos de dizê-lo. Diante da necessidade de colocar o local em relação com outra grandeza espacial, optei por tomar as fronteiras Livramento-Rivera e Uruguaiana-Libres, ambas no Rio Grande do Sul, como locais de observação e análise, a partir das emissoras comunitárias *Nova Aurora FM*, de Santana do Livramento, e *Elshaday FM*, de Uruguaiana. No presente texto, todavia, detenho-me apenas no programa *Realidade Urgente*, da *Nova Aurora*.

## 1 APORTES PARA PENSAR O LOCAL NO JORNALISMO

O rádio fala do município, do bairro, da comunidade. É por isso, e por suas características técnicas e de linguagem, um veículo eminentemente local, o que não significa que assuma uma postura distanciada das “coisas” do mundo. Rádio local e rádio de proximidade são algumas das abordagens conceituais que tratam dessa ligação do veículo com o seu entorno. Uma das definições trata o rádio local como:

[...] uma rádio que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. Está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior e que tenha repercussões na vida da comunidade (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 146).

Ao se referir à ligação entre o veículo e o seu ouvinte, Wedell e Crookes (*apud* TEIXEIRA, 1998) usam a expressão “rádio de proximidade”. Para os teóricos, o conceito de proximidade se encontra vinculado a duas categorias fundamentais: a geográfica e a cultural. A proximidade geográfica se refere à localização física da emissora, que quanto mais próxima estiver de seus ouvintes, mais será de interesse desses. A proximidade cultural, por sua vez, remete a uma programação construída a partir das demandas sociais e culturais dos ouvintes.

Essas abordagens conceituais, que versam sobre o formato de rádio comercial local, auxiliam na discussão sobre o local no Jornalismo do rádio comunitário, cujo foco principal visa a aproximar acontecimento e público. Por se estabelecer em meio a uma ambiência em que confluem lógicas da midiaticização e do comunitário, o Jornalismo em emissoras de radiodifusão comunitárias aciona processos interacionais da ordem do local, que não podem ser dissociados dos fluxos gerados pela mídia. Estruturando-se, assim, um Jornalismo permeado por fluxos da midiaticização (FAUSTO NETO, 2007), que perpassam os meios e afetam campos e atores sociais, e por lógicas resultantes da experimentação desses canais comunitários.

Por esses movimentos, se estabelece uma prática jornalística com um formato que se aproxima, por imitação, daquele reconhecido como o “bom” Jornalismo (ZAMIN, 2007a; 2007b). Essa prática é marcada, ainda, por uma linguagem “tentativa” que mescla a do rádio, a do impresso e a da conversação face-a-face e é, ainda, afetada pela ação dos locutores-apresentadores – a for-

ma de falar, o sotaque, o uso de termos locais. Também pelo conteúdo revela-se o Jornalismo no rádio comunitário.

A informação de proximidade constitui-se como um desafio diário, por ser uma clara tentativa de uso do rádio comunitário para se aproximar das comunidades e, ao mesmo tempo, socializar o uso do meio. A categoria proximidade é construída e, conforme aponta Bourdin (2001), toda configuração de local a mobiliza de forma variada. A proximidade possibilita a percepção e a organização da experiência na ordem das relações sociais e, também, das relações econômicas e políticas. Tem caráter estruturante. A proximidade remete a uma espacialidade social e culturalmente construída, o local, que exprime a pertença a um nós e delimita um recorte territorial.

O conceito de local não é facilmente demarcável. Tampouco é simples balizar o seu lugar nas sociedades contemporâneas<sup>5</sup>. O local é complementaridade e troca, sentimento de pertença e partilha de uma cotidianidade, lugar de articulação. Quaisquer que sejam as justificativas, as configurações locais são assim construídas. O local carrega o sentido de um espaço “no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos com seus semelhantes” (PERUZZO, 2003, p. 68). O espaço geográfico é fonte de significados: o solo, o clima, a língua, a história, as tradições, as relações econômicas, políticas, socioculturais, etc. participam da construção de valores e práticas sociais; são partilhados, apropriados e expressos.

Para o rádio comunitário configurar-se como tal, tratar das questões locais e do interesse comum – da comunidade, do bairro, do município – tem uma importância acentuada. Essa proximidade, pretendida, é capaz de intensificar as relações da própria comunidade por meio da articulação desta a um espaço. Por isso,

[...] a força do jornalismo numa emissora de rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local. Estações de rádio locais que querem atingir grande audiência e



ignoram o jornalismo correm riscos. Num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras. Afinal, notícias obtidas na esquina são tão ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo (CHANTLER e HARRIS, 1998, p. 21).

Cada emissora comunitária informa do lugar onde se encontra, estruturando um formato, uma linguagem e um conteúdo segundo o interesse que possa ter ou despertar no público ao qual se dirige. Não há, por isso, uma maneira única de delimitar o que é local. Usar a informação segundo os critérios de proximidade e colocar o rádio à disposição da comunidade que o circunda e o conforma, estabelece vínculos de pertencimento que podem gerar “solidariedade, laços culturais e desse modo identidade” (SANTOS, 1996, p. 255). O rádio comunitário engendra, também, formas de sociabilidade.

As notícias são culturalmente próximas, se se referem a acontecimentos que entram na esfera normal da experiência dos jornalistas e do público, os que implicam uma esfera partilhada de linguagem e pressupostos culturais comuns [...]. A proximidade geográfica refere-se simplesmente à regra prática da prioridade das notícias internas e que estão à disposição, em relação às notícias externas, de acordo com a sua proximidade em relação ao público (WOLF, 2003, p. 202).

A escolha do que é esse local no rádio comunitário, como em outros meios, está relacionada a uma experiência anterior, que é a do reconhecimento de um espaço como sendo o local. A definição, portanto, antecede e constitui o próprio local e se relaciona, direta ou indiretamente, com a definição do que é o regional, o nacional, o internacional, e, ainda, de quem pode participar e de quem não faz parte. A questão se desloca então da definição substancial do local à articulação que esse gera enquanto produtor de vínculo social; troca e complementaridade; sentimento de pertença; universalismo, comunitarismo e nacionalismo. O local é um conjunto de representações e de códigos transmitidos pela prática e que pela prática se exprimem.

O local que resulta desse processo complexo e amplo de escolhas e recusas é transposto ao Jornalismo, já que o lugar do dizer é determinado por um lugar social, constitutivo do discurso. “O local coloca em forma o mundo da vida diária, sendo ele próprio fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas igualmente da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social” (BOURDIN, 2001, p. 36). As questões do espaço local são relevantes para as comunidades e o são, portanto, para o Jornalismo que se vincula e se pretende próximo de dada comunidade.

Para se avaliar corretamente o que é o local é preciso buscar compreender minimamente o que o precede e o molda. A delimitação de um espaço físico de observação auxilia nesse entendimento. Pelo fato de o Jornalismo ser resultante de uma relação privilegiada com um lugar social, que varia em intensidade e conteúdo, abordo, a seguir, um dos casos estudados na dissertação, anteriormente referida, o programa *Realidade Urgente* da *Rádio Nova Aurora*, de Santana do Livramento.

### 1.1 Jornalismo na Nova Aurora, o programa *Realidade Urgente*

A *Rádio Nova Aurora FM*, vinculada a *Associação Rádio Grupo Conesul*, está em operação desde 2002, na frequência 87,9 MHz. A emissora volta-se ao Jornalismo, de segunda a sexta-feira, por meio de um programa, com duração de uma hora e meia, e de programetes veiculados de hora em hora, com média de dois minutos de duração. O espaço central do Jornalismo é o programa *Realidade Urgente*, veiculado das 8h às 9h30, produzido e apresentado por um locutor-apresentador fixo, com colaboração de um técnico de áudio<sup>6</sup>. Deste programa é que resultam os programetes.

A rotina de produção é bastante simples, uma vez que as definições de pauta e angulação são realizadas pelo locutor-apresentador, geralmente, durante sua veiculação. O programa destina-se ao Jornalismo e à prestação de serviço público – informações sobre

achados e perdidos, pedidos de doação, avisos de todo o tipo. O Jornalismo é marcado pela opinião do locutor-apresentador e essa ancorada em suas experiências pessoais e profissionais, sem que haja esforço no sentido de apagá-las. O programa configura-se a partir da leitura de notícias, retirados dos jornais *Zero Hora*, estadual, e *A Platéia*, local, e comentários. Em poucas ocasiões há entrevistas que, quando ocorrem, são ao vivo ou por telefone. Por essas características, o Jornalismo está circunscrito à figura, às escolhas e às perspectivas de angulação do locutor-apresentador.

O *Realidade Urgente* é estruturado em quatro blocos, divididos pelos apoios culturais. O primeiro bloco traz textos curtos e manchitados, retirados dos jornais *Zero Hora* e *A Platéia*. A grande maioria das manchetes não é retomada durante o programa. Os demais blocos trazem notícias curtas, entremeadas por comentários do locutor-apresentador. O Jornalismo possui o ritmo ditado pela entonação deste, alterado pelo apoio cultural, pela prestação de serviço público e por manifestações endereçadas à comunidade da rádio comunitária. Têm maior incidência no programa os assuntos ligados à política, à polícia e aos esportes, especialmente o futebol.

A análise realizada permitiu identificar que nos espaços de Jornalismo da *Nova Aurora*, a fronteira, por suas características a seguir detalhadas, é a referência fundamental à delimitação do espaço local. A essa se segue o município e, com menor recorrência, o local discursivizado por meio da referência ao nacional.

### *1.2 Livramento-Rivera e a fronteira Brasil-Uruguaí*

Unidas por uma rua, que também é a fronteira que separa o Brasil do Uruguaí, Livramento e Rivera vivem juntas, como duas irmãs numa mesma casa: dividindo diversões, tarefas, brincadeiras e brigando – ao sabor das guerras, dos parentescos, do futebol, do câmbio (BOJUNGA, 1978, p. 105).

Por ser uma fronteira seca, Santana do Livramento e Rivera conformam uma conurbação urbana e, à primeira vista, constituem uma única cidade. Geográfica e legalmente não há barreira a ser transposta para que se esteja em Livramento, no Brasil, ou em Rivera, no Uruguai. Em vários pontos de contato há marcos que identificam o limite entre os territórios. O Parque Internacional, construído em 1943, se constitui como a área central das duas cidades, em torno da qual se desenvolve o comércio e a vida cultural.

É difícil encontrar moradores, em qualquer das cidades, que não identifique uma integração efetiva, um 'viver comum respeitadas as nacionalidades', ainda que esta integração tenha nuances. É mais vívida entre aqueles que moram mais próximo à linha, irmanados por interesses comuns, como a atividade de comércio, e entre os segmentos de maior renda, que circulam nos mesmos espaços (SCHÄFFER, 1993, p. 27).

O par Livramento-Rivera é uma fronteira viva (SCHÄFFER, 1993; MÜLLER, 2001) pelo caráter de sua ocupação e pelas relações históricas de intercâmbio que se tornaram possíveis devido à ausência de obstáculos físicos e à presença de núcleos urbanos junto à linha divisória. Assentado na pecuária extensiva e em grandes latifúndios, os centros urbanos são a sede de grandes municípios, com baixa densidade demográfica. Livramento tem 82.464 habitantes, distribuídos em 6.950,388 Km<sup>2</sup>, o que corresponde a 11,86 hab/Km<sup>2</sup> (IBGE, 2010)<sup>7</sup>; enquanto Rivera tem 44.870 habitantes (o Departamento de Rivera possui 104.921 habitantes) e densidade de 5.263 hab/Km<sup>2</sup> (INE, 2004)<sup>8</sup>. É importante considerar que Rivera segue o mesmo fluxo populacional do restante do Uruguai, com concentração em Montevideú e vazios urbanos nas demais regiões.

O comércio internacional é impulsionado pela existência de porto seco (rodoviário e ferroviário), responsável pela pesagem, armazenagem e movimentação de importação e exportação e pela intermediação de despachos realizados por órgãos brasileiros e uruguaios. Também os *free shops* uruguaios, criados em 1986, são

elemento de atração quando o câmbio é favorável. Há também o comércio informal, de ambulantes. Juntos, *free shops* e ambulantes contribuem para a evasão de divisas.

Se considerado o contrabando, a evasão fiscal é ainda maior. Schäffer (1990, p. 157) considera “a situação do contrabando – indissociável da situação de fronteira –, no que se refere ao trânsito de mercadorias, e a da segurança pública, no que se refere ao trânsito de indivíduos”. O contrabando na fronteira Brasil-Uruguaí revela a ambiguidade entre o legal e o ilegal, entre a norma do Estado e a prática da população. Aponta para a existência de uma economia de arbitragem que se estabelece a partir de um contrabando “instituído”.

Os fluxos locais e regionais, intensificados de um ou outro lado da linha divisória conforme as mudanças cambiais, são outro elemento importante da economia do par Livramento-Rivera. Os fluxos se estabelecem conforme o câmbio, em transações sustentadas a partir da busca de vantagens econômicas. Aos uruguaios interessam gêneros alimentícios e farmacêuticos, combustíveis, especialmente gás de cozinha, e têxteis, enquanto aos brasileiros, bebidas e eletro-eletrônicos.

No município de Santana do Livramento há um grupo de mídia formado pelos jornais *A Platéia*, de circulação diária, e *Jornal da Semana*, semanal, ambos fundados em 1937, e pela rádio *RCC FM*, criada em 1983. Há outras seis emissoras de rádio comerciais – *Cultura AM*, fundada em 1946; *Maratan AM*, desde 1981; *Líder FM*, 1991; *Querência FM*, 1989; e *Band FM Fronteira*, desde 1983.

## **2 SENTIDOS SOBRE O LOCAL NO PROGRAMA REALIDADE URGENTE**

No funcionamento do discurso operam relações de sentidos, já que um discurso se constitui por outros, por já-ditos, e sempre aponta para outrem. Em um discurso o sentido não é dado a *priori*, como uma idéia pré-formada, ele não preexiste. O sentido está

sempre em curso, move-se e é produzido pelas determinações sócio-históricas. Por esses deslocamentos, os sentidos sempre se filiam a outros, atualizando-os, silenciando-os ou negando-os. Na construção do discurso jornalístico operam, ainda, normas inerentes à cultura profissional e às organizações que incidem sobre *o que e como dizer*.

Por um movimento de interpretação que é gesto e, portanto, marcado, busco apreender e interpretar alguns dos movimentos da rádio comunitária *Nova Aurora* na mobilização de sentidos acerca do espaço local. O ponto de partida foi a construção de uma semana para análise<sup>9</sup>. A partir daí, tomei o programa *Realidade Urgente* enquanto domínio discursivo e desconsidereei pedidos da comunidade, saudações a ouvintes e o apoio cultural. Do texto resultante – notícias, entrevistas e comentários, gêneros jornalísticos recorrentes no programa, e prestação de serviço público, característico de um Jornalismo que se pretende local – considerei uma mesma regularidade discursiva e selecionei um conjunto de sequências discursivas (SDs)<sup>10</sup> que formam diferentes blocos de recortes, por fim analisados. Tal construção me permitiu a analisar o discurso sobre o local em seu conjunto e não a partir de uma temática em específico. Como sugere Grigoletto (2005),

[...] trata-se de um recorte produzido na verticalidade, isto é, na dispersão do discurso e não na horizontalidade do dizer, já que não interessa ao analista de discurso quantificar a presença de determinadas marcas, mas olhar para o funcionamento discursivo dessas marcas (GRIGOLETTO, 2005, p. 118).

No domínio representado pelo programa *Realidade Urgente* (RU), a partir do *corpus* discursivo analisado, identifiquei três modos de dizer o local: (1) local-município; (2) local-fronteira e (3) local-nacional. Na primeira delas, apenas o que é “nosso” e somente o que “nos” diz respeito, “nos” afeta e “nos” faz comunidade interessa ser discursivizado. O local constrói-se por aquilo que, de

fato, é próximo. Essa categoria é a referência primeira no Jornalismo radiofônico comunitário, por permitir tratar daquilo que afeta e formata o próprio espaço social organizador do espaço discursivo que esse meio institui.

O recorte local-fronteira mostrou-se o mais produtivo. Considerei, ao analisá-lo, a existência de uma formação discursiva sobre a fronteira, ou os espaços fronteiriços, que mobiliza, como toda formação discursiva (FD), sentidos diversos e até antagônicos. No interior desta FD há distintas posições-sujeito<sup>11</sup> que, ligadas a uma posição social empírica, determinam o que pode ser dito a partir de onde se fala.

No local-nacional, por sua vez, o Jornalismo faz referência ao que acontece localmente, mas que também ocorre em outros espaços do nacional e que, em função disso, pode ser generalizado por seus aspectos positivos ou negativos. São acontecimentos e temáticas que não se desenvolvem apenas na esfera local. Por essa construção discursiva o local mostra-se como decorrência desse espaço maior, é afetado por ele.

A fala que trata da fronteira, de um modo geral, divide-se em uma fala *sobre* e, por isso, distante, e uma fala *na*, próxima, portanto. O discurso jornalístico *sobre* a fronteira é estigmatizado (SILVEIRA, 2007) e ressurge sempre que se pretende falar de algo negativo, como o contrabando e o tráfico. Nele é latente objetivar a fronteira como “sem lei”, “sem dono”, “terra de ninguém”. Esse Jornalismo, distanciado dos espaços fronteiriços, ao versar sobre eles o faz por “uma agenda orientada pela ocorrência de acontecimentos negativos nas fronteiras internacionais do Brasil, agregada a um imaginário de preconceitos e estereótipos, [que] opera contra a integração cultural e econômica do Mercosul e referencia os valores do nacionalismo exacerbado” (SILVEIRA, 2007, p.12 [acréscimo meu]).

O discurso *na* fronteira, objeto dessa análise, é aquele produzido localmente e que, por isso, experimenta cotidianamente o que é ser fronteiriço e se configura a cada momento, a cada dia, ao sabor das relações de vizinhança e parentesco, dos acordos internacionais, da variação cambial e das migrações. O discurso jornalístico construído nos espaços de fronteira revela muito das relações frente ao local, ao nacional e ao internacional, dinâmicas, portanto.

### 2.1 *A cidade de Livramento como local*

Para proceder à análise do primeiro bloco, local-município, busquei como regularidade no domínio discursivo a referência ao município de Santana do Livramento. Nesse recorte, o local trata, portanto, de questões pontuais desse município. Apresento, a seguir, as sequências do programa Realidade Urgente que constituíram esse recorte:

#### SD1:

A Santa Casa de Misericórdia de nossa cidade vai realizar o Fórum de Debates SUS. Ele será realizado no dia 27, início às 8 horas e encerramento às 18 horas no Auditório da ACIL, Associação Comercial e Industrial da nossa cidade. E a comunidade está sendo convidada para participar, para prestigiar. (In: RU – 24 jul. 2006 [CD 1 Faixa 25])

#### SD23:

O prefeito municipal recebeu, no seu gabinete durante a última semana os integrantes do Centro Federal de Educação Tecnológica, o CEFET de Pelotas, XXX e a diretora da unidade sede, XXX. Na oportunidade ambos cumprimentaram a infraestrutura que está sendo oferecida para que 40 jovens carentes se preparem para serem soldadores profissionais através de um curso previsto para ser concluído em outubro, através do projeto Escola de Fábrica[...]. Certo então. É mais uma iniciativa e funciona aqui na nossa cidade este curso da Escola de Fábrica que tem na parceria a CGTE. (In: RU – 24 jul. 2006 [CD 1 Faixa 26])

#### SD102:

A promotoria pública de Santana do Livramento vai novamente solicitar a fiscalização dos mototáxis e motoboys da nossa cidade. E outra vez vai ser exigida a fiscalização. Inclusive, agora, com possibilidade de ir aos locais onde estão os mototáxis e motoboys. Daí eu pergunto o seguinte: e o que fizeram desde os movimentos passados em que houve audiências, tanto no Executivo, na Câmara de Vereadores e no Judiciário? [...]. (In: BD – 8 set. 2006 [CD 1 Faixa 27])



Pode-se observar no conjunto dessas primeiras três SDs o modo como elas estão organizadas, o que aponta para uma regularidade discursiva ancorada em uma fala que circunscreve o local como a “nossa cidade”. Tal forma de apresentação mostra que o lugar discursivo é constituído pela inscrição de outros sujeitos, para além do locutor-apresentador, identificados pelo uso da expressão “nossa”. Esse uso também delimita aquilo de que se fala: não é qualquer hospital, é o da “nossa cidade” (SD1); não é qualquer promoção, é a da “nossa cidade” que fiscalizará “nossos” mototáxis e motoboys (SD102); é uma iniciativa que funciona “aqui na nossa cidade” (SD23). Por essa delimitação, em alguns momentos, essa fala circunscrita àquilo que é “nosso” exclui o que e quem não é. A SD1 ilustra essa afirmação, visto que a rádio não informa onde se localiza a Santa Casa, de conhecimento de quem é da “nossa cidade” e para quem é dirigido o convite para participação no evento.

#### SD 52:

Olha, os santanenses aprovados na Unipampa devem observar os prazos estipulados para matrícula. Você foi aprovado na Unipampa? Vão começar as aulas! No Colégio Santanense que está... a partir de hoje o Colégio Santanense passou a ser da Prefeitura Municipal. Está alugado, até o dia 31 de dezembro. Tudo aquilo que votaram dias atrás lá na Câmara de Vereadores para impedir de ser colocado lá no Colégio Santanense, a Prefeitura está alugando o Colégio Santanense e vai colocar porque é para beneficiar vários segmentos da comunidade santanense. Até me provarem o contrário, a minha ideia é que vai beneficiar. E vou ficar atento para ver se vai beneficiar mesmo. (In: RU – 1º ago. 2006 [CD 1 Faixa 28])

#### SD109:

[...] a Universidade Federal do Pampa, a Unipampa, no Campus de Livramento já começou a receber os primeiros materiais que estarão compondo fisicamente a Universidade, a qual estará funcionando provisoriamente no prédio do antigo Colégio Santanense até que sua sede própria seja construída no município [...]. (In: BD – 8 set. 2006 [CD 1 Faixa 29])

O modo como operam as SDs 52 e 109 circunscrevem o universal ao espaço local. A universalidade contida em uma universidade, como o próprio termo indica, acaba delimitada, como nas

sequências anteriores, por aquilo que é “nosso” e, portanto, localizado. Ao se referir ao Campus de Santana do Livramento da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), a SD52 faz referência aos “santanenses aprovados”, como se a universidade permitisse apenas o ingresso desses, os moradores do local. Também essa sequência indica que a comunidade local será beneficiada, como se apenas essa pudesse usufruir algo que está à disposição de uma coletividade maior que aquela delimitada pelo espaço geográfico de Livramento.

SD70:

Locutor-apresentador: Agora sim, vereador Cláudio Coronel, bom dia.

Entrevistado: Bom dia Antônio de Lima.

Locutor-apresentador: Eu falava anteriormente vereador, quando fazia a introdução [ruído] vereador, de que ontem, a tribuna da Câmara Municipal de Vereadores, sessão em andamento algumas denúncias realizadas aí sobre a administração do município?

Entrevistado: É, na verdade, uma grave denúncia foi formatada publicamente no dia de ontem com relação ao Programa de Inclusão Digital, que está sendo executado pela administração pública municipal aqui de Livramento [...]. (In: BD – 31 ago. 2006 [CD 1 Faixa 30])

Essa SD produz uma simulação de neutralidade do dizer do locutor-apresentador a partir da presença da fala de outrem. É esse outro que vai tratar das denúncias sobre “a administração do município” e o locutor-apresentador precisa desse dizer para poder elaborar o seu próprio discurso, que não é apenas divulgador, mas também aglutinador de falas outras.

## 2.2 *A fronteira Livramento-Rivera como local*

Por meio da análise identifiquei três posições-sujeito a partir de uma mesma regularidade discursiva e as denominei de: (a) “a fronteira que aparece”; (b) “a fronteira que articula”; e (c) “a fronteira que rivaliza”.

a) Posição-sujeito 1: “a fronteira que aparece”

O recorte reúne sequências discursivas que demarcam uma di-

visão, *um lado de lá e um lado de cá* da fronteira ou a fronteira e o restante do país. Essa fala refere-se a problemas comuns a ambos os lados ou praticados de um lado da linha divisória e ocultados do outro, como o abigeato, o contrabando, os furtos e a prostituição. Tem-se, desta forma, uma acentuada visibilidade da fronteira e seus limites a partir de formas de violência potencializadas pela formação sócio-histórica e por relações políticas e econômicas. A fronteira torna-se um problema e, portanto, manifesta, perceptível, aparente, por meio de “um processo de interação humana em atividades – legais e ilegais – regidas por legislações distintas, mas que conformam sociabilidades e práticas sociais que atravessam a linha de fronteira” (MÉLO, 2004, p. 122).

SD8:

Polícia Rodoviária Federal faz apreensão de CDs e DVDs piratas, na continuidade do combate à pirataria aqui na fronteira. Mas lá em cima, de onde ela sai, é tudo um mar de rosas. (In: RU – 24 jul. 2006 [CD 1 Faixa 36])

SD9:

Polícia Rodoviária Federal prende condutor por transporte ilegal de agrotóxicos. Operação realizada na tarde da última sexta-feira culminou com a prisão do motorista que levava mercadoria uruguaia. (In: RU –24 jul. 2006 [CD 1 Faixa 37])

As sequências SD8 e SD9 tratam da apreensão de contrabando em ações realizadas pela Polícia Rodoviária Federal do lado brasileiro da fronteira Livramento-Rivera. Essas sequências demonstram a coerção a práticas ilegais que ocorre no espaço da fronteira. Na SD8 a divisão *nós versus eles* não se estabelece em relação aos vizinhos uruguaios, mas ao restante do Brasil. O excerto “mas lá de cima, da onde ela [pirataria] sai, é tudo um mar de rosas” evidencia um distanciamento da fronteira Livramento-Rivera em relação a outras regiões do país ou espaços fronteiriços e exime Livramento da responsabilidade pelo contrabando. A inscrição discursiva assumida pelo *Realidade Urgente* se dá no sentido de evidenciar que a fronteira Livramento-Rivera não é o problema e que ele existe

por originar-se em outro espaço. Por essa construção, não são os fronteiriços os contrabandistas, são os brasileiros. Já na SD9 a fronteira Livramento-Rivera torna-se visível pela referência à origem do agrotóxico apreendido, “mercadoria uruguaia”, o que estabelece a dualidade nós e eles. Mais uma vez o problema não está em Livramento, mas naquilo que o outro oferece, e que é ilegal, e um terceiro, que não o fronteiriço, utiliza na contramão da lei.

#### SD73:

Agora aqui na fronteira, outro assunto importante que a gente tem observado é [sic] as ações policiais. Nos últimos meses está funcionando dos dois lados. Tanto do lado brasileiro, quanto do lado uruguaio. Vários automóveis foram descobertos e aquilo que sempre se falava, que sempre se falou, que não é de hoje, aqui é uma linha aberta, rouba aqui, leva pra lá, rouba lá, trás pra cá. [...]. Estão sendo mais duros e eficientes no lado uruguaio, com vários tipos de crimes cometidos, que estão sendo trabalhados pela polícia e justiça do lado hermano aqui da fronteira mais irmã do mundo. (In: RU – 31 ago. 2006)

#### SD74

E falando nisso, os agentes da equipe de investigação da Polícia Civil da nossa cidade esperam deter nas próximas horas mais três pessoas envolvidas no tráfico de drogas na fronteira, como resultado das investigações que vêm sendo feitas para acabar com esse tipo de crime na nossa cidade e também em Rivera. (In: RU – 31 ago. 2006 [CD 1 Faixa 41])

A sequência SD73 torna a fronteira aparente ao marcar, mais uma vez, o *lado de cá* e o *lado de lá*. Na SD73 faz-se referência ao trabalho das polícias brasileira e uruguaia em referência a atuação em ambos os lados da fronteira. Nota-se aqui a comparação entre a forma de atuação das polícias e se afirma que “estão sendo mais duros e eficientes no lado uruguaio, [...] do lado *hermano* aqui da fronteira mais irmã do mundo”. A SD74 trata do combate ao tráfico de drogas.

