

**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

Dalvan Batista da Luz

**O PROGRAMA *CIDADE ATIVA* DA RÁDIO COMUNITÁRIA ATIVA FM 87,9 DE  
NOVA PRATA À LUZ DOS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

Santa Cruz do Sul

2019

Dalvan Batista da Luz

**O PROGRAMA *CIDADE ATIVA* DA RÁDIO COMUNITÁRIA ATIVA FM 87,9 DE NOVA PRATA À LUZ DOS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Patrícia Regina Schuster

Santa Cruz do Sul

2019

Dalvan Batista da Luz

**O PROGRAMA *CIDADE ATIVA* DA RÁDIO COMUNITÁRIA ATIVA FM 87,9 DE NOVA PRATA À LUZ DOS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Patrícia Regina Schuster

---

Dr<sup>a</sup> Patrícia Regina Schuster  
Professora Orientadora – UNISC

---

Dr<sup>o</sup> Diego Weigelt  
Professor Examinador – UNISC

---

Dr<sup>a</sup> Grazielle Betina Brandt  
Professora Examinadora – UNISC

Santa Cruz do Sul

2019

## AGRADECIMENTOS

Com o decorrer do tempo, a vida me ensinou que nem sempre é fácil fazer boas escolhas. As tentações são muitas. Errei. Errei outra vez. E assim, de erro em erro, vou vivendo o hoje intensamente. Ficar amedrontado diante das adversidades da vida, por medo de decepções e frustrações, nunca foi o meu forte.

Sempre acreditei que mais vale tentar do que nunca saber se teria dado certo. A prova disso tudo foi o dia em que decidi largar a faculdade de Engenharia de Produção e ingressar no curso de Jornalismo. Na verdade, desde pequeno, nunca tive dúvidas da carreira profissional que queria seguir quando crescesse.

Me lembro, como se fosse hoje, das brincadeiras minhas de ser repórter e apresentador de telejornal. Recordo também das vezes, ainda na pré-adolescência, em que meu avô paterno comprava jornais para eu ler, porque achava que o neto mais velho – isso mesmo, sou o neto mais velho por parte de pai - seria jornalista.

Agradeço, primeiramente, a Deus, pela sua infinita bondade e misericórdia para comigo. Sem ti, ó Senhor de Israel, eu nada seria. Sem ti eu não existiria. Em ti deposito todos os dias a minha confiança. Minha alma se regozija em teu santo nome. Perdoa os meus erros e as minhas transgressões. Leva-me às águas tranquilas e refrigera a minha alma.

Sou eternamente grato aos meus pais, Vilmar da Silva da Luz e Neuza Batista da Luz. Vocês são peças fundamentais na minha vida. O que vocês fazem por mim não há dinheiro no mundo que pague. Mãe, me desculpe, eu sei que fiz a senhora chorar no dia em que me mudei de Nova Prata para Santa Cruz do Sul. Duzentos quilômetros nos separaria por vários anos. Não nos veríamos mais diariamente. As visitas seriam mensais.

Sou imensamente grato aos meus amados irmãos, Mirian, Sara e Josué. Eu amo vocês incondicionalmente. Vocês fazem parte da minha infância. Passamos os melhores momentos da nossa vida juntos. Hoje, apesar da distância, eu torço diariamente pelo sucesso de vocês.

Agradeço, também, todos os dias a Deus pela vida da minha sobrinha, Valentina, que nasceu durante o meu percurso acadêmico. Aos meus amigos Kamila Xavier, Pedro Prestes, Wagner Moura, Luis Antônio, Marcy Frattini, Caroline Moreira, Martina Ferreira, Ângela Mann e Janaina Teichmann pelo acolhimento de sempre. Vocês moram no meu coração. À querida orientadora, Patrícia Regina Schuster.

## RESUMO

Esta pesquisa monográfica propõe a análise de conteúdo do programa *Cidade Ativa* da rádio comunitária Ativa FM 87,9, do município de Nova Prata, na Serra Gaúcha, à luz dos princípios da comunicação comunitária – princípios estes listados por Peruzzo (2007). Além disso, este estudo aprimora os conceitos de comunidade, comunicação comunitária, participação popular e rádios comunitárias; relata o histórico da rádio Ativa e o contexto social em qual ela está inserida, constata se a emissora está funcionando dentro da lei da radiodifusão comunitária e verifica se a participação popular ativa, horizontal e democrática – tida como um dos pilares da comunicação comunitária - está contemplada no programa *Cidade Ativa*, e como está. Nesta pesquisa, de cunho qualitativo, aplicou-se como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, a análise de conteúdo de quatro edições do *Cidade Ativa* e entrevistas semiabertas com Roberto Natal Marangoni e Fidelis Pedro Pretto, ambos apresentadores do programa, e também com Clecio Tochetto, vice-presidente da associação comunitária responsável pela rádio. Desta forma, fez-se a aproximação da abordagem teórica com o objeto empírico deste estudo. Constatou-se que, apesar de ser um programa comunitário, ele não contemplou essencialmente os princípios da comunicação comunitária, reverberando a estética de comunicação praticada por meios de comunicação comerciais, com pouca pluralidade de vozes.

**Palavras-chave:** Comunidade. Comunicação comunitária. Participação popular. Rádios comunitárias. Programa *Cidade Ativa*.

## ABSTRACT

This monographic research proposes the analysis of the content of the Active City program of community radio Ativa FM 87.9, in the municipality of Nova Prata, in the Serra Gaúcha, in the light of the principles of community communication - principles listed by Peruzzo (2007). In addition, this study improves the concepts of community, community communication, popular participation and community radios; and the social context in which it operates, ascertains whether the broadcaster is functioning within the law of community broadcasting, and verifies whether active, horizontal and democratic popular participation - one of the pillars of community contemplated in the program Active City, and as it is. In this qualitative research, the bibliographical research, content analysis of four editions of *Cidade Ativa* and semi-open interviews with Roberto Natal Marangoni and Fidelis Pedro Pretto, both presenters of the program, were also used as methodological procedures, as well as with Clecio Tochetto, vice-president of the community radio association. In this way, the theoretical approach was approached with the empirical object of this study. It was found that, although it is a Community program, it did not essentially contemplate the principles of communitarian communication, reverberating the aesthetics of communication practiced by commercial means of communication, with little plurality of voices.

**Keywords:** Community. Community communication. Popular participation. Community rádios. Program *Cidade Ativa*.

1. Esperei com paciência no Senhor, e ele se inclinou para mim, e ouviu o meu clamor.
  
2. Tirou-me dum lago horrível, dum charco de lodo, pois os meus pés sobre uma rocha, firmou os meus passos.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 – Fachada da rádio.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 2 – Os apresentadores da Ativa FM: Tochetto, Preto e Marangoni.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 3 – Atual mapa de Nova Prata.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 4 – Vista parcial do Hotel Coroados.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 5 – Imigrantes italianos retratados em pedra basáltica na praça central de Nova Prata.....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 6 – Momento da entrevista com os dois policiais rodoviários aposentados.....</b>	<b>75</b>
<b>Figura 7 – Momento da entrevista com o vereador nova-pratense Reinelli.....</b>	<b>80</b>
<b>Figura 8 – Momento do quadro Passando a Limpo.....</b>	<b>84</b>
<b>Figura 9 – Momento da entrevista com a enfermeira Luz.....</b>	<b>86</b>
<b>Figura 10 – Marangoni e Trotinho no Passando a Limpo.....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 11 – Momento da entrevista, por telefone, com a atriz Volpato.....</b>	<b>92</b>



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1 – Primeira edição do <i>Cidade Ativa</i>.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabela 2 – Segunda edição do <i>Cidade Ativa</i>.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabela 3 – Terceira edição do <i>Cidade Ativa</i>.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabela 4 – Quarta edição do <i>Cidade Ativa</i>.....</b>	<b>87</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 COMUNIDADE E COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Formação de uma comunidade: conceitos e definições.....	15
2.2 Uma breve reflexão sobre a comunicação dos meios massivos.....	22
2.3 Comunicação comunitária: surgimento e características.....	25
2.3.1 Contexto social.....	25
2.3.2 Princípios da comunicação comunitária.....	29
<b>3 PARTICIPAÇÃO POPULAR E RÁDIOS COMUNITÁRIAS.....</b>	<b>33</b>
3.1 Participação popular: do que estamos falando?.....	33
3.1.1 Por que participar?.....	37
3.1.2 Direito à comunicação e à informação.....	40
3.1.3 Níveis de participação popular nos meios comunitários.....	42
3.2 Rádios comunitárias: surgimento e características.....	43
3.2.1 O que diz a Lei Nº 9.612?.....	45
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>50</b>
4.1 Pesquisa bibliográfica.....	51
4.2 Análise de conteúdo.....	52
4.3 Entrevista semiaberta.....	55
4.4 No ar a rádio comunitária Ativa FM 87,9.....	57
4.5 Contexto social: local onde a rádio está inserida.....	63
4.5.1 Os imigrantes.....	65
4.6 Do objeto em análise: o programa <i>Cidade Ativa</i> .....	66
<b>5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>70</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>94</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>97</b>
<b>ANEXO A – SITE OFICIAL DA RÁDIO.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXO B – PÁGINA OFICIAL DA RÁDIO NO <i>FACEBOOK</i>.....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXO C – COZINHA.....</b>	<b>103</b>
<b>ANEXO D – ESTÚDIO.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO E - ENTRADA DA RECEPÇÃO.....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO F – ESCRIVANINHA DA RECEPÇÃO.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO G – VISTA PARCIAL DOS DOIS CÔMODOS QUE COMPÕEM O ESPAÇO TOTAL DA RÁDIO.....</b>	<b>107</b>
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DA ENTREVISTA COM CLECIO TOCHETTO.....</b>	<b>108</b>
<b>APÊNDICE B – ROTEIRO DA ENTREVISTA COM ROBERTO NATAL MARANGONI.....</b>	<b>109</b>
<b>APÊNDICE C – ROTEIRO DA ENTREVISTA COM FIDELIS PEDRO PRETTO...110</b>	
<b>APÊNDICE D – <i>LINKS</i> DAS ENTREVISTAS.....</b>	<b>111</b>
<b>APÊNDICE E – <i>LINKS</i> PARA CONSULTA, NO <i>FACEBOOK</i>, DAS QUATRO EDIÇÕES ANALISADAS DO PROGRAMA <i>CIDADE ATIVA</i>.....</b>	<b>112</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história, a comunicação tem sido um elemento fundamental para o desenvolvimento no âmbito social e econômico das sociedades. Os homens das cavernas se comunicavam através de gesticulações, sons, expressões e grunhidos. Com o passar dos tempos, a linguagem evoluiu. A arte rupestre, por exemplo, é um resultado desse progresso. Através do desenvolvimento dos códigos, símbolos, sinais, o homem conseguiu se comunicar para além do seu círculo social. Com isso, as relações humanas acabaram também se modificando.

A comunicação é inerente ao ser humano. A todo momento, pessoas do mundo inteiro trocam mensagens entre si. As velhas e novas tecnologias da informação<sup>1</sup> acabaram aproximando as populações de diferentes realidades sociais e econômicas. A globalização<sup>2</sup> já é uma realidade. Porém, num mundo cada vez mais integrado, a padronização e homogeneização cultural afeta diretamente as classes sociais mais pobres e marginalizadas das sociedades capitalistas. Nesse jogo de poder, as nações mais industrializadas acabam ditando as regras do mercado.