#### SD76:

Os ladrões de carros e motos que costumam agir na fronteira continuam cada vez mais ousados [...]. Os ladrões fugiram em direção a rua Marechal Mallet, seguindo por ali para Rivera. Ali é trânsito livre, eles sempre passam. Ali na Marechal Mallet a polícia teria que disponibilizar, fazer uma operação conjunta da polícia daqui e da polícia de Rivera [...]. Deixar eles no brete... Mas, enquanto isso não acontece, eles vão roubando e vão levando. (In:RU – 31 ago. 2006)

Na SD76 a fronteira e seus limites são visíveis. A sequência ilustra mais uma situação de criminalidade característica da fronteira Livramento-Rivera, o ocultamento do delito ao se passar para o outro lado. Mais uma vez percebe-se a dualidade entre os lados da fronteira, o lado onde se furta e o lado onde se encobre a prática ilegal. Ao falar da polícia uruguaia emprega-se o termo em espanhol (*policia*).

b) Posição-sujeito 2: “a fronteira que articula”

A fronteira articula quando resulta de um conjunto de ocorrências e características próprias desse espaço, que se conformam a partir de dois locais, dois nacionais, dinamicamente em contato, articulados, indissociáveis, portanto. Há lógicas que se estabelecem nesses espaços que marcam esse caráter uno da fronteira, como a articulação de parâmetros para a passagem de um lado a outro, os interesses comuns e os fluxos comerciais que afetam ambos os lados e, ainda, processos que apagam o limite político porque não permitem a separação, relacionadas ao meio ambiente e ao clima.

O próprio conceito de fronteira é articulador. Enquanto “a fronteira que aparece” liga-se ao limite, que carece de precisão e demarcação; a “fronteira que articula” remete ao caráter aberto da fronteira, ilimitado, invisível. Não há *um lado de cá e um lado de lá*, há interesses e acontecimentos comuns que impedem essa separação. Essa construção discursiva ancora-se em temáticas positivas, como demonstram, a seguir, as sequências discursivas que constituem a posição-sujeito “a fronteira que articula”.

SD2:

A Carla Rafaela Rodrigues perdeu seus documentos, perdeu a sua bolsa. E a sua bolsa foi encontrada bem em frente ao BIG. A Carla Rafaela Rodrigues poderá ligar aqui para o nosso telefone, o XXXX ou passar uma mensagem de texto para XXXX [...]. A rua [da Carla] é Rafael Oblites. Essa rua é no Uruguai, na cidade de Rivera. (In: RU – 24 jul. 2006)

A SD02 aparece como nota de utilidade pública, informando que uma bolsa foi encontrada em frente a um supermercado em Livramento e que pertence a uma uruguaia, residente em Rivera. O relato revela a invisibilidade da fronteira, porém com conotação diferente daquela expressa nos recortes da posição-sujeito “a fronteira que aparece”. Isso acontece porque a circulação de pessoas e mercadorias, neste caso, não encobre atos ilícitos. É comum, na fronteira, ir às compras no lado em que o câmbio é mais favorável.

SD38:

A rústica de 183 anos da nossa cidade será realizada no próximo domingo. É a quinta Travessia Internacional do Mercosul [...]. (In: RU – 1º ago. 2006)

Na SD38 a fronteira é pretexto para a promoção de eventos internacionais, mesmo que organizado por apenas um dos lados. A exceção é o futebol, que desloca a invisibilidade e a articulação da fronteira conferindo-lhe o sentido de rivalidade.

SD47:

Novas placas de sinalização começam a ser instaladas na nossa cidade [...] com o objetivo de promover melhorias na orientação dos condutores de veículos, principalmente os turistas que chegam ao município [...]. (In: RU – 1º ago. 2006)

SD 80:

Hoje estão encerrando as inscrições para os cursos de qualificação em espanhol, informática e gestão em hotelaria e restaurante. É uma promoção inédita da Prefeitura Municipal e do Ministério do Trabalho [...]. (In: RU – 31 ago. 2006)

Na SD47 percebe-se a atenção com “os turistas que chegam ao município”, atraídos, em sua maioria, pelos *free shops* do lado uruguaio. Livramento vale-se desta situação por meio de seus restaurantes e hotéis. Igualmente a SD80 refere-se a esta situação de fronteira, que, ao permitir a livre circulação, exige a articulação no sentido da capacitação para atender os turistas que movimentam a fronteira Livramento-Rivera.

c) Posição-sujeito 3: “a fronteira que rivaliza”

Esse recorte refere-se ao futebol e ele torna a fronteira suscetível de confronto. Disputas como Libertadores da América, Copa América e Copa do Mundo trazem à tona a fronteira rivalidade, estendida a outras modalidades esportivas, especialmente as coletivas, em eventos como Olimpíadas e Jogos Pan Americanos. Eis os recortes selecionados:

SD34:

Mil e 300 quilômetros até *Libertad*. Esta é a quilometragem que o Internacional vai fazer em busca de resultado positivo que possa deixar com chance o clube gaúcho para chegar à final da Copa Libertadores da América [...]. Agora nós vamos para o campeonato mundial. (In: RU – 24 jul. 2006 )

SD110:

[...] e à noite o São Paulo foi derrotado pelo *Boca Juniors*, na Argentina, na *La Bombonera*. Saiu ganhando por um a zero e virou... o *Boca Juniors* virou o jogo. Dois a um foi o placar final [...]. (In: RU – 8 set. 2006)

A primeira SD34 remete à Copa Libertadores em função da semana construída para a análise. Ela torna evidente como campeonatos internacionais marcam a fronteira como rivalidade. A SD34, ao informar que os clubes brasileiros Internacional e São Paulo disputariam partidas naquela data e, caso fossem vencedores, poderiam disputar a final da Libertadores da América, o locutor-apresentador concluiu antecipadamente: “Agora nós vamos para o campeonato mundial”. Ao usar o “nós” se referiu aos brasileiros, que através do Inter ou do São Paulo poderiam ser campeões e, se assim o fossem, os vizinhos latino-americanos não o seriam. A SD110 faz referência a uma competição internacional, em que o São Paulo foi derrotado pelo argentino *Boca Juniors*, ou melhor, os brasileiros perderam para os argentinos.

c) O nacional discursivizado a partir do local

Na análise do último bloco, local-nacional, busquei regularidades por meios das quais evidencia-se a discursivização do nacional

a partir do espaço local. Pela observação sistematizada que a Análise do Discurso possibilita desenvolver, procurei identificar as referências ao nacional (e ao estadual) no programa RU, conforme segue:

SD14:

Suzane e os irmãos Cravinho foram condenados. A soma total das penas dos condenados chega a 115 anos de reclusão. Mas isso é a soma. Cada um foi condenado a 39 anos e 6 meses, os namorados, o casal de namorados e o irmão dele, irmão do Cravinho, do Daniel, foi condenado a 38 anos e 6 meses. [...] Esta é a lei brasileira. Esta é a lei brasileira gente. Os três mataram os pais da Suzane a pauladas, a ferradas, na verdade, eram pedaços de ferro. E hoje, pela legislação brasileira não precisarão cumprir mais do que 7 anos de prisão [...]. Fazer o quê com a legislação brasileira? (In: RU – 24 jul. 2006 [CD 2 Faixa 18])

O caso Richthofen<sup>12</sup> é retomado por um elemento atual à época, o resultado do julgamento. A SD14, ao tratar desse novo acontecimento, que atualiza o acontecimento inicial, releva o nacional circunscrito na afirmação “Esta é a lei brasileira”. Faz-se, desse modo, referência a algo que afeta o nacional independente de região, o que permite dizeres como “Esta é a lei brasileira gente” e “Fazer o quê com a legislação brasileira?”.

SD101:

Os cerca de 120 alunos da educação de jovens e adultos da escola Municipal XXX, no Parque dos Maias, em Porto Alegre, participaram do Projeto Escolhas. No início foi realizada uma linha do tempo com a vida de cada aluno e debatida a escolha de voltar a estudar. Em razão das eleições e a partir da boa repercussão do trabalho, o trabalho foi redirecionado para abordar a escolha do voto. “Tem sido um crescimento enorme para eles. O voto está sendo debatido como uma escolha que deve ser realizada com a maior consciência possível”, disse a avaliadora, a professora XXX [...]. (In: RU – 31 ago. 2006 [CD 2 Faixa 19])

A notícia que origina essa SD foi lida do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, de circulação estadual. Ao acompanhar *in loco* a produção do *Realidade Urgente*, que ocorre à medida que vai ao ar, pude perceber que a escolha de matérias em jornais impressos advém, muitas vezes, de um ato mecânico em que o locutor-apresentador “abre” o jornal e lê, sem edição alguma, movido pelo tí-



tulo ou temática, já que desconhece o enfoque da matéria. Por esse gesto de escolha, sem prévia avaliação da importância para o local, circulam notícias as mais diversas. Neste caso, justifica-se a escolha do assunto sobre o qual versa a informação pela relação educação e política que ela estabelece, já que 2006 foi um ano eleitoral, apesar de o conteúdo não ter relação direta com Santana do Livramento. No Jornalismo preza-se que quando algo externo afeta o local seja trabalhado, mas não é o que ocorre neste exemplo.

Por esse gesto discursivo que configura a SD101 fica evidente que, em muitos momentos, faz-se referência ao nacional apenas para que essa esfera apareça de alguma forma. Até porque o foco do programa *Realidade Urgente*, como o nome delimita, é uma realidade que é urgente para Livramento, como questões locais e questões de interesse local oriundas em contextos externos e até distantes geograficamente.

#### SD106:

Segurança em Fórum envolveu o uso de helicóptero e quase cem policiais. Seco e comparsas foram ouvidos em Alvorada. Com uma tática já adotada em pelo menos outras duas ocasiões, neste ano, a polícia metropolitana bloqueou o acesso ao Fórum de Alvorada, usando um caminhão e uma máquina também. (In: RU – 8 set. 2006 [CD 2 Faixa 20])

As notícias policiais aparecem em vários momentos do programa. A grande maioria versa sobre o município e a fronteira Livramento-Rivera, como demonstro no segundo bloco de análise, local-fronteira, por meio da posição-sujeito que denomino “a fronteira que aparece”. Há um segundo conjunto de notícias policiais que são trazidas pela gravidade ou pelo caráter excepcional. Identifico, ainda, um terceiro mote, o que trata de situações que ocorrem em grandes cidades do país, onde se percebe a relação entre local e nacional que interessa a esse bloco.

A SD 106 exemplifica esse formato de discursivização pela relação que constrói sobre eixos como fronteira-capital ou periferia-

-centro ou pequena cidade-metrópole. O discurso, que no caso da SD analisada tem peculiaridades singulares (cem policiais, um helicóptero, um caminhão etc.), se estabelece ao apontar que os problemas policiais estão também nas metrópoles, não apenas nas fronteiras. Posso inferir por esse discurso que pela fronteira podem passar os problemas, mas que eles não se originam ali.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio de um movimento de aproximação e apropriação de modelos de apuração e produção o rádio comunitário institui espaços de Jornalismo. Ao fazê-lo, se posiciona em um espaço intervalar, de apoderamento e adequação a “diferentes” modelos de Jornalismo, a partir de práticas tentativas de definição de um formato e de enfrentamento de dificuldades e desafios que concretamente se colocam no cotidiano do rádio comunitário (Zamin, 2008). A partir da ação dos agentes que conformam as redes ou as comunidades de rádio comunitária, faz-se mídia a partir da aprendizagem do uso da mídia (Braga, 2006; 2007). Há um movimento de resposta, arguto, no sentido de que as rádios comunitárias constituem uma ambiência propícia à discussão do uso da mídia, à experimentação de formatos e linguagens, ao aprendizado de aparatos tecnológicos e, mais importante, à interação. As rádios comunitárias revelam-se, assim, como dispositivo midiático cuja processualidade evidencia um imbricamento entre fazer mídia e o que se faz com a mídia.

O Jornalismo no rádio comunitário resulta, também, das ligações que estabelece com o espaço local. Do mesmo modo, por se estruturar a partir do pertencimento a um lugar social, o Jornalismo nos espaços fronteiriços é dimensionado pelo que representa esse espaço físico. O que se verifica, por meio da análise desenvolvida, é que há em alguns momentos, sob certas circunstâncias,

uma sobredeterminação do local pela fronteira. Ou seja, a fronteira tem condição suficiente para demarcar o local sob certos aspectos, enquanto em outros ele é tão local quanto é um bairro ou uma cidade qualquer. São temáticas e acontecimentos que fazem referência ou afetam a fronteira que levam-na a se sobrepor ao local: permitir ou impedir a passagem, ocultar, integrar, rivalizar, ter lógicas comuns, manter diferenças. Estes são alguns dos elementos de discursivização desse espaço que é a fronteira, sem deixar de ser local, ou melhor, dois locais, um lado de cá e um lado de lá. Por essas características foi possível propor as categorias de análise “a fronteira que aparece”, “a fronteira que articula” e “a fronteira que rivaliza”, descritas anteriormente.

Os inúmeros sentidos sobre fronteira que a nomeiam, recorram, descrevem, explicam, indicam correlações, julgam-na, articulam-na, são tomados de empréstimo pelo Jornalismo, quer por movimentos de repetição, atualização ou negação. A vivência de ser fronteira também revela elementos transpostos ao discurso jornalístico, como a dualidade nós-eles, que em alguns momentos refere-se a nós desse lado e eles do outro; nós brasileiros e eles os estrangeiros; ou nós fronteira e fronteiriços e eles o nacional. Por essa dualidade, permanente e dinâmica, a fronteira aparece, articula e rivaliza.

Quando o local é demarcado como fronteira, outras categorias passam a ser redimensionadas. Em relação ao nacional, o discurso dá conta daquilo que acontece na fronteira e também em outros espaços do nacional ou dos nacionais que articulam a fronteira. Por essa categoria, evidenciam-se marcas que apregoam à fronteira o que é negativo, como o contrabando, o tráfico e a criminalidade, em uma abordagem discursiva estigmatizada e recorrente sobre esse espaço em que a visibilidade da fronteira e seus limites se dá a partir de formas de violência potencializadas pela formação sócio-histórica e por relações políticas e econômicas. Também aquilo que a afeta, seja por

decorrência de acordos e tratados internacionais, seja pela variação cambial ou ainda por atos que ao não atentar para as lógicas que se estabelecem nas fronteiras, desrespeitam suas especificidades.

Alguns discursos produzidos localmente se opõem à generalização da fronteira a partir do universal, visto que esse movimento é produtor de um discurso estigmatizado do que seja a fronteira. Mostra que a fronteira, mesmo quando afetada pelo que lhe é externo (e constituinte), define-se localmente, por seus fluxos, o que permite evidenciar que, em alguns momentos, ela se encerra em si e suas lógicas bastam por si próprias. Por esse movimento, o universal se dilui no local, ao mesmo tempo em que pode ser revelado a partir desse. Esse discurso que é local mostra que generalizações universalizantes, geralmente negativas, não cabem nesse local que é fronteira.

Os imbricamentos entre Jornalismo, rádio comunitário e espaço local, neste lugar-fronteira, intervém na sua (re)construção. Há, com isso, também uma produção sobre as lógicas e especificidades do local.

## NOTAS

<sup>1</sup> Versão revista e ampliada de artigo apresentado no XIII Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Regiocom 2008.

<sup>2</sup> Jornalista; Doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos); Integra o Grupo de Pesquisa Estudos em Jornalismo (GPJor/Unisinos/CNPq). Professora Visitante na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (Fafich) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: zamin.angela@gmail.com

<sup>3</sup> A Discursivização do local-fronteira no jornalismo: estudo de caso de programas jornalísticos em rádios comunitárias. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2008. (Dissertação de Mestrado).

<sup>4</sup> As abordagens teórico-metodológicas da Análise do Discurso (AD), de linha francesa, são produtivas na análise do Jornalismo, especificamente, em torno dos efeitos de sentido.

<sup>5</sup> A hipótese contemporânea é de que a proximidade, pensada como distância geográfica, é substituível, visto que “posso me comunicar com alguém que está a mi-

lhares de quilômetros de onde estou, posso me deslocar com rapidez e igualmente enviar produtos ou dados” (BOURDIN, 2001, p. 50).

<sup>6</sup> O programa Realidade Urgente possui atualmente as mesmas características do período analisado na dissertação, inclusive o mesmo locutor-apresentador. A programação está disponível no site <<http://www.radionovaaurorafm.com.br/index.php>>.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

<sup>8</sup> INE – Instituto Nacional de Estadística, República Oriental del Uruguay, Censo Populacional 2004. Disponível em: <[http://www.ine.gub.uy/fase1new/Rivera/divulgacion\\_Rivera.asp](http://www.ine.gub.uy/fase1new/Rivera/divulgacion_Rivera.asp)>. Acesso em: 20 jul. 2012.

<sup>9</sup> A semana de análise engloba as seguintes datas: 24 jul. 2006, segunda-feira; 1º ago. 2006, terça-feira; 8 ago. 2006, quarta-feira; 31 ago. 2006, quinta-feira; e 8 set. 2006, sexta-feira.

<sup>10</sup> Recorte arbitrário feito pelo analista no texto, tomado enquanto materialidade discursiva. Nas SDs estão as marcas do discurso em análise.

<sup>11</sup> “Uma posição-sujeito não é uma realidade física, mas um objeto imaginário, representando no processo discursivo os lugares ocupados pelos sujeitos na estrutura de uma formação social” (FERREIRA, 2005, p. 20 [grifo no original]).

<sup>12</sup> Processo polêmico que chocou a opinião pública brasileira por sua excepcionalidade. Suzane von Richthofen planejou a morte dos pais, Manfred Albert e Marísia von Richthofen, executada pelo então namorado Daniel Cravinhos e de seu irmão, Christian Cravinhos, em outubro de 2002.

## REFERÊNCIAS

BOJUNGA, Claudio. Livramento-Rivera. In: BOJUNGA, Claudio; PORTELA, Fernando. **Fronteiras: viagem ao Brasil desconhecido**. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1978. p. 105-110.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A Editores, 2001.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder et al (org.). **Mediação & Mídiação**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 31-52.

\_\_\_\_\_. Constituição do campo da comunicação. In: FAUSTO NETO, Anto-

nio et al (org.). **Campo da Comunicação:** caracterização, problematização e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001. p. 11-39.

\_\_\_\_\_. Processos de aprendizagem para uma sociedade de interação mediada. In: **REDE PROSUL**, 2007, São Leopoldo, RS. Anais... São Leopoldo, RS: Unisinos, 2007.

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

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo.** São Paulo: Summus, 1998.

COULON, Alain. **Etnometodologia.** Petrópolis: Vozes, 1995.

FAUSTO NETO, Antonio. Mudanças da Medusa? A enunciação midiática e sua incompletude. 2007. In: **REDE PROSUL**, 2007, São Leopoldo, RS. Anais... São Leopoldo, RS: Unisinos, 2007.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro (org.). **Glossário de termos do discurso.** Porto Alegre: Instituto de Letras/UFRGS, 2005.

GRIGOLETTO, Evandra. O lugar discursivo do jornalista e do cientista: o imbricamento de diferentes posições-sujeito. In: **O discurso de divulgação científica:** um espaço intervalar. Tese de Doutorado. PPG Letras/UFRGS, 2005.

HERITAGE, John C. Etnometodologia. In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan (org.). **Teoria social hoje.** São Paulo: Editora UNESP, 1999.

MÉLO, José Luiz Bica. **O “velho” e o “novo” da violência rural na fronteira Brasil-Uruguaí.** Sociedade e Estado. v. 19, n. 1. jan./jul. 2004. Brasília, 2004.

MULLER, Karla. Práticas comunicacionais em espaços de fronteira. In: SILVEIRA, Fabrício, REYES, Paulo (org.). **O Campo das mídias: estratégias e representações.** São Leopoldo, RS: Gráfica da Unisinos, 2001.

NAVARRO, Pedro. O pesquisador da mídia: entre a ‘aventura do discurso’ e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: NAVARRO, Pedro (org.). **Estudos do texto e do discurso.** São Carlos: Claraluz, 2006. p. 67-92.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise do discurso:** princípios e procedimentos. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso:** estrutura ou acontecimento. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.

\_\_\_\_\_. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. 2. ed. Campinas, SP: Editora Unicamp, 1995.

PERUZZO, Cíclia M. Krohling. Mídia local, uma mídia de proximidade. In: **Comunicação:** Veredas. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. n. 2, ano 2, v. 1, nov. 2003. São Paulo: Editora Unimar, 2003. p. 65-89.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço:** técnica e tempo – razão e emo-

- ção. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.
- SCHÄFFER, Neiva. Urbanização: Áreas de fronteira e a Integração Latino-Americana. In: OLIVEIRA, Naia et al. **O Rio Grande do Sul urbano**. Porto Alegre: FEEE, 1990. p. 141-160.
- \_\_\_\_\_. **Urbanização na fronteira: a expansão de Sant'Ana do Livramento**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/Prefeitura Municipal de Sant'Ana do Livramento, 1993.
- SILVEIRA, Ada Cristina Machado. Identidade deteriorada: jornalismo e estigmas sociais. In: **COMPÓS**, 16, 2007, Curitiba. Anais... Curitiba: UTP, 2007.
- TEIXEIRA, Teresa Patrícia de Sá. **Todas as vozes: diferentes abordagens para um conceito de rádio local**. (Dissertação de Mestrado). São Bernardo do Campo/SP: UMESP, 1998.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.
- ZAMIN, Angela. **A discursivização do local-fronteira no jornalismo: estudo de caso de programas jornalísticos em rádios comunitárias**. (Dissertação de Mestrado). São Leopoldo, Unisinos, 2008.
- \_\_\_\_\_. Jornalismo no rádio comunitário: entre as lógicas da midiatização e o texto das lógicas. In: **REDE PROSUL**, 2007, São Leopoldo, RS. Anais... São Leopoldo, RS: Unisinos, 2007a.
- \_\_\_\_\_. Narrações no espaço resto: jornalismo em emissoras de radiodifusão comunitárias. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 5, Aracaju, SE. Anais... Aracaju: UFS; SBPJor, 2007b.





## **Análise da atividade midiática de uma emissora fronteiriça: estudo de caso da Rádio Quaraí AM<sup>1</sup>**

Jorge Robespierre Tomás Japur <sup>2</sup>

Quem viaja pelas estradas em direção à fronteira oeste do Rio Grande do Sul costuma reclamar da viagem por conta das longas retas que ligam as cidades fronteiriças. Durante o percurso, a única coisa que se vê em todas as direções é o pampa: milhares de quilômetros quadrados de campo rasteiro que se perdem no horizonte, tendo acima apenas o céu azul. Ao entardecer, mas principalmente à noite, essa paisagem costuma produzir no espírito dos viajantes um sentimento de nostalgia.

Esse percurso — que parece desolado em alguns trechos — oferece uma única companhia ao viajante: o rádio AM. Atuando como um verdadeiro marco nas fronteiras brasileiras, as emissoras de rádio AM são as únicas que atingem quase 100% do território fronteiriço, cobrindo lugares em que o rádio FM, a televisão, a telefonia celular, e outras tecnologias não chegam.

Tais emissoras, por estarem localizadas nas fronteiras do Estado brasileiro, trabalham com uma riqueza cultural típica de uma zona híbrida como a fronteiriça<sup>3</sup>. Nas suas programações, elas con-

tam com a participação de brasileiros, uruguaios e argentinos desde os seus primórdios. E como não poderia deixar de ser, atendem aos anseios de quem necessita dos seus serviços, sem se preocupar com a nacionalidade do ouvinte. É claro que essas emissoras não esquecem, contudo, do Estado-nação ao qual pertencem, já que elas representam-no naquele que é um dos extremos do Brasil.

A Rádio Quaraí AM, fundada em 17 de março de 1957, traz desde essa época algo que parece ser uma lição para o mundo contemporâneo, pois desde sempre trabalhou *com aquilo que é diferente*, representando ao mesmo tempo a realidade local da fronteira Quaraí (Brasil)-Artigas (Uruguai) e os desígnios do Brasil frente ao país vizinho, o Uruguai.

A emissora está na cidade de Quaraí, município da fronteira oeste gaúcha localizado entre as cidades de Santana do Livramento e Uruguaiana. Faz fronteira com a cidade uruguaia de Artigas, capital do departamento com mesmo nome. Diferente dos municípios gaúchos da metade norte do Estado, os municípios da fronteira oeste do RS possuem uma vasta área, com populações rurais espalhadas pela sua extensão.

Atualmente a população do município de Quaraí, entre a sede e a sua zona rural, conta com aproximadamente 22.959 habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>4</sup>. A área do município é de 3.147,647 km<sup>2</sup> e sua população rural é de aproximadamente 1.711 habitantes, sendo que esses números contemplam apenas os residentes fixos, sem considerar que parte da população urbana tem contato com o campo<sup>5</sup>. Artigas, cidade sede do departamento de mesmo nome, localizada no extremo norte da República Oriental do Uruguai, herda o nome do prócer de seu país, o caudilho José Gervasio Artigas. O departamento tem 11.928 km<sup>2</sup>, com população aproximada de 75.162 habitantes, residindo aproximadamente 44 mil desses na cidade

sede<sup>6</sup>. A importância de se conhecer tais dados reside no fato de que a Rádio Quaraí AM, com 1kW de potência, operando na frequência de 1540 kHz, tem parte da sua programação voltada para a população rural espalhada pela fronteira oeste gaúcha, norte do Uruguai e nordeste da Argentina.

As duas cidades têm forte tradição agropecuarista, tendo na produção primária a sua principal fonte de renda. Os estrangeiros que imigraram para a região (dentre eles árabes e italianos), por sua vez, fortaleceram outra prática que é forte entre as duas cidades: o comércio. Ele foi facilitado após a inauguração da Ponte Internacional da Concórdia em 1968<sup>7</sup>. Nos dias de hoje é possível verificar a forte dependência que as duas cidades têm entre si nesse segmento, já que durante o dia a Ponte da Concórdia é tomada por uruguaios e brasileiros que buscam mercadorias nos dois lados da fronteira.

Constituída dessa forma, a fronteira Quaraí-Artigas aprendeu a conviver cordialmente com as diferenças, miscigenando-se entre si, de tal forma que aos olhos do fronteiriço essa experiência é uma “aula de humanidade”, como sugere Proença (2003, p.78).

De qualquer forma, a miscigenação do fronteiriço criou um *modus operandi* próprio que às vezes parece estranho para quem é de fora do contexto. Para o rádio, a formação de costumes híbridos pode ser rica em alguns sentidos, mas em outros acarreta dificuldades inexistentes em outros contextos. Isso será abordado adiante.

## UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

A lealdade cruzada<sup>8</sup> com que a emissora lida há mais de meio século proporcionou-lhe uma história rica em informações que auxiliam na compreensão de como é a vivência na fronteira do Brasil com o Uruguai. Além disso, oferece-nos informações sobre como

uma emissora fronteiriça de pequeno porte passou pelos diferentes períodos da história nacional do rádio (ou não, considerando que a emissora ficou alheia a algumas dessas transformações).

A Rádio Quaraí AM vivenciou a época do rádio espetáculo, com os seus programas de auditório e radionovelas próprias<sup>9</sup>; reagiu com certo atraso às transformações sofridas pelo rádio nacional nas décadas de 70 e 80, quase fechando as suas portas no início da década de 90; e hoje se mantém como a única emissora AM de Quaraí, com as atuais incertezas sobre o destino do rádio AM no Brasil e a chegada do sistema digital de rádio. Durante todo esse período, a emissora ainda amadureceu os seus laços com o país vizinho, incorporando tanto os benefícios desse contato quanto as dificuldades.

Antes de abordar os dilemas enfrentados pela emissora em face da sua condição fronteiriça, porém, é importante contextualizar algumas questões relacionadas ao rádio na esfera nacional.

Ferraretto (2007) denomina como decadente o período compreendido entre os anos de 1955 a 1970 em relação ao rádio nacional. Segundo o autor, diversos fatores foram preponderantes para que o rádio sofresse transformações, como o surgimento da televisão e a consequente perda de publicidade para ela, a euforia em relação a novas tecnologias no ramo da comunicação, as turbulências políticas que revolucionaram o país, dentre outros. Esses eventos retiraram do rádio a *aura romântica* que fazia, outrora, parte das suas atividades.

No fim dos anos 70, o Brasil entra em um processo de abertura política. “A efervescência política chama a atenção do público e a informação ganha destaque na programação das rádios” (FERRARETTO, 2007, p. 165). Essas mudanças contextuais, aliadas às inovações tecnológicas que vão ao mesmo tempo acontecendo no ramo da comunicação levam a uma reestruturação do rádio no Brasil

– sendo o fortalecimento do processo de segmentação, bem como a disseminação das redes via satélite consequências dessas inovações.

A segmentação significa, segundo Ferraretto (2007, p. 52), “oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos”. É exemplo desse processo o aparecimento de emissoras com programação exclusivamente jornalística, de rádios voltadas para o público jovem, ou ainda de emissoras comunitárias. O que aconteceu com as rádios AM a partir da consolidação das emissoras FM no país também é exemplo desse processo:

No final da década de 70, com a consolidação comercial da frequência modulada, começa um processo crescente de divisão entre as emissoras musicais que exploravam a qualidade de som da FM e as rádios AM cuja programação girava em torno do jornalismo, do esporte ou do serviço (FERRARETTO, 2007, p. 168)

O aparecimento das redes via satélite na década de 80, por sua vez, também ocasionou transformações ao rádio, principalmente relacionadas à estrutura organizacional das emissoras. Essas redes começam a unir as grandes emissoras das capitais às pequenas emissoras do interior (sendo o modo como isso se dá nem sempre harmonioso). As primeiras, ampliando a sua cobertura com o auxílio das pequenas emissoras (aumentando, em tese, o seu faturamento); as rádios do interior, por sua vez, sem muitas perspectivas e muitas vezes alheias a esse processo de reestruturação, começam a depender cada vez mais dessas redes, seja tentando aumentar o seu faturamento, seja com o objetivo de “taparem buracos” nas suas programações. Essa estrutura, cada vez mais complexa, exige uma organização não menos complexa que a gerencie, e também administre os recursos produzidos por ela.

Essa estrutura complexa modifica a maneira como se dá a relação dos meios de comunicação com a sociedade, bem como a relação da sociedade com os meios de comunicação. Motta (2005, p. 11) diz que o *paradigma sociocêntrico* representa de maneira menos

ingênua essa perspectiva. Na relação entre os meios de comunicação e a sociedade, o jornalismo passa a ser “um espaço de disputa onde prevalecem os interesses dos grupos hegemônicos (como não poderia deixar de ser), mas é um espaço passível de conquistas, que cede e negocia continuamente”. O autor completa:

Nesse paradigma a sociedade é formada por classes, frações de classe, grupos organizados, movimentos sociais com graus de organização, de enfrentamento e de articulação diversos, capazes de romper as barreiras políticas e de tornar visíveis suas bandeiras no interior do jornalismo conservador. O paradigma é inteiramente outro, menos ingênuo, mais realista, capaz de captar as nuances da cultura política (MOTTA, 2005, p. 11-12)

Segundo o *paradigma sociocêntrico* de Motta, os meios de comunicação passam a ser entendidos pelo viés empresarial. Longe de serem um aparato ideológico homogeneizador da cultura e do pensamento, eles são vistos como grupos organizados no meio de tantos outros constituintes de uma sociedade civil. Como tal, possuem interesses que são negociados na relação com outros grupos. As emissoras de rádio do país seguiram a tendência e também se estruturaram (algumas ainda estão tentando se estruturar) como podem a essa nova ordem, sendo que normalmente essas mudanças começam nas grandes zonas metropolitanas do país, e gradativamente vão atingindo o interior, até, por fim, chegar às suas periferias.

Em nível de curiosidade, cabe ressaltar que ao entender os veículos de comunicação desse modo aumentou-se a descrença na possibilidade de um jornalismo genuinamente imparcial e livre de interesses, pelo menos por parte de comunicólogos e alguns jornalistas. A resultante da dicotomia *interesses comerciais–práticas comunicacionais* passa a representar as escolhas tomadas pelos veículos de comunicação na atualidade<sup>10</sup>.

Ainda tratando-se das idéias de Motta, cabe ressaltar que apesar do autor se referir ao jornalismo especificamente, parece razoável

que qualquer produção realizada por um veículo de comunicação possa servir como *moeda de troca* na sua relação com a sociedade. Isso porque uma das hipóteses a respeito da origem da credibilidade de um veículo de comunicação é a capacidade de ele exercer uma *comunicação de proximidade* eficaz, pelo menos no caso das emissoras locais. Segundo Vasques (2005, p. 9): “essa forma de abordar o rádio comercial local tem como sua pedra fundamental o conceito da proximidade entre a rádio e o seu ouvinte”. Apoiando-se em diversos pesquisadores, a autora comenta que para se chegar ao conceito de proximidade, duas categorias devem ser observadas: a geográfica e a cultural. É na presença das duas categorias, ou pelo menos de uma delas, que se pode falar do rádio como próximo ao seu ouvinte.

A idéia básica é a de que se uma emissora local consegue desempenhar de forma eficaz uma comunicação de proximidade, terá credibilidade, independente de se o material produzido por ela for jornalístico ou não. Isso não quer dizer, no entanto, que o jornalismo não seja um dos principais elementos para que se possa desempenhar de forma eficaz uma comunicação de proximidade.

A força do jornalismo numa emissora de rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local. Estações de rádio locais que querem atingir grande audiência e ignoram o jornalismo correm riscos. Num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras. Afinal, notícias obtidas na esquina são tão ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do mundo (CHANTLER *apud* VASQUES, 2005, p. 9)

A discussão a respeito de até que ponto a credibilidade de uma emissora local depende do jornalismo que ela pratica reside no seguinte questionamento: até que ponto uma emissora da fronteira oeste do Rio Grande do Sul consegue fazer jornalismo *de fato*? Seguindo o exemplo da Rádio Quaraí AM, bem como analisando outras pesquisas que têm o rádio de fronteira como objeto de estudo, é possível fazer algumas observações.

A análise da Rádio Quaraí sustenta a idéia de que é possível uma rádio local ter credibilidade sem desempenhar jornalismo *strictu sensu*<sup>11</sup>. Segundo pesquisa feita através de telemarketing ativo no estado do Rio Grande do Sul realizada pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Opinião Pública (INBRAP), a Rádio Quaraí AM atingiu, em 2005, 98% de reconhecimento da sua marca. Segundo o diretor executivo da emissora e jornalista responsável, Jorge Alberto Lamb Japur<sup>12</sup>, essa marca pode ter sido atingida por diversos fatores, como a prestação de serviços comunitários, que desde a sua fundação é uma das suas características, ou ainda pelas informações locais veiculadas – nem sempre organizadas jornalisticamente, ou também pelos diversos programas de gêneros variados que compõem a sua grade de programação.

Vasques (2005, p. 6) destaca: “Em tese, as emissoras de rádio organizadas possuem seu departamento de jornalismo organizado”. Isso pressupõe uma estrutura física mínima e principalmente uma equipe qualificada. Ao falar sobre os recursos humanos que uma emissora *organizada* deve dispor para fazer jornalismo, o autor enumera: “há a necessidade de uma equipe constituída por profissionais como, jornalista responsável, redator, repórter, locutor noticiarista, que dominem a linguagem jornalística” (VASQUES, 2005, p. 6). A esse respeito, Jorge Alberto, que é graduado em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), comenta: “eu me sinto de certa forma frustrado por não poder aplicar direito aquilo que aprendi na faculdade”, fazendo referência à falta de recursos físicos e humanos que caracterizam o seu contexto. Ele ainda completa:

Temos ótimos comunicadores, sem dúvida, mas são poucos em número e não temos condições financeiras de contratar mais. Além disso, mais da metade desses que estão conosco não é qualificada para tratar as informações que chegam a eles com a responsabilidade que a atividade jornalística exige. Para a rádio que abre às 6h e fecha à meia-noite, temos um repórter policial, um repórter



geral e um apresentador. Além desses temos um apresentador para o informativo rural que vai ao ar aos sábados. E só. Mas isso não quer dizer que não tenhamos credibilidade. Prova disso é que há 52 anos estamos no ar.

Apesar deste artigo não pretender analisar especificamente a prática do jornalismo em rádios da fronteira oeste do Rio Grande do Sul, vale a pena destacar sucintamente o modo como pesquisas sobre o tema costumam representá-la. Habitualmente elas buscam *elementos jornalísticos* nas suas práticas primárias (para não dizer rudimentares). Zamin (2008), ao analisar a prática jornalística de emissoras comunitárias das cidades de Uruguaiana e Santana do Livramento (fronteira com *Paso de Los Libres-ARG* e *Rivera-URU*, respectivamente), constata que as pessoas responsáveis pelos programas *jornalísticos* analisados carregam, por vezes, a função de pauteiro-locutor-apresentador-entrevistador-operador-comentarista. Um “faz tudo”, segundo Zamin (2008, p. 95). As informações *jornalísticas* locais veiculadas nesses casos, em que se embaralham fatos com comentários pessoais carregados de “achismos” imprecisos, é um retrato pungente de como as emissoras dessas localidades trabalham em más condições (por mais que esses funcionários possam não acreditar nisso, achando que o fato de acumular funções é “prova da sua capacidade individual”<sup>13</sup>). Esse contexto ilustra pelo menos duas coisas: (1º) graves problemas estruturais cujas causas deveriam ser pesquisadas no caso de se desejar melhorar esse quadro; (2º) falta de preparo dos profissionais que atuam no meio, já que os municípios dessas localidades não captam a mão de obra formada nos principais centros de ensino do estado<sup>14</sup>.

Voltando à questão das transformações contextuais sofridas pelo rádio nacional nas últimas décadas, esse processo foi imbuído de incertezas a respeito de quais mudanças seriam mais benéficas ou nocivas nesse percurso (na atualidade existem outras incertezas, como as discussões sobre o rádio digital e também sobre o futuro das emissoras AM). Emissoras outrora importantes passam

por dificuldades na nova ordem, e outras ganham importância<sup>15</sup>. Outras ainda ficaram alheias a essas mudanças até o final da década de 90, sendo que as rádios do interior do Rio Grande do Sul estão, em parte, nessa categoria.

Além disso, pesquisas acadêmicas sugerem que a legislação que regula o funcionamento dos meios de comunicação não acompanhou os avanços organizacionais e tecnológicos experimentados por eles. Tais estudos apontam para o fato de que ela possui brechas que permitem uma série de abusos, como o “coronelismo eletrônico”, por exemplo. A expressão, utilizada por Lima (2008), refere-se à posse de veículos de comunicação por parte de políticos, principalmente de emissoras de rádio. Segundo o autor,

O coronelismo eletrônico é uma prática antidemocrática com profundas raízes históricas na política brasileira que perpassa diferentes governos e partidos políticos. Através dela se reforçam os vínculos históricos que sempre existiram entre as emissoras de rádio e televisão e as oligarquias políticas locais e regionais, e aumentam as possibilidades de que um número cada vez maior de concessionários de radiodifusão e/ou seus representantes diretos se elejam para cargos políticos, especialmente como deputados e/ou senadores. [...] O Congresso é a última instância de poder onde são outorgadas e renovadas as concessões desse serviço público e, mais que isso, aprovadas as leis que regem o setor. Por isso mesmo, a continuidade do coronelismo eletrônico se constitui num dos principais obstáculos à efetiva democratização das comunicações no país. (LIMA *apud* PINTO, 2009, p. 8)

Cozer (2009) alerta para o fato de que não são apenas políticos que usufruem de brechas na legislação para obter concessões. Ao estudar o oligopólio no sistema de radiodifusão de Santa Catarina, a autora atenta para o fato de quatro famílias possuírem emissoras de rádio em mais de 40% dos municípios do estado. Segundo ela, “se brechas legais permitem que políticos sejam donos de meios de radiodifusão, há também fatores que favorecem a formação das chamadas empresas familiares no Brasil”<sup>16</sup>. Na sequência é explicado o modo como isso é possível:

A não obrigatoriedade de divulgação dos verdadeiros concessionários, que contraria uma necessária transparência no setor, é um deles. O decreto-lei 236 de 1967 permite a concessão de apenas duas TVs por estado para cada pessoa física. No entanto, há uma estratégia que possibilita às famílias aumentar seu poder, ao distribuir as concessões entre parentes – desta maneira, quanto maior a família, maior poderá ser o patrimônio dela. Cada um dos acionistas permanece dentro da lei, mesmo quando o veículo de comunicação não seja dirigido, de fato, por eles. (COZER, 2009, p. 8)

Christofoletti (2008) diz que a acumulação e a concentração de recursos no setor da comunicação aconteceram (e ainda acontecem) não só pelo número de fusões e aquisições ocorridas, “mas também pelas condições pré-existentes no país que facilitavam o crescimento de grupos já estabelecidos”<sup>17</sup>. Segundo o autor, há na legislação que regulamenta os veículos de comunicação brasileiros lacunas e ambiguidades que não estabelecem limites claros à propriedade cruzada, e também “um sistema promíscuo de distribuição de concessões de rádio e TV – aproximando (e confundindo) perigosamente as figuras de legisladores e proprietários” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 3).

Ferraretto (2007) acrescenta outro fenômeno ocorrido a partir da década de 80, que é a busca de emissoras de rádio por seitas e igrejas que vêm nelas um instrumento para difundir seu projeto espiritual. Segundo o autor, um exemplo da presença de seitas e igrejas na radiodifusão é a Igreja Universal do Reino de Deus, fundada em 1977:

No mesmo ano, com o dinheiro doado por uma devota, são alugados dez minutos diários na Rádio Metropolitana, do Rio de Janeiro. No final da década de 70, a pregação eletrônica já se estende por duas horas. Na mesma época, outro programa similar começa a ser transmitido na Rádio Cacique, de Santo André (SP). Em 1982, a Igreja passa a alugar espaço em rádios baianas, acabando por arrendar uma emissora em Salvador. Dois anos depois, a Universal compra a sua primeira rádio, a Copacabana, no Rio. Desde então, os investimentos em comunicação não param (FERRARETTO, 2007, p. 183)

Para o autor um dado preocupante sobre o avanço das igrejas no setor das telecomunicações é o perigo de que se perca o caráter aberto e pluralista da mídia, especialmente do rádio. Segundo ele, uma de cada sete emissoras de rádio do país está vinculada a uma igreja. No caso da Rádio Quaraí AM, atualmente elas contribuem com o orçamento da emissora na medida em que alugam espaços para reproduzirem programas próprios. Segundo o diretor da emissora, Jorge Alberto Lamb Japur, hoje em dia elas ocupam principalmente horários do domingo, já que são igrejas locais de pequeno porte, e o horário nesse dia é mais barato.

A cidade de Artigas é vista pelas igrejas de Quaraí como um nicho em potencial para as suas atividades, já que os convites de fé para a participação em cultos e em eventos estendem-se aos dois lados da fronteira, às vezes em *portunhol*, às vezes em português<sup>18</sup>. Essa condição fronteiriça, que aparentemente poderia atrair mais os olhares cobiçosos de grupos religiosos com condições de adquirir pequenas emissoras de rádio não parece realmente atraí-las. Segundo Jorge Alberto Lamb Japur,

Pelas experiências anteriores que tivemos em relação às igrejas de grande porte, consolidadas, dá para perceber que elas não querem pequenas emissoras como a nossa, de 1 kW. No máximo colocam algum programa por algum tempo para sondar a receptividade que elas têm no local. Além disso, pela sua estrutura elas podem cruzar as fronteiras do país sem necessitar do nosso auxílio, como é o caso da Igreja Universal, que já atua no Uruguai. A não ser, é claro, se elas descobrem que há alguma emissora ruim das pernas a ponto de falir, o que não é difícil de achar. Aí o assunto muda. No entanto, quem realmente já nos procurou tentando comprar a emissora por valores irrisórios foram políticos. Esses sim estão sempre à espreita.

Até aqui foram descritas transformações que mudaram o rádio nacional nas últimas décadas, pelo menos em relação a aspectos relevantes a este artigo. A seguir tratar-se-á especificamente da Rádio Quaraí AM.

## RÁDIO QUARAÍ, FRONTEIRA E O FUTURO

Localizada na fronteira Quaraí-Artigas, mesmo com as transformações contextuais descritas a emissora continuou atuando até a década de 90 sob a informalidade que fazia parte das suas relações na década de 50 e 60. Sobre a questão, Ponte, ao entrevistar o hoje falecido fundador da emissora, Jorge Japur, afirma:

Quanto ao caráter comercial da emissora, ela não tinha uma estrutura publicitária. Tudo era feito de maneira o mais informal possível. O patrocinador pagava uma taxa não muito alta e ainda tinha a vantagem de saldá-la quando quisesse [...]. Os anos que se seguiram continuaram da mesma forma (PONTE, 2000, p.22)

No início era própício que a emissora trabalhasse de maneira informal, afinal, o rádio era uma novidade naquele local, e todos queriam desfrutar da novidade. Fundada nesse contexto ela ainda possuía o prestígio de ser a única emissora da fronteira. Após a criação das primeiras emissoras de rádio em Artigas, continuou sendo a única emissora de Quaraí. Segundo a viúva de Jorge Japur, uma das fundadoras e atual sócia da emissora, Izar Teixeira Lamb, o retorno financeiro era algo natural na época em que a emissora abriu as portas: “não havia preocupação com o dinheiro... o Jorge fazia o que gostava e o retorno vinha ao natural”.

Com o passar dos anos, no entanto, o *modo informal de ser* acarretou, dentre outras coisas, dificuldades de transição aos moldes de *rádio moderno/rádio empresa* que o passar dos anos, bem como o exemplo das grandes emissoras do centro do país, outorgou ao rádio. Além disso, mudanças locais também alteraram a forma como a comunidade percebia a emissora.

Sobre esse aspecto, podem-se destacar as seguintes características a partir dos depoimentos recolhidos e pelos documentos acessados por esta pesquisa: (1º) O *fascínio* existente na época de descobrimento do rádio na fronteira passou. Ou seja, a facilidade

de com que o retorno financeiro era atingido acabou; (2°) Apesar de o contexto ter mudado, o modo como a emissora trabalhava não foi alterado. Jorge Alberto Lamb Japur explica que apesar de popular e líder de audiência antes de 1996 (ano em que assumiu a direção), a rádio sofria com a falta de profissionalismo da direção e dos empregados. Segundo ele, “a emissora era tratada como objeto de poder e vaidades pessoais”, feita sem jornalismo qualificado e se limitando à radioescuta das emissoras do centro do país, bem como à programação musical; (3°) Os avanços tecnológicos na área da comunicação, e principalmente a facilidade de acesso a pequenos transmissores gerou na fronteira um *boom* de emissoras clandestinas que competem com as emissoras homologadas vendendo propagandas por preços irrisórios. Isso principalmente no lado uruguaio, onde o combate às emissoras clandestinas não é tão eficaz como no Brasil; (4°) O fato de não haverem políticas no meio radiofônico que considerem as dificuldades do meio fronteiriço e a alta carga tributária que não contempla as especificidades de emissoras de rádio de pequeno porte como a Rádio Quarai AM.

Ponte, ao analisar as radionovelas produzidas pela Rádio Quarai AM, fez um pequeno levantamento histórico sobre a emissora. Nele a autora já atentava para mudanças operacionais a partir de 1996: “Está quase toda informatizada. A inserção de informes comerciais e noticiosos (da Rádio Nacional) e a gravação de alguns programas em computador fizeram com que ela perdesse um pouco daquele caráter informal” (PONTE, 2000, p. 24)

Em entrevista concedida a Ponte, o ex-diretor Jorge Japur, hoje falecido, diz que “desapareceu da rádio o trabalho comunitário” (2000, p. 24). No mesmo trabalho, a historiadora local Diva Simões comenta que “ela [a emissora] perdeu a sua função na cidade, já que não se integra mais com ela”<sup>19</sup>. Nota-se que tais colocações referem-se à impossibilidade de se manter o caráter informal nas relações da emissora com a sociedade cujos reflexos se mantiveram até o fim

da década de 90. Nessa visão, não se integrar com a comunidade significaria, antes, *não ser informal no trato*, ou em outras palavras, não “se deixar levar pelo coração”. De certa forma, isso lembra aspectos do conceito de *homem cordial* cunhado por Holanda (1995), que descreve alguém que não vê distinção entre o privado e o público, que transplanta para a vida pública os valores compartilhados pela família, porque se guia antes pela emoção do que pela razão. “Isso ocorre mesmo onde as instituições democráticas, fundadas em princípios neutros e abstratos, pretendem assentar a sociedade em normas antiparticularistas” (HOLANDA, 1995, p. 146)

O atraso em relação às modificações contextuais do rádio no Brasil, bem como a manutenção das relações informais da emissora (inclusive do seu setor comercial) – destino provavelmente compartilhado por inúmeras emissoras de pequeno porte do país que até hoje temem pelo seu futuro – quase levou a emissora a fechar as suas portas. Segundo Jorge Alberto Lamb Japur, a emissora estava fadada ao encerramento das atividades pela falta de recursos e a falta de seriedade nas relações sócio-econômicas com a população de Quaraí e Artigas<sup>20</sup>.

A emissora, cuja rentabilidade depende do mercado publicitário, foi, talvez, responsável por propagar a idéia que se tem na fronteira de que *propaganda não é fator decisivo na legitimação de uma marca*, exatamente por ter prestado serviços de maneira informal por muitos anos, passando a idéia de que propaganda era algo secundário para a delimitação de uma marca. Segundo Jorge Alberto, “o modo como se dá o comércio na fronteira, mas principalmente o contrabando é responsável por isso”<sup>21</sup>. O diretor não descarta, no entanto, que atuando informalmente por muitos anos a emissora também contribuiu para a construção e a manutenção dessa mentalidade.

Segundo o entrevistado, as diferenças cambiais fazem com que alguns produtos sejam mais baratos no Brasil, assim como outros sejam mais baratos no Uruguai<sup>22</sup>. “O comércio daqui sabe que os

uruguayos naturalmente vêm a Quaraí, e vice-versa, e esse é um dos motivos pelos quais temos dificuldades”, afirma Jorge Alberto. Ele se refere ao fato de que as empresas de Quaraí e Artigas – e de outros locais da fronteira – acreditam que a propaganda não é um fator decisivo na efetivação da sua marca, por conta do modo como se dá o comércio na fronteira.

Qualquer tipo de publicidade serve para eles, segundo o diretor. “É uma mentalidade atrasada... A gente compete até com carro de som e alto-falante”, diz Jorge Alberto. Para o entrevistado isso é reflexo do *modus operandi* do fronteiriço que, assim como cruza a ponte em busca de mercadorias mais baratas *burlando* os preços do seu país, também não quer *gastar dinheiro* em uma emissora de rádio quando um auto-falante pendurado em um poste - e atualmente as rádios piratas - podem *evitar o gasto*. Isso é relativamente compreensível em um contexto como o fronteiriço, em que práticas como o escambo ainda são comuns. Conceitos como credibilidade e investimento em marca não fazem parte do vocabulário do fronteiriço.

Na impressão do diretor, desde 2003 o quadro está se modificado ligeiramente nesse quesito, por conta de migrantes que estão chegando à cidade com o intuito de explorar as pedras semipreciosas que são abundantes na região, como a ametista; empresários novos que estão tendo a oportunidade de avançar além do curso secundário e ter idéia da importância de investir em sua marca; cursos de qualificação promovidos por instituições que atuam na capacitação de pessoas que atuam na indústria e no comércio (endossadas pela emissora), dentre outros.

Se um dia a Rádio Quaraí AM auxiliou na manutenção de uma mentalidade atrasada em relação à importância da propaganda na fronteira, hoje as rádios clandestinas no Uruguai tornaram-se as responsáveis por isso. Elas, que em Artigas contabilizam mais de dezesseis emissoras, fazem propagandas até de graça para es-



tabelecimentos comerciais de Quaraí e Artigas. Segundo um comerciante uruguaio entrevistado que anuncia em uma delas, “yo pagaba U\$ 50 [cinquenta pesos uruguaios] por semana para tener propaganda de mi almacén en la Sol FM todos los días”. A quantia, que no câmbio atual corresponde a aproximadamente R\$ 5,00, é um exemplo dos tipos de absurdos com que rádios da fronteira devem lidar.

A problemática é complexa. Em um primeiro momento podemos citar o fato de que enquanto uma emissora legal necessita manter uma tabela de preços mínima para honrar os seus impostos, bem como a manutenção dos seus equipamentos, os custos com os seus funcionários, dentre outros, uma emissora clandestina não possui quaisquer compromissos. Sendo assim, o valor que elas cobram não chegam muitas vezes a um sexto do valor de um comercial em uma emissora legal.

Em matéria sobre o tema, o jornal *A Platéia* de Santana do Livramento mostra que a proliferação de rádios clandestinas é comum em toda extensão da fronteira com o Uruguai. O texto ajuda a compreender o problema que também está presente na fronteira Quaraí-Artigas:

A propaganda em rádio, na fronteira, é algo completamente incompreensível para quem não vive nas duas cidades irmãs. [...] Para o cliente, a questão preço é determinante e raras são as medições de pesquisa de audiência - as quais, obviamente, não contemplam as rádios piratas, pois a lógica indica que sua não formalidade pressupõe inexistência oficial. Na prática, no entanto, não é assim. Por vezes, o cliente anuncia em determinada emissora pirata, a qual é estimulado a ouvir - “sintoniza, ouve, me diz se gostou e depois a gente conversa” ou “eu vou colocar em tal dia no ar e aí veja se gostou, depois voltamos a falar” - sem saber que se trata de uma rádio não legalizada. A emissora clandestina não tem qualquer obrigação de recolher qualquer tipo de tributo, não tem obrigações trabalhistas, não faz pagamentos, não utiliza áudio legalizado, preferindo músicas pirateadas - e não poderia ser diferente pela sua condição - ao mesmo tempo em que seu sistema, geralmente, é também - como virou moda, na atualidade - cópia não autorizada de programas de

computador para “gerenciar” a programação que coloca no ar. Claro que Bill Gates nem fica sabendo, assim como os clientes que, por vezes convencidos pela argúcia dos vendedores anunciam<sup>23</sup>.

Para ilustrar a questão, ponha-se o seguinte exemplo: imagine-se o valor relatado pelo comerciante uruguaio que gasta o seu dinheiro em rádios clandestinas. O valor correspondente a U\$ 50 (cinquenta pesos uruguaio), aproximadamente R\$ 4,94, lhe dá direito a várias inserções diárias<sup>24</sup>. Como a cobrança é semanal, gasta-se ao final de um mês R\$ 19,76. A tabela de preços da Rádio Quaraí AM coloca que uma inserção diária, de segunda-feira a sábado, exige um investimento de R\$ 180 mensais. O valor cobrado pela emissora clandestina é quase dez vezes inferior ao valor cobrado pela emissora homologada.

Segundo o setor financeiro da emissora, é difícil manter uma tabela de preços considerando a concorrência desleal. Jorge Alberto Lamb Japur cita um exemplo: “Só de ECAD<sup>25</sup> pagamos R\$ 815 todo mês, isso sem desconto, porque às vezes eles inventam que não entregamos os documentos necessários a tempo para conseguir a redução no valor e negam o benefício”. O entrevistado comenta que os impostos pagos pela emissora, reunidos, consomem aproximadamente 40% do seu faturamento bruto. Somando despesas com funcionários, manutenção e outras contas, como água, luz e telefone, 80% do faturamento da emissora são consumidos. “É complicado manter a rádio com uma concorrência desleal dessas”, afirma Jorge Alberto.

No Brasil, a lei não define o que é uma emissora clandestina, o que ela faz é estabelecer o que é uma emissora legalizada. Toda emissora que não possui amparo legal para funcionar é caracterizada como clandestina, sendo que a competência legal para o combate à clandestinidade é exclusiva da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL)<sup>26</sup>. O uso de radiofrequência sem auto-

rização é tratado pelo Art. 163 da Lei Geral de Telecomunicações (LGT), e as sanções estão previstas no Art. 173 da mesma lei.

Criou-se, no ano de 2008, uma emissora clandestina na cidade de Quaraí, sob a alcunha de *Rádio Concórdia*. A emissora veiculava o seu material através de *link* com o transmissor de uma emissora uruguaia homologada, sendo que o seu dono, uruguaio, tinha recebido de Brasília autorização para fazer apenas reportagens externas na cidade de Quaraí. Após denúncia recebida pela ANATEL, a emissora clandestina foi fechada em ação da Polícia Federal, tendo todos os seus equipamentos recolhidos, conforme outorga a lei. No caso das rádios clandestinas que estão do lado uruguaio (sendo que algumas delas têm proprietários brasileiros), a única coisa que a ANATEL pode fazer é informar a situação ao Ministério das Relações Exteriores, para que o Itamaraty repasse as informações à administração do país vizinho, para que ele tome as providências necessárias com base em sua legislação.