A Revolução Industrial, no século XVIII, foi um divisor de águas na história. Dentre tantas invenções, ela impulsionou rapidamente o surgimento de novas tecnologias que revolucionaram o modo das pessoas interagirem umas com as outras. A partir desses acontecimentos, a comunicação começou a ser mediada por aparatos técnicos. Com isso, a distância que outrora separava os indivíduos no espaço e no tempo, hoje, cada vez mais, por intermédio dos meios de comunicação, como o rádio e a televisão, tem aproximado as pessoas de diferentes realidades geográficas e socioeconômicas.

Nesse contexto de revoluções tecnológicas, o rádio surge como um meio de comunicação capaz de arrebatrar milhares de ouvintes no mundo inteiro. Com uma

---

<sup>1</sup> “Através da internet, novos sistemas de comunicação e informação foram criados, formando uma verdadeira rede. Criações como o e-mail, o chat, os fóruns, a agenda de grupo online, comunidades virtuais, web cam, entre outros, revolucionaram os relacionamentos humanos” (Thais Pacievitch, sem data). Disponível em: < <https://www.infoescola.com/informatica/tecnologia-da-informacao-e-comunicacao>>. Acesso em: 01 de mar. 2019.

<sup>2</sup> “A globalização é um fenômeno do modelo econômico capitalista, o qual consiste na mundialização do espaço geográfico por meio da interligação econômica, política, social e cultural em âmbito planetário” (Publicado por: Wagner de Cerqueira e Francisco em Geografia Econômica, sem data). Disponível em: < <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/o-que-globalizacao.htm>>. Acesso em: 01 de mar. 2019.

linguagem simples e dinâmica, ele faz parte do cotidiano de muitas pessoas. Além de levar entretenimento e informação de forma instantânea, o rádio é peça fundamental para a inclusão social. Por ter um enorme alcance geográfico, linguagem direta e coloquial e ser de baixo custo, quando comparado a outros meios de comunicação, ele acaba alcançando as populações de baixa renda.

Por ser um meio de comunicação acessível e de baixo custo, o rádio tem o poder de atrair grande audiência devido ao seu próprio formato. Com uma linguagem simples e informal, ele consegue fazer com que a informação chegue até o público, independente dele ser alfabetizado ou não. Essas características já o designa como uma tecnologia altamente inclusiva. Através dele, populações urbanas e rurais dialogam entre si.

Com a chegada da televisão no Brasil na década de 1950<sup>3</sup>, muitos chegaram a acreditar que o rádio iria morrer, que o rádio estava fadado ao fracasso. Pelo contrário, o rádio não morreu, se reinventou, mas não perdeu a essência de ser o companheiro íntimo de todas as horas. Além disso, as transformações tecnológicas das últimas décadas e o processo de convergência das mídias, graças à internet, atualizou o rádio, tornando-o um meio de comunicação ainda mais dinâmico e interativo com o público.

Contudo, o caráter social das primeiras transmissões radiofônicas começou a ficar pelo caminho com o passar dos anos. Devido ao grande alcance das massas e a falta da democratização das mídias no nosso país, as rádios começaram a operar a partir de um modelo comercial, deixando de lado o viés educativo e comunitário. Porém, para que haja desenvolvimento local e regional, as emissoras de rádio precisam promover, através de seus interlocutores, uma comunicação totalmente voltada para a população local. É com esse propósito que surgem as rádios comunitárias. Sem finalidade de lucro, elas buscam atender às demandas da comunidade à qual pertencem.

---

<sup>3</sup> “A primeira emissora de televisão no Brasil, a TV Tupi, foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 (...) o idealizador da TV brasileira foi Assis Chateaubriand (1892-1968), dono dos Diários Associados, um império de comunicação que incluía dezenas de jornais, revistas e rádios. Ele importou equipamentos e técnicos dos Estados Unidos e instalou duas antenas em São Paulo, uma no prédio do Banespa e outra na sede da empresa, no bairro Sumaré (...) como não havia televisores no país, o empresário contrabandeou 200 aparelhos, que foram dados de presentes a amigos e financiadores. Outros 22 receptores foram colocados em vitrines de 17 lojas do centro de São Paulo, para que as pessoas pudessem assistir da rua” (SALATIEL, José Renato. **60 anos da TV no Brasil - Da improvisação ao vivo à era digital**. Disponível em: < <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/60-anos-da-tv-no-brasil-da-improvisacao-ao-vivo-a-era-digital.htm> >. Acesso em: 2 de mar. 2019.

Pela falta de representatividade das populações subalternas<sup>4</sup> nas mídias tradicionais, as rádios comunitárias buscam desenvolver uma comunicação voltada para atender os anseios da comunidade local. Através de seus programas, os moradores locais são chamados para debater e tentar solucionar os problemas vigentes. Em vez de ser um canal de comunicação vertical, as rádios comunitárias desenvolvem uma comunicação horizontal, em que todos membros da comunidade participam ativamente nas tomadas de decisões.

A comunicação comunitária faz parte do cotidiano das mais variadas populações desse imenso Brasil. De norte a sul do país, movimentos populares se consolidaram a partir da década de 1970, tornando as classes subalternas os atores protagonistas dos meios alternativos de informação. Por não ter a merecida representatividade do povo nos meios de comunicação tradicionais, a comunicação popular passou a inserir os indivíduos “sem voz” no centro dos debates das questões sociais. Através de diálogos não-lineares entre produtores e receptores, a interação vai se redesenhando e modificando o espaço e tempo.

Além disso, a comunicação comunitária tem que trabalhar em prol do desenvolvimento local, empregando as populações locais diretamente na construção da sua identidade e da sua programação. Por ser comunitária, ela tem o dever de promover a educação, a cidadania, a cultura, o direito à informação, o protagonismo do povo, sempre através de um diálogo democrático. Através desses meios alternativos, o povo consegue se manifestar abertamente, sem sofrer algum tipo de censura prévia, pois os meios de comunicação populares funcionam como a “casa do povo”, onde qualquer cidadão, independente das suas crenças particulares, pode conversar abertamente com a comunidade, reivindicando os seus direitos e cobrando os agentes públicos.

Como podemos perceber, o intuito principal de uma rádio comunitária não é o lucro, mas sim o desenvolvimento socioeconômico da população local. Mas, em

---

<sup>4</sup> “A categoria “subalterno” e o conceito de “subalternidade” têm sido utilizados, contemporaneamente, na análise de fenômenos sociopolíticos e culturais, normalmente para descrever as condições de vida de grupos e camadas de classe em situações de exploração ou destituídos dos meios suficientes para uma vida digna. No pensamento gramsciano, contudo, tratar das classes subalternas exige, em síntese, mais do que isso. Trata-se de recuperar os processos de dominação presentes na sociedade, desvendando “as operações político-culturais da hegemonia que escondem, suprimem, cancelam ou marginalizam a história dos subalternos” (BUTTIGIEG, 1999, p. 30 *apud* SIMIONATTO). **Classes subalternas, lutas de classe e hegemonia: uma abordagem gramsciana.** Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/katalysis/article/view/S1414-49802009000100006/10236>>. Acesso em: 2 de mar. 2019.)

vários casos, muitas rádios que se dizem comunitárias, de fato, não são. Algumas são propriedade de políticos e empresários, enquanto outras produzem uma comunicação “chapa branca”, ou seja, por influência de terceiros acabam não denunciando/noticiando os fatos que possam comprometer a índole de certos cidadãos públicos. Sendo assim, acaba se tornando uma rádio corporativa, não representando os reais interesses do povo.

Neste contexto de globalização, as comunidades locais perdem o seu lugar de fala. Por mais que haja velocidade na troca de informações e constantes inovações tecnológicas, as empresas de comunicação, dentro da ótica industrial capitalista, não conseguem dar visibilidade a todos os grupos sociais que integram a sociedade. As relações promíscuas entre empresários e políticos do nosso país aprofundam a crise de identidade cultural e a falta de representatividade da população nos meios de comunicação de massa<sup>5</sup>.

Foi com muita garra e resistência que grupos sociais, no passado, começaram a se organizar e lutar por uma sociedade mais democrática<sup>6</sup>, onde todos pudessem ter voz e participação ativa nas tomadas de decisões políticas. Foram anos de repressão, esquecimento dos menos favorecidos, enaltecimento da elite dominante, perseguição aos que contrariavam o regime ditatorial vigente na década de 1970. Mas não foi somente no nosso país, a América Latina também passou por momentos cruciais.

Em Nova Prata, município pertencente à Serra Gaúcha, a rádio comunitária Ativa FM 87,9 vem se destacando nos últimos anos perante às outras duas emissoras comerciais da cidade. Logo após a sua inauguração, a Ativa FM já começava a conquistar o carinho da comunidade nova-pratense com o seu programa matinal *Cidade Ativa*. A página oficial da rádio na rede social *Facebook*<sup>7</sup> conta com mais de 46 mil curtidas, número superior das outras duas emissoras

---

<sup>5</sup> Sabe-se que há disparidades conceituais entre alguns termos, como o de comunicação massiva, hegemônica, comercial, entre outros; porém, neste trabalho, utilizamos estas nomenclaturas como sinônimos, haja vista que o objetivo é apenas fazer um cotejamento conceitual com a comunicação comunitária.

<sup>6</sup> A História do Brasil é marcada por lutas e revoltas populares, desde o século XVI com a Confederação dos Tamoios (1562), passando pela Insurreição Pernambucana (1645), até a Inconfidência Mineira (1789), a Guerra de Canudos (1896), a Revolução Constitucionalista de 1932 e o Impeachment do ex-presidente Fernando Collor em 1992. Os movimentos sociais no Brasil têm uma história marcada por grandes lutas e embates realizados contra governos autoritários e luta pela liberdade e democracia (MEDEIROS, Alessandro Melo. **Breve história dos movimentos sociais no Brasil**. Disponível em: < <https://www.sabedoriapolitica.com.br/products/breve-historia-dos-movimentos-sociais-no-brasil/>>. Acesso em: 2 de mar. 2019).

<sup>7</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/radioativanovaprata/>>. Acesso em: 2 de mar. 2019.

privadas, o que representa quase o dobro de moradores da cidade. Segundo estimativas de 2018 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população de Nova Prata está na casa dos 26.849 habitantes<sup>8</sup>.

Devido ao pesquisador ter residido no município em que a rádio está inserida e ter percebido uma considerável interação da comunidade nova-pratense com o programa *Cidade Ativa*, e buscando compreender esse fenômeno que é a comunicação comunitária, nasceu a dúvida que virou o problema de pesquisa desta monografia. Será que a rádio está produzindo o seu programa de maior audiência, o *Cidade Ativa*, numa afinação com os princípios da comunicação comunitária?

Portanto, para responder esta questão, a presente pesquisa, de cunho qualitativo, tem como objetivo geral analisar o programa *Cidade Ativa* à luz dos princípios da comunicação comunitária, princípios estes citados pela autora Peruzzo (2007). E os objetivos específicos que norteiam este trabalho são: 1) aprimorar os conceitos de comunidade, comunicação comunitária, participação popular e rádios comunitárias; 2) relatar o histórico da rádio Ativa FM e o contexto onde ela está inserida; 3) constatar se a rádio está funcionando dentro da lei da radiodifusão comunitária; e 4) verificar se a participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos - tida como um dos pilares da comunicação comunitária - está contemplada no programa *Cidade Ativa*, e como está.