No Uruguai, o órgão responsável pela fiscalização das emissoras clandestinas é a *Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones* (URSEC). A questão sobre essas rádios ficou em suspenso enquanto o país reformulava a sua legislação no intento de regulamentar a radiodifusão comunitária. Uma brecha na legislação permitia que muitas emissoras clandestinas se defendessem argumentando que eram emissoras comunitárias, e não piratas.

Como o país não disponibilizava uma legislação específica para o setor, diversas emissoras se organizaram em associações para forçar o debate, como a *Asociación Mundial de Radios Comunitarias Uruguay* (AMARC Uruguay). Outras emissoras, no entanto, aproveitaram as brechas da legislação uruguaia para explorarem o serviço de radiodifusão em benefício próprio, causando interferência em emissoras comerciais uruguaias e também em estações brasileiras localizadas na faixa de fronteira<sup>27</sup>.

Em 22 de dezembro de 2007, foi aprovada pelo Uruguai a *Ley de Radiodifusión Comunitaria*, Ley N° 18.232. Desde então o governo está realizando um mapeamento das emissoras que se classificam nessa categoria para regulamentá-las. Mesmo assim até hoje a Lei, que tomou como exemplo a legislação brasileira ao ser redigida, tem apresentado algumas inconsistências na prática. Para sanar esses problemas a URSEC realizou em 2009 uma consulta pública sobre a regulamentação da lei de radiodifusão comunitária. Mesmo não estando finalizada a discussão após a consulta, algumas emissoras foram homologadas e outras fechadas. No entanto, a maioria das rádios ilegais continua no ar.

Atualmente a URSEC realiza fiscalizações nos departamentos uruguaios a procura de rádios ilegais. Porém, quando agentes de fiscalização chegam nas cidades, os proprietários desligam os equipamentos e só religam quando a fiscalização vai embora. Segundo a URSEC, é comum também tais emissoras mudarem sua frequência com medo de rastreamentos. Mesmo assim, algumas delas estampam em muros da cidade o nome de suas emissoras.

Nos quadros a seguir estão destacadas as emissoras homologadas e as clandestinas existentes na fronteira Quaraí-Artigas<sup>28</sup>:

**Quadro 1: Rádios Homologadas na Fronteira Quaraí (BRA) – Artigas (URU)**

<b>Emissora</b>	<b>Modulação</b>	<b>Cidade</b>	<b>Frequência</b>
Rádio Quaraí	AM	Quaraí	1540 KHz
Rádio Cuareim	AM	Artigas	1270 KHz
La Voz de Artigas	AM	Artigas	1180 KHz
Frontera	AM	Artigas	900 KHz
Salamanca	FM	Artigas	101.3 MHz
Amatista	FM	Artigas	90.7 MHz
Frontera	FM	Artigas	88.3 MHz
Viva	FM	Artigas	89.5 MHz
Horizonte (1)	FM	Artigas	91.3 MHz
Terminal (2)	FM	Artigas	95.9 MHz

(1) e (2) Antiga rádio clandestina, foi regularizada.

**Quadro 2: Rádios Clandestinas na Fronteira Quaraí (BRA) – Artigas (URU)**

<b>Emissora</b>	<b>Modulação</b>	<b>Cidade</b>	<b>Frequência</b>
Amancer	FM	Artigas	92.7MHz
Sol	FM	Artigas	95.1 MHz
N. i. (1)	FM	Artigas	97.1 MHz
Don Quijote	FM	Artigas	98.1 MHz
N. i.	FM	Artigas	98.5 MHz
N. i.	FM	Artigas	99.1 MHz
Cosmos	FM	Artigas	100.3 MHz
Aries	FM	Artigas	101.9 MHz
N. i.	FM	Artigas	102.3 MHz
N. i.	FM	Artigas	102.7 MHz
Alternativa	FM	Artigas	103.1 MHz
N. i.	FM	Artigas	104.3 MHz
N. i.	FM	Artigas	105.7 MHz
N. i.	FM	Artigas	106.1 MHz
N. i.	FM	Artigas	106.9 MHz
N. i.	FM	Artigas	107.9 MHz

(1) Não identificada (N.i.); (2) Emissora clandestina localizada no Uruguai com proprietário brasileiro.

Enquanto isso, a Rádio Quaraí AM tenta garantir o seu espaço (e a sua subsistência) investindo na sua credibilidade. Em relação às práticas das rádios clandestinas, Jorge Alberto Lamb Japur diz: “É algo amador, artesanal, eles não têm idéia de público alvo, de como se constrói uma mensagem considerando as potencialidades do meio...”. A emissora, por estar desde 1957 no ar, por ser a única AM da cidade de Quaraí, e também pelas incontáveis campanhas sociais, bem como por ter tido consigo diversos personagens importantes que já passaram pelos seus microfones, possui audiência garantida em quase toda a região da fronteira oeste do Rio Grande do Sul. “Os clientes até chegam a colocar propaganda nessas clandestinas, mas depois de um tempo eles vêem que não tem retorno e recorrem a nós. Depois de um tempo, eles desistem de gastar dinheiro nelas. Mesmo assim, reclamam muito”, diz Jorge Alberto.

A emissora mantém o vínculo com a cultura do gauchismo tendo pelo menos 50% da sua programação voltada para o tradicionalismo. Músicas, homenagens e informações culturais são veiculadas para os habitantes dos dois lados da fronteira e conta com a participação de brasileiros e uruguaios. Além disso, as campanhas sociais e o desenvolvimento de informações locais (nem sempre organizadas jornalisticamente) contribuem para a manutenção dos vínculos da emissora com a esfera local. Além disso, há uma parceria informal entre emissoras de rádio da região que se auxiliam trocando notícias relacionadas às suas cidades. “Com o propósito de servir à comunidade a emissora foi fundada. E mesmo com as transformações que ocorreram, a idéia segue o mesma...”, explica Jorge Alberto.

As diversas parcerias da emissora, por sua vez, mantém ao mesmo tempo ela ligada ao seu Estado-nação, servindo como porta voz do estado brasileiro na região. Atualmente a Rádio Quaraí AM tem como parceiras a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a Rádio Nacional, O Grupo Bandeirantes de Comunicação nos esportes<sup>29</sup>, Rádio Agência Senado, Rádio Agência Câmara e BBC Brasil, sendo que todas elas fornecem matérias jornalísticas de cunho nacional e/ou regional. Além dessas, a emissora também possui uma parceria internacional com a Rádio Netherlands. A emissora holandesa costuma enviar reportagens em português sobre o Brasil. Além disso, encaminha periodicamente por correio produções próprias que divulgam diferentes culturas ao redor do mundo.

Segundo Jorge Alberto Lamb Japur, *promessa de desenvolvimento* é a expressão que definia a emissora nos seus primórdios. A fronteira Quaraí-Artigas experimentou nas décadas passadas, contando com o auxílio da Rádio Quaraí AM, avanços em diversos setores, que vão desde estruturais até humanísticos. A integração entre brasileiros e uruguaios foi intensificada, de modo que falar espanhol, português, ou ainda *portunhol*, era só um detalhe para aqueles homens que, vivendo em conjunto e falando línguas *entreveradas*, eram iguais no

momento em que experimentavam o mesmo sentimento de fascínio frente ao microfone que a partir de então passou a representá-los. Nesse aspecto, as experiências da Rádio Quaraí AM e dos personagens que estiveram envolvidos com ela constituem uma lição para o mundo atual, globalizado, já que a emissora é um exemplo de empreendimento que desde as suas raízes soube encontrar e também explorar características comuns de sujeitos que se diziam diferentes.

Mesmo com as transformações contextuais que quase a levaram à falência no início da década de 90, a Rádio Quaraí AM conseguiu manter-se. Isso graças aos investimentos que fez no intuito de realçar o que, para Jorge Alberto, é o que descreve a emissora no presente: a sua *credibilidade*. Em um contexto de práticas e costumes híbridos, e muitas vezes alternativos (o que não quer dizer necessariamente ilegais ou de má fé), a emissora continua com o seu trabalho comunitário, informativo e diversional, e graças ao sucesso que tem em trabalhar essas questões na fronteira consegue atrair investidores da cidade local que desejam ter a sua marca associada a essa credibilidade. Isso não significa, no entanto, que o contexto seja favorável. Jorge Alberto comenta:

Temos que trabalhar sozinhos... Além das emissoras clandestinas, nós, emissoras de pequeno porte, não temos representatividade em órgãos como a AGERT. Eles dizem nos representar, mas na verdade nos usam apenas como massa de manobra para representar a eles próprios e às grandes emissoras do estado. Nunca recebemos nenhum tipo de auxílio deles. Eu já desfiliei a rádio de lá, e até hoje eles usam o nosso nome no *site* deles<sup>30</sup>. O que é mais triste é que o pai [Jorge Japur] foi um dos seus sócios fundadores. A ABERT<sup>31</sup>, bem, mesmo que possam representar as pequenas emissoras, está muito distante de nós. Só somos filiados ao SindiRádio<sup>32</sup>, que nos proporciona descontos no ECAD. Além disso, somos explorados por agências de publicidade da capital [Porto Alegre] que dizem nos representar. Certa vez nos ligaram de Porto Alegre, era o gerente de uma rede de farmácias do RS solicitando um comprovante de irradiação, já que, segundo ele, fazíamos propaganda deles aqui na rádio. Nunca recebemos nenhum contato para que isso fosse feito. Ele disse que há três anos pagavam religiosamente a agência de publicidade que nos representava. A agência embolsava tudo usando o nosso nome.

Até o momento a Rádio Quaraí subsiste, mesmo com as dificuldades descritas geradas pelo contexto. É provável, no entanto, que essa sorte não seja compartilhada por outras emissoras da faixa de fronteira do Rio Grande do Sul. Segundo o diretor, percebe-se isso no momento em que uma emissora de pequeno porte das redondezas é comprada por políticos, por igrejas, ou ainda por grandes conglomerados do ramo da comunicação.

O futuro, nesse aspecto, é uma incógnita. As discussões a respeito do Rádio Digital, bem como as incertezas sobre o porvir das emissoras AM no país causam a impressão de que cada vez mais tais emissoras estão por sua conta e risco. O diretor da emissora diz que o futuro da Rádio Quaraí AM será promissor, porque mesmo com todas as adversidades ela consegue subsistir e manter a sua credibilidade na região. Ressalta, no entanto, que os órgãos competentes pelas decisões no setor de radiodifusão do país não têm ciência das dificuldades das emissoras de pequeno porte. Para Jorge Alberto, um exemplo disso foi o questionário de uma pesquisa enviada para a emissora em 2009:

Em uma das perguntas eles questionaram qual era o orçamento mínimo que a emissora disporia caso necessitasse adotar o padrão digital de rádio. O valor mais baixo da questão era R\$ 300.000,00. Nosso orçamento bruto anual às vezes não chega nem na metade disso! Havia ainda alternativa que falava em milhões. Rádio de pequeno porte só ouve falar de valores altos como esses quando está devendo na justiça, prestes a fechar as portas.

Mesmo com as incertezas sobre o futuro do rádio no Brasil, uma coisa parece razoável considerando as informações levantadas até aqui: conhecer a realidade de pequenas emissoras, como a Rádio Quaraí AM, é, talvez, uma das poucas maneiras de evitar que elas fechem as portas, ou ainda sejam vendidas para grupos que quiseram ampliar a sua extensão. Essa é, provavelmente, uma das poucas maneiras de garantir a tão sonhada pluralidade de vozes que é requisito básico para o amadurecimento de um regime democrático.



## NOTAS

<sup>1</sup> Este texto originalmente foi concebido como parte de uma monografia apresentada em 2009 ao Curso de Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo. O presente texto possui dados atualizados. Para mais informações, ver JAPUR, 2009.

<sup>2</sup> Licenciado em Filosofia e Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Em 2009, participou da fase inicial do projeto de iniciação científica “Ambivalência entre fronteiras e favelas na cobertura jornalística sobre periferias”, orientado pela Prof(a). Dr(a). Ada Cristina Machado Silveira. No mesmo ano, participou da operação Centro-Norte do Projeto Rondon, trabalhando com a capacitação de professores na cidade de Faro, Pará. Interessa-se por temas relacionados à cultura e comunicação em faixa de fronteira.

<sup>3</sup> Sempre que se fizer menção à fronteira neste escrito, estar-se-á tratando de uma cidade limítrofe.

<sup>4</sup> IBGE. Estimativas da população para 04 de novembro de 2010. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/resultados\\_dou/RS2010.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/resultados_dou/RS2010.pdf)>. Acesso em: 26 mai. 2012.

<sup>5</sup> Para efeitos comparativos, a área do município de Porto Alegre é 496,684 km<sup>2</sup>.

<sup>6</sup> INE. Datos Parciales del Censo 2011. Insituto Nacional de Estadistica. Disponível em: <<http://www.ine.gub.uy/censos2011/index.html>>. Acesso em: 26. mai 2012.

<sup>7</sup> As cidades de Quaraí e Artigas são separadas pelo Rio Quaraí. Até a década de 60 o transporte de passageiros pelo rio era feito em botes. A prática é ilustrada no romance Sem Rumo, de Cyro Martins. Atualmente é possível observar carroceiros transportando mercadorias pelo rio nos dois sentidos, nos trechos que a travessia a pé é possível.

<sup>8</sup> Este conceito propõe que a sociedade fronteira é ligada tanto ao Estado-nação ao qual pertence quanto aos costumes híbridos do local, e é essa dupla vinculação que faz com que a cotidianidade da sociedade fronteira pareça paradoxal em certos momentos. Isso porque da mesma forma que o fronteiro faz questão de se mostrar brasileiro frente aos vizinhos uruguaios, em determinados momentos utiliza-se de práticas enraizadas na esfera local - como o descaminho, por exemplo - para burlar as normas do seu país de origem. Segundo SILVEIRA (2008, p.3-4), a lealdade cruzada se dá em dois níveis, a saber: “o político, responsável por sua vinculação ao Brasil, e o cultural, compreendido pelo pertencimento histórico à conformação do espaço platino”.

<sup>9</sup> Não será abordada aqui a fase inicial da emissora no final da década de 50, quando havia programas de auditório e também radionovelas escritas e produzidas pela radioatriz carioca Hedy Maia. Para mais informações sobre as diferentes fases da Rádio Quaraí, ver PONTE, 2000 e JAPUR, 2009.

<sup>10</sup> O jargão do jornalismo imparcial que tem como único interesse o bem da comunidade passou a ser trabalhado pelos veículos de comunicação como estratégia para dar credibilidade à sua produção, e consequentemente atrair mais consumidores. É claro que isso não significa que não exista mais jornalismo responsável.

<sup>11</sup> Tem-se consciência que os estudos sobre comunicação divergem a respeito dos valores que constituem a prática jornalística. A este escrito não cabe discorrer sobre essas questões, já que esse não é o objetivo do trabalho. Cabe ressaltar, no entanto, que se adotaram as concepções de Traquina (2004) sobre a distinção entre informação e opinião na prática jornalística atual, bem como as noções de objetividade e imparcialidade discutidas em Tuchman (1999). Acredita-se que tais valores estão impregnados na prática jornalística nacional, e por isso o conceito de jornalismo usado neste trabalho contempla esses valores. Se eles são bons ou ruins, se estão certos ou errados, não cabe a este escrito julgar. No caso específico do rádiojornalismo, adotamos orientações presentes em Ferraretto (2007) e Prado (1989).

<sup>12</sup> Jorge Japur, nascido em 14 de junho de 1926, foi o fundador da Rádio Quaraí AM. Segundo a edição de 11 de junho de 2003 do jornal Zero Hora, um dia após o seu falecimento, “Japur era considerado um ícone do radialismo”, por ter atuado mais de 50 anos no ramo. Filho de imigrantes libaneses, desde pequeno despertou o gosto pela eletrônica e era fascinado pelo cinema e pelo rádio. Ao lado de familiares, como o seu irmão Nadir Japur, e de amigos como o uruguaio Basílio Borgato, pôs em prática o sonho de criar uma emissora na cidade de Quaraí. Autodidata, construiu um transmissor artesanal que serviu para pôr em funcionamento a emissora antes de ela ser legalizada, em 1957. Foi um dos sócios fundadores da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (AGERT). Casado três vezes, teve três filhos: Vânia Japur e Harvey Japur do primeiro casamento, e Jorge Alberto Lamb Japur, jornalista responsável e atual diretor executivo da Rádio Quaraí AM, fruto do seu segundo matrimônio com Izar Teixeira Lamb, que atualmente é uma das sócias da emissora. O autor deste artigo, Jorge Robespierre Tomás Japur, é neto de Jorge Japur e filho de Jorge Alberto Lamb Japur. Para mais detalhes -inclusive discussões metodológicas sobre a proximidade do autor ao objeto de estudo - ver JAPUR, 2009.

<sup>13</sup> Segundo um dos repórteres da Rádio Quaraí AM, “nem em rádio grande conseguem fazer isso!”.

<sup>14</sup> Como Quaraí não possui centros de ensino superior, a tendência é a de que jovens com o secundário completo saiam da cidade para estudar em outras cidades do estado. Rara é a volta desses jovens a Quaraí depois que os seus estudos estão completos. Semelhante é o destino dos jovens das outras cidades da fronteira do Rio Grande do Sul. Em longo prazo, é possível que esse quadro seja alterado pelo aparecimento de novas instituições de ensino superior na região.

<sup>15</sup> Ferraretto (2007) exemplifica esse período no Rio Grande do Sul comentando a redução da influência da Empresa Jornalística Caldas Júnior e a ampliação da Rede Brasil Sul (RBS).

<sup>16</sup> COZER, 2009, p. 8

<sup>17</sup> CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 2.

<sup>18</sup> Uma das igrejas que anuncia na emissora já possui atividades consolidadas em boa parte do norte do Uruguai, com templos em pelo menos dois departamentos.

<sup>19</sup> Idem, p. 25.

<sup>20</sup> Ainda segundo Jorge Alberto, foi principalmente nesse período de dificuldades que políticos sondaram a emissora com propostas de compra.

<sup>21</sup> Segundo o Art. 334 do Código Penal, contrabando é o crime de importar (ou exportar) mercadorias ilegais, como venenos agrícolas, armamentos e entorpecentes. Descaminho, por sua vez, lida com mercadorias legais. Neste caso trata-se de desvio de mercadoria com o intuito de fraudar o fisco. Percebe-se que o entrevistado utiliza a palavra “contrabando” com o sentido legal de “descaminho”.

<sup>22</sup> A Ponte Internacional da Concórdia está diariamente repleta de brasileiros e uruguaios que atravessam a fronteira em busca de produtos. Os uruguaios costumam ir ao Brasil em busca de artigos têxteis, assim como alguns tipos de alimentos, gás, e outros produtos do gênero. Os brasileiros, por sua vez, procuram alguns gêneros alimentícios, como laticínios e carne. Nos free shop uruguaios eles vão em busca de bebidas e equipamentos eletrônicos. Essas, no entanto, são apenas pequenas impressões sobre uma complexa rede de comércio estabelecida na fronteira. Para os comerciantes brasileiros da fronteira vale a mesma regra dos exportadores, a saber: quanto mais desvalorizado o Real frente à moeda estrangeira, melhor.

<sup>23</sup> PIRATARIA... nas ondas do rádio. A Platéia. Santana do Livramento, 21 e 22 out. 2007. Disponível em: <<http://201.41.61.100/2007/outubro/211007/manchete.php>> Acesso em: 28 mai. 2012.

<sup>24</sup> Para o exemplo utilizou-se a cotação do dia 25 mai. 2012 em que R\$1,00 equivalia U\$10,01.

<sup>25</sup> Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) é o órgão responsável pela arrecadação e distribuição dos direitos autorais das obras musicais. O órgão, que no Art. 1º do seu Estatuto afirma não ter fins lucrativos, cobra mensalmente de emissoras de rádio e TV imposto para que estas possam executar músicas nacionais e estrangeiras.

<sup>26</sup> Tornamos públicos os nossos agradecimentos ao engenheiro da ANATEL, Jairo Karnas, que gentilmente nos orientou a respeito da legislação que serve de base no combate a emissoras clandestinas no Brasil.

<sup>27</sup> Segundo mapeamento realizado pela URSEC, havia em 2007 vinte e seis emissoras clandestinas no departamento de Artigas. Nosso primeiro mapeamento em 2009 encontrou dezessete só na cidade sede. Em 2012, dezesseis.

<sup>28</sup> Mapeamento realizado no dia 15 ago. 2009 e refeito no dia 28 mai 2012. Infelizmente não foi possível obter o nome de todas emissoras clandestinas. Algumas dessas rádios não veiculam vinhetas e também não possuem locutores. Equipamento utilizado: Philips CEM220 CD-PLAYER/TUNER 4x50W. Como se pode ver, mesmo após 3 anos desde a coleta inicial de dados o quadro não se alterou de forma significativa. ver JAPUR, 2009.

<sup>29</sup> Até o fim do primeiro semestre de 2009 a Rádio Quaraí AM retransmitia os jogos dos times gaúchos de mais prestígio do Estado, Internacional e Grêmio, com equipe esportiva própria. Era comum quaraíenses residentes em outras partes do país – que ouviam as jornadas esportivas da emissora pela internet - telefonarem durante os jogos para mandarem um alô para parentes em Quaraí. Compunha a equipe esportiva da emissora nomes como Cléber de Oliveira e Jaldemiro Mazzuí, importantes locutores da região que já passaram por emissoras consagradas como a Rádio Guaíba. Por não conseguir na cidade recursos suficientes para cobrir os elevados custos das transmissões, a emissora optou pela parceria com a Rádio Bandeirantes AM 640 kHz, de Porto Alegre. O site onde se podia ouvir a Rádio Quaraí na web, por sua vez, foi retirado do ar após o ECAD cobrar mais uma taxa para poder manter a rádio online.

<sup>30</sup> Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão. Jorge Japur, fundador da Rádio Quaraí AM, foi um dos sócios fundadores da AGERT. Atualmente a rádio não consta mais na lista de associados da instituição.

<sup>31</sup> Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Em 2012 a rádio associou-se à ABERT.

<sup>32</sup> Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão no Estado do Rio Grande do Sul.

## REFERÊNCIAS

CHRISTOFOLETTI, R. Concentração de mídia, padronização jornalística e qualidade do noticiário: o caso de Santa Catarina. In: 6º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR, 2008, São Bernardo do Campo. **Anais**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2008. Disponível em: <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada\\_10\\_rogeriochristofoletti.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_10_rogeriochristofoletti.pdf)> Acesso em: 20 nov. 2009.

COZER, Karis. Oligopólio no sistema de radiodifusão de Santa Catarina. In: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2009, Blumenau. **Anais**. Blumenau: 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1100-1.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto

Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

JAPUR, Jorge R. T. **Análise da atividade midiática de uma emissora fronteiriça**: Estudo de Caso da Rádio Quaraí AM. Santa Maria: UFSM, 2009. Monografia, Faculdade de Comunicação Social, Universidade de Santa Maria, 2009. Disponível em: <<http://tinyurl.com/radioquaraiaam>>. Acesso em: 27 maio 2012.

MOTTA, L. G. F. A pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midicêntrico e sociocêntrico. **Revista Eptic**, Aracaju, n.1, abr. 2005. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.1,2005/LuizGonzagaMotta.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2009.

PINTO, P. A. Mídia e Política no Brasil: Grande Imprensa x Coronelismo Eletrônico. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2009, Curitiba. **Anais**. Curitiba: 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/premios/2009/PamelaPinto.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2009

PONTE, Janine Toma. **Pelas ondas da Rádio Quaraí**: A Escritora e o Círculo de Ilusões. Santa Maria: UFSM, 2000. Monografia, Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Santa Maria, 2000.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PROENÇA FILHO, Antoninho. **Salpicão de letras**. Porto Alegre: SESI, 2003.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado. et al. Mídia e política de identidade. A malha de comunicação local-internacional nas fronteiras-brasileiras.

**Rastros**. Joinville: v.9, p.37 - 43, 2008.

\_\_\_\_\_. et al. Mídia e discursividade. O concerto polifônico das fronteiras brasileiras. In: **I Colóquio Brasil-Argentina**, 2007, Santos - SP. Anais do XX Congresso Anual da Intercom. Santos : Unisantos, 2007.

\_\_\_\_\_. A Malha de Comunicação local-internacional do Brasil Meridional. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. BH/ MG, set. 2003.

\_\_\_\_\_. O 'Palimpsesto do Gaúcho Midiático'. Memória e conflito de estado-nação nas representações de identidade. In: **Colóquio Pan-Americano**: Indústrias culturais e o diálogo das civilizações das Américas. 2002, Montreal. Disponível em: <<http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/Machado.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2009.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado e ADAMCZUK, L. E. Indústrias cul-

turais e faixa de fronteira no Brasil meridional. In: **Mercator**. Fortaleza, 2004.

\_\_\_\_\_; FREITAS, Guilherme Pereira; ADAMCZUK, Lindamir. Comunicação e faixa de fronteira. **Revista da Intercom**. Salvador, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como Ritual Estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson.

**Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Veja, 1999, p. 74-90.

VASQUES, R. O. Jornalismo local no rádio: estudo junto às emissoras de Santos. In: **Estudos de jornalismo & relações públicas**. São Bernardo do Campo: v. 1, p. 39-51, 2003.

ZAMIN, A. M. **A Discursivização do local-fronteira no jornalismo**:

Estudo de caso de programas jornalísticos em rádios comunitárias. São Leopoldo: UNISINOS, 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2008.

## **Cultura de fronteira: a rádio como instrumento de identificação entre brasileiros e uruguaios**

Bruna Postiglione Wetternick<sup>1</sup>  
Giane Vargas Escobar<sup>2</sup>

Ao estudar o contexto de uma região de fronteira, tendo como referencial identitário o programa da rádio Querência FM, de segmentação nativa gaúcha, é possível compreender como o ouvinte se identifica com a programação e como o regionalismo está vinculado à vida dessas pessoas, que mesmo sendo de países diferentes, se veem inseridas na mesma cultura. Trata-se da cultura gaúcha aliada à cultura da fronteira, onde “gaúchos” e “gauchos” compartilham uma tradição regional.

Bojunga (1978, p. 105), descreve essa região fronteiriça da seguinte forma: “Unidas por uma rua que também é a fronteira que separa o Brasil do Uruguai, Livramento e Rivera vivem juntas, como duas irmãs numa mesma casa: dividindo diversões, tarefas, brincando e brigando”.

Dessa forma é possível, neste texto, analisar a cultura pelo viés dos Estudos Culturais trazendo à tona o que Hall (1997) nos explica acerca das pessoas diferentes de nós e como elas são represen-

tadas nas mídias, o porquê do “espetáculo do outro” e o porquê ora são representados como heróis, ora como vilões, ou as duas representações ao mesmo tempo.

Neste caso, o olhar se dá muito mais no sentido dos referenciais positivos que caracterizam a representação do “herói fronteiro”, evidenciando seus aspectos mais nobres, mas sem deixar de refletir sobre o quanto esses referenciais não são ingênuos, nem parciais, pois instrumentalizam, reforçam, reafirmam os estigmas e estereótipos do “outro”, ou servem para promover, valorizar determinados personagens ou grupos em detrimento de “outros”.

Ressalta-se, ainda, o quanto a linguagem utilizada por apresentadores de programas, ouvintes (através da interatividade) e músicas gauchescas mesclam o português e o espanhol em suas letras, mostrando como a cultura fronteiriça é caracterizada nessa rádio.

A linguagem é um dos aspectos que mais caracteriza o ser fronteiro nas cidades de Sant’ Ana do Livramento (Brasil) e Rivera (Uruguai), pois além da influência do idioma do país vizinho, há também um sotaque carregado ornamentado por expressões e gírias gauchescas que são características próprias desse povo, de ambos os lados da fronteira.

E o rádio por ser uma mídia dinâmica, falada e instantânea possibilita que pessoas residentes em cidades de fronteira, oriundas de países diferentes, mesquem idiomas chegando a criar outro: o “portunhol” (mistura da língua portuguesa com a espanhola). E essas palavras formam um vocabulário próprio do ser fronteiro, que é utilizado cotidianamente e entendida por todos.

A rádio observada é a Querência FM (97.7), que é uma emissora de segmento nativo gaúcho, localizada na cidade de Sant’ Ana do Livramento e que possui um número significativo de ouvintes tanto do lado brasileiro quanto do uruguaio, sem citar os “doble-chapas”<sup>3</sup>.



Essa emissora é caracterizada por programas musicais e de grande interatividade com o público ouvinte, através do telefone, recado no site (que são chamados de “chasque”<sup>4</sup>), Messenger e mensagem via celular. A rádio acaba transmitindo informações rurais, culturais e até pessoais.

Mesmo com prioridades e interesses diferentes, as mídias da fronteira seguem os mesmos valores-notícias que todos os meios de comunicação compartilham, que segundo Traquina (2005, p.96) são imutáveis: “Os valores-notícias são elemento básico da cultura jornalística que os elementos desta comunidade partilham. Servem de ‘óculos’ para ver o mundo e para construir”.

É do cotidiano na maioria das vezes que saem as grandes pautas para as notícias anunciadas nas rádios. É o modo de ver a vida de um comunicador que faz toda a diferença numa programação. “A comunicação busca encontrar sentidos para as coisas, interpretar acontecimentos, entender os fatos do mundo. Esses sentidos constituem um ‘pôr em comum’ de hábitos, costumes e tradições, que lança raízes em todos os sistemas de organização social”, resalta Polistchuck (2003).

A linguagem na rádio Querência FM (97.7) é mais direta, precisa e interativa e estas características possibilitam uma maior identificação do ouvinte com o estilo da rádio. Estudar rádio na fronteira é um desafio, pois são cidades onde idiomas se mesclam, e isso transparece nos programas dessa rádio que é voltada para o meio rural e para admiradores da música e cultura gaúcha em geral. Sendo assim, além da mistura dos idiomas, o sotaque bem carregado (característico dessa região) e as expressões gauchescas é parte inerte e inevitável dentro do vocabulário.

A rádio está inserida num contexto comunicacional muito interessante para ser estudado. Embora sendo uma emissora que

pertence ao lado brasileiro da Fronteira, ela conta com grande número de ouvintes, entrevistados e anunciantes uruguaios e os apresentadores utilizam muito, elementos da língua espanhola e do “fronterês” (denominação utilizada pelas pessoas da fronteira para definir sua linguagem), fazendo com que através da rádio, o povo da fronteira estabeleça uma considerável relação de identificação. Segundo Zamin (2007, p. 9), “O ouvinte busca no rádio uma identificação com seu cotidiano, uma vez que quer se ver representado”.

Com isso, através da fala e da sua programação, a rádio Querência mostra um aspecto integrativo da linguagem, fazendo com que essa comunicação identificadora repercuta aos ouvintes.

Para Canclini (1983) não existe a possibilidade de uma cultura isolada das demais: vigoram a universalização e a interdependência, reelaborando as estruturas sociais. Nas palavras do autor:

A diversidade dos padrões culturais, dos objetos e dos hábitos de consumo é um fator de perturbação intolerável para as necessidades da expansão constante que é intrínseca ao capitalismo. As diferentes modalidades da produção cultural (da burguesia e do proletariado, do campo e da cidade) são reunidas, e até certo ponto homogeneizadas, devido à absorção, num único sistema, de todas as formas de produção (manual e industrial, rural e urbana). A homogeneização das aspirações não significa que os recursos são iguais. Não são eliminadas as distâncias entre as classes nem entre as sociedades no aspecto fundamental — a propriedade e o controle dos meios de produção —, mas se cria a ilusão de que todos podem desfrutar, real ou virtualmente, da superioridade da cultura dominante (CANCLINI, 1983, p. 27).

Através de um estudo cultural, é possível descrever e perceber melhor as estratégias discursivas utilizadas por apresentadores e músicas da programação que retratam a fronteira na rádio Querência, compreendendo como essa relação linguística é estabelecida nos dois lados da Fronteira e suas interpretações e impactos.

## FRONTEIRA E IDENTIDADE CULTURAL

A palavra fronteira origina-se do latim *frons* ou *frontis*, e significa aquilo que se encontra à frente; sob o ponto de vista geo-político, é a parte de um país que limita com outro, mas mais do que isso, segundo Chaves (2006, p. 2), a fronteira é “uma zona privilegiada de encontro”.

Assim, quando se fala a respeito de fronteira, se faz referência a um ambiente físico, mas também histórico, comercial, cultural e econômico, rico em relações que trazem o hibridismo como marca. Fronteira é um conceito essencial para compreendermos de que forma os aspectos culturais, sociais, históricos e geográficos influem numa região onde tudo é tão próximo de uma forma em que até se confundem. Para Pereira (2011), em seu sentido geográfico, fronteira está ligada à identidade.

Na fronteira geográfica, a identidade é tema privilegiado, porque nela o sujeito é constantemente inquirido: quem é você? A que lado você pertence? As respostas para essas e outras questões tornam-se cada vez mais complexas e ambivalentes na afirmação da identidade, quando os sujeitos são migrantes ou gerações de migrantes que notoriamente transitam entre os valores da cultura de origem familiar e os valores culturais de, por exemplo, dois países fronteiriços. Na fronteira geográfica, as fronteiras culturais cruzam-se, mesclam-se, passando os sujeitos a (re) construir suas identificações étnico-culturais com a sociedade de acolhimento. (PEREIRA, 2011, p.1)

Zamin (2007, p. 47) afirma que as fronteiras indicam duas situações:

a) são delimitadoras territoriais e, portanto, unidades de sua organização social que fixam o que é ‘nosso’ e o que é dos ‘outros’, e b) são zonas permeáveis, de tensão e de acumulação, em que o local se mescla com o nacional com sua língua, seus costumes, sua realidade política, econômica, social e suas representações de identidade.

A fronteira é um ambiente de separação e integração ao mesmo tempo, pois mesmo demarcando dois países diferentes, abriga

uma união de culturas, línguas e história que acabam criando uma identidade particular para a região. Isso porque a integração entre cidades vizinhas é fruto de uma convivência intensa, cujo resultado é um ser fronteiriço. Entretanto, alerta Raddatz (2009, p. 23): “o fato de haver trocas e assimilações da cultura do outro não significa que ocorra a anulação ou perda da identidade de um ou de outro”.

Nas conclusões de sua tese de doutorado, Müller (2003, s/p.)<sup>5</sup> afirma que a flexibilidade existente na fronteira é construída a partir de um jogo complexo, envolvendo a aceitação e a diferenciação do outro, é um fator que torna o espaço local propício para que outras manifestações culturais se apresentem, abrindo caminhos para mostrar seus vestígios de modo a buscar legitimidade através do convívio mútuo. “A vida na fronteira passa constantemente pela afirmação do eu e, conseqüentemente, pelo reconhecimento do outro. Os de lá e os de cá constroem a relação, estruturam o espaço como sendo de ambos”.

Nesse sentido, é necessário pensar que também fazem parte deste meio, identidades que são negadas, silenciadas, negligenciadas ou até mesmo “negociadas” ao se promover e legitimar através do rádio uma “identidade fronteiriça”.

Machado e Jacks (2001), ao falarem sobre o discurso jornalístico sob o enfoque teórico da análise do discurso abordam aspectos referentes aos “enunciadores, ideologias e argentinos”, afirmando que o discurso materializa pensamentos e sentimentos e que a mesma ideologia que determina a evidência de um determina o ocultamento de outro. E a rádio de fronteira tem um discurso, sendo que é por meio dele que se busca o consentimento e a adesão, percebendo-se aí que existem blocos hegemônicos privilegiados que constroem um modelo de cultura legitimada pelos “irmãos/hermanos” de ambos os lados.

Na região de fronteira entre as cidades de Sant'Ana do Livramento (Brasil) e Rivera (Uruguai), existe a identificação de brasileiros e uruguaios através da cultura regional gaúcha. Ali são estabelecidas relações de proximidade entre os dois povos, pertencentes a uma mesma "pátria gaúcha". De acordo com Freitas e Silveira (2004, p. 264), "a chamada – e tão polemizada – identidade gaúcha está conectada a outras identidades latino-americanas, como a do 'gaúcho' argentino e do uruguaio". Dessa forma, o regionalismo se torna um fator de integração entre pessoas de países diferentes, que se identificam em uma mesma cultura. Segundo Flores (2011, p.26), é possível fazer a seguinte relação entre essas noções: "a cultura organiza identidades e identidades organizam os significados". Para o autor, isso se dá

Como se as identidades partissem de um sistema articulado de ideias e imagens de representações coletivas, estabelecendo uma existência social distinta, sendo um processo ao mesmo tempo individual e coletivo, onde cada um se define em relação a um "nós", em detrimento de um "outro".

Por seu turno, Hall (1996, p. 68) constata que as "práticas de representação implicam sempre posições de onde se fala ou se escreve — as posições de enunciação e, afirma: todos os discursos são 'localizados'". Aponta, então, pelo menos dois caminhos para pensar a identidade cultural:

A primeira posição a define em termos de uma cultura partilhada, uma espécie de ser "verdadeiro e uno" coletivo, oculto sob os muitos outros "seres" mais superficiais ou artificialmente impostos, que pessoas com ancestralidade e história em comum compartilham (HALL, 1996, p. 68).

Entretanto, a essa primeira concepção, essencialista, de *histórias em comum e códigos culturais partilhados*, sacralizadora do passado de uma comunidade, o autor acrescenta uma visão diferente de identidade cultural:

Esta segunda posição reconhece que, assim como muitos pontos de similaridade, há também pontos críticos de diferença profunda e significativa que constituem “o que nós realmente somos”; ou melhor — já que a história interveio — “o que nós nos tornamos”. (...) As identidades culturais provêm de alguma parte, têm histórias. Mas, como tudo que é histórico, sofrem transformação constante. Longe de fixas eternamente em algum passado essencializado, estão sujeitas ao contínuo “jogo” da história, da cultura e do poder (HALL, 1996, p.69-70).

E nesse “jogo da história”, segundo Hall (1999, p. 12):

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado, composto não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Concomitantemente, as identidades que compunham as paisagens sociais ‘lá fora’, e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as ‘necessidades’ objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático.

Hall (1999) observa que a identidade na pós-modernidade torna-se uma “celebração móvel”, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. Para o autor, essa identidade é definida historicamente e não biologicamente, pois cada pessoa assume diferentes identidades em diferentes momentos, que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente.

A cultura, alerta Jacks (2003, p.15), “é da ordem da práxis e está ligada à vivência cotidiana. É fruto da ação, a qual dá orientação e significação para as representações simbólicas”. No caso da identidade cultural dos povos fronteiriços, que mantêm vivas tradições e práticas consolidadas na multiplicidade de sistemas culturais que pela proximidade geográfica compartilham; é possível perceber que diferenças como a língua falada num e noutro país, por exemplo, são confrontadas por fortes traços de identificação. Pois, esse

povo em alguns momentos relega a um segundo plano a sua identidade nacional e se identifica ao ver um homem de bombachas, ao cevar um “mate”, ao escutar uma música regional gauchesca, com letras cujas temáticas focam o cavalo, a prenda, a agricultura, a pecuária e a fronteira, sem importar se são “gaúchos” (brasileiros) ou “gauchos” (uruguaios). E assim fazem parte de uma mesma cultura, que os faz irmãos/hermanos.

## **RÁDIO DE FRONTEIRA**

A fronteira é um local que origina inúmeras identidades que são criadas pela convivência pacífica entre os povos. “Na fronteira, as práticas culturais podem ser representativas da cultura fronteiriça e ao mesmo tempo representações das identidades que se formam na fronteira”, afirma Raddatz, que acredita que pelo rádio há uma reorganização das ideias no espaço, em função de sua condição de recriar e renovar a informação, adequando-a a diferentes situações sem perder em significado, interagindo com a fronteira e os cidadãos do mundo, refletindo seus comportamentos e articulando relações e práticas culturais. Constituinte-se o rádio, portanto, pela sua programação e características, um espaço para múltiplas identidades culturais.

Ronsini (2004, p. 147) ao estudar a “identidade cultural de gringos e gaúchos” ressalta que a construção da identidade se dá através da oposição ou da negação e que ela é construída em termos das categorias binárias de pobres/ricos, rural/urbano, gaúcho/brasileiro ou italiano. Neste caso, a “afirmação” das identidades é que dá a pauta para a construção da programação da rádio de fronteira Querência FM, embora se saiba que na sociedade sul-rio-grandense o termo “brasileiro” pode também traduzir-se como o “outro”, ou seja, negros e índios, que não fazem parte do “imaginário sulista” (RONSINI, p. 142) e porque não dizer, não faz parte do imaginário nacional quando se trata do Estado do Rio Grande do Sul.

Assim, torna-se importante pensar, que sujeitos são estes que se identificam com esta música regional gaúcha em ambos os lados? Que “brasileiros” são esses e que “Uruguaios” são esses? O que os identifica como pertencentes a uma identidade em comum?

Maria Elisa Cevasco (2010) entrevistada sobre sua obra “Dez lições sobre estudos culturais”, por Haroldo Ceravolo Sereza (o Estado de São Paulo), diz que: “Na visão de Williams, não há nenhuma possibilidade de se chegar a uma cultura comum por meio da difusão e extensão dos valores de um grupo específico a todos os outros. Dada a sociedade que temos, esses valores seriam certamente os da classe dominante”. À pergunta de Maurício Santana Dias (que a entrevistou para o jornal a Folha de São Paulo), sobre qual seria o objeto dos estudos culturais, Cevasco (2003) explica que:

Raymond Williams, que é um dos fundadores dos estudos culturais, tem uma formulação que acho que dá conta de sua questão. Ele diz que nenhum sistema, nenhuma ideologia, é tão forte que possa cobrir toda a esfera da produção humana. Como nosso sistema social é baseado numa contradição, sempre vai pulular no meio da coisificação o emergente. A tarefa do crítico cultural é tentar descobrir o elemento emergente, utópico, na cultura reificada, detectar onde está a contradição e de onde está surgindo o novo, aquilo que ainda não foi cooptado - embora saibamos que depois vá ser (FOLHA DE SÃO PAULO, 2003).

Ronsini (2004, p. 91) noz diz, ainda, que “apesar do conflito, a mídia possui um papel importante na disseminação de uma cultura que serve de referência para a construção de identidades, tanto de gringos, como de pêlos-duros”. Sabe-se que essa construção não é imparcial, que ela serve para afirmar ou negar identidades, que não é ingênua e ainda promove determinados grupos em detrimento de outros, que também querem e buscam o seu espaço, na maioria das vezes “negociando no conflito” para “poder viver, ou até mesmo sobreviver”, de acordo com Silva e Reis (1989).



Sendo assim, além das funções de entreter, formar e informar, o rádio nas cidades de fronteira, como Sant'Ana do Livramento e Rivera, também funciona como um agente integrador desses povos, apresentando peculiaridades diferentes de outras localidades, pois atende a um público que reside em um lugar ímpar, que gosta, por exemplo, de ouvir termos locais e expressões fronteiriças.

Para Raddatz (2005), “o rádio por ser ainda um veículo de comunicação que centra sua pauta mais no local do que em outras esferas, tem seu próprio ritmo e define-se mais pela documentação do que está mais próximo de si, construindo cotidianamente uma memória coletiva do espaço de fronteira”.

Segundo Zamin (2007), “o ouvinte busca no rádio uma identificação com seu cotidiano, uma vez que quer se ver representado”, por isso busca um tipo de programação em que reconhece no locutor o seu mesmo modo de falar, nas músicas, letras que traduzem sua vida, enfim, o fator proximidade é um dos maiores elementos de audiência nas rádios, pois assim estabelecem vínculos de interesse com os ouvintes.

Raddatz (2007) considera a música na rádio FM um elemento importante da identidade cultural das pessoas residentes em cidades de fronteira. O ouvinte gosta de se ver identificado não só na fala, mas principalmente pela música regional.

A música é ouvida indistintamente na zona urbana e rural e agora, com a web, em qualquer parte do mundo. A mesma programação pode estar sendo sintonizada de modo concomitante numa fazenda de gado em Livramento ou no centro de Nova Iorque. Na programação das emissoras FM há preponderância da música sobre a notícia. Esta hegemonia pode ser olhada não como a possibilidade de penetração de elementos puramente ideológicos, mas como uma instância cultural que reproduz as relações vigentes naquela sociedade de forma espontânea, atendendo a uma expectativa das camadas consumidoras. Assim, a rádio estabelece um vínculo com essas camadas por meio de um produto cultural que as identifique.

Essa identificação, no caso desse estudo, não se dá apenas do lado uruguaio, paraguaio ou brasileiro, pois as músicas, em espanhol, são muito bem aceitas no Brasil, assim como as músicas brasileiras constituem uma porcentagem significativa da programação das emissoras FM uruguaias e paraguaias. A rádio sintetiza uma diversidade de significados e discursos heterogêneos, o que determina a sua própria natureza (RADDATZ, 2007, p. 103).

Através do rádio, as culturas e as relações sociais ficam mais evidentes e mais próximas, sendo assim, o rádio na fronteira é um fator determinante de integração e identidade, que ultrapassa não só a fronteira entre as duas cidades, mas também rompe as fronteiras com o resto do mundo através da internet, que hoje possibilita a pessoas de qualquer lugar do mundo conhecer um pouco da cultura de um determinado povo através de programas radiofônicos.

Pelo rádio FM de fronteira, na web, muitas práticas culturais e idéias atingem diversos territórios e espaços marcados por caracteres diferenciados no que diz respeito à cultura e à realidade. Como estas diferenças são visíveis e há também muitas semelhanças, o rádio funciona como elemento identificador dessas variáveis e articulador de um processo em que se dão as representações das práticas socioculturais da fronteira (RADDATZ, 2007, p. 176).

De um modo geral, o rádio no Rio Grande do Sul sempre apoiou e deu lugar à cultura gaúcha em sua programação, incentivando sempre a divulgação dessas práticas. Exemplos disso é a cobertura de festivais nativistas, desde o seu surgimento na década de 70, e os programas musicais e de “prosa”.

O rádio, por suas características intrínsecas, foi o primeiro meio que apoiou a movimentação cultural do Rio Grande do Sul nos anos 70/80, cobrindo desde o início a Califórnia da Canção Nativa. No entanto, já possuía um espaço, mesmo que reduzido, desdica-do à cultura regional desde o ano de 1953, como registra Barbosa Lessa em seu livro *Nativismo, um fenômeno social gaúcho* (1985). A primeira emissora a manter um programa tradicionalista foi a Rádio Farroupilha, com o “Grande Rodeio Coringa”, que era animado por Paixão Côrtes, Darcy Fagundes, Luiz Menezes e Dimas Costa. (JACKS, 2003, p.62).

Entretanto, para além dessas manifestações que tiveram palco no rádio do estado como um todo, estudar uma região fronteira é um outro tipo de desafio, pois ali é lugar da diversidade, onde o sentimento de alteridade deveria ser uma constante. Ou seja, colocar-se no lugar do outro a partir do lugar do outro.

## **DIVERSIDADE FRONTEIRIÇA**

Uma região fronteira reúne muita cultura, linguagem e história para serem explorados e também, essas cidades constituem fontes excelentes em pautas para estudos culturais e os estudos em comunicação, devido às especificidades que apresentam de forma fronteira seca, em que transitam livremente nas duas cidades, estabelecem relações culturais, idiomáticas, linguísticas, biológicas e geográficas muito estreitas.

No mundo atual, regiões fronteiriças são vistas como lugares em que ocorrem grandes disputas territoriais, invasões, negociações e violência. E Sant' Ana do Livramento e Rivera se diferenciam de todos esses outros locais, pois estabelecem entre si uma relação pacífica e de livre acesso de pessoas. Se trata de duas cidades que nasceram praticamente juntas, uma situada ao sul de seu país e outra ao norte, mas que vem crescendo, dividindo sua história, ambiente físico, convivendo com diversidades, mas que formam um espaço comum. Nessa fronteira é normal ver brasileiros e uruguaios viverem como irmãos, ajudando-se nos problemas e vibrando nas conquistas. Por isso é que esse lugar leva o nome de "Fronteira da Paz" ou "La más Hermana de las Fronteras", pois estabelecem uma interessante relação de irmandade e harmonia.

E um dos principais elementos que geram uma grande interação entre os dois povos, é o gauchismo, ou seja, a cultura regional que é compartilhada em toda a Fronteira. E essa cultura compar-

tilhada gera uma identificação entre brasileiros e uruguaios no modo de falar (pois “criam outro idioma”), também influenciam no modo de se vestir, na alimentação e no gosto pela música regional e pela vida campeira.

A rádio Querência FM de Sant’ Ana do Livramento foi escolhida para fazer uma análise cultural desta fronteira, justamente por ela ter segmentação gaúcha. Onde reúnem brasileiros e uruguaios e suas culturas específicas, unidos à cultura gaúcha, que é elemento identificador entre esses dois povos, integrantes da chamada “Patria Gaucha”, também formada pela Argentina.

A Querência FM completará 23 anos no dia 10 de setembro de 2012 e tem como proprietário, Vilmar Vila de Menezes, que foi seu fundador. A rádio possui uma programação variada dentro do segmento que escolheu seguir. Há programas exclusivamente musicais, outros onde a transmissão de recados e informações é o foco principal, e há também um só destinado a tocar música de festivais nativistas, entre outros.

A emissora possui boa comercialização, pois quase todos os seus espaços estão vendidos para programas e a venda de comerciais para as empresas locais e, de ambos os lados da fronteira, é notável. E a Querência FM é a única rádio segmentada da Fronteira de Sant’ Ana do Livramento e Rivera e segundo seu proprietário tem como foco principal tratar os assuntos ligados à música, folclore, tradição, cultura e regionalismo do estado do Rio Grande do Sul.

Com isso, considera-se oportuno esse estudo se estender não só às culturas brasileira e Uruguiaia, mas também à cultura gaúcha que é elemento de forte união entre os dois povos da Fronteira, que valorizam e buscam sempre manter vivas as tradições farrapas.

Ao escutar a rádio Querência FM, percebe-se a integração dos dois povos através das músicas que mesclam o português, o espanhol e gírias gaúchas em suas letras, também na fala dos locutores e na participação ao vivo dos ouvintes dos dois lados da Fronteira.

Nos comerciais também é possível notar essa integração, onde uruguaios convidam brasileiros a usufruírem de seus comércios e vice-versa.

Na rádio a linguagem é fator de maior integração. E para os locutores é motivo de orgulho ter ouvintes dos dois lados da Fronteira que se identificam com a programação que é principalmente voltada à cultura gaúcha e ao homem do campo.

A rádio é transmitida 24 horas ininterruptas e não há elemento que possa separar ou terminar com a paz entre brasileiros e uruguaios, pois nem mesmo futebol ela transmite. Somente notícias, músicas, entrevistas e poesias ligadas aos gaúchos.

Na parte de interatividade do público-ouvinte com os apresentadores é que se percebe o elevado nível de identificação dessas pessoas com a rádio, que se alegram, se emocionam e interagem movidas pelo sentimento de serem dessa mesma cultura gaúcha.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o presente artigo, conclui-se que através do rádio e pelas suas características de instantaneidade, objetividade e por ser uma mídia falada, as pessoas que o escutam o fazem habitualmente, por estabelecerem uma relação de identificação com a programação.

E na rádio Querência, isso se vê na prática. Os ouvintes buscam neste veículo de comunicação um meio de expressar seus sentimentos pela tradição que cultuam e pelo lugar onde vivem.

A interatividade do público em todos os programas é extremamente notável. O público muitas vezes se torna como “produtores” dos programas, através de dicas de pautas, participações ao vivo e pela escuta fiel.

E a rádio estudada possibilita tudo isso, por ser de segmento gaúcho, onde direção, locutores, produção e público-ouvinte, fazem demonstrações culturais buscam identificações pessoais com o conteúdo compartilhado, diariamente.

Percebe-se ainda, que se por um lado temos relações harmônicas, por outro, elas podem também ser impregnadas de situações de embate, especialmente no futebol, aonde a rivalidade, por exemplo, entre os “hermanos” brasileiros e argentinos é histórica. Segundo Machado e Jacks (2001) a rivalidade sobrevive hoje no esporte, na culinária, nas piadas e nos preconceitos. As autoras ressaltam que não se admiram, portanto, que o MERCOSUL nunca pareça se concretizar: no “mundo vivido”, no mundo das relações sociais, no mundo externo ao núcleo duro da economia e da diplomacia, a rivalidade inibe a integração.

Embora aqui o exemplo seja da rivalidade com os vizinhos argentinos, sabe-se que ele também serve para justificar a opção estratégica da rádio Querência FM em não falar sobre futebol, em “silenciar” para garantir, neste caso, a suposta paz entre brasileiros e uruguaios.

## NOTAS

<sup>1</sup> Jornalista. Especializanda em Comunicação e Projetos de Mídia, no Centro Universitário Franciscano (UNIFRA). E-mail: brunawetternick@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Mestre em Patrimônio Histórico pela UFMS. E-mail: giane2.vargasescobar@gmail.com

<sup>3</sup> *Doble-chapa* é a expressão utilizada na fronteira para designar filhos (as) de brasileiros com uruguaios e vice-versa.

<sup>4</sup> *Chasque*, no vocabulário gaúcho, quer dizer recado.

<sup>5</sup> A tese de doutorado de Karla Maria Müller, referendada na bibliografia deste artigo, encontra-se reproduzida no blog da autora, Mídia & Fronteira, disponível em <http://www.midiaefronteira.com.br/tese/conc.htm>. Acesso em 21.jun.2012.

<sup>6</sup> Prosa é uma conversa informal. Entende-se como programa de prosa aquele em que o locutor conversa e transmite recados dos ouvintes.

## REFERÊNCIAS

BOJUNGA, Claudio. De Gusmão a Golbery. In: BOJUNGA, Cláudio; PORTELA, Fernando. **Fronteiras: viagem ao Brasil desconhecido**. São Paulo: Editora Alfa – Omega, 1978. p. 103–110.

CEVASCO, Maria Elisa. **Para quem tem medo dos estudos culturais**. Entrevistada por Haroldo Ceravolo Sereza. In: O Estado de São Paulo, 10 ago. 2010. Disponível em: [http://www.boitempo.com/publicacoes\\_imprensa.php?isbn=978-85-7559-014-0&veiculo=O%20Estado%20de%20S.%20Paulo](http://www.boitempo.com/publicacoes_imprensa.php?isbn=978-85-7559-014-0&veiculo=O%20Estado%20de%20S.%20Paulo). Acesso em: 12 nov 2012.

CEVASCO, Maria Elisa. **Estudos culturais à brasileira**. Entrevistada por Maurício Santana Dias. In Folha de São Paulo, 25 maio. 2003. Disponível em: [http://www.boitempo.com/publicacoes\\_imprensa.php?isbn=978-85-7559-014-0&veiculo=Folha%20de%20S.%20Paulo](http://www.boitempo.com/publicacoes_imprensa.php?isbn=978-85-7559-014-0&veiculo=Folha%20de%20S.%20Paulo). Acesso em: 12 nov 2012.

CHAVES, Flávio Loureiro. **Ponta de estoque**. Caxias do Sul: Educus, 2006. Disponível em: [http://www.ucs.br/ucs/tplPOSLetras/posgraduacao/strictosensu/letras/professores/flavio\\_chaves/artigo.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplPOSLetras/posgraduacao/strictosensu/letras/professores/flavio_chaves/artigo.pdf). Acesso em 20.jun.2012.

FLORES, Fabiano Rocha. **Do problema das identidades na pós-modernidade**. Dissertação de Mestrado, UFSM 2011. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/poscom/wp-content/uploads/2011/08/Fabiano-Rocha-Flores-Disserta%C3%A7%C3%A3o-2009.pdf>. Acesso em 13 mai. 2012.

FREITAS, Leticia Fonseca Richthofen de e SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. A figura do gaúcho e a identidade cultural latino-americana. **Revista Educação**, ano XXVII, n. 2 (53), Porto Alegre (RS), mai./ago. 2004, p. 263 – 281. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/viewFile/382/279>. Acesso em 25.jun.2012.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Ta-deu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2005 [1992].

\_\_\_\_\_. Identidade cultural e diáspora. **Revista do Patrimônio Histórico e**

**Artístico Nacional**, n.24, p.68-75, 1996.

HALL, Stuart. The spectacle of the 'other'. In: HALL, Stuart. **Representation**. Cultural Representations and Signifying Practises. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage/Open University, 1997 – Capítulo IV

JACKS, N. **Mídia nativa**: indústria cultural e cultura regional. 3. ed. Porto Alegre. UFRGS. Porto Alegre, 2003.