No segundo capítulo deste trabalho abordamos o conceito de comunidade e comunicação comunitária através do olhar de alguns autores como Maciver e Page (*apud* FLORESTAN, 1983), Buber (1987), Cogo (1998) e Peruzzo (1998, 2006, 2007, 2008, 2009). No terceiro capítulo tratamos sobre a concepção do que venha a ser a participação popular, o surgimento das rádios comunitárias e suas características por meio do pensamento de pesquisadores como Bordenave (1983), Demo (1999) e Ferreira e Gambarro (2013). Já no quarto capítulo apresentamos as técnicas de pesquisa que foram utilizadas para cumprir todos os objetivos deste trabalho – a pesquisa bibliográfica, a entrevista em profundidade e a análise de conteúdo. O quinto capítulo exhibe os resultados da pesquisa a partir dos dados coletados e interpretados; no sexto capítulo apresentamos a conclusão da pesquisa.

---

<sup>8</sup> Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/nova-prata/panorama>>. Acesso em: 2 de mar. 2019.

## 2 COMUNIDADE E COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Neste capítulo, o pesquisador apresenta conceitos sobre comunidade e comunicação comunitária para embasamento teórico da pesquisa. Além disso, para que possamos compreender os princípios da comunicação comunitária e de como ela surge, devemos, primeiramente, entender o que é comunidade e suas particularidades, porque a comunicação comunitária, como o próprio nome diz, está ligada direto aos interesses da população de uma determinada comunidade, onde os meios de comunicação comunitários estão inseridos.

### 2.1 Formação de uma comunidade: conceitos e definições

Entender o significado de comunidade não é algo tão fácil quanto parece. As transformações sociais e tecnológicas, provocadas pelo capitalismo e a globalização, fazem com que as relações humanas se tornam cada vez mais complexas. Logo que pensamos em comunidade, descrevemos o fenômeno como um agrupamento de pessoas que compartilham o mesmo espaço geográfico.

Outras vezes, dizemos que é um conjunto de pessoas que dividem os mesmos interesses e ideais. São várias as definições que partem do senso comum sobre a formação de uma comunidade. As vezes ela é entendida em fragmentos, e não como um conjunto de definições de um espaço singular – e complexo - que implica diretamente na formação de um possível entendimento do que seja comunidade.

Porém, uma das dúvidas recorrentes que permeiam as discussões é a diferença entre comunidade e sociedade. Ambas parecem falar da mesma coisa, mas, quando analisadas do ponto de vista científico, elas se diferem. Segundo Wirth (*apud* FLORESTAN, 1973, p. 83):

Comunidade pode entender-se como “uma base territorial, distribuição de homens, instituições e atividades, espaço, uma vida em conjunto fundada no parentesco e interdependência econômica, e uma vida baseada em mútua correspondência de interesses. Sociedade, por outro lado, passou a referir-se mais a relações voluntárias e contratuais entre os homens, as



quais – presume-se -, dada sua distribuição no espaço, se acham menos diretamente afetadas que suas relações orgânicas.

Através destas definições, pode-se entender o significado do que venha a ser uma comunidade em relação a uma sociedade. A partir da percepção de Wirth citada por Florestan (1973), compreende-se que a comunidade seria formada por relações entre a família, os amigos, os vizinhos, e caracterizada pela vida em conjunto, intimidade e laços entre as pessoas. Neste sentido, essas relações seriam duráveis e não dependeriam de elementos externos a elas, enquanto as relações dentro do entendimento de sociedade se dariam de maneiras mais burocráticas.

De acordo com Maciver e Page (*apud* FLORESTAN, 1983, p. 122), podemos aplicar o termo comunidade “a um povoamento de pioneiros, a uma aldeia, uma cidade, uma tribo ou uma nação”. Podemos notar através deste ponto de vista que a comunidade não se resume somente ao local em que residimos. Ainda de acordo com os autores,

O que caracteriza uma comunidade é que a vida de alguém pode ser totalmente vivida dentro dela. Não se pode viver inteiramente dentro de uma empresa comercial ou de uma igreja; pode-se viver inteiramente dentro de uma tribo ou de uma cidade. O critério básico de comunidade, portanto, está em que todas as relações sociais de alguém podem ser encontradas dentro dela. (MACIVER; PAGE *apud* FLORESTAN, 1983, p. 122).

Podemos entender a concepção de comunidade partindo de dois conceitos básicos mencionados por Paiva (1998). Um está ligado à psicologia e o outro à espacialidade. O primeiro seria uma espécie de sentimento romântico e o outro um tipo de sentimento mais ligado à preocupação ecológica. Conforme Paiva (1998, p. 75),

A noção psicológica considera comunidade como sendo a qualidade de relação entre indivíduos, que se caracteriza pela presença de sentimento de solidariedade, identificação, união, altruísmo e integração; para a ecologia, comunidade é simplesmente um conjunto, um grupo, um sistema de indivíduos num lugar determinado, ou seja, a comunidade é o grupo com o seu território. A estas duas noções pode-se somar uma terceira perspectiva, com enfoque sociológico, que tende a avaliar a comunidade como o menor grupo social e o primeiro nível de organização social completo e auto-suficiente (sic).

Partindo desta ideia que a comunidade se constitui, entre outros fatores, da relação afetiva entre os indivíduos que, em tese, ocupam os mesmos espaços

geográficos em um determinado lugar, podemos observar, através do pensamento reflexivo de Paiva (1998), que esses dois entendimentos, o psicológico e o ecológico, “confluem para o grupo humano fundamental, que é a família, o arquétipo donde derivam tanto os agrupamentos de base territorial quanto de requisitos afetivos” (PAIVA, 1998, p. 75).

Sendo assim, as famílias se tornam, no campo da constituição, um elemento fundamental e importante para a formação das comunidades. E para que o grupo familiar funcione em perfeita harmonia somente é possível quando os componentes, que fazem parte deste círculo afetivo, estejam sempre presentes para que, conseqüentemente, possa existir algum tipo de contato físico entre os membros, para que possa vigorar também os sentimentos de amor, de generosidade e solidariedade.

Entretanto, os integrantes desta organização familiar devem prezar o contato e a vizinhança porque, de acordo com Paiva (1998, p. 75-76), eles “são fundamentais para que se exerça a função sexual e educativa, ao passo que o sacrifício e o amor tornam-se básicos para que os membros produtivos repartam o resultado de seu trabalho com os dependentes”. Aqui fica claro a compreensão da importância que é o núcleo familiar, pois através dele é que nasce e se constitui a comunidade e a relação com as pessoas mais próximas, que neste caso seriam os vizinhos, para a manutenção dos vínculos territoriais e do espírito em comum.

Ainda sobre a composição do que seria comunidade, Buber (1987) traz uma reflexão em que ela seria composta pela união de homens em nome de Deus. Na perspectiva do autor, essa

Tal união pode efetivar-se somente quando homens se aproximam uns dos outros e se encontram de modo imediato (...) quanto mais pura a imediaticidade, tanto mais autenticamente pode a comunidade realizar-se. A comunidade pode, a partir da relação entre duas ou algumas pessoas, tornar-se o fundamento da vida em comum de muitas pessoas. (BUBER, 1987, p. 47).

Seguindo o raciocínio de Buber (1987), podemos encontrar no pensamento filosófico do autor uma breve distinção entre comunidade e sociedade, que nos ajuda a compreender o *modus operandi* que as diferencia. A reflexão promovida pelo autor se torna uma espécie de crítica do que seria a constitucionalidade das

comunidades modernas. Ele parte do pressuposto que a moderna cultura ocidental percorreu um caminho da comunidade à sociedade. Para Buber (1987, p. 50),

A comunidade é a expressão e o desenvolvimento da vontade original, naturalmente homogênea, portadora de vínculo, representando a totalidade do homem. A sociedade é a expressão do desejo diferenciado em tirar vantagens, gerado por pensamento isolado da totalidade. Comunidade é a ligação que se desenvolveu mantida internamente por propriedade comum (sobretudo de terra), por trabalho comum, costumes comuns, fé comum; sociedade é a separação ordenada, mantida externamente por coação, por contrato, convenção, opinião pública.

Através da concepção de que a comunidade se desenvolveu por uma ligação intrínseca entre os homens, principalmente por compartilharem coisas em comum, destacando-se os três elementos citados por Buber (1983), como a fé, trabalho e costumes, podemos relacionar este conjunto de princípios diretamente com a formação das comunidades no país, essencialmente nos séculos passados, mas principalmente com a comunidade pratense, localidade na qual está inserida a rádio comunitária Ativa FM, objeto de pesquisa desta monografia.

A comunidade pratense carrega em si uma herança cultural trazida pelos imigrantes italianos oriundos do norte da Itália, principalmente da região do Vêneto. Esses imigrados partiam da Itália para o Brasil<sup>9</sup> em busca de uma nova vida. A grande crise que afetava as regiões agrárias da Europa era uma das principais causas dessas partidas. Quando aqui chegavam eram deslocados para lugares inabitados. Com o passar dos anos, pequenas comunidades iam surgindo, tendo em comum entre os indivíduos o trabalho árduo, a confissão católica e o dialeto Talian<sup>10</sup>. Esse espírito comunitário que se estabeleceu entre as famílias italianas que

---

<sup>9</sup> O processo de imigração de italianos para o Brasil se deu depois da metade do século XIX. Para melhor entendê-lo, recomenda-se a leitura do livro: “A Imigração Italiana no Brasil”, do professor e doutor em História pela Universidade Estadual de Campinas, João Fabio Bertonha, ou ler a matéria do site Escola Educação intitulada “**Imigração Italiana no Brasil – Resumo, história, causas e regiões**”, disponível em: <https://escolaeducacao.com.br/imigracao-italiana-no-brasil/>. Acesso em: 4 de mar. 2019.

<sup>10</sup> “O **Talian** é a mistura dos dialetos trazidos da Itália pelos primeiros imigrantes com palavras do português e do italiano gramatical. No final do século XIX, quando os primeiros italianos chegaram às terras brasileiras em busca de melhores oportunidades, o uso de dialetos na Itália era muito comum. Isso acontecia porque ainda não havia um idioma oficial no país, portanto, cada região comunicava-se de maneira específica, embora aproximada. Sendo assim, quando os imigrantes desembarcaram por aqui, embora fossem oriundos de um mesmo país, não falavam todos a mesma língua” (PEREZ, sem data, n.p). **Talian: Linguagem, História e Cultura: Clique e conheça uma curiosidade linguística chamada Talian!** Disponível em: <<https://escolakids.uol.com.br/portugues/talian.htm>>. Acesso em: 4 de mar. 2019.

chegaram em terras tupiniquins as ajudou a suportar momentos cruciais, como a fome, o cansaço e a saudade dos entes queridos que ficaram no velho mundo.

Compreendendo o processo de formação das comunidades, como a que foi citada acima, e sabendo que praticamente nenhuma das famílias de imigrantes que por aqui chegavam, essencialmente na região da Serra Gaúcha, contexto onde a rádio Ativa FM se encontra, ganhavam algum tipo de ajuda para recomeçar a vida, só é possível entender o modo de como eles sobreviveram a partir de algumas reflexões, como a de Maciver e Page (*apud* FLORESTAN, 1973), em que eles dizem que algumas comunidades são autossuficientes, ou seja, não precisam de ajuda externa de outras para se manterem. Para ilustrar essa definição, os autores citam o exemplo de algumas comunidades primitivas formadas por no máximo 100 pessoas, como o caso das tribos dos *Yuroks*, que viviam na Califórnia e se mantinham isolados. As comunidades modernas, mesmo as muito grandes, também se tornam cada vez mais independentes.

A independência econômica e, de modo crescente, a independência política constituem importante característica de nossas grandes comunidades modernas. Podemos viver numa metrópole e ainda assim ser membros de uma comunidade muito pequena porque nossos interesses se circunscrevem dentro de uma estreita área. Ou podemos viver numa aldeia e ainda pertencemos a uma comunidade tão grande quanto toda a área de nossa civilização ou até mesmo a área maior. (MACIVER; PAGE, *apud* FLORESTAN, 1973, p. 122-123).