MACHADO, Marcia Benetti; JACKS, Nilda. **O discurso jornalístico**. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 10, 2001. Anais ... GT de Jornalismo. Brasília: Compós, 2001.

MARTINS, Maria Helena. **Fronteiras culturais e cultura fronteiriça em Livramento (Br) e Rivera (Uy)**. In: Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação. Setembro de 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/16823/1/R2261-1.pdf> Acesso em: 3 de maio de 2008.

MÜLLER, Karla Maria. **O estudo mídia e fronteira**: jornais locais em Uruguiana – Livres e Livramento – Rivera. Tese de doutorado defendida na Universidade Vale dos Sinos. São Leopoldo, fev. 2003. 1 CD-ROM

PEREIRA, Diego Irigoyen. Blog "Mas que tal, Tchê!... da fronteira!". Disponível em: [http://riverasantana.blogspot.com/2008/01/toda-fronteira-na-verdade-so-duasuma\\_9324.html](http://riverasantana.blogspot.com/2008/01/toda-fronteira-na-verdade-so-duasuma_9324.html). Acesso em 20.jun.2012.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação**: o pensamento e a prática do jornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003 – 6ª reimpressão.

RADDATZ, Vera Lúcia Spacil. **O rádio de fronteira na web**: um espaço para as práticas culturais. Porto Alegre: EDUFRGS, 2007.

\_\_\_\_\_. **Rádio de fronteira**: da cultura local ao espaço global. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/15868/000690226.pdf?sequence=1>. Acesso em 25.jun.2012.

RONSINI, Veneza Mayora. **Entre a capela e a caixa de abelhas**: identidades culturais de gringos e gaúchos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. 179 p.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Eduardo; REIS, João José. **Negociação e conflito**: a resistência negra no Brasil escravista. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.



ZAMIN, Ângela Maria. **Jornalismo de fronteira e significação do espaço global**: análise dos programas de jornalismo de emissoras de radiodifusão comunitárias nas fronteiras Brasil– Uruguai–Argentina. Tese de mestrado da Universidade do Vale dos Sinos. São Leopoldo, 2007.



Parte III

# EDUCAÇÃO



## **Educando com comunicação: o rádio no processo de ensino-aprendizagem**

Roberta Roos<sup>1</sup>

Os meios de comunicação podem servir de “educadores eletrônicos” e sua influência como transmissores de informação e cultura pode ser usada também para educar. A importância de se relacionar escola e tecnologia, remete à construção de uma sociedade em que todos tenham os meios de produção de discurso, estabelecendo em igualdade de condições e capacidade para tomar decisões que levem a mudanças futuras na sociedade.

Há uma necessidade explícita de acompanhar os meios de comunicação e filtrar informações de forma educativa. Essa é a complexa função de pais, educadores e profissionais da mídia. Sendo assim, destaca-se que não basta a introdução de novos elementos, ditos mais modernos, em velhas práticas educativas, como tem ocorrido, pois sua simples incorporação não é garantia de uma nova educação, de uma nova escola para o futuro.

Enquanto as ferramentas pedagógicas não estiverem unidas às habilidades dos educadores, estaremos impossibilitados de tentar abrir brechas para que a tecnologia entre na escola e faça parte do

aprendizado e da inserção desses indivíduos no mundo atual. No livro *Uma escola sem/com futuro*, Nelson de Luca Pretto (1996) considera necessária uma integração efetiva entre educação e comunicação, de forma que esses novos meios estejam presentes também como fundamento da nova educação.

## **EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA: A BUSCA PELA FORMAÇÃO INTEGRAL DO INDIVÍDUO**

O mundo do jornalismo, segundo Moraes (2004), passa a ser o mundo do imediatismo, do instantâneo. Além disso, a informação torna-se cada dia mais gratuita, o que consumimos através de firmas midiáticas é aparentemente fornecido de graça, sobre isso, Moraes (2004, p. 247) diz que “quando ouvimos rádio, quando vemos televisão, a informação é gratuita. Quando lemos a imprensa, pagamos, porém é um pagamento simbólico, que não cobre sequer o preço do peso em papel do jornal. Por quê? Porque quem paga a informação na realidade é a publicidade”.

Os meios, na visão de McLuhan (1964), foram inventados para ampliar a força e o alcance da capacidade humana de emitir mensagens, e são classificados por ele como extensões do homem. Além disso, as pessoas esperam receber comunicação e participar dela. Há o desejo de exteriorizar idéias e emoções, vinculando-se a relações afetivas.

De acordo com Berlo, a comunicação da fonte procura mudar o comportamento de quem recebe a mensagem, a fim de que este aprenda. A comunicação acontece para que os receptores respondam de formas diferentes a velhos estímulos, ou respondam de velhas formas a estímulos diferentes. Assim explica esse autor: “O modelo Fonte-Mensagem-Canal-Receptor, do processo de comunicação, destaca a importância da compreensão plena do compor-

tamento humano como pré-requisito para a análise da comunicação” (BERLO, 1997, p.79).

A amplitude e a qualidade de uma resposta, segundo Wolf (1995), são decisivas diante do contexto em que se verifica o estímulo e das experiências anteriores dos sujeitos. O sentido, não é apenas elaborado e transmitido, precisa ser produzido, pois tão importante quanto captar a recepção, conforme Dalmonte (2002), é entrar no mundo desse receptor e descobrir as respostas dos significados construídos por ele mesmo. O predomínio do emissor sobre o receptor aponta uma relação básica de poder, sugerindo, de acordo com Sousa (1995), uma associação evidente entre receptor e passividade.

A cultura, entretanto, torna-se presente nas discussões sobre recepção, como instância do cotidiano que influencia as relações sociais, podendo estender-se até mesmo para outras áreas do conhecimento.

Aparecem, no entanto, novos modos de compreender o lugar do receptor/sujeito no estudo da comunicação, onde emissor e receptor não estão apenas situados em relação a um meio, mas principalmente relacionados com problemas e necessidades. O receptor passa a ser encarado como um agente ativo no processo da comunicação, além de ser um agente social é também um construtor de significados, que se porta de forma crítica diante das mensagens, ampliando-se, assim, o poder de escolha e decisão.

Segundo Jacks e Franke (2007), o receptor não mais apenas recebe o significado da mensagem, mas diante de diversas circunstâncias negocia o conteúdo recebido. Para eles, o entendimento da recepção passa a depender de fatores particulares de cada pessoa, o que resulta em uma recepção única, pois o receptor receberá a informação com base nas próprias experiências. Dessa forma, um mesmo produto pode ser recebido de formas diferentes,

através do ambiente onde o receptor está inserido. O rádio, nessa perspectiva, é visto como um meio prático, barato e abrangente, tanto no processo de emissão quanto de recepção, adquirindo, assim, um caráter democratizante e popular, na medida em que atinge diferentes públicos, promovendo a imaginação e difundindo novos conhecimentos.

O estudo da recepção, nesse sentido, pretende recuperar a iniciativa e criatividade dos sujeitos e do seu dia-a-dia, estimulando a produção de sentido diante da relação com os meios. Para Martín-Barbero (1995, p. 54), o poder atribuído ao consumidor é, em grande parte, falso, pois, “acredita-se que é ele quem decide o que vê, o que lê, o que escuta. Não importaria muito se os programas são de boa ou má qualidade; cada leitor faz a sua leitura. De um lixo, poder-se-ia fazer uma leitura profunda e preciosa.” É preciso, de acordo com o autor, estudar não o que os meios fazem com as pessoas, mas o que elas fazem com a leitura dos meios. O estudo da recepção sugere um modo de interagir com a sociedade e não apenas com as mensagens enviadas.

O processo de comunicação não é mais visto como propunham as teorias funcionalistas e críticas, faz parte de um processo complexo, mais amplo, onde existe expressão de sentido tanto dos emissores quanto dos receptores. O modelo mecanicista, no qual comunicar se limita a fazer chegar uma informação pronta de um ponto a outro, reduz a recepção a um pólo apenas de chegada, restringindo, segundo Martín-Barbero (1995) o sentido das práticas na vida das pessoas ao significado que veicula a mensagem.

Estes significados no processo de recepção acontecem, portanto, mediante uma negociação e não mais são definidos apenas pelos interesses do emissor, através da realidade cotidiana do receptor é que se revelam as mediações culturais e se compreende o processo de comunicação. Nesse sentido, a recepção negocia os significa-



dos, traduzindo as mensagens dos meios para a própria realidade, como define Silva Neto, citado no texto de Jacks e Franke (2007), os receptores participam da escuta cada um à sua maneira e a forma como recebem varia de uma pessoa para outra na construção do sentido, que será interpretado e modificado no processo de comunicação. Assim, não há um significado final ou uma captura completa da mensagem pelo receptor, pois a cultura como mediação, torna-se um agente determinante no contexto de recepção.

No caso do rádio, pode-se dizer que as interações entre receptor e mensagem conduzidas por este meio produzem novas sociabilidades, promovendo mudanças e mantendo padrões já estabelecidos. Este meio está ligado à mediação da cultura popular, na qual a produção de sensibilidades se dá através do dia-a-dia das pessoas. Nesse sentido, na visão de Nilda Jacks (1995), o processo da recepção, especialmente nas classes populares, precisa trabalhar com a significação da mídia no cotidiano e cultura das pessoas, assim o receptor é considerado sujeito do processo de comunicação. As consequências desse entendimento foram, segundo a autora, “a aproximação das noções de cultura e de comunicação, resultando nas mediações como objeto de estudo; a escolha do cotidiano como espaço-tempo de análise; o reconhecimento dos receptores populares como sujeitos capazes de produção de sentido.” (JACKS, 1995, p. 152). O cotidiano, portanto, tende a ser o lugar privilegiado para abordar as mediações, e onde os estudos de recepção, que visam à compreensão da realidade em que o sujeito está inserido, realizam, através de elementos simbólicos, o contato do indivíduo com o meio social.

## **○ DESENVOLVIMENTO ATRAVÉS DO APRENDIZADO**

Vygotsky (1984, p.101) relaciona o aprendizado ao desenvolvimento, considerando-o “um aspecto necessário e universal do processo de desenvolvimento das funções psicológicas culturalmente

organizadas e especificamente humanas”. Os processos internos de desenvolvimento ocorrem através do contato da pessoa com determinado ambiente cultural. Sendo assim, quanto maior for esse contato, mais amplo será seu desenvolvimento.

A partir de seus estudos, Vygotsky (1984) afirma que o aprendizado das crianças passa por três fases, que são o momento em que a criança não é capaz de realizar as tarefas, chamada de *zona de desenvolvimento potencial*, a fase em que criança é capaz de realizar tudo sozinha, a *zona de desenvolvimento real*, e por fim a *zona de desenvolvimento proximal*, que é tudo que a criança somente realiza com o apoio de outras pessoas. Na zona de desenvolvimento proximal, a influência dos outros gera transformação. Isso porque os conhecimentos já adquiridos pela criança não necessitam de interferência externa.

Diante disso, Oliveira (1997, p.62) ressalta que, “a escola tem o papel de fazer a criança avançar em sua compreensão do mundo a partir de seu desenvolvimento já consolidado e tendo como etapas posteriores, ainda não alcançadas”. É através deste processo que os professores precisam provocar avanços nos conhecimentos que não aconteceram, ou seja, estimular a zona de desenvolvimento proximal.

Para a construção de uma educação diferenciada, torna-se necessário levar em conta as competências e a realidade sócio-cultural de cada aluno. Somente com a identificação das dificuldades do aprendizado, pode-se desenvolver um modelo mais eficiente de ensino. De acordo com essas informações está Perrenoud (2000), quando diz que o currículo deve permitir uma relação entre a construção de novos conhecimentos e uma postura reflexiva diante da realidade. Para tanto, é importante que a escola repense as formas de conduzir a educação, buscando meios alternativos para trabalhar com as competências.

Sendo assim, a responsabilidade da escola e dos professores está em compreender todo o processo de desenvolvimento do aluno. A partir da compreensão do grau de conhecimentos adquiridos e das capacidades desse sujeito da educação, é que vai se fazer valer a aprendizagem e construir uma consciência crítica sobre o contexto em que o educando atua.

Os fenômenos comunicacionais resultantes da revolução tecnológica destinaram aos meios de comunicação o papel de difundir questões relacionadas à realidade social. E esse trabalho vem se transformando, na medida em que a democratização das informações e do conhecimento se intensifica no cotidiano das pessoas. A humanidade está vivendo, portanto, um momento histórico: a introdução das tecnologias de comunicação em velhas práticas educativas. A simples incorporação desses novos elementos não traz a garantia de uma nova educação. Há uma necessidade de integração entre educação e comunicação, de forma que esses novos meios estejam presentes também como fundamento da nova proposta educativa. Com isso, são constituídos outros valores para a sociedade integrantes de uma nova escola.

A famosa afirmação de McLuhan (1964, p.23), “o meio é a mensagem”, destaca que é o meio que controla a intensidade e a forma das ações e relações humanas. Cada meio atua com um tipo de influência sobre o modo como funciona o pensamento das pessoas individualmente, independente do conteúdo que é veiculado. Assim, os modos de informar e perceber cada veículo se diferencia através dos pontos fracos e fortes de cada um. Com essa diversidade, há uma tendência multimidiática como uma forma eficaz de ensino. Além disso, é uma forma de tornar a educação mais democrática, garantindo o acesso ao processo educacional para um número maior de pessoas, as quais terão um aumento do nível médio de conhecimento.

## ○ RÁDIO COMO INSTRUMENTO EDUCACIONAL

A acessibilidade do rádio torna-o popular, atingindo um público bastante diversificado. “Os códigos utilizados são acessíveis a todos os grupos culturais que compõe a audiência, trabalhando com um vocabulário coloquial que não exige um conhecimento especializado para a decodificação” (FRIDERICHS, 2002, p.51). Isso influenciou diretamente a história de uso desse veículo. Considere-se, a esse respeito, que as mais diversas formas organizativas da sociedade sempre puderam expandir suas idéias, veiculando-as no rádio; artistas, políticos, religiosos melhor fizeram sua imagem através da comunicação de suas obras pelo rádio; governo e instituições voltadas ao ensino cumpriram papéis educacionais por meio de programas educativos do rádio.

Com a linguagem oral, disposta pelo rádio, a mensagem precisa ser somente ouvida. “O rádio leva uma vantagem sobre os veículos impressos, pois, para receber as informações, não é preciso que o ouvinte seja alfabetizado” (CÉSAR, 1997, p. 55). O rádio pode chegar aos lugares mais remotos devido a pouca complexidade tecnológica. Através da facilidade de penetração em vastas regiões, o rádio do local se personaliza com o âmbito regional, aproximando e chamando a atenção do ouvinte, já que os dois falam na mesma linguagem. Outra característica diferencial do rádio é a mobilidade. Conforme César (1997), essa mobilidade pode ser vista sob dois pontos: do emissor - o rádio pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações no momento sem preparo anterior; do receptor - o ouvinte não precisa ficar em casa para ouvir rádio, ele está em todo lugar, até mesmo durante a locomoção das pessoas. Acrescente-se a isso a facilidade de seu transporte, dada especialmente pelo tamanho diminuto do objeto, permitindo, inclusive, recepção individual nos lugares públicos.

A mensagem nesse veículo de comunicação é instantânea. Os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem, porém se a mensagem não for ouvida no momento em que é emitida, não é possível deixar para ouvir em outro momento. César (1997, p. 55) destaca que “o rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio de um diálogo mental”. Esse autor explica que uma ligação direta entre locutor-ouvinte acontece através da sensorialidade: a emoção das palavras unidas com a sonoplastia desperta a imaginação do ouvinte, que leva em conta os pensamentos e opiniões do comunicador. O rádio fala para todos, como se estivesse falando para cada pessoa individualmente. Dessa forma, o ouvinte se sente valorizado, e a informação e o entretenimento se tornam mais eficazes.

Segundo Litwin (1997), foi a partir dos anos 70 que a introdução da tecnologia educacional em programas se implantou na América Latina, estabelecendo, assim, propostas tecnocráticas para enfrentar problemas educacionais e sociais.

A atenção do público ouvinte foi atraída pelos novos formatos e estilos, providos do desenvolvimento tecnológico. Este meio possui muitas características positivas para substituir seu uso manipulativo por ferramentas educativas, que estimulem a reflexão e a participação.

Cada meio atua com uma linguagem própria e de forma específica sobre quem recebe, produzindo, por isso, um efeito próprio e um comportamento específico. O rádio, como os demais meios de comunicação social, admitiu para si mesmo uma inovação na formação das pessoas. Pressupõe-se que o contexto externo à escola, aberto a todas as formas de imprensa e tecnologia, é formativo e, muitas vezes, mais eficiente na formação das pessoas do que a própria escola. Muitas escolas ainda permanecem alheias a esse postulado e não incorporam à educação os meios de comunicação

de massa que fazem parte da cultura atual, ou o fazem lentamente. Assim, a imprensa recebe e cumpre atribuições, dentro do sistema educacional, as quais deveriam ou poderiam ser do destino de outros meios educacionais.

Convém recordar que os artefatos ou os aparelhos são apenas a parte física aparente do rádio. No todo, ele é uma síntese de conhecimentos técnico-científicos e um resultado da aplicação de inovações tecnológicas. Como instrumento, está à espera do agir do ser humano. Sendo assim, o professor pode fazer a transposição desse recurso para ampliar a perspectiva didática de suas aulas, conferindo um significado ao aparelho desde a sua intenção com os conteúdos destinados aos educandos. Assim, vão se configurando formas de utilização do rádio como recurso metodológico focado na formação do professor e na proposta curricular da escola, o que amplia o uso do rádio, ao mesmo tempo em que se cumprem os fins da educação no contexto sócio-histórico que lhe confere significado.

Os conteúdos e as formas de apresentação precisam atrair a atenção do ouvinte, a ponto de não permitir que haja distrações. Para isso, é preciso que exista a união entre o conteúdo da mensagem transmitida e da voz que a expressa. Sobre isso, Litwin (1997, p. 54) destaca que “tecnologia, conteúdos, objetivos, linguagens, teoria de ensino e de aprendizagem, teoria da comunicação e da literatura colaboram em diferentes níveis na construção da proposta educativa por rádio”.

Para essa autora, deve existir prevenção contra o mau uso deste meio, que pode ser feita através do conhecimento das características dirigidas em prol de uma educação para autonomia e crescimento. Por isso, os discursos de rádio devem evitar o uso de palavras muito especializadas, parágrafos longos e orações complexas.

O uso do rádio nas escolas pode parecer ultrapassado frente aos avanços tecnológicos que trouxeram o computador para o ambiente escolar, principalmente de escolas privadas, e com ele a internet. Mas, mesmo assim, o rádio não perdeu espaço por facilitar a prática do professor e ser capaz de construir de forma simples um processo educativo a partir do lugar cultural e social que se encontra os alunos. Quando a escola resiste à tecnologia, cria um contingente enorme de pessoas desinformadas, principalmente, porque a escola que frequentou não incluiu no currículo o direito ao exercício da comunicação. Diante disso, Soares (2006, p. 45) propõe que “a liberdade e a criatividade com seus promotores implementam atividades essencialmente participativas, garantindo aos favorecidos não só o acesso, mas, sobretudo, o uso democrático dos recursos tecnológicos.”

No Brasil, são muitas as experiências que utilizam o rádio na educação. Por exemplo, o projeto Educom.rádio, desenvolvido por Campos, Leão, Deppe et al (2005), o trabalho desenvolvido por Acioli (2003), na Fundação Casa Grande na cidade de Nova Olinda, no Ceará; o trabalho de Teixeira (2004), dentre muitos outros. Dessa forma, quando se pensa em uma educação renovada e próxima da realidade de educandos e educadores, uma opção continua sendo ainda o velho rádio. Segundo Soares (2006), essa é uma lição que deve ser refletida e transformada em novas experiências. As ações educativas desenvolvidas pelas escolas trazem consigo teorias e didáticas diversas, gestadas em diferentes realidades, muitas das quais resistem ao tempo e às mudanças sociais, gerando práticas pedagógicas descontextualizadas. Entende-se que a escola necessita rever seus conceitos e metodologias, a fim de acompanhar os avanços da sociedade em que está inserida.

Nesse sentido, as estratégias de ensino que resultam em aprendizagem real começam pelo perfil do professor. Dependem dele as formas educacionais adequadas destinadas para os alunos. Sua

ação pedagógica reflete seu lugar teórico que, em geral, compreende duas possibilidades: tradicional ou inovador. Nesse contexto, os educadores que reconhecem a necessidade de inovações e modificam os métodos de ensinar se deparam, muitas vezes, com a resistência de colegas de profissão, que insistem em carregar consigo os velhos métodos de ensino. Estes não sentem a necessidade de mudar o que vem sendo ensinado da mesma forma, por muitos anos. No entanto, a resistência dos professores não é o único empecilho para a instalação de novas tecnologias educativas no meio escolar, como sustentam Bordenave e Pereira (1997, p. 304), “o professor que deseja adotar uma inovação didática importante freqüentemente é impedido ou pelo menos dificultado pela falta geral de condições em sua própria instituição”.

Conter e enviar mensagens, essa é a concepção mais comum de mídia, mas esta noção de condutores aponta para a necessidade de alfabetização deste conteúdo, numa gramática midiática, como sugere Meyrowitz (2001), sendo necessário entender o significado das variáveis de produção dentro de cada meio. Diante disso, diferentes formas de pensar sobre a mídia remetem a concepções diferentes, também em relação às competências, ou seja, sobre o que pode ser desejável para o educando. Portanto, estar alfabetizado midiaticamente, de acordo com Meyrowitz (2001), envolve ser capaz de acessar e analisar mensagens numa variedade de mídia.

Portanto, qualquer concepção de alfabetização midiática exige interpretação, saber acessar e avaliar os conteúdos, o que envolve a compreensão das variáveis de produção que existem em cada veículo. Sendo, também, capaz de manipular de forma eficiente estas variáveis, e “compreendendo as forças culturais e institucionais que tendem encorajar alguns usos gramaticais em vez de outros, reconhecendo que as respostas às variáveis de produção podem variar individualmente e culturalmente” (MEYROWITZ, 2001, p. 91). Expostos à alfabetização midiática, as pessoas reagem de for-



ma diferente a estímulos, dependendo de como são mostrados, a percepção do público sobre lugares, eventos pode ser também influenciada. Para Meyrowitz (2001, p. 94), o conteúdo e a gramática têm efeitos opostos diante da consciência da audiência, segundo ele, “quanto mais efetivos forem os conteúdos midiáticos, mais consciente estará a audiência dos mesmos e mais sobre eles refletirá. Quanto mais efetivos forem os elementos gramaticais dos media, menos consciente dos mesmos estará um membro da audiência”.

No entanto, a consciência sobre a alfabetização midiática é uma forma de promover habilidades e fazer com que os cidadãos participem mais desta sociedade que está preenchida pela mídia. O rádio, meio de comunicação simples e de fácil acesso, usado como instrumento pedagógico, propõe uma alternativa de ensino-aprendizagem para crianças que necessitam de um olhar diferenciado para sua aprendizagem, podendo propiciar experiências estimulantes na educação e relevantes para transformar o tradicional ambiente escolar. Acredita-se que a formação de cidadãos mais autônomos e participativos pode ser atribuída às diversas possibilidades que o rádio oferece ao trabalho pedagógico.

Os fundamentos da legislação, baseados no desenvolvimento das potencialidades ou do autodesenvolvimento, propõem uma concepção idealista de desenvolvimento humano, o que, para Kassar (2004, p. 57), é um risco, pois, “se se acredita que a escola deve desenvolver a capacidade de cada um, certamente o fracasso será explicado pela falta de capacidade do aluno e nunca pela não adequação do processo pedagógico”. O compromisso de trabalhar com as diferentes capacidades aumenta ainda mais a responsabilidade de escolas e professores, quando é preciso também alfabetizar crianças portadoras de necessidades especiais.

Uma condição essencial para que o aprendizado ocorra é a de que a criança aprenda fazendo, considerando o conhecimento que

se transforma em experiência. É necessário compreender que o aluno com suas experiências e os programas escolares são dois extremos do mesmo processo. Gottschalk (2006) ressalta que a educação é a reconstrução da experiência, que tem como referência a ciência dos adultos. Além de aprender fazendo, a criança deve construir o próprio conhecimento, através da ação que produz sobre o meio. Através do ensino são construídas situações de aprendizado, nas quais os alunos sejam capazes de descobrir novas relações, tendo em vista a resolução dos problemas.

O trabalho dos professores é uma das partes específicas da prática educativa que ocorre com maior amplitude na sociedade. Por isso, o ensino não pode ser tratado como uma atividade restrita à sala de aula. O funcionamento da sociedade depende da educação, ou seja, da prática educativa e “cada sociedade precisa cuidar da formação dos indivíduos, auxiliar no desenvolvimento de suas capacidades físicas e espirituais, prepará-los para a participação ativa e transformadora nas várias instâncias da vida social.” (LIBÂNEO, 1994, p. 17).

No contexto atual, educadores e educandos precisam ampliar seu horizonte intelectual e desenvolver habilidades cada vez mais complexas para agir de forma conseqüente no ambiente em que vivem. Sobre isso, afirma McLuhan (1972, p.70): “quando a tecnologia estende ou prolonga um de nossos sentidos, a cultura sofre uma transposição tão rápida quanto rápido for o processo de interiorização da nova tecnologia”.

Acredita-se que, para realizar um processo educacional, já não basta dominar a língua oral e escrita. É preciso alfabetizar-se nas linguagens tecnológicas, dentre as quais se encontra a do rádio, capacitando-se para não ser um mero consumidor de informações, mas um crítico, alguém que sabe valorar os suportes do conhecimento para, então, selecionar e contextualizar os saberes veicu-

lados, dando-lhes sentido e transformando-os em saberes pessoal, social e profissional. Os meios de comunicação podem dar um novo impulso ao ensino, auxiliando a atividade dos professores ao estimular o desenvolvimento de competências e capacidades. Mas podem funcionar também como uma fonte de frustração na atual estrutura organizacional da educação, classificada por Delors (2005, p. 207) como bastante estreita e rígida. “A pressão do trabalho, a falta de equipamento e, o que é um fenômeno freqüente, sua má integração nos programas escolares podem ter um efeito negativo”.

A escola, portanto, já não pode ausentar-se da complexidade que envolve a formação dos indivíduos. O primeiro passo é, sem dúvida, repensar a operação didática centrada no professor. Nesse sentido, as tecnologias podem e devem atuar na área da educação e isso não significa que possam substituir o professor, mas sim, “modificar seu papel, possibilitando-lhe dedicar mais tempo e atenção a categorias de alunos que hoje se costuma negligenciar as crianças superdotadas e as que demoram mais para aprender” (DELORS, 2005, p.208). Os meios podem diferenciar o ensino, que não precisam dirigir-se a um público uniforme, mas adaptar-se às necessidades de cada estudante. O professor, diante disso, passa a organizar o processo de aprendizagem como um facilitador, acompanhando as dificuldades e os progressos dos alunos. Ao utilizarem os meios de comunicação em sala de aula, poderão participar das trajetórias escolares e experiências cotidianas dos estudantes.

O aumento da motivação dos alunos é comprovado através de pesquisas sobre a utilização de técnicas multimídias nas escolas. Uma das condições, portanto, para integrar-se ao mundo contemporâneo é utilizar e entender as tecnologias da comunicação e da informação, em todos os aspectos de desenvolvimento do aluno. As contribuições de Wallon (1979), nesse sentido, são importantes para os professores, uma vez que estes são pessoas completas, afetivas, dotadas de cognição e movimento, estabele-

cendo uma relação pedagógica com os alunos possuidores das mesmas características. Assim, os docentes tornam-se componentes essenciais do meio do aluno.

É importante, também, referir-se à ideia de Wallon (1975) sobre a formação psicológica dos professores, a qual, segundo ele, não pode limitar-se aos livros, deve ter referência permanente nas experiências pedagógicas que eles mesmos realizam.