Seguindo a linha de pensamento sobre comunidade, podemos refletir este conceito através do ponto de vista do sociólogo Bauman (2003). Na visão do autor, o termo comunidade desperta boas sensações. Segundo ele, quando as pessoas seguem os caminhos errados, logo acusamos estes indivíduos de estarem em más companhias. Quando as pessoas enfrentam problemas sociais, como a fome e a miséria, e sentem-se privadas de uma vida digna, logo atribuímos estas adversidades ao modelo de sociedade em que estamos inseridos. Mas, na percepção de Bauman (2003), as duas coisas podem ser ruins, como as más companhias e a sociedade, porém, de acordo com o seu entendimento, a comunidade é uma coisa boa.

Sendo assim, podemos associar as ideias de Baumann com o que já foi dito anteriormente sobre comunidade, como a perspectiva de Paiva (1998), quando tratado do ponto de vista das relações afetuosas que emergem no seio da

comunidade, como a solidariedade e o altruísmo. Isso fica claro quando o autor diz que

A comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado. Lá fora, na rua, toda sorte de perigo está à espreita; temos que estar alerta quando saímos, prestar atenção com quem falamos e a quem nos fala, estar de prontidão a cada minuto. Aqui, na comunidade, podemos relaxar – estamos seguros, não há perigos ocultos em cantos escuros (com certeza, dificilmente um “canto” aqui é “escuro”). Numa comunidade, todos nós entendemos bem, podemos confiar no que ouvimos, estamos seguros a maior parte do tempo e raramente ficamos desconcertados ou somos surpreendidos. Nunca somos estranhos entre nós. (BAUMANN, 2003, p. 7).

Maciver e Page (*apud* FLORESTAN, 1973) apontam dois elementos que compõem as bases de uma comunidade, que é a localidade e o sentimento de comunidade. Do ponto de vista da localidade,

Uma comunidade ocupa sempre uma área territorial. Mesmo uma comunidade nômade, um bando de ciganos, por exemplo, tem habitação local, embora sujeita a mudança. A qualquer momento seus membros ocupam juntos um lugar definido na superfície da terra. Em sua grande maioria, as comunidades são fixas e extraem das condições de sua localidade um forte laço de solidariedade. (MACIVER; PAGE, *apud* FLORESTAN, 1973, p. 123).

Já na concepção de sentimento de localidade, os autores mencionam que,

Nunca existiu, nas sociedades primitivas, pessoas ocupando áreas e locais específicos em que falte a coesão social necessária para dar-lhes um caráter de comunidade. Por exemplo, aos moradores de um bloco ou distrito de uma grande cidade talvez faltem suficientes contatos ou interesses comuns para instilar identificação consciente com a área. Tal “vizinhança” não é uma comunidade porque não possui o sentimento de co-participação (sic) falta-lhe o sentimento de comunidade (...) uma comunidade, repetimos, é uma área de vida em comum. (MACIVER; PAGE, *apud* FLORESTAN, 1973, p. 124).

Para ampliarmos a compreensão de comunidade recorreremos novamente a Paiva (1998). A autora cita Ferdinando Tönnies para elucidar um conceito mais amplo e rigoroso do termo comunidade que, na visão dela e também de Tönnies, oportunizam um entendimento do que venha a ser uma comunidade, tratando-se das questões da família e da propriedade de terra. Nesta percepção, vale ressaltar a importância do pensamento de Tönnies, pois foi ele quem realizou uma “minuciosa caracterização, com o propósito de definir e diferenciar comunidade e sociedade”, (PAIVA, 1998, p. 72).

De acordo com Tönnies (*apud* PAIVA, 1998, p. 73), a sociedade representa:

Construção artificial de uma amálgama de seres humanos que, na superfície, assemelha-se à comunidade, onde os indivíduos convivem pacificamente. Entretanto, na comunidade permanecem unidos apesar de todos os fatores para separá-los, ao passo que na sociedade permanecem essencialmente separados, apesar de todos os fatores tendentes para sua unificação (...) na sociedade (...) não encontramos ações que possam derivar de uma unidade; nenhuma ação que, mesmo realizada pelo indivíduo, tenha repercussão sobre aqueles que permanecem vinculados a ele, (...) cada um se mantém por si mesmo e de maneira ilhada, e até se dá uma certa tensão com os demais; (...) a sociedade se caracteriza por um estado de repouso, onde ninguém quer conceder nem produzir nada para o outro.

É preciso recordar que não faltam leituras sobre a compreensão de comunidade que a qualificam, segundo Miani (2011), a uma forma de organização social fundamentada na dimensão espiritual/religiosa. Esse registro é importante porque o espaço religioso talvez tenha sido o ambiente social em que o termo comunidade mais se dissipou. Isso se explica porque, segundo Paiva (*apud* MIANI, 2011, p. 5), “a idéia (sic) de comunidade como elemento de união entre os indivíduos reforça o espírito de fraternidade e convivência”, e estes princípios são, sobretudo, promovidos e reunidos pelas manifestações e protocolos religiosos.

Analisando do ponto de vista que a comunidade seria a união dos indivíduos por laços fraternos e em torno de um bem comum, podemos imaginar que problemas possam surgir, porque nem sempre os membros da comunidade vão estar em perfeito acordo uns com os outros. Nos dias atuais, as comunidades enfrentam diversos contratempos, como o crescente aumento das novas tecnologias, que individualizam cada vez mais o ser humano, o fazem buscar por uma “vida melhor” nas grandes cidades e até mesmo a debandada da classe mais jovem para grandes centros urbanos por motivos de estudos. Muitos desses estudantes voltam para suas comunidades, outros partem para rumos diferentes.

Cada dia que passa, torna-se mais trabalhoso organizar a vida em comunidade, particularmente na perspectiva de territorialidade. Ainda mais quando essas comunidades são marginalizadas e negligenciadas pelo Estado. Os indivíduos que nelas habitam perdem os seus direitos básicos e dignos de um cidadão. E, numa sociedade como a nossa, onde os meios de comunicação massivos que, em tese, deveriam dar a voz para os mais necessitados e promover a cidadania, estão a serviço do capital e dos interesses dos poderosos, fica ainda mais complicado. As

comunidades perdem suas vozes e identidades. Afinal, partindo desse ponto de vista, fica claro, então, a importância e necessidade dos meios de comunicação praticarem uma comunicação mais solidária que, de fato, resgate o espírito comunitário dentro das comunidades.

## **2.2 Uma breve reflexão sobre a comunicação dos meios massivos**

Antes de adentrarmos na compreensão e caracterização da comunicação comunitária, faremos uma breve reflexão do entendimento de comunicação como um todo e de como ela está dada na nossa realidade para assim, posteriormente, compreendermos o surgimento da comunicação comunitária e os processos comunicacionais voltados para a iniciativa comunitária. Sendo assim, e já partindo de uma reflexão mais realista, alguns autores percebem a comunicação com um processo linear entre quatro elementos: emissor, mensagem, meios de transmissão e receptor. A partir deste conceito, se uma informação for passada corretamente do emissor para o receptor, ela pode garantir com sucesso a persuasão ou conversão do público. Esse tipo de modelo convencional de comunicação abrange, em quase sua totalidade, os grandes meios de comunicação de massa da era capitalista<sup>11</sup>.

Para exemplificar esse raciocínio, citamos a produção de um telejornal em um grande veículo de comunicação de massa, como o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo. Seguindo essa linha de pensamento da dinamicidade que, em princípio, seria esse conjunto de elementos do entendimento “clássico” das comunicações modernas, os emissores seriam os âncoras, a mensagem seria os textos noticiosos lidos pelos apresentadores, os meios (aparatos técnicos) seriam o teleprompter (equipamento acoplado às câmaras de vídeo que exhibe o texto a ser lido pelo apresentador), o satélite que transmite o sinal da emissora para o aparelho de tevê que temos em casa. No fim desse processo, os receptores seriam as pessoas que estão assistindo à edição do telejornal.

Contudo, sabemos que esses programas da grande mídia estão a serviço de interesses que nem sempre ficam claros para a audiência. E nessa relação de quase compadrio, entre empresários dos meios de comunicação e políticos, os reais

---

<sup>11</sup> As novas tecnologias de comunicação proporcionam hoje cada vez mais a intervenção do receptor, porém, o controle da mensagem, nos meios que pertencem aos grandes conglomerados, segue sendo do emissor.

anseios da população não ficam nítidos, como deveriam, em suas grades de programação. Esse tipo de comunicação, em que as possibilidades do público interagir com os interlocutores são exíguas, contribui para a manutenção do *status quo* social. Isso fica claro e evidente quando Peruzzo (1998, p. 134) diz que os meios de comunicação de massa

(...) estão nas mãos da burguesia; orientam-se pela unidirecionalidade e verticalidade; privilegiam os objetivos e a ideologia das classes dominantes; criam hábitos de consumo por meio da persuasão; ocultam ou desvirtuam a realidade; distorcem os fatos; despolitizam o receptor; desmobilizam interesses de classes subalternas; impedem o acesso, o diálogo e a participação da sociedade no que se refere a decisões relativas a programações e mensagens; apropriam fragmentos da cultura popular; detêm a tecnologia; e são economicamente estáveis.

De acordo com Cogo (1998) esse padrão clássico supõe a noção mecânica de comunicação como transmissão de informação de fontes ativas a receptores passivos.

Esses modelos baseiam-se [...] na noção errônea de que a comunicação é um ato, um fenômeno estático no qual a fonte é privilegiada [...]. Os modelos, finalmente, induzem à confusão entre informação, que pode ser transferida mediante ato unilateral, e comunicação, diferente e mais ampla que informação. (BELTRÁN, 1981, p. 17 *apud* COGO, 1998, p. 27).

Esse modelo de comunicação mencionado por Cogo (1998) ganhou muitos adeptos no contexto norte-americano. Como bem sabemos, os Estados Unidos, como a maior potência econômica mundial, adota estratégias expansionistas e de dominação em relação aos países da América Latina. De acordo com Cogo (1998, p. 28), “não é de se estranhar, portanto, que as críticas mais a fundo ao modelo clássico de comunicação nasçam e se desenvolvam em solo latino-americano”.

Nessa lógica comunicacional linear histórica, “o receptor das mensagens é passivo e está submetido, uma vez que nunca se lhe dá a oportunidade adequada para atuar também como verdadeiro e livre emissor, seu papel consiste em escutar e obedecer[...]” (BELTRÁN, 1981, p. 23 *apud* COGO, 1998, p. 28). Na prática, esse tipo de comunicação funciona como um sistema antidemocrático, pois inibe a participação e interação do público com o emissor. Neste contexto, a verticalização da mensagem prejudica o público e privilegia a fonte<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Na grande maioria das vezes são sempre fontes oficiais. Raros são os cidadãos – como a dona Maria e o seu João - que tem voz efetiva neste tipo de comunicação.



Porém, diferentemente desta visão clássica sobre o processo de comunicação, Cogo (1998) recorre novamente a Beltrán (1981) para ilustrar algumas iniciativas propostas pelos países latino-americanos. Beltrán (*apud* COGO, 1998, p. 28) define essa comunicação como um “modelo humanizado, não elitista, democrático e não-mercantilista cujo objetivo não é mais o simples exercício da influência sobre o comportamento”. Dentro dessa nova ótica acerca do padrão de comunicação latino-americano, os agentes receptores das informações passariam de atores-passivos para atores-ativos, ou seja, haveria troca de informações de ambas as partes de forma não-linear, quebrando a clássica dicotomia da divisão invisível que constitui o campo da comunicação de massa (COGO, 1998, p. 28).

[...] divisão entre figura do **emissor autorizado** e a do **receptor autorizado**. O emissor autorizado é o especialista, aquele que possui conhecimentos determinados que o autorizam a falar de tudo [...]. Por seu turno, o receptor autorizado é aquele para o qual é preparado um espaço de fala como opinador ou contraditor, com direito a aceitar ou recusar, julgar e avaliar, interpretar o que recebeu, mas no interior do espaço definido previamente pela própria estrutura da comunicação. (CHAUÍ *apud* COGO, 1998, p. 28-29, grifo nosso).

Entretanto, entender a comunicação é também compreender ela na sua complexidade para além da concepção do velho pensamento em que existe somente o modelo de emissor, mensagem e receptor. Para isso, Kaplún (*apud* NISHIYAMA, 2011, p. 15) salienta que

A comunicação não é uma especialidade, algo exclusivo dos profissionais formados nela. Mas, toda ação educativa, sendo aquela que se realiza presencialmente em uma aula e no uso de meios, implica num processo comunicativo. (...) pensemos nas múltiplas mensagens que diariamente são emitidas num cenário social: um periódico sindical..., um vídeo para a prevenção da AIDS..., um folheto sobre cooperativismo..., uma campanha ecológica em prol da conservação do meio ambiente..., incluso a pregação de um sacerdote. Bem feitos, todos eles são mensagens educativas.

Sendo assim, a comunicação comunitária pode, como veremos a seguir, ser assimilada, primeiramente, como uma possibilidade frente aos processos e ideologias dos meios de comunicação de massa, tornando-se uma alternativa para os cidadãos que têm salvo raras exceções, suas vozes eliminadas pelos meios de comunicação dominantes, isto é, pertencentes ao rol da chamada grande mídia.

## 2.3 Comunicação comunitária: surgimento e características

### 2.3.1 Contexto social

Na década de 1970, a América Latina foi marcada por regimes autoritários e ditatoriais. Além disso, os governos controlavam os meios de comunicação, usando-os em favor dos seus interesses. Nessa circunstância, a comunicação comunitária emerge no seio dos movimentos sociais a partir dos anos 70. Era uma época em que o Brasil estava passando por uma grande turbulência política. O Ato Institucional nº 5, promulgado em dezembro de 68, que “suspendeu as garantias constitucionais e instalou efetivamente no País a Doutrina de Segurança Nacional, geraram extraordinários e heroicos espaços de resistência social” (FESTA, 1986, p. 12). De um lado, estavam os meios de comunicação de massa que tentavam censurar e atrapalhar os protestos e reivindicações do povo. De acordo com Festa (1986, p. 12), isso acontecia porque a mídia queria impor “um isolamento ao movimento de base e à sociedade civil no seu todo”. Do outro lado, as situações precárias em que se encontravam as classes subalternas, solidificaram pontas de combate e de resistência.

Com a democracia em jogo, os direitos sendo suprimidos diariamente, os movimentos sociais despontam nesse período, com características diferentes, mas com os mesmos objetivos de lutar pelos seus direitos enquanto cidadãos. E dentro desses movimentos populares, vale ressaltar o papel das Comunidades Eclesias de Base (CEBs) que, apoiadas pela Igreja Católica, surgem aos milhares no campo e na cidade. De acordo com Festa (1986, p. 12),

As CEBs eram pequenos núcleos nos quais as pessoas se reúnem animadas pela fé cristã, através da qual o trabalhador rural, a dona de casa, o jovem, o operário, etc. descobrem os signos de morte e de injustiça, e, a partir do próprio Evangelho, buscam identificar os signos da vida e de transformação da sociedade. (...) nesse período de 68 a 78 vão surgir cerca de 80 mil CEBs em todo o país, e em algumas regiões foi através dessas comunidades que nasceram os movimentos populares, na medida em que eles se empenhavam em reivindicações de interesse não apenas dos cristãos, mas também de todo o povo da região.

No meio dessa efervescência toda, surge um novo tipo de comunicação mais preocupada com os anseios do povo. De acordo com Peruzzo (1998, p. 113), “a comunicação popular não é um fenômeno recente, mas só nos anos 70 e 80 é que

ela apareceria de forma mais significativa na produção científica do campo das comunicações sociais”. Era um momento conturbado pelo qual o Brasil e América Latina passavam. Os direitos estavam suprimidos, concentravam-se nas mãos de líderes autoritários. Berger (1989) citada por Peruzzo (1998) indica que,

O estudo da comunicação popular redefiniu os marcos de problemática da comunicação. Durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora, falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita, para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo. Trazer a comunicação popular para o espaço da cultura fez introduzir a dimensão do conflito (...) histórico do qual o popular se define enquanto movimento de resistência (...). E, conseqüentemente, a ideia de ação, de práxis. A comunicação popular é uma prática em conflito (...) interclasses, mas também intraclasses. Ou seja, o estudo da comunicação popular redefiniu o próprio conceito de popular, superando a versão populista e idealista, para quem povo é consciência de classe em oposição à massa despolitizada. Esta redefinição do popular permitiu pensar a diversidade e a pluralidade e revalorizar a relação entre comunicação de massa e comunicação popular, redimensionando este espaço ambíguo e conflitivo em que se produz o popular, fora do qual é elevado a uma categoria abstrata. (BERGER *apud* PERUZZO, 1998, p. 113-114).

Como podemos perceber, através da concepção de Berger, por muitas décadas a comunicação foi pensada e feita no molde tradicional, em que se acreditava que uma informação bem articulada, emitida pelo produtor, resultaria numa boa comunicação com o público receptor. Mas, sabe-se que isso inibe a participação do público. Se alinharmos esta ideia com o momento em que surgem os movimentos populares, podemos perceber que foi a falta dessa interatividade – para usar um termo atual - que fomentou a luta pela democratização dos meios e a inserção do povo na construção de uma comunicação mais justa e libertadora.

De acordo com a pesquisadora Cogo (1998, p. 29), “impulsionadas por críticas e reflexões [...] surgem e se desenvolvem na América Latina, a partir da década de 1970, as primeiras experiências de comunicação popular [...]”. Algumas nomenclaturas diferentes aparecem, como: comunitária, alternativa, dialógica, participativa, grupal, libertadora, de resistência.

Diante deste quadro, o educador Paulo Freire aparece como o grande inspirador dessa corrente latino-americana. Na visão de Cogo (1998, p. 29), “a teoria da comunicação dialógica e libertadora proposta pelo educador brasileiro como

superação de um modelo de “educação bancária”<sup>13</sup> se coloca como a grande chave para o entendimento e a construção de uma proposta de comunicação”.

Porém, em meio a tanta repressão e insatisfação do povo, a comunicação comunitária começa a ganhar sentido. Conforme Cogo (1998, p. 39),

Na maior parte dos países latino-americanos, aliás, a comunicação popular emerge no interior dos movimentos e organizações sociais em meio a uma conjuntura de profunda insatisfação por parte do povo e de profundas restrições às liberdades de expressão.

Segundo Peruzzo (1998, p. 114), essas mudanças sociais começam a emergir em “um momento da história em que a antítese do *status quo* aparecia com nitidez, devido, possivelmente, à realidade sócio-política, econômica e cultural concreta do País, na qual predominava a negação da plenitude da cidadania à maioria da população”. Foram anos em que a liberdade de expressão esteve ameaçada por líderes totalitaristas. Os regimes autoritários suprimiam os direitos do povo de se expressar. As classes subalternas não tinham voz e nem representatividade nos meios de comunicação massivos.

Numa conjuntura que vinha à tona a insatisfação decorrente das precárias condições de existência de uma grande maioria e das restrições à liberdade de expressão pelos meios massivos, criam-se instrumentos “alternativos” dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial. (PERUZZO, 1998, p. 114-115).

Assim, é, em meio a esta conjuntura, que outros meios de comunicação – que não os da mídia comercial - acabam sendo alvo de interesse do povo. Conforme Peruzzo (*apud* COGO, 1998, p. 39), “os meios de comunicação emergentes não diretamente sujeitos a tal controle passam a ser algo extremamente real e de interesse da sociedade e de pesquisadores”. Nesse sentido, esses veículos conseguem atribuir “sentido político à comunicação popular à medida que as práticas e experiências comunicativas cumprem um papel instrumental na defesa dos interesses e na expressão das reivindicações dos grupos populares” (COGO, 1998, p. 39).

---

<sup>13</sup> A educação bancária seria uma espécie de educação onde o professor “deposita” conhecimento no aluno e o mesmo recebe passivamente, sem questionar nada. Esse tipo de educação pressupõe uma relação vertical entre educador e educando. Essa forma de ensino tem por objetivo, intencional ou não, a formação de indivíduos não questionadores e que se submetem à estrutura de poder vigente (TOYAMA, 2011).

A comunicação empregada por esses meios “era [...] vinculada à prática de movimentos coletivos, retratando momentos de um processo democrático inerente aos tipos, às formas e ao conteúdo dos veículos, diferente daqueles da estrutura então dominante [...]”. Diante disso, “a “nova” comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformação [...]”. Sendo assim, “[...] ela é resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares, de acordo com as suas necessidades. [...] uma de suas características essenciais é a questão participativa voltada para a mudança social” (PERUZZO, 1998, p. 115).

Cogo cita Luiz Motta para mostrar que em cada movimento social, a forma de comunicar-se conquista suas próprias características. De acordo com Motta (*apud* COGO, 1998, p. 40):

[...] a forma que assume a comunicação alternativa popular em cada movimento depende do tipo de reivindicação em questão, da correlação de força dos grupos envolvidos, do grau de organização dos setores populares, do tipo de informação buscada ou por difundir-se, dos recursos disponíveis, do apoio encontrado, das facilidades para contatos pessoais e muitos outros aspectos.

Ainda de acordo com Cogo (1998, p. 40), “o movimento popular [...] não faz comunicação por comunicação, mas a prática no marco de um processo transformador no qual o componente comunicacional se une ao pedagógico e organizativo”. Na perspectiva de Peruzzo (1998, p. 157), “a comunicação popular é predominantemente um serviço de interesse público, com benefícios reais para a população envolvida, que encontra nela uma forma de “proteger-se do mercantilismo da mídia”. Nesse viés, ao abordar temas locais, “a comunicação popular [...] tende a despertar o interesse por parte da audiência, pelo fato do conteúdo e os personagens terem relação mais direta com as pessoas [...] o que leva a incrementar o processo de construção de identidades [...]” (PERUZZO, 1998, p. 157).

E nesse ambiente antidemocrático, que inibia a participação do povo nos canais de comunicação hegemônicos, surge uma nova prática de comunicação, em que a população consegue se expressar livremente, como através do

(...) jornalzinho, boletim, mural, panfleto, cartilha, folheto, cartaz, faixas, camisetas, fotografias, filmes, vídeos, cassete-fóruns, sequências

sonorizadas de slides, discos, alto-falantes, carros de som, programas radiofônicos, troças carnavalescas etc. (PERUZZO, 1998, p. 148).

Portanto, a comunicação comunitária tem grande relevância para as comunidades porque ela busca, essencialmente, promover diversos elementos que proporcionam aos indivíduos uma comunicação mais democrática, firmadas em alguns princípios que, se contemplados, como observaremos logo mais, promovem a ampliação dos direitos e deveres de cidadania.