Das ideias de Wallon (1975), também se depreende a reflexão de que o desenvolvimento do educando fica impedido de ocorrer se não houver, no ambiente escolar, situações propícias ao aprendizado. Sendo assim, as tecnologias da informação e da comunicação têm sentido na sala de aula se forem, efetivamente, tecnologias educacionais, ou seja, úteis para educar. Como já fazem parte do ambiente de socialização dos alunos e dos professores, estes necessitam conhecer os materiais e meios para utilizá-los como recurso didático, criando, dessa forma, bons e diferentes ambientes de aprendizagem, nos quais os aprendizes venham a se qualificar para intervir no mundo.

Na busca da melhora na aprendizagem dos educandos, o rádio é um suporte novo a tratar os conteúdos selecionados pelo currículo da escola, cujo valor é atribuído em razão dos propósitos do ensino. Entende-se, portanto, que o instrumento rádio constituiu-se um elemento mediador, conforme ideias de Vygotsky (1984), entre o professor e o conteúdo a ser apropriado pelos alunos. A socialização de conhecimentos gera um vínculo entre professor e aluno, ainda mais quando o conteúdo consegue ser trabalhado de forma diferente, atraindo a atenção e conseguindo maiores resultados no aprendizado.

Ainda sobre a influência da emoção no processo educativo, seguindo as ideias de Wallon (1975), entende-se que a primeira fase

da comunicação do indivíduo com o mundo é a emoção. Dessa emoção, deriva a afetividade, uma das características mais importantes do ser humano, para a qual se deve atribuir a devida atenção, especialmente no trabalho educativo a ser desenvolvido com alunos com necessidades educativas especiais. De fato, o ser humano aprende mais quando se encontra em estado de emoção. É sábio, portanto, estimular esse sentimento nos educandos através de recursos didáticos potenciais para isso, como é o caso do rádio.

O conhecimento que se construiu sobre o rádio como suporte de texto e como recurso didático permite refletir sobre as dimensões da formação audiovisual como linguagem específica. Sobre isso, Ferres (1998, p. 131) afirma que, “de nada serve a qualidade intrínseca de um recurso formal se não estiver interagindo adequadamente, se não houver na mensagem um bom processamento paralelo, se não provocar no receptor uma experiência unificada”.

Tendo em vista que o rádio é um elemento do capital cultural da sociedade que, pelas suas características, possibilita criar opiniões e desenvolver o pensamento reflexivo, crítico e criativo, entende-se que este é uma ferramenta importante e de fácil acesso que pode ser inserida no contexto de ação da escola.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O rádio, por ser um meio simples de produzir e de inserir as crianças no contexto, consegue, através de suas características únicas e privilegiadas, como o apelo a imaginação, o alcance, concentrar a atenção auditiva dos estudantes, desenvolvendo diferentes habilidades.

Mediante isso, conclui-se que o meio, o aparelho, apesar de atrativo, por si só não fascina os alunos, mas, sim, o discurso sele-

cionado para ser veiculado é que envolve e emociona quem ouve. Além disso, a união de diversos fatores que se constituem através das palavras, como os recursos sonoros, as entonações diferentes do locutor para determinada situação, formam uma síntese de linguagem que auxilia no envolvimento emocional dos alunos e na retenção das atenções. No processo educativo, o rádio, durante toda a sua existência, contribuiu com expressivas realizações, marcando o compromisso com a cultura e construção da cidadania.

Uma das condições, portanto, para integrar-se ao mundo contemporâneo é utilizar e entender as tecnologias da comunicação e da informação, em todos os aspectos de desenvolvimento. A socialização de conhecimentos gera um vínculo entre professor e aluno, ainda mais quando o conteúdo consegue ser trabalhado de forma diferente, atraindo a atenção e conseguindo maiores resultados no aprendizado. O rádio é uma ferramenta comunicacional capaz de inserir as crianças no contexto social concentrando a atenção e produzindo qualidade de ensino.

O uso de métodos alternativos em sala de aula preserva a autonomia do professor e a profissionalização da tarefa de educar. O docente, ao integrar-se com a inovação dos processos de aprendizagem, especialmente aqui falando do rádio, passa a qualificar-se frente à educação.

## NOTAS

<sup>1</sup> Professora Mestre da Universidade Federal do Pampa – Campus São Borja. Atuante nos cursos de Comunicação Social - Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Pesquisadora do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo.

## REFERÊNCIAS

- BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. 8.ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1997.
- BORDENAVE, Juan Diaz; PEREIRA, Adair Martins. **Estratégias de ensino-aprendizagem**. 17.ed. Petrópolis: Vozes, 1997.
- CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio**: práticas de locução AM e FM: dicas e toques. 5. ed. São Paulo: IBRASA, 1997.
- DALMONTE, Edson F. **Estudos culturais em comunicação**: da tradição britânica à contribuição latino-americana. In: Idade Mídia. São Paulo, ano 1, v.1, n. 2, nov. 2002. Disponível em: [http://www.fiamfaam.br/comunicacao/projetos/inovacoes/idademidia/pdfs/art\\_067-090\\_im2.pdf](http://www.fiamfaam.br/comunicacao/projetos/inovacoes/idademidia/pdfs/art_067-090_im2.pdf)
- FERRES, Joan. Pedagogia dos meios audiovisuais. In: SANCHO, Juana M. (Org.). **Para uma nova tecnologia educacional**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998. p.127-155.
- FRIDERICH, Bibiana de Paula. **A comunicação popular no rádio comercial**. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2002.
- GOTTSCHALK, Cristiane Maria Cornelia – FEUSP. O papel da linguagem no ensino e na aprendizagem da perspectiva de uma pragmática filosófica de inspiração Wittgensteiniana. Trabalho apresentado na 28ª Reunião Anual da Associação Nacional de Pós graduação e Pesquisa em Educação- ANPED. 2005. Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/28/textos/gt17/gt17362int.rtf>. Acesso em 10 de novembro, 2006.
- HANCOCK, A. A educação e as novas tecnologias da informação e da comunicação. In: DELORS, J. (Org) **A educação para o século XXI**: questões e perspectivas. Porto Alegre: Artmed, 2005. p. 222 - 235.
- JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- JACKS, Nilda; FRANKE, Felipe Schroeder. Recepção radiofônica: análise da produção acadêmica na década de 90. Intercom – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.29., n.1, p. 85-105, jan./jun. 2006. Acesso em: 20 de março, 2007
- KASSAR, Mônica de Carvalho Magalhães. Matrículas de crianças com necessidades educacionais especiais na rede de ensino regular: do que e de quem se fala? In: GOES, Maria Cecília Rafael de; LAPLANE, Adriana Lia Frizman de (orgs.). **Políticas e práticas de educação inclusiva**. Campinas, São Paulo: Autores Associados, 2004.
- LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1994. – (Coleção magistério. 2º grau. Série formação do professor)

- LITWIN, Edith. **Tecnologia educacional**: políticas, histórias e propostas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.
- MEYROWITZ, Joshua. As múltiplas alfabetizações midiáticas. **Revista Famicos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, n.15, p.88 – 100, ago.2001.
- MORAES, Denis de. **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- OLIVEIRA, Marta Kohl de. **Vygotsky**: aprendizado e desenvolvimento: um processo sócio-histórico. São Paulo: Scipione, 1997.
- PERRENOUD, Philippe. **Dez novas competências para ensinar**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.
- PRETTO, Nelson de Luca. **Uma escola com/sem futuro**. Campinas, SP: Papirus, 1996.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Rádio na Escola: a palavra viva. **Carta Capital na Escola**. São Paulo: Edição nº 9, p. 44-47, setembro, 2006.
- SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- VYGOTSKY, L.S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.
- WALLON, Henri. **Psicologia e educação da infância**. Lisboa: Estampa, 1975.
- \_\_\_\_\_. **Do acto ao pensamento**. Lisboa: Moraes, 1979.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4.ed. Lisboa: Presença, 1995.



## **Sons da radioescola: entre análises históricas e percepções dos estudantes<sup>1</sup>**

Tarciana de Queiroz Mendes<sup>2</sup>

Neste artigo, promovemos uma análise de quatro radioescolas e das respectivas produções radiofônicas de estudantes da rede pública municipal de ensino de Fortaleza, no Ceará. As radioescolas foram instaladas no ano de 2007 como uma ação do projeto “Segura essa Onda”, desenvolvido pela ONG Catavento Comunicação e Educação, em parceria com o Instituto Oi Futuro. O projeto envolveu ainda a realização de oficinas durante uma média de sete meses sobre técnicas radiofônicas, democratização da comunicação, entre outros conteúdos.

As experiências de estudantes e professores nas quatro radioescolas citadas abriram a possibilidade de produção do programa Antenados, veiculado aos sábados, às 13h30, na Rádio Universitária FM, em Fortaleza, durante 2008, 2009 e 2010. A rádio é vinculada à Universidade Federal do Ceará. Nesse caso, o processo de produção e gravação ocorreu na escola e também no espaço da ONG Catavento Comunicação e Educação, com sede em Fortaleza. O programa Antenados foi a atividade central do projeto “Rádio-escola

pela Educação”, resultado da parceria entre ONG Catavento e Secretaria Municipal de Educação.

Como forma de iniciarmos a discussão sobre as aproximações entre comunicação e educação no âmbito das radioescolas, optamos por abordar perspectivas históricas. É a partir delas que buscamos compreender os cenários atuais que dizem respeito às relações entre os dois campos. Essa análise é desenvolvida a partir da revisão de literatura que toma como referência autores como Ferraretto (2008), Cogo (1998) e Nunes (2007).

Promovemos ainda uma discussão teórica a respeito do conceito de práticas, de Certeau, a partir da qual seguimos para a descrição das percepções do campo de pesquisa.

O procedimento metodológico desenvolvido durante a pesquisa de campo foram rodas de conversa com 15 estudantes com idades entre 13 e 17 anos do ensino fundamental de escolas públicas da rede municipal de ensino de Fortaleza, integrantes das radioescolas<sup>2</sup>. As rodas de conversa são procedimentos comumente utilizados nas práticas das ONGs. Seguindo o detalhamento dos autores Abade e Afonso (2008, p. 19),

[...] uma roda de conversa é uma forma de se trabalhar incentivando a participação e a reflexão. Para tal, buscamos construir condições para um diálogo entre os participantes através de uma postura de escuta e circulação da palavra, bem como com o uso de técnicas de dinamização de grupo. É um tipo de metodologia participativa que pode ser utilizada em diversos contextos.

Ainda conforme os autores, as rodas de conversa são espaços que potencializam as discussões acerca do cotidiano, nas quais as narrativas intercalam-se tanto em torno da vida privada como da pública. As rodas permitem ainda o percurso por uma linha de discussão de questões que partem das experiências do grupo. Também aspectos da subjetividade dos integrantes e da cultura imbricam-se nas rodas.

Miranda, Sampaio e Lima nos trazem outras potencialidades das rodas de conversa, ao perceberem nelas “a possibilidade de criar entre os jovens um campo perceptivo onde cada um vê e é visto, sente e é sentido, sem hierarquias pré-estabelecidas” (MIRANDA; SAMPAIO; LIMA, 2009, p. 103).

Descritos os percursos metodológicos e teóricos percorridos pelo artigo, iniciaremos uma abordagem sob o ponto de vista histórico sobre a relação entre comunicação e educação.

### **QUANDO A COMUNICAÇÃO SE APROXIMA DA EDUCAÇÃO: PERSPECTIVAS HISTÓRICAS**

Durante 1924, em uma pequena escola de um pobre povoado localizado no sul da França, o educador Célestin Freinet encerrava uma etapa de intensa busca e iniciava uma nova fase de grande experimentação.

Descrente das metodologias de ensino baseadas na memorização, na repressão e no distanciamento do cotidiano dos sujeitos, o professor precisava encarar diariamente mais de quarenta estudantes, muitas vezes insatisfeitos por estarem na escola. Além disso, segundo Kaplún (1998), era impossível a Freinet assumir a postura de professores que falam do primeiro ao último minuto das aulas, por conta da saúde debilitada devido a um problema no pulmão decorrente da atuação na Primeira Guerra Mundial.

Portanto, era imperiosa a este professor a investigação de metodologias eficazes para provocar o ânimo e uma maior autonomia dos estudantes. Porém, ele precisava orientar sua busca com base em recursos de baixo custo, que pudessem ser aplicados em escolas pobres. A intensa procura por soluções levou Freinet a tomar conhecimento de uma imprensa manual relativamente barata. O

professor arriscou, então, investir seus poucos recursos na compra dessa pequena imprensa, que foi instalada em uma das salas da escola à disposição dos estudantes. A partir de então, o educador passou a mediar processos em que os estudantes criavam, editavam e publicavam textos em jornais escolares.

A mediação de Freinet nessa iniciativa fez com que ele seja até hoje reconhecido como fundador do jornal escolar. O educador percebeu nos jornais escolares a possibilidade de estudantes dirigirem-se a interlocutores, o que estimula o poder de expressão e a aprendizagem (KAPLÚN, 1998).

Enquanto isso, no Brasil também na década de 1920, o cientista Edgard Roquette-Pinto propunha a criação de radioescolas<sup>3</sup>. A proposta se efetivou em 1934, quando a PRD-5 – Radioescola Municipal passa a transmitir uma programação educativa no Rio de Janeiro tanto para escolas como para ouvintes em geral. As pessoas podiam se inscrever na estação para receber pelo correio material impresso com atividades escolares, que seriam discutidas por locutores durante as emissões radiofônicas. Por sua vez, a emissora recebia trabalhos de estudantes, cartas, além de telefonemas e visitas para a discussão de questões e dúvidas escolares (FERRARETTO, 2008).

A preocupação em estabelecer princípios educativos em relação ao rádio era uma constante nos trabalhos desenvolvidos por Roquette-Pinto, de forma que antes de assumir a direção da Radioescola Municipal do então Distrito Federal, o pesquisador estava envolvido com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Conforme Pimentel (1999), a emissora era mantida com contribuições financeiras de seus sócios, que também chegavam a levar para a rádio seus próprios discos, compondo a programação com música erudita. Nos estúdios da rádio, Roquette-Pinto apresentava o Jornal da Manhã, com base em leitura de jornais, e proferia palestras de

caráter educativo. Outros programas da emissora eram produzidos e apresentados por professores que, de acordo com sua área de atuação, discutiam assuntos como literatura, geografia, física, química, história natural.

A Rádio Sociedade não tinha fins comerciais. Por isso, na década de 1930, a falta de recursos para manter a rádio e modernizar seu equipamento fez com que Roquette-Pinto doasse a emissora para o Ministério da Educação e Saúde. A partir daí surge a Rádio Ministério da Educação e Cultura, ligada ao governo de Getúlio Vargas. Como forma de orientar sua programação, surgia também o Serviço de Radiodifusão Educativa (SRE). A programação era caracterizada pela emissão de aulas sobre português, inglês ou geografia.

Na década de 1940, surge na Rádio Nacional do Rio de Janeiro uma experiência radiofônica voltada para professores secundaristas. O programa Universidade do ar, também emitido em forma de aula, objetivava orientá-los a respeito de metodologias e estratégias pedagógicas que pudessem despertar a atenção dos estudantes. Interessante perceber nos anos 1940, no Brasil, repetir-se a preocupação de Freinet desde os anos 1920 na França, o que nos traz indícios de quão antiga são as reflexões em torno da relação professor-estudante.

Destacamos o Sistema Rádio-Educativo Nacional (Sirena) como experiência atuante nas décadas de 1950 e 1960. Em 1962, os conteúdos educativos do Sirena eram, inclusive, utilizados em mobilizações de combate ao analfabetismo. As atividades desse sistema consistiam em condensar conteúdos educativos em formato de cursos básicos. Após o processo de produção, o material era gravado em LPs e distribuído para onze emissoras que faziam parte do sistema inicialmente. Esse número de emissoras articuladas regionalmente em todo o país chegou a 65.

O Sirena colaborou com uma das mais importantes experiências de rádio educativo no Brasil, o Movimento de Educação de Base (MEB), articulado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) com o apoio do governo federal e atuante, em especial, na primeira metade da década de 1960. Em comunidades das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste, mediadores do MEB organizavam pontos de escuta em escolas, igrejas ou locais apropriados. Eram as chamadas escolas radiofônicas, onde o rádio, cercado por estudantes, transmitia ao vivo conteúdos educativos a partir de emissoras pertencentes às igrejas. A peculiaridade dos programas era sua intensa relação com o cotidiano das comunidades. Assuntos como técnicas de alfabetização, causas das secas, agricultura, sindicalismo, higiene e saúde eram tratados. Influenciada pela metodologia de Paulo Freire, a coordenação do MEB priorizou a capacitação dos mediadores integrantes do movimento. Devido a sua metodologia de trabalho e aos conteúdos da programação, o MEB sofreu forte censura em meados da década de 1960, durante o regime militar no Brasil.

Ainda durante a ditadura, práticas de rádio educativo são registradas. É o caso da Fundação Padre Landell de Moura, que envolveu entre suas ações a criação de programas de rádio. Também o regime militar preocupou-se em desenvolver um sistema oficial de ensino pelo rádio, o que constituiria o projeto “Minerva”, que funcionou da década de 1960 até 1991<sup>4</sup>.

Percebemos que a maioria das experiências citadas baseava-se em metodologias que buscavam promover a educação formal pelo rádio. Daí os programas assumirem o formato de aulas, palestras ou cursos. Acompanhamos com Andrelo e Kerbauy uma relevante avaliação que aponta as limitações de tal processo de aproximação entre educação e rádio:

Vale ressaltar que o rádio tem servido historicamente à educação, mas parece ter atendido com eficiência as concepções mais conser-

vadoras, como o processo centrado no professor-emissor, na transmissão de conteúdos estagnados e na avaliação que cobrava do aluno a memorização de aspectos pontuais do conteúdo ensinado (ANDRELO; KERBAUY, 2009, p. 149).

Em virtude dessas limitações, acreditamos ser importante analisar também as experiências não oficiais, desenvolvidas em paralelo às experiências oficiais, em busca de ampliações das concepções educativas por meio do rádio.

Inicialmente, muitas das práticas de comunicação não oficiais e comunitárias foram organizadas assumindo posturas de enfrentamento à censura durante a ditadura militar no Brasil. Com relação ao rádio, a inspiração para as articulações vem de práticas como o MEB. Segundo Nunes (2007, p. 99), “herdeiras das experiências das rádios livres na Europa e das experiências do MEB e das radiadoras populares no Brasil, as rádios comunitárias mesclam-se aos movimentos sociais e comunitários”.

Também as experiências desenvolvidas na América Latina são apontadas como inspiração para os movimentos de articulação de rádios no Brasil. Conforme Cogo (1998, p. 58), “ao lado dos sindicatos, a Igreja vai ser uma das principais instituições a promover experiências de uso do rádio como emissora comunitária na América Latina”.

Nos anos 1970, a rearticulação de movimentos sociais, que se consolidam de maneira mais intensa nas décadas de 1980 e 1990, possibilita o desenvolvimento de atividades entre as quais a organização de rádios se destaca. Com relação a esses movimentos, Nunes (2007, p. 95) descreve:

Os movimentos de transformação social foram acompanhados nos anos 80 e 90, de forma ainda mais intensa, de inúmeras experiências no campo da comunicação comunitária e, marcadamente, pela expansão do movimento de rádios livres e seu aprimoramento em

um tipo particular denominado de rádios comunitárias, caracterizadas pela participação popular em sua administração, na elaboração da programação e na pluralidade cultural, representando, assim, as mais diversas tendências presentes num grupo social.

Conforme a autora, esse tipo de movimento em torno de rádios livres e comunitárias representa a criação de espaços alternativos para a expressão de conteúdos e opiniões que não são abordados nos meios de comunicação oficiais. Destaque-se que algumas das emissoras são articuladas durante longos processos de gestação, em que os alto-falantes eram os embriões.

Esses processos são descritos por Cogo (1998, p. 103), ao observar que, na década de 1980, “é no interior das Comunidades Eclesiais de Base que se gestam no Brasil as primeiras experiências de uso dos alto-falantes ou cornetas como emissora comunitária”<sup>5</sup>.

As experiências ligadas aos movimentos sociais apontadas possibilitam identificar que o enfoque prioritário na dimensão da educação formal pelo rádio é ampliado. Dessa forma, um caráter de utilidade pública que passa a incluir a dimensão cultural das comunidades é evidenciado. Cogo (1998, p. 140-141) ressalta que “a utilidade pública é, na verdade, mais uma dimensão importante de um universo cultural, que as equipes vão redescobrimo e revalorizando como matéria-prima desse novo jeito de fazer rádio comunitária”. Dessa forma, encontros entre grupos de bairros, fúnerais de moradores, desaparecimento de crianças são exemplos de informações trocadas nas programações.

Conforme Martin-Barbero (2002), os baixos custos do rádio permitem uma diversificação de emissoras, inclusive, locais e comunitárias. Segundo o autor, não só movimentos sociais, como também ONGs, vão se aproximar dessas emissoras, onde encontram outro tipo de espaço público. Essa reconfiguração do espaço público é marcada pela possibilidade dos movimentos locais ou de bairros



ultrapassarem a dimensão da representação e viabilizarem espaços onde são reconhecidos desde suas linguagens, narrativas e relatos.

Para Peruzzo (2007), os processos envolvidos no fazer uma rádio comunitária, seja com a utilização de alto-falantes, seja em emissoras, têm a potencialidade de proporcionar, para além da educação formal (ligada aos currículos escolares e constituída a partir de instituições de ensino), uma educação informal – adquirida no dia a dia em processo não organizado – e uma educação não formal – formação estruturada que pode levar a uma certificação.

A partir da análise dessas experiências, percebemos o quanto as práticas de grupos organizados ou não contribuem para pensarmos as potencialidades educativas do rádio. Além disso, as ações descritas permitem que visualizemos o estabelecimento de imbricações entre rádio, cotidiano e cultura.

As importantes mudanças nos parâmetros educacionais realizadas na década de 1990 favorecem esse cenário, o que traz repercussões para as interfaces entre comunicação e educação e, em especial, para o rádio na educação. É o que podemos acompanhar com Andrelo e Kerbauy (2009, p. 149):

[...] o sistema educacional brasileiro sofreu reformas importantes nos anos 1990 e esse quadro traz novas exigências para o rádio na educação, que devem ser transpostas do papel às práticas educativas – formar ouvintes críticos, cidadãos conscientes, pessoas com sensibilidade estética, ética etc.

No entanto, não pretendemos criar um dualismo que considera experiências oficiais como conservadoras ou autoritárias, enquanto os verdadeiros exemplos de rádio educativo e participativo concentram-se nas experiências não oficiais. Afinal, tanto as experiências oficiais apresentam ações pioneiras com relação à educação, como nas iniciativas não oficiais são identificadas posturas de

concentração de discursos em determinadas pessoas e conteúdos. Com relação a esse segundo aspecto, Cogo (1998, p. 141) chama a atenção, por exemplo, à forma como

[...] o trabalho ao lado dos grupos organizados, certas concepções norteadoras na capacitação, os contextos onde estavam situadas as rádios vinham contribuindo desde o início e, em grande medida, para superdimensionar o processo de conscientização, no seu sentido mais clássico, em detrimento de dimensões como o lúdico e o lazer.

Acreditamos que a análise desenvolvida sob o ponto de vista histórico possibilita vislumbrar o quanto as diversas experiências vão influenciando umas às outras e mesclando elementos. Portanto, menos que classificar as iniciativas, preocupa-nos perceber as diferentes concepções de comunicação e educação que as práticas aqui citadas evidenciam. Nelas é possível observar tentativas de influenciar a formação dos sujeitos e proporcionar aprendizado a partir das seguintes dimensões: a) os próprios conteúdos trocados objetivam provocar debates sobre determinados assuntos, bem como influenciar práticas; b) a aproximação entre comunicação e escola é promovida; c) o processo de planejamento da programação, criação, troca de mensagens e gestão é considerado.

Nesse sentido, para Peruzzo (2007), a participação dos sujeitos no planejamento e gestão de comunicação é fundamental para que processos de educação informal e não formal somem-se à educação formal. A autora dirá que “aprende-se também por intermédio dos meios de comunicação, na vivência cotidiana, nos relacionamentos sociais, nas reuniões das equipes, nas práticas comunicativas no âmbito da comunicação comunitária, nas oficinas visando melhoria do trabalho do rádio popular [...]” (PERUZZO, 2007, p. 83).

Diante de tais experiências, compreendemos que conhecer pesquisas e práticas desenvolvidas anteriormente permite que avancemos no estudo sobre as possibilidades e limitações das atuais

aproximações entre comunicação e educação. Portanto, voltemo-nos para cenários contemporâneos como forma de compreender os processos de comunicação mediados nas escolas onde esta pesquisa se ambienta.

## **INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: NOVOS CENÁRIOS E SUAS RELAÇÕES COM QUATRO ESCOLAS PÚBLICAS DE FORTALEZA**

Acompanhamos Cogo (1998) na descrição de um novo cenário que marca mudanças tanto nas articulações em torno do rádio comunitário como no fortalecimento da organização de movimentos sociais. Conforme a autora,

[...] se a partir do decênio de 1950, a Igreja Católica foi a principal instituição promotora de experiências no campo do rádio comunitário ou popular na América Latina, hoje novas emissoras se desenvolvem sob a gestão de grupos de jovens, mulheres, cooperativas, organizações não-governamentais e até de governos locais (COGO, 1998, p. 92).

Para Oliveira et al. (2005, p. 7), essas práticas “serviram de modelo para repensarmos a concretização de propostas comunicativas voltadas para a educação e para a mobilização popular”. Nesse sentido, percebemos a articulação de professores, estudantes, ONGs e governos em torno não só de rádios comunitárias, mas também de radioescolas.

Com relação à radioescola, se no Brasil Roquette-Pinto é considerado pioneiro nessa proposta, no contexto atual percebemos que a ideia do cientista é atualizada a partir da articulação dos grupos citados por Cogo. Podemos citar como exemplo o Núcleo de Comunicação e Educação (NCE), da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Esse núcleo, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo,

foi responsável pela instalação de radioescolas na rede de ensino fundamental da cidade, a partir de 2001.

Outra experiência que vem estimulando a instalação de radioescolas atualmente tem sido desenvolvida pelo governo federal em âmbito nacional. São as rádios escolares promovidas pelo programa “Mais Educação”. Esse programa teve início em 2008 e consiste em oferecer às escolas atividades agrupadas em macrocampos como acompanhamento pedagógico, meio ambiente, esporte e lazer, direitos humanos, cultura e artes, cultura digital, prevenção e promoção da saúde, educomunicação, educação científica e educação econômica. Com exceção do acompanhamento pedagógico, no qual as escolas devem escolher pelo menos uma atividade, os demais macrocampos são optativos. Conforme a escolha, as escolas beneficiárias também recebem conjuntos de instrumentos musicais ou equipamentos de rádio escolar. Os equipamentos e materiais também podem ser adquiridos pela própria escola com os recursos repassados, a partir de uma referência de valores enviada pelo governo<sup>6</sup>.

Ao analisarmos as sistematizações do Ministério da Educação (MEC), percebemos que o macrocampo educomunicação passou a ser chamado de comunicação e uso de mídias. As rádios escolares fazem parte desse macrocampo, juntamente com fotografia, histórias em quadrinho, jornal e vídeo.

De acordo com o sítio na internet do Ministério da Educação, em 2008, do total de 1.380 escolas que aderiram ao “Mais Educação”, 428 optaram pelo rádio escolar, o que fez com que a atividade liderasse entre as opções feitas pelas escolas. Ainda conforme o sítio, em 2010, aderiram ao programa 10.026 instituições escolares<sup>7</sup>.

Também em 2010, conforme sistematização de dados desenvolvida pelo Sistema Integrado de Monitoramento, Execução e Controle do Ministério da Educação (Simec), enviada por repre-

sentante do MEC para a composição de dados desta pesquisa, um total de 3.911 escolas optou pelo macrocampo comunicação e uso de mídias. Nesse macrocampo, a rádio escolar é a opção escolhida pelo maior número de escolas: 2.218. Desse total de opções pelo rádio escolar, 245 são do Ceará. Se considerarmos apenas Fortaleza, capital do estado, são 104 escolas com a opção rádio escolar.

A análise desses dados produzidos e enviados para a pesquisa pelo MEC possibilita perceber que a demanda por radioescolas por parte das instituições de ensino tem destaque. Além de liderar o número de opções no ano de início das atividades do “Mais Educação”, ao longo de dois anos de execução do programa, a rádio escolar continua entre as opções mais pedidas pelas instituições (Tabela 01).