### **2.3.2 Princípios da comunicação comunitária**

Para compreendermos a comunicação comunitária, devemos ter em mente que ela é um canal de comunicação desenvolvido diretamente para a comunidade. Pelo fato dos meios de comunicação comerciais retratarem a realidade das pessoas que compõem uma determinada localidade com outros interesses (via de regra, omitidos do seu público), como econômicos e políticos, a comunicação comunitária surge como uma alternativa para suprir a necessidade de representação de determinada população.

Nesse sentido, a comunicação comunitária é desenvolvida a partir da participação exclusivamente do povo que compõe determinada comunidade. Na perspectiva do campo comunitarista, ela se apresenta como

O canal de expressão de uma comunidade (independente do seu nível socioeconômico e território), por meio do qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. De ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local. (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005 *apud* PERUZZO, 2006, p. 9).

Entretanto, um dos casos recorrentes é o de muitos veículos se auto intitularem comunitários por dirigirem-se a uma audiência próxima, utilizarem-se da mesma linguagem ou falarem coisas do lugar onde estão inseridos. Porém, isso não significa que eles estejam praticando uma comunicação comunitária. O veículo pode estar simplesmente copiando os modelos da mídia comercial, “privada em termos de interesses econômicos e políticos, além de se basear na mesma lógica de gestão e programação, distanciando-se da perspectiva comunitarista” (PERUZZO, 2008, p. 11).

E por ser um canal de comunicação com o intuito de servir à comunidade, ele deve trazer para o centro do debate os problemas que permeiam a vida do povo na comunidade. Ele serve como um meio que dá voz para a população local se expressar livremente. Mas, segundo Peruzzo (2007, p. 5), por ocorrer uma vulgarização do uso do termo comunitário,

Há visões distorcidas do que ela venha a ser na prática. Em última instância, não basta a um meio de comunicação ser local, falar das coisas do lugar e gozar de aceitação pública para configurar-se como comunitário. A comunicação comunitária que vem sendo gestada no contexto dos movimentos populares é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns. É sem fins lucrativos e se alicerça nos princípios de comunidade.

Para complementar a fala de Peruzzo (2007), de que a comunicação não basta ser local, Paiva (1998, p. 160) tem a mesma percepção quando diz que “o que permite conceituar um veículo comunitário não é a sua capacidade de prestação de serviço, e sim sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania”. E para que aconteça uma comunicação comunitária de fato, ela tem que estar firmada em alguns princípios, como os que veremos a seguir, listados segundo os estudos de Peruzzo (2007, p. 5):

- Participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; pluralidade de vozes;
- Propriedade coletiva; no sentido de pertença que desenvolve entre os membros;
- Co-responsabilidade pelos conteúdos emitidos;
- Gestão partilhada;
- Capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais;
- Poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura.
- Portanto, segundo Peruzzo (2007, p. 5), é uma comunicação que se compromete, acima de tudo, com os interesses das comunidades onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania.

A comunicação comunitária, a partir destes princípios, tende a contribuir significativamente para o desenvolvimento humano dos indivíduos enquanto

cidadãos. Em vez de concentrar o poder de tomada de decisões nas mãos de poucas pessoas, como é o que acontece nos meios de comunicação com fins lucrativos, ela parte do princípio de comunidade, onde as pessoas podem, coletivamente, participar diretamente da gestão do veículo comunitário, na produção de conteúdo voltados para a emancipação do ser humano e do aumento da sua capacidade crítica e criativa. É um tipo de comunicação que contribui imensamente na democratização dos meios de informação, na formação de identidades, na preservação da memória e na conquista da cidadania. Mas para que isso tudo aconteça concretamente, tem que haver a participação do povo nos meios de comunicação ditos comunitários.

A Comunicação Comunitária deve ser entendida, sobretudo desta maneira: um espaço comum, democrático, de integração, socialização e coletivização dos processos comunicativos, como forma de gerar a cidadania por meio da disponibilização de educação, cultura e das demandas daquele grupo, alheio a interesses pessoais, políticos e econômicos. (NISHIYAMA, 2011, p. 24).

Kaplún (1998, p. 63 *apud* NISHIYAMA) difere a comunicação dominadora (meios de comunicação de massa) da comunicação democrática.

<b>Comunicação Dominadora</b>	<b>Comunicação Democrática</b>
Monólogo	Diálogo
Poder	Comunidade
Vertical	Horizontal
Unidirecional	Horizontal
Monopolizada	Participativa
Concentrada em minorias	Ao serviço da maioria

Fonte: NISHIYAMA, 2011, p. 24-25.

A comunicação dominadora, conforme o quadro, estabelece uma comunicação em que o indivíduo fica inibido de participar do processo democrático da informação porque ela preza, em si, os interesses do poder que advém de uma minoria de pessoas que controlam os meios de comunicação centralizadores. Em contrapartida, a comunicação democrática instaura um processo participativo do povo nos meios de comunicação que prezam, primariamente, a comunicação como



um serviço à maioria. Sendo assim, a comunicação comunitária possibilita um diálogo que propõe, acima de tudo, a cooperação da população em suas comunidades. No próximo capítulo, abordaremos a questão da participação popular, tida como um dos pilares da comunicação comunitária.

### **3 PARTICIPAÇÃO POPULAR E RÁDIOS COMUNITÁRIAS**

A participação da população nos meios comunitários é essencial para que haja, efetivamente, uma comunicação horizontal, emancipadora, democrática, cidadã e que mude a realidade das pessoas que moram na comunidade. É através da participação que o povo consegue ter voz e reivindicar os seus direitos. Sendo assim, neste capítulo, abordaremos o conceito de participação e de como ela acontece na prática, pela ótica dos autores Demo (1999), Peruzzo (1998) e Bordenave (1983). Também apresentaremos os níveis de participação popular nos meios comunitários propostos pela pesquisadora Peruzzo (1998) e, por fim, falaremos sobre o surgimento das rádios comunitárias e suas características.

#### **3.1 Participação popular: do que estamos falando?**

Quando discorremos sobre participação, logo pensamos na ideia de estarmos colaborando, cooperando e envolvendo-se em prol de alguma coisa. No dia a dia de nossas vidas, costumamos participar de vários acontecimentos, como a reunião de trabalho, a reunião religiosa da igreja, o encontro de amigos num boteco, o projeto de extensão da faculdade, etc. Falar de participação é, ao mesmo tempo, falar de nossas relações com o mundo, mas também do nosso papel social enquanto sujeitos. No campo da comunicação comunitária, a participação se torna algo essencial. Caso contrário, seguimos os mesmos moldes dos meios massivos ou ditos também comerciais, onde a participação da população pouco acontece ou quando acontece se dá sob algumas condições pouco espontâneas.

Como vimos no capítulo anterior, a comunicação popular surge no Brasil num contexto antidemocrático, onde os meios de comunicação de cunho hegemônico, principalmente, tentavam abafar os movimentos sociais. É justamente nessa situação que emerge uma vontade enorme das pessoas em participar da construção de uma nova realidade, como forma de garantir os seus direitos.

De acordo com Bordenave (1983), muitos regimes autoritários convenceram filósofos sociais de que as pessoas tinham medo da liberdade e por isso trocavam sua autonomia pela segurança do autoritarismo. Mas, de acordo com o autor, isso é um erro enorme, porque a maioria das pessoas preferiam e preferem a democracia.

E falar em democracia também é falar em participação do povo, pois num regime totalitário isso não acontece. E aqui não podemos entender a participação democrática da população somente através do sufrágio universal, pois segundo Bordenave (1983, p. 11), “as pessoas participam em sua família, em sua comunidade, no trabalho, na luta política”. Na visão do autor, a participação se dá porque o homem nunca viveu isoladamente, sendo assim, a participação sempre tem acompanhado o ser humano.

A participação é o caminho natural para o homem exprimir sua tendência inata de realizar, fazer coisas, afirmar-se a si mesmo e dominar a natureza e o mundo. Além disso, sua prática envolve a satisfação de outras necessidades não menos básicas, tais como a interação com os demais homens, a auto-expressão, o desenvolvimento do pensamento reflexivo, o prazer de criar e recriar coisas, e, ainda, a valorização de si mesmo pelos outros. (BORDENAVE, 1983, p. 16).

Na concepção de Bordenave (1983) não existe participação sem comunicação. Para o autor, a manifestação das pessoas nas tomadas de decisões precisa de pelo menos duas ferramentas comunicativas: a da informação e a do diálogo. A participação democrática se baseia em canais institucionais. Em primeiro lugar, de informação. “[...] não há participação popular sem informação qualitativamente abundante sobre os problemas, os planos e os recursos públicos. Em segundo lugar, canais de consulta. E em terceiro lugar, os canais de reivindicação e de protesto” (BORDENAVE, 1983, p. 68).

Aqui fica claro a importância que a comunicação comunitária tem no sentido de orientar corretamente a população quando a mesma não sabe procurar os canais para se informar de algo ou quando busca reivindicar algum anseio. Portanto, “a participação democrática começa quando os grupos da população interessada em um tema específico recebem informação específica, conhecem os canais de reivindicações e são alertados para as formas de consulta a que têm acesso” (BORDENAVE, 1983, p. 68-69).

Para Demo (1999), a participação não pode ser entendida como um processo suficiente e acabado. Ou seja, o método participativo da população é um procedimento que está sempre em continuação. E nesse sentido ela não pode ser compreendida, na concepção do autor, como uma dádiva, como concessão ou até mesmo como algo já preexistente.

**Não pode ser compreendida como dádiva**, porque não seria produto de conquista, nem realizaria o fenômeno fundamental da autopromoção; seria de todos os modos uma participação tutelada e vigente na medida das boas graças do doador, que delimita o espaço permitido. **Não pode ser entendida como concessão**, porque não é fenômeno residual ou secundário da política social, mas um dos seus eixos fundamentais; seria apenas um expediente para obnubilar o caráter de conquista, ou de esconder, no lado dos dominantes, a necessidade de ceder. **Não pode ser entendida como algo preexistente**, porque o espaço de participação não cai do céu por descuido, nem é o passo primeiro. (DEMO, 1999, p. 18, grifo nosso).

Quando Demo (1999) se refere a participação como algo não preexistente, isso quer dizer que a participação não é um lugar de espaço onde ela acontece naturalmente. Para que possamos entender a participação como um processo de conquista, temos que compreendê-la a partir do ponto de vista da tendência histórica da sociedade à dominação. Ou seja, a sociedade organiza-se através de conflitos hierárquicos, prevalecendo o aspecto de cima para baixo. E dentro dessa configuração vai sempre existir uma classe dominante e uma classe dominada. E nesse sentido, se houver algum tipo de participação da classe subalterna, é porque ela efetivamente foi conquistada (DEMO, 1999).

Nesse jogo de poder que existe na sociedade, quando as classes minoritárias (dominada) conseguem seus espaços de participação, necessariamente estabelece-se uma disputa com o poder já existente. Dentro dessa estrutura de poder, para que a participação seja efetivada é necessário “[...] encarar o poder de frente, partir dele, e, então, abrir os espaços de participação, numa construção arduamente levantada, centímetro por centímetro, para que também não se recue nenhum centímetro” (DEMO, 1999, p. 20).

Portanto, quando conquistada, a participação pode acontecer de várias maneiras. Uma delas seria a participação espontânea: aquela que leva os homens a formarem algum tipo de agrupamento, como o grupo de amigos ou de vizinhos, com o propósito claro de satisfazer suas necessidades psicológicas de pertencer, expressar-se, receber e dar afeto. Ainda existe também a participação imposta: os indivíduos que pertencem a tal grupo são obrigados a realizar certas atividades consideradas importantes, como o voto nas eleições e o culto religioso, por exemplo. Há também a participação voluntária, na qual o grupo é formado pelos próprios participantes, como no caso dos sindicatos, cooperativas, associações, partidos políticos, etc (BORDENAVE, 1999).

Sendo a comunicação comunitária uma conquista das classes subalternas em meio às turbulências de disputa de poder que permeiam a nossa sociedade, cabem aos profissionais da comunicação, cada vez mais, contribuir para o processo de participação da população nas mídias comunitárias locais, como um dos canais de participação efetivamente capazes de promover a democracia da informação e da comunicação. Só que temos que ter muito cuidado com os que administram essa comunicação, como no caso de uma rádio comunitária, porque, às vezes, eles, os integrantes das associações que estão à frente das rádios comunitárias, não contemplam o que o povo está reivindicando. Acabam, sim, perpetuando um tipo de relação vertical, com outros tipos de interesses por trás.

Como a comunicação é feita para a comunidade, por mais que seja necessário um intermediador para conduzir as tarefas, como os comunicadores dentro de uma rádio comunitária, ele deve fazê-lo a partir dos interesses da comunidade e não simplesmente pelo seu gosto ou porque acha que é a melhor solução. Por viver e estar vinculado a uma comunidade, todas as decisões devem ser tomadas em conjunto com as outras pessoas da comunidade, caso contrário estará repetindo uma comunicação verticalizada. Sendo assim, algumas práticas ditas democráticas devem ser superadas, pois “[...] no fundo ficam restritas a algumas lideranças, que, por integrar o grupo ou conviver com ele, julgam ter poder e autonomia para tratar da comunicação [...] de acordo com os seus gostos e interesses” (PERUZZO, 1998, p. 143).

[...]. Ah! O ‘povo’ participa muito! As pessoas dão depoimentos e fazem denúncias, telefonam ou enviam cartas e bilhetes, com sugestões e pedido de músicas [...]. “O locutor é gente da base”, “esse meio de comunicação é produzido por moradores do próprio bairro” ... Por vezes tudo isso pode até ser desejável, **mas não é o caso de se supervalorizar esse tipo de participação, sem analisar criticamente as limitações, distorções e manipulações que podem ocorrer.** (PERUZZO, 1998, p. 143, grifo nosso).

Há, então, que se diferenciar o que é aceitável e vantajoso em matéria de comunicação local, daquilo que é simples adequação de um espaço garantido legalmente às práticas associativas comunitárias, para uso individualizado com propósitos lucrativos ou para o doutrinamento político partidário e religioso. O ambiente nos meios comunitários é um lugar de embates. Não há um modelo único, apesar de existirem alguns elementos que o identifique. Cada vez mais, a comunicação comunitária vai se mostrando numa pluralidade de formas e

apresentando sua eficácia no contexto das comunidades, mesmo que não revelem ferramentas legítimas de autogestão (PERUZZO, 2007).

### 3.1.1 Por que participar?

A participação, como talvez poucos saibam, é garantida para todos, ou seja, qualquer ser humano tem o direito de participar na vida da comunidade. A Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1949, determina, em seus artigos 27 e 29, que todos os homens têm o direito de participar espontaneamente da vida da comunidade e que, por outro lado, têm deveres para com esta comunidade, na qual é possível o livre e pleno progresso de sua personalidade. E quando falamos em participação, necessariamente implicamos essa participação aos nossos direitos civis, políticos e sociais. É através da participação que exercemos a nossa plena cidadania. De acordo com Peruzzo (1998, p. 287),

Nesse processo, a participação se torna não só um ato político, mas também educativo, na medida em que, por meio dela, se vão dando passos cada vez maiores. A ampliação da cidadania levará o homem e a mulher a serem, cada vez mais, sujeitos e não objetos da história.

Entretanto, apesar das garantias previstas na Declaração, nem todos as nações cumprem ou respeitam esses princípios fundamentais. Isso acontece porque “esse processo tem a ver com as decisões dos governantes e a capacidade do povo para exigir o cumprimento de seu direito, com vistas à realização de seu dever de contribuir ativamente, como sujeito, para a construção da sociedade” (PERUZZO, 1998, p. 275). Além de alçar o indivíduo à condição de objeto para sujeito, a participação é um processo de desenvolvimento da consciência crítica e de aquisição de poder. Para Bordenave (1983, p. 77),

Quando se promove a participação deve-se aceitar o fato de que ela transformará as pessoas, antes passivas e conformistas, em pessoas ativas e críticas. Além disso, deve-se antecipar que ela ocasionará uma descentralização e distribuição de poder, antes concentrado numa autoridade ou num grupo pequeno. Se não está disposto a dividir o poder, é melhor não iniciar em movimento de participação.

Dentro deste universo da participação dos membros da comunidade nas instituições (canais de participação) estabelecidas, cabe ressaltar alguns cuidados que devem ser tomados, porque existem certas propostas de participação que vêm

embutidas com outros interesses, principalmente os de caráter econômico e político. Para ilustrar isso, Peruzzo (1998, p. 278) diz que “a intenção de um prefeito, ao favorecer a participação da população, pode não ser a mesma dos setores populares”. Ela também menciona os meios de comunicação, exceto os veículos ligados organicamente à comunidade, que, neste caso, seriam os comunitários.

Como os interesses políticos, econômicos, classistas e eleitorais podem permear a relação, torna-se necessário que os protagonistas conheçam exatamente os objetivos, assim como as melhores estratégias e maneiras para atingi-los. A clareza das táticas indispensáveis nos curto e médio prazos contribui para avanços na qualidade de participação. Nesta perspectiva, ela adquire sentido, não se resumindo a um participar por participar (PERUZZO, 1998, p. 278).

Para Demo (1999) a participação tem como objetivo gerar vários elementos, como a autopromoção, a realização da cidadania, a implementação de regras democráticas do jogo, o controle do poder, o controle da burocracia, a negociação e a cultura democrática. Vamos analisar ponto a ponto estes objetivos, pois isso é muito significativo do ponto de vista da participação. Se a comunicação comunitária estiver buscando constantemente a participação dos membros da comunidade, esses elementos destacados por Demo (1999) vão se fazer presentes cada vez mais.

A **autopromoção** seria, de acordo com Peruzzo (1998), uma ação centrada nos próprios interessados. Nesse aspecto, o cidadão deixaria de ser “paciente” de outros e outras instituições, sob os aspectos políticos, sociais e econômicos. A **realização da cidadania** trata-se, segundo Demo (1998), de uma sociedade organizada sob a forma de direitos e deveres. Nesse aspecto, o indivíduo se realiza plenamente na sua condição de cidadão.

**No lado dos direitos**, repontam os ditos direitos humanos, que hoje nos parecem óbvios, mas cuja conquista demorou milênios, e traduzem a síntese de todos os direitos imagináveis que o homem possa ter. **No lado dos deveres**, aparece sobretudo o compromisso comunitário de cooperação e corresponsabilidade. Cidadania pressupõe o Estado de Direito, que parte, pelo menos na teoria, da igualdade de todos perante a lei e do reconhecimento de que a pessoa humana e a sociedade são detentores inalienáveis de direitos e deveres (DEMO, 1999, p. 70, grifo nosso).

No que se refere a **implementação de regras democráticas do jogo**, a participação é entendida como um exercício democrático. Através dela “aprendemos a eleger, a deselegar, a estabelecer rodízio no poder, a exigir prestação de contas, a desburocratizar, a forçar os mandantes a servirem à comunidade, e assim por diante” (DEMO, 1999, p. 71). Quanto ao **controle de poder**, Demo (1999) descreve ele como um fenômeno básico de uma sociedade democrática. Na concepção do pesquisador, não se deve apenas controlar o poder usando o próprio poder, como o uso de leis e decretos, mas sim um controle que vem de baixo, quer dizer, da base. Para complementar essa questão do controle do poder, Peruzzo (1998) aponta o sufrágio universal como uma grande conquista do povo, mas, segundo ela, essa conquista é “[...] relativa, tendo em vista as limitações que cercam o voto, como a passividade, a esporadicidade e a falta de domínio na seleção dos candidatos. [...] Assim, ou se delega a outros o poder ou então se exerce o mesmo a partir das bases” (PERUZZO, 1998, p. 280).

O **controle da burocracia**, conforme Demo (1998), se refere aos serviços prestados pelo setor público. Na concepção do autor, existem alguns tipos de vícios burocráticos, no entanto

Uma sociedade organizada e participativa [...] não tolera tais vícios, porque tem consciência de que a burocracia é mantida com o trabalho e a produção da sociedade. É engano supor que a burocracia se controla a si mesma, embora possamos encontrar o ardor da responsabilidade pública em alguns heróis. Ela precisa ser controlada pelos interessados, até porque muitas vezes passam à condição de vítimas. Para tanto, é fundamental a cidadania organizada, capaz de reivindicar, de pressionar, de mudar as coisas. [...] A qualidade da burocracia tem sua origem própria na pressão democrática organizada dos interessados. (DEMO, 1999, p. 76).

A **negociação** está presente no campo democrático. Ela surge da necessidade de mediar os conflitos e equalizá-los perante a negociação “e não tentar ignorá-los, camuflá-los ou exacerbá-los por meios de iniciativas autoritárias unilaterais e parciais” (PERUZZO, 1998, p. 281). E no que tange a **cultura democrática**, “significa democracia como cultura de um povo, ou seja, como marca característica de sua organização e sobrevivência [...], algo tão vital como o oxigênio para a vida” (DEMO *apud* PERUZZO, 1998, p. 281). A participação popular dos cidadãos, além de contemplar todos esses elementos apresentados, se torna



fundamental para que todas as pessoas tenham consciência que o acesso à comunicação e à informação são direitos fundamentais.

### **3.1.2 Direito à comunicação e à informação**

Num mundo cada vez mais globalizado, os meios de comunicação convergem para um modelo de produção de conteúdo horizontal. A partir de novos formatos comunicacionais, tanto os que produzem conteúdo e os que recebem esse material dialogam entre si. Cada vez mais o modelo tradicional, em que só o profissional de comunicação fala através de um aparato técnico e a massa fica de maneira passiva recebendo estas informações, tem se modificado. Hoje, as pessoas são mais exigentes e interativas. Elas também querem fazer parte do processo democrático da comunicação.

Além disso tudo, é direito de qualquer indivíduo poder participar do processo democrático da informação. E esse nível não deve se resumir apenas na condição de um receptor passivo. Por mais que os meios de comunicação muitas vezes não privilegiem e incentivem a participação da população na tomada de decisões e reivindicações dos seus direitos, faz-se necessário o conhecimento, cada vez mais, da Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1948, em seu artigo 19, a qual menciona que

Todo o homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui o de não ser molestado por causa de suas opiniões, o de investigar e receber informações e o de difundi-las, sem limitação de fronteiras, por qualquer meio de expressão. (GUARESCHI; BIZ, 2017, p. 115).

Em relação ao direito do cidadão à comunicação, de acordo com Guareschi e Biz (2017, p.116),

Engloba o direito de ter espaço para se comunicar, capacitação e meios para produzir conteúdos. Esse espaço deve ser garantido por meios de canais de TV e rádios comunitárias, por exemplo, nos quais os cidadãos possam ter controle sobre a produção e a emissão de conteúdos. São poucos os cidadãos que conhecem tais direitos e têm consciência de suas consequências.

Apesar disso, como dito, a grande maioria das pessoas desconhecem esses direitos. E uma das razões para que isso aconteça está relacionada com a própria

mídia que, meticulosamente, se omite e desconsidera essa tarefa essencial de debater os princípios que a devem guiar. Se pensarmos diretamente na nossa sociedade, onde nenhuma esfera está totalmente isolada dos meios de comunicação, principalmente a instância política, na visão de Guareschi e Biz (2017), no minuto em que a mídia for “democratizada e o diálogo entre os diferentes grupos sociais que constituem as forças vivas de uma nação, com mais facilidade os privilégios injustos de alguns irão desaparecer” (GUARESCHI; BIZ, 2017, p. 116).

Consoante ao pensamento dos autores, com a democratização da mídia muitos poderosos enfraqueceriam porque, com toda a população podendo usufruir dos seus direitos, podendo se organizar e munidos de conhecimento e informação, as mudanças aconteceriam muito mais fáceis e rapidamente. Não obstante, a gente sabe que na prática não é isso que está acontecendo, porque “é preciso esconder essa arma do povo. Com ela pode-se libertar e, como vemos na presente situação, com ela é muita mais fácil reprimir e manter a situação inalterada” (GUARESCHI; BIZ, 2017, p. 116-117).

Um dos caminhos mais importantes para que a sociedade se aproprie do direito à comunicação é o fortalecimento das iniciativas de comunicação comunitária. Nestor Busso, que à época em que concedeu entrevista para o portal Carta Maior era integrante da Agência Latino Americana de Informação (ALAI), acredita que

Os meios comunitários recuperam a palavra dos excluídos e dão voz aos que são calados pelos monopólios privados e estatais. Com isso, rompemos a lógica de quem pode falar é quem tem dinheiro, poder político ou um tipo de conhecimento reconhecido socialmente. Todos somos sujeitos da vida e por isso todos temos o direito de falar e ser ouvidos. (BUSSO *apud* MOYSES, 2005, n.p).

No próximo subcapítulo veremos como a população pode participar da comunicação democrática nos meios comunitários, com o objetivo principal de resgatar suas vozes, como bem disse Busso, que são caladas pelas mídias privadas e estatais<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> “A comunicação estatal surge como uma importante ferramenta de aproximação do Estado com a população, tratando das ações realizadas e de assuntos de utilidade pública. A estatização da comunicação é muitas vezes vista como uma tentativa de manipular informações, tendo em vista que através dos seus próprios veículos de comunicação, os poderes públicos têm em suas mãos a capacidade de propor enquadramentos e direcionamentos às notícias, que as tornam, em certa medida, tendenciosas. Um fator que também ajuda a diferenciar a comunicação estatal da convencional é o fato de que ela não se mantém com verbas de publicidade, tornando-a mais “independente” e livre da concorrência que cerca os *mass media* atualmente. A independência com

### 3.1.3 Níveis de participação popular nos meios de comunicação comunitários

Para entendermos como se dá o processo de participação do povo no contexto da democratização da comunicação é preciso “[...] tentarmos compreender o envolvimento popular na produção, no planejamento e na gestão da comunicação comunitária, como forma até de contribuir para o avanço em qualidade participativa e na conquista da cidadania” (PERUZZO, 1998, p. 144).

Peruzzo (1998, p. 144) recorre a Jorge Merino Utreras (1988) para apresentar quatro possíveis níveis de participação da população nos meios populares ou comunitários. São eles:

- **Nível de mensagens:** nesse nível, o povo de determinada comunidade participa da comunicação comunitária simplesmente através das mensagens, que podem ser caracterizadas por entrevistas, depoimentos, comentários, denúncias, notícias, avisos, pedidos de música, envio de sugestões, etc;
- **Nível de produção:** esse nível, de acordo com Peruzzo (1998), compreende a participação mediante a aplicação da capacidade pessoal e da qualificação técnica, na produção sistemática, periódica ou ocasional de notícias, artigos, poesias e desenhos transmitidos pelo meio de comunicação. Assim, o povo pode participar da preparação, elaboração e edição dos conteúdos transmitidos pelo veículo comunitário;
- **Planejamento dos meios:** esse nível compreende a participação da população no estabelecimento da política editorial, dos objetivos e da formatação de programas e veículos, assim como dos princípios de gestão e das formas de sustentação financeira, além de planos ou políticas globais de comunicação, em âmbito local, regional e nacional;

---

relação às abordagens dos assuntos de interesses públicos inexistente devido ao fato de que a comunicação estatal está intrinsecamente ligada ao que o estado considera como importante para estar na agenda de discussão da sociedade. Apesar de ter surgido como um mecanismo que levasse transparência na cobertura jornalística, por não precisar competir com a mídia tradicional nas estratégias de marketing e de captação de audiência, a comunicação estatal ainda se localiza em um contexto fortemente corporativo que a torna vulnerável aos interesses do Estado, em detrimento a uma comunicação de interação com a sociedade e de formação da cidadania”. (POLITINIA, 2007, n.p).

- **Gestão dos meios:** a população participa no processo de administração e controle do veículo ou da instituição de comunicação como um todo.

Peruzzo (1998, p. 157), diz que “a comunicação popular, à medida que se for ampliando o número de rádios, televisões e outros veículos a serviço da comunidade, estará servindo cada vez mais à democratização dos meios e do poder de comunicar”. Como podemos perceber, o povo tem que estar ligado diretamente ao processo de produção dos conteúdos, seja televisivo, radiofônico, pois assim a comunicação comunitária consegue englobar as populações na construção da realidade das comunidades em que elas vivem.

Aqui também conseguimos compreender que além do povo participar na elaboração dos programas nos meios de comunicação, eles devem colaborar também em nível macro com os meios comunitários, indo desde a criação de conteúdo até a gestão de uma emissora comunitária. O nível de participação da população através das mensagens mencionadas pela pesquisadora Peruzzo (1998), serve de base, entre os outros princípios fundantes da comunicação comunitária, para analisarmos a participação dos moradores da comunidade pratense no programa *Cidade Ativa*. Sendo este um dos objetivos específicos desta pesquisa.

### **3.2 Rádios comunitárias: surgimento e características**

A partir dos anos 70, principalmente na América Latina e na América Central, muitas experiências de rádio apareceram contra os governos autoritários e antidemocráticos. No Brasil, essencialmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, emergem emissoras livres, consideradas piratas<sup>15</sup>. Estas experiências foram modelos de comunicação alternativa aos sistemas de radiodifusão monopolizados pelo poder público ou pelas empresas privadas. No final dos anos 80, a nova Constituição Brasileira contribuiu para o desenvolvimento de várias experiências de rádio alternativas, já com o conceito de rádios comunitárias, capitaneadas por

---

<sup>15</sup> O termo pirata advém das rádios clandestinas que surgiram na Inglaterra, no fim da década de 1950. Algumas emissoras montaram seus estúdios dentro de barcos, para escaparem da fiscalização do Estado. Era costume erguer uma bandeira preta, como a dos corsários, nos barcos onde faziam as emissões, o que deu origem à expressão rádios piratas. No Brasil, elas são consideradas criminosas, porque não possuem concessão de serviço expedida pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

movimentos sociais, como o Fórum pela Democratização da Comunicação, que incentivou o surgimento da Lei de Radiodifusão Comunitária, em 1998 (MEDEIROS, 2009).

Rádios comunitárias, cidadãos, populares, educativas, livres, participativas, rurais, associativas, alternativas.... Distintos nomes e um mesmo desafio: democratizar a palavra para democratizar a sociedade. Grandes ou pequenas, com muita ou pouca potência, com autorização ou sem ela, as rádios comunitárias não fazem referência a um “lugarejo”, mas sim a um espaço de interesses compartilhados. Nestas emissoras pode-se trabalhar com voluntários (as) ou pessoal contratado, com equipamentos caseiros ou com o que há de mais desenvolvido tecnologicamente. Ser comunitário não se contrapõe à produção de qualidade nem à solidez econômica do projeto. Comunitárias podem ser as emissoras de propriedade cooperativa, ou as que pertencem a uma organização civil sem fins-lucrativos, ou as que funcionam com outro regime de propriedade, sempre que esteja garantida sua finalidade sociocultural e sua gestão democrática (AMARC BRASIL).

As rádios comunitárias começaram a se proliferar durante a década da redemocratização do país (fim dos anos 80 e início dos 90). Conforme Ferreira e Gambaro (2013, p. 28), “as novas emissoras oferecem transmissões diferenciadas, voltadas para comunidades ou grupos específicos e vão compondo um amplo movimento de descentralização e resistência”. A partir daí, em 1998, dá-se origem à regulamentação das rádios comunitárias. No contexto geral, seriam emissoras comunitárias aquelas que, tendo como finalidade primordial servir à comunidade, podem contribuir efetivamente para o desenvolvimento social e a construção da cidadania.

Rádios comunitárias são aquelas que possuem um caráter público, ou seja, são sem fins lucrativos e comprometidas com a melhoria das condições de vida e o desenvolvimento da cidadania por meio do envolvimento direto dos cidadãos. Espera-se, portanto, que uma rádio comunitária seja canal para o exercício da liberdade de expressão da população local, favoreça a participação ativa dos moradores da localidade na emissora, desenvolva um trabalho de informação, educação informal e não-formal, desenvolvimento da cultura e mobilização social na direção da auto-emancipação (sic) cidadã. (PERUZZO, 2009, p. 5).

Ferraretto (2014) fala que o segmento comunitário tem em vista a programação “[...] para o entorno de onde a emissora atua [...] adota uma linha de trabalho extremamente afinada com a formação da cidadania [...]” (FERRARETTO, 2014, p. 21-52). Ferreira e Gambaro (2013) apresentam as características de uma emissora comunitária, a partir da Carta das Rádios Comunitárias e Cidadãos aprovada pela Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), em 1988:

Ao contrário das rádios comerciais que buscam rentabilidade econômica e das estatais, que almejam ganho político, o que define as rádios comunitárias é sua rentabilidade sócio-cultural; grandes ou pequenas, de longo ou pequeno alcance, de propriedade cooperativa ou de organização sem fins lucrativos são comunitárias as emissoras que representam os interesses de sua comunidade, promovendo a defesa dos direitos humanos. (FERREIRA; GAMBARO, 2013, p. 29).

No Brasil, segundo Ferreira e Gambaro (2013, p. 27-28), as rádios comunitárias passaram a existir legalmente em 20 de fevereiro de 1998, com a Lei de Radiodifusão Comunitária Nº 9.612-98. Em conformidade com Ferreira e Gambaro (2013, p. 31), “essas emissoras devem atender a comunidade onde estão instaladas, difundindo ideias, elementos culturais, tradições, hábitos locais, estimulando o lazer, a integração e o convívio, ou seja, prestando serviço de utilidade pública”.

Peruzzo (1998, p. 257-258) elenca alguns elementos característicos das rádios comunitárias no Brasil: sem fins lucrativos; programação comunitária; gestão coletiva; interatividade; valorização da cultura local; compromisso com a cidadania; e democratização da comunicação.

### **3.2.1 O que diz a Lei Nº 9.612?**

Em fevereiro de 1998 foi criada a lei que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária no Brasil. No seu artigo primeiro, ela estabelece que uma rádio comunitária deve operar em baixa potência e ter uma cobertura restrita. Ou seja, a rádio comunitária tem que ter uma potência limitada a 25 watts e abranger um raio de 1 km. Sua antena não pode superar 30 metros de altura. Quanto à cobertura restrita, a lei estabelece que o veículo esteja destinado ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila. De acordo com o Decreto Nº 2.615, de 3 de junho de 1998, compete à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) fiscalizar a execução do serviço de radiodifusão comunitária, em todo o território nacional, no que disser respeito ao uso do espectro radioelétrico.

Segundo a Lei Nº 9.612, uma