**Tabela 01: Ranking das 15 atividades mais escolhidas pelas escolas no “Mais Educação”**

<b>Atividades</b>	<b>Quantidade escolas</b>
Letramento (ensino fundamental)	7.303
Matemática (ensino fundamental)	5.941
Danças	3.010
Banda fanfarra	2.708
Rádio escolar	2.218
Teatro	2.207
Horta escolar e/ou comunitária	1.814
Recreação/Lazer	1.720
Capoeira	1.692
Futsal	1.542
Xadrez tradicional	1.410
Canto coral	1.361
Informática e tecnologia da informação	1.360
Judô	1.355
PST	1.149

Fonte: Simec, 2010

Apesar de não contarmos com uma sistematização semelhante referente ao número de radioescolas montadas também por iniciativa das comunidades, movimentos sociais ou ONGs, os números fornecidos pelo MEC sinalizam a importância de se compreender o que influencia o desenvolvimento dessas rádios e o que marca seu cotidiano de funcionamento. Portanto, diante da dimensão quantitativa apresentada, passemos a algumas questões teórico-metodológicas com relação às radioescolas.

Conforme Soares (2000), os processos relacionados às radioescolas envolvem pensar em princípios de conexão entre comunicação e educação. Para o autor, esses princípios orientam a interface entre os dois campos da seguinte forma:

Não se trata, pois, de educar usando o instrumento da comunicação, mas que a própria comunicação se converta no eixo vertebrador dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação. Dentro desta perspectiva da comunicação educativa como relação e não como objeto, os meios são ressitoados a partir de um projeto pedagógico mais amplo (SOARES, 2000, p. 20).

Nesse sentido, Alves e Machado (2006) nos permitem identificar uma gradação de processos envolvendo três dimensões. Segundo as autoras, inserir recursos da comunicação e da informação no ambiente educativo abre possibilidades para a utilização dos recursos como instrumentos didáticos (tecnologias educativas) ou como objetos de análise, a partir, por exemplo, de atividades de leitura crítica dos meios. Porém, as autoras indicam que o potencial desses processos de inserção se mostra, especialmente, em um terceiro fator: quando propiciam meios de expressão e de produção de práticas culturais.

Para relacionarmos mais especificamente essas formulações teóricas às quatro radioescolas investigadas neste artigo, seguiremos com uma sistematização da análise documental dos projetos político-

-pedagógicos (PPPs) das escolas. Essa análise permitirá aproximar as perspectivas teóricas citadas do objeto investigado nesta pesquisa.

## PROJETOS POLÍTICO-PEDAGÓGICOS: PRESENCAS E AUSÊNCIAS DE PROPOSTAS EM COMUNICAÇÃO EM TRÊS DAS ESCOLAS

Durante a pesquisa de campo, tivemos acesso a cópias dos PPPs de duas das escolas. Uma terceira escola, apesar de não permitir a fotocópia de seu projeto político -pedagógico, autorizou a cópia manuscrita de trechos do documento. Em uma quarta escola, não obtivemos acesso ao PPP em tempo hábil para a redação da pesquisa, pois o documento estava emprestado a um dos professores da escola. Portanto, com base em três projetos, procederemos a nossa análise.

O primeiro projeto político-pedagógico analisado foi elaborado em 2004. Sistematizamos no quadro a seguir alguns pontos do que consideramos relevante durante a análise do documento.

**Quadro 1 – Sistematização projeto político-pedagógico da escola “A”**

Objetivos	Ações
“Oportunizar a cada educando tornar-se criativo, responsável, comunitário e crítico”;	“[A escola] desenvolve atividades alternativas com fundamental importância para o desenvolvimento sócio-educativo dos nossos alunos e a comunidade em geral [...]”;
“Possibilitar a todos, em especial aos educandos, serem agentes do seu processo de desenvolvimento, com grande importância à formação para cidadania e construção da solidariedade”;	“Projeto Escola Aberta”, que promove oficinas de caratê, capoeira, xadrez, informática, balet, grafite, break, rap, percussão, jazz, desenho e pintura, artes, teatro, além de oficinas sugeridas pela comunidade;
“[Promover] o resgate da auto-estima”;	“Programa Segundo Tempo”, que desenvolve atividades recreativas e esportivas;
“[Promover] o respeito mútuo[...]”.	“Mais Educação”, com atividades que envolvem matemática, letramento, meio ambiente (horta escolar), recreação e lazer

Fonte: Projeto político-pedagógico da escola “A”, 2004.

Vemos que o documento aborda a questão da comunicação na escola a partir de atividades consideradas alternativas, que se desenvolvem fora do horário das aulas. Nesse sentido, a comunicação se manifesta por meio da música, da dança (break, rap), das artes e do teatro. O documento não faz referência à rádio-escola. Além disso, apesar de a rádio escolar ser uma opção do “Mais Educação”, a referida escola optou por outras atividades e materiais, por já contar com uma rádio-escola (montada a partir do “Segura Essa Onda”, na parceria entre ONG Catavento e Oi Futuro).

Entre os desafios apontados pela escola estão altas taxas de reprovação, especialmente em português e matemática, além da violência na hora do recreio. Em decorrência, a escola estabelece como planos de ação “mais firmeza diante da problemática da indisciplina dos alunos”; maior atenção aos alunos no horário do recreio, quando “há confusões diárias” e redução em 10% da taxa de reprovação em matemática.

O segundo projeto político-pedagógico analisado também foi formulado em 2004. Em vários pontos, o PPP analisado aborda a questão da comunicação, em especial, como demanda e objetivo a ser alcançado. Portanto, faz-se referência à temática entre as principais necessidades da escola, de modo a serem elencados os seguintes pontos: “mais computadores”; “divulgação dos acontecimentos”; “som nas salas de aula”; “melhorar a comunicação na escola”. Entre as dificuldades são apontadas “turmas numerosas”; “indisciplina por parte de alguns alunos no recreio”; “pais descompromissados (alguns)”; “falta de interesse dos alunos”.

Entre as metas e ações, destacamos pontos relacionados à comunicação. A sistematização segue no quadro:



**Quadro 2 – Sistematização projeto político-pedagógico da escola “B”**

<b>Necessidades</b>	<b>Metas</b>	<b>Ações</b>
“Adquirir recursos materiais para os momentos importantes do cotidiano escolar, bem como aqueles que registrem” estes momentos.	<p>“Que a escola tenha recursos materiais para os momentos de grandes encontros com a comunidade educativa”;</p> <p>“Que se tenha recursos de registro dos momentos vivenciados na escola”.</p>	<p>“Som de maior potência para as festas e ocasiões de grandes encontros da comunidade educativa”;</p> <p>“Aquisição de máquina fotográfica (automática e digital)”.</p>
“Melhorar a comunicação”.	“Que a comunicação seja uma constante na escola, deixando sempre as informações sobre cursos e reuniões à disposição de todos”.	“Exposição dos avisos de cursos, palestras, reuniões e acontecimentos no flanelógrafo”.
“Viabilizar o funcionamento da TV escola”.	“Que a TV escola sirva como um recurso a mais para os professores, como fonte de material didático, enriquecendo a prática educativa”.	<p>“Reposição do aparelho decodificador”;</p> <p>“Gravação da programação da TV Escola”;</p> <p>“Aquisição de um aparelho televisor maior”.</p>
“Utilizar o laboratório de informática como espaço importante à prática educativa”.	“Que o laboratório de informática seja utilizado de forma sistêmica, cumprindo seu objetivo junto ao projeto Telemar de Educação”.	<p>“Realização de cursos de capacitação para professores sobre informática educativa”;</p> <p>“Aquisição de mais computadores para facilitar o acesso de todos os alunos ao recurso”;</p> <p>“Vivência dos projetos Telemar de Educação no cotidiano da escola, envolvendo os professores e alunos”.</p>

Fonte: Projeto político-pedagógico da escola “B”, 2004.

Quando o documento refere-se à necessidade de melhora da comunicação, a dimensão priorizada é a administrativa. Tanto que

a solução indicada envolve apenas o flanelógrafo como forma de fortalecer a comunicação interna entre direção e professores.

A comunicação é pensada mais diretamente em relação à educação a partir da TV escola. No entanto, a dimensão evidenciada no documento é instrumental.

Acreditamos que, em função de o documento ter sido elaborado em 2004, questões relacionadas à radioescola não tenham sido inseridas. No entanto, percebemos que as referências a “som de maior potência para as festas e ocasiões de grandes encontros da comunidade educativa” e a “sons nas salas de aula” apontam um processo de gestação de rádio na escola por parte do seu corpo diretor. Destacamos também a referência a projeto desenvolvido com a Telemar, atual Oi, fator que contribuiu para a participação da escola no projeto “Segura Essa Onda”.

O terceiro projeto político-pedagógico analisado é o que deixa mais evidente os planejamentos e propostas pedagógicas da escola com relação tanto à comunicação de uma forma geral como à radioescola. Mais atualizado que os demais PPPs estudados, este foi elaborado em março de 2009.

A relação entre comunicação e educação é apontada como relevante até mesmo para a fundação da escola. Conforme o documento analisado, “um dos fatos de grande relevância na sua fundação foi ter sido contemplada com ensino pela TVC (tele-ensino) que naquela época era a novidade da educação no Ceará”.

Os projetos atualmente desenvolvidos nessa escola envolvem a internet, os jornais escolares e o rádio. Segundo o PPP, “há uma boa parceria com os órgãos governamentais e não-governamentais”. Portanto, são apontados os seguintes projetos, apoiados tanto pelo Estado como por ONGs:

- Rede Interativa Virtual de Educação (Rived) – Tem por objetivo “desenvolver o raciocínio lógico e o pensamento crítico através de objetos de aprendizagem”. Esses objetos de aprendizagem são constituídos por atividades multimídias;

- Projeto “Identidade Cultural” – Traz como objetivo “criar condições para que o aluno se aproprie da cidade e do bairro onde vive”, a partir de “exibição de vídeos, pesquisa na Internet e com pessoas do bairro, aula de campo”;

- “Trama” – Tem como objetivo “introduzir jovens no universo de produção de arte contemporânea”;

- “Peteca (Programa de Educação para o Combate à Exploração do Trabalho da Criança e do Adolescente)” – Objetiva “formar profissionais, estudantes e sua família sobre o tema erradicação do trabalho infantil”;

- Projeto “Fala Escola” – Tem como objetivo “estimular a leitura e a escrita” a partir da “produção de textos para serem publicados no jornal da escola”.

Ainda com relação aos projetos atuantes na escola, destacamos o “Programa Mais Educação”, organizado a partir de tabelas com escalas de horários e monitores de segunda a sexta em turnos da manhã e tarde. Conforme o PPP, esse programa tem como principal objetivo ampliar o tempo e o espaço do aluno na escola, além de melhorar a relação entre escola e comunidade. As atividades desenvolvidas envolvem letramento, teatro, matemática, xadrez, handball. Destacamos esse programa, uma vez que, além dessas atividades, a ação oferecida como rádio escolar pelo “Mais Educação” também foi uma opção da escola. Nesta, ao contrário da primeira escola citada, houve o entendimento de que a opção rádio escolar seria uma forma de reforçar e apoiar a estrutura de radioescola anteriormente montada durante o “Segura Essa Onda”.

Em visitas para observação do cotidiano escolar, percebemos que a escolha de fato possibilitou um apoio à estrutura ante-

riormente montada tanto com relação à infra-estrutura (equipamentos), como em relação à formação de outros estudantes, que puderam apoiar os integrantes da radioescola anteriormente formados pelo “Segura” ou substituir aqueles que estavam de saída da escola.

Com relação especificamente ao projeto “Rádio Escola”, fruto da parceria entre ONG Catavento e Oi Futuro, observamos dados relevantes presentes no PPP. O principal objetivo do projeto é “proporcionar atividades que favoreçam a transdisciplinaridade, nas quais os alunos sejam protagonistas das ações, estimulando a criatividade e autoestima”. Em busca de tal objetivo, orienta-se que as ações proporcionem a “divulgação da cultura, projetos e notícias, através de programa de rádio exibido na hora do recreio”. Como resultado das ações na radioescola, espera-se maior envolvimento entre professores, estudantes e funcionários, além da diminuição da violência durante o recreio.

Além de especificar os objetivos de cada projeto atuante na escola, o PPP possibilita identificar tanto aspectos positivos como dificuldades enfrentadas na instituição de forma mais geral. Sistematizamos os pontos elencados no quadro a seguir.

**Quadro 3 – Sistematização do projeto político-pedagógico da escola “C”**

<b>Aspectos positivos</b>	<b>Dificuldades enfrentadas</b>	<b>Algumas metas</b>
<p>“Efetividade do processo ensino-aprendizagem”;</p> <p>“Gestão participativa e democrática”;</p> <p>“Credibilidade junto à comunidade e órgãos competentes”;</p>	<p>“Ausência de um acompanhamento efetivo dos pais nas atividades escolares”;</p> <p>“Alto índice de abandono”;</p> <p>“Surgimento de novas disciplinas críticas, aumentando o índice de reprovação”;</p>	<p>“Conselho escolar atuante que consiga integrar escola e família”;</p> <p>“Transformar a escola em um ambiente prazeroso para os alunos”;</p>

<p>“Educadores qualificados preocupados com o desempenho do aluno”;</p>	<p>“Falta de maior perspectiva de qualidade de vida dos alunos, o que os torna muitas vezes apáticos aos contextos escolares ou violentos”;</p>	<p>“Diagnosticar o nível de aprendizagem das matérias críticas”.</p>
<p>“[...] oferece à comunidade escolar um bom espaço físico [...] possui um laboratório de informática para complementar os estudos realizados em sala de aula, biblioteca e rádio-escola, além de uma quadra poliesportiva [...]”.</p>	<p>“Dificuldade de ‘adaptação’ dos alunos novatos às normas disciplinares”;</p>	
	<p>“[...] falhas na divulgação das informações internas, muitas delas decorrentes do intenso ativismo escolar”.</p>	

Fonte: Projeto político-pedagógico da escola “B”, 2004.

Diante da análise dos três PPPs, observamos a ausência de referências às radioescolas, apesar das atividades ocorrerem, o que remete ao não acompanhamento do registro por escrito em planos e projetos da escola em relação às práticas desenvolvidas. Porém, na escola que mais detalhadamente abordou em seu projeto político-pedagógico os objetivos da radioescola, a preocupação prioritária é a diminuição da violência entre os estudantes, a aproximação entre estes e os professores e elevação da autoestima dos discentes.

Mas a questão central desta pesquisa busca compreender como, diante desses objetivos institucionais determinados, os estudantes vivem experiências e práticas relacionadas aos processos de produção e circulação de conteúdos, bem como à gestão da radioescola?

Para iniciarmos essa discussão, seguiremos com Certeau (2009), que nos oferece um olhar sobre as práticas cotidianas. Em seguida, sistematizaremos as formas como os próprios jovens concebem a radioescola.

## **PALAVRAS: SOLUÇÕES DE HISTÓRIAS MUDAS**

Ao usar essa expressão, que tomamos para dar nome a este tópico, Certeau imagina a figura de um leitor desenvolvendo uma produção silenciosa, caracterizada pela reapropriação do texto do outro. “Astúcia, metáfora, combinatória, esta produção é igualmente uma ‘invenção’ de memória. Faz das palavras as soluções de histórias mudas” (CERTEAU, 2009, p. 48).

Para Certeau, em um ato como o da leitura, por exemplo, as figuras autor/leitor mesclam-se todo o tempo. Tais leituras, longe da passividade, envolvem um intenso processo de produção.

Tocados e inspirados pela ideia de palavras como soluções de histórias mudas, buscamos perceber em que medida podemos pensar essa expressão do autor em relação ao cotidiano dos jovens nas radioescolas. Observamos que, se em momentos em que assistimos a televisão ou escutamos o rádio, imbricam-se processos de silêncio, mas também de atividade, o que podemos dizer de experiências em que os sujeitos dizem sua palavra de forma amplificada pelo rádio? Portanto, o pensamento de Certeau nos permite perceber que a interação com a palavra do outro possibilita processos de intensa atividade, mesmo no silêncio. Mas interpretamos a ideia do autor para além de tal aspecto, pois entendemos que aprender a expressar a nossa palavra é uma forma de amplificar o som de nossa história, compartilhando-a entre nós e os outros. Afinal, o que seria mesmo esse texto se não esse exercício?

Diante dessas questões, em que medida a radioescola potencializa a vontade dos jovens sujeitos de dizer sua própria palavra, conferindo-lhes poder de expressão? Para tratar de assuntos como esse, bem como investigar que experiências e práticas foram vividas no cotidiano da radioescola, optamos pela realização de rodas de conversa exclusivamente com os jovens estudantes.

Por conta da importância das práticas cotidianas na perspectiva de Certeau, é que ao autor é atribuído o desenvolvimento de uma teoria das práticas. Essa proposta teórica fundamenta-se em um deslocamento de enfoque do “consumo supostamente passivo dos produtos recebidos para a criação anônima, nascida da prática do desvio no uso desses produtos” (GIARD, 2009, p. 12). O consumo passa a ser concebido como forma de fazer, forma de praticar.

Diante dessa perspectiva teórica com enfoque nas práticas, um dos fatores que as rodas de conversa nos possibilitou investigar foi a compreensão do que é uma radioescola na concepção dos jovens sujeitos desta pesquisa. A questão proposta indagava: Se vocês fossem autores de um dicionário, o que escreveriam sobre a palavra radioescola? A intenção era perceber que palavras os estudantes associavam à rádio.

Lia, uma das estudantes, que atualmente cursa o ensino técnico, diferenciou a rádio como potencial expressivo de um meio de comunicação. Percebemos na fala da estudante o uso da expressão “meio de comunicação” com toda uma carga pejorativa e o desenvolvimento de uma crítica ao caráter instrumental da comunicação. Para ela, a radioescola investigada nesta pesquisa é reconhecida como uma rádio de fato, ou seja, proporciona aos estudantes espaços de educação, que formam sua subjetividade, e de expressão. Lia diz: “Aqui nessa escola é mesmo uma rádio. Onde estudo agora... Aquilo ali não é uma rádio, é só um meio de comunicação. Só serve para passar propagandas do Diretório Central dos Estudantes. Não tem espaço para a formação, a nossa expressão e falar de temas transversais”.

Portanto, mesmo que eventualmente a rádio veicule assuntos que dizem respeito aos estudantes por abordar questões que partem do Diretório Central dos Estudantes, a ausência de fala e escuta dos demais faz com que a rádio não seja legitimada.

Em outra roda de conversa, a radioescola também foi definida como potencial expressivo. No entanto, a rádio investigada não era reconhecida como espaço onde esse potencial poderia ser efetivado. Esse potencial só se efetivou na experiência de produção do Antenados, mediada pela ONG Catavento e pelos estudantes. Em tal experiência o corpo docente da escola pouco interferiu. Além disso, ao mudarem de escola, os estudantes percebem-se mais reconhecidos pelo olhar dos outros por conta da vivência anterior na radioescola, algo que não reconheciam na instituição de ensino onde viveram a formação do “Segura Essa Onda”. O diálogo entre Ana Luísa e Gabriel destaca essas questões:

– Rádio na escola é comunicação na escola. [...] É uma forma de expressar opinião, porque aqui [na escola onde está instalada a rádio] a gente não podia expressar aquilo que a gente pensava, a gente só veio poder quando entrou no Antenados. Lá na escola [onde estudam atualmente] já é diferente, eles não têm programação, é só música.

– Pois é... Mas lá no outro colégio eles valorizam mais a gente que o próprio colégio aqui. “Poxa, vocês são da rádio”! Eles pedem para a gente ajudar.

Já, para Lorena, a radioescola é concebida no âmbito da complexidade das atividades de produção e da persistência no desenvolvimento dos conteúdos. Esses elementos apontam o comprometimento com que a estudante se envolvia nas atividades, ao descrever a rádio da seguinte forma:

Superar desafios. Tem coisa assim que a gente pensava, por exemplo, vamos fazer uma entrevista ou um radioteatro... Para a gente era um bicho de sete cabeças. Quando era no dia... Mostrar assim que a gente conseguiu fazer isso... Era tão bom quando a gente chegava no dia e tava tudo prontinho, tudo feitinho, era muito bom.

Em outra roda, a radioescola foi definida como atividade com potencial de extrapolar o espaço da escola em direção às comunidades, bem como em uma dimensão que destaca o trabalho coletivo. Também foi concebida em relação ao conhecimento, devido ao



processo de pesquisa demandado pelas produções. Dessa forma, para Pedro e Miguel, a potencialidade da radioescola está em favorecer a circulação de informações e saberes relacionados principalmente a dois espaços sociais, a comunidade e a escola. A dimensão local, portanto, é destacada. Além disso, para os dois estudantes a rádio os coloca em uma condição de colaboradores nos âmbitos da escola, das famílias e da comunidade. A perspectiva da participação pode ser destacada nos discursos dos jovens. Assim, de acordo com Pedro e Miguel, quando se fala em radioescola:

- O que vem na minha cabeça é um grupo de pessoas unidas, que fazem programa de rádio aqui na escola ajudando tanto na comunidade quanto nas informações da escola que vão ser divulgadas ao público daqui, por exemplo, aos alunos.
- Informação. Porque você conhece, você vai pesquisar. O que vale é o conhecimento, aí você pode ajudar na comunidade, na escola, na sua casa.

Em uma das rodas de conversa, percebemos uma abordagem com ênfase pedagógica, assumida pela estudante Mariana, que apenas considera a dimensão do ensinar para quem a escuta. Ela diz que radioescola é “educar de uma forma diferente, educar fora da sala de aula [...] Na rádio, a gente se torna professor, a gente ensina para os nossos ouvintes, para os nossos colegas de um modo diferente”.

Porém, na mesma roda, outras concepções sobre a rádio são colocadas, de modo a considerar também a expressividade e um processo de mão dupla que envolve aprender e ensinar. Além disso, um sentimento de felicidade em estar na rádio é colocado pela primeira vez nos relatos. A partir deles, podemos perceber a radioescola como prática que potencializa a experiência no sentido conceituado por Bondía (2002), algo que nos passa, algo que nos toca. É o que podemos acompanhar no seguinte diálogo entre Rafael e Joaquina:

- [A rádio proporcionou] a maneira de eu me expressar mais. Antes eu era todo reprimido, não me expressava.
- Você se expressava brigando, xingando todo mundo, não respei-

tava ninguém.

– Pois é... Agora eu me expresso melhor. Para mim diminuiu o estresse, porque eu já acordava estressado. [...] Eu não tenho paciência para nada, eu tenho raiva de tudo. Depois que eu entrei na rádio... a rádio me acalmou mais. [...] Para mim a rádio é se expressar, aprender e ensinar também, né? Na rádio, eu fico mais feliz, eu fico à vontade. Eu não fico com raiva quando estou na rádio, eu me sinto à vontade.

Diante dos relatos dos estudantes, analisamos que tanto professores de escolas como militantes de movimentos ligados à juventude enfrentam um grande desafio: não ignorar a fala desses sujeitos, uma vez que facilmente ONGs, educadores e militantes assumem um papel de delegados ou de mandatários. O desafio é de desnaturalizar a vinculação entre menoridade e impossibilidade de falar (SODRÉ, 2005).

Apesar desse desafio colocado, acreditamos que a observação das práticas radiofônicas descritas, a escuta e análise das percepções dos jovens estudantes sobre os processos vividos, juntamente com a elaboração teórica potencializada pelo trabalho científico nos permitem olhar em direção a possibilidades amplamente favoráveis à participação e expressão na interface entre comunicação e educação.

## NOTAS

<sup>1</sup> Este artigo é resultado de pesquisa para elaboração de dissertação de mestrado, desenvolvida no âmbito do PPG em Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará por Tarciana de Queiroz Mendes Campos sob orientação do professor doutor Alexandre Barbalho. A esse respeito ver CAMPOS, 2011.

<sup>2</sup> Formada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Em 2005, trabalha como coordenadora de projetos da ONG Catavento. Em 2011, conclui o mestrado em Comunicação Social pela UFC e passa a trabalhar na Prefeitura Municipal de Fortaleza, na assessoria do Orçamento Participativo. Em 2012, ingressa, através do concurso público da Assembleia Legislativa do Ceará, na Rádio FM Assembleia.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, P. H.; MACHADO, E. S. EducomRádio.Centro-Oeste, uma política pública, rumo à autonomia. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 29., 2006, Distrito Federal. **Anais...** Distrito Federal: Intercom, 2006. p. 1-11.
- ANDRELO, R.; KERBAUY, M. T. Gênero educativo no rádio: parâmetros para a elaboração de programas voltados à educação. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 32, n. 2, p. 147-164, jul./dez. 2009.
- BONDÍA, J. L. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Revista Brasileira de Educação**. São Paulo, n. 19, p. 20-28, jan./abr. 2002.
- CAMPOS, Tarciana. **Entre letras e músicas: experiências juvenis em radio-escolas de Fortaleza**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.
- CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- COGO, D. M. **No ar...** uma rádio comunitária. São Paulo: Paulinas, 1998.
- FERRARETTO, L. A. Roquette-Pinto e o ensino pelo rádio. In: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**, v. 2. Florianópolis: Insular, 2008. p. 27-35.
- GIARD, L. História de uma pesquisa. In: CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación**. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.
- MARTIN-BARBERO, J. **La educación desde la comunicación**. Buenos Aires: Norma, 2002.
- NUNES, M. V. Rádios comunitárias: Exercício da cidadania na estruturação dos movimentos sociais. In: PAIVA, R. (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 95-118.
- OLIVEIRA, C. T. F. de et al. Comunicação, educação e cultura na escola. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 2005. p. 1-15.
- PERUZZO, C. M. K. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, R. (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 69-94
- PIMENTEL, F. P. **O rádio educativo no Brasil: uma visão histórica**. Rio de Janeiro: Soarmec, 1999.
- SOARES, I. **Educomunicação: um campo de mediações**. Comunicação &

Educação, São Paulo, v. 7, n. 19, p. 12-24, set./dez. 2000.

SODRÉ, M. Por um conceito de minoria. In: BARBALHO, A.; PAIVA, R. (Org.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM  
Departamento de Ciências da Comunicação

## **FACOS-UFSM**

<b>Reitor</b>	Felipe Martins Müller
<b>Vice-reitor</b>	Dalvan José Reinert
<b>Diretor do Centro de Ciências Sociais e Humanas</b>	Rogério Ferrer Koff
<b>Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação</b>	Flavi Ferreira Lisboa Filho
<b>Diretora Editora</b>	Ada Cristina Machado da Silveira
<b>Editora Executiva</b>	Marília de Araujo Barcellos

### **CONSELHO EDITORIAL**

Ada Cristina Machado da Silveira (UFSM)  
Eugênia Maria Mariano da Rocha Barichello (UFSM)  
Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)  
Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)  
Sonia Rosa Tedeschi (UNL)  
Susana Bleil de Souza (UFRGS)  
Valentina Ayrolo (UNMDP)  
Veneza Mayora Ronsini (UFSM)  
Paulo César Castro (ECO/UFRJ)  
Monica Maronna (UDELAR)  
Marina Poggi (UnQ)  
Gisela Cramer (UNAL)  
Eduardo Andrés Vizer (UNILA)

### **CONSELHO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO**

Claudia Regina Ziliotto Bomfá  
Liliane Dutra Brignol  
Marília de Araujo Barcellos  
Rosane Rosa  
Sandra Rúbia da Silva



<b>Título</b>	Rádios: Sociedade, fronteiras e educação
<b>Capa</b>	Maria Cândida Noal Cassol Uryel Marconatto Marques Andiesca Bernardini Bello Taiza Machado Bartmann
<b>Coordenação editorial</b>	Flavi Ferreira Lisbôa Filho
<b>Projeto Gráfico</b>	Editora Facos
<b>Diagramação</b>	Ronei Bueno da Cruz
<b>Tradução</b>	<i>Meios, Fronteira, Comunicação e Multiculturalidade: a rádio e a TV em Misiones</i> Darciele de Paula Marques
<b>Revisão de tradução</b>	Ada Cristina Machado da Silveira Flavi Ferreira Lisbôa Filho
<b>Revisão de texto</b>	Ana Luiza Coiro Moraes

A obra foi impressa na Imprensa Universitária  
Santa Maria - RS  
Fontes: Century Gothic / Palatino Linotype  
Formato: 14x21  
Papel Capa: *Offset* 250g  
Papel Miolo: Pólen 90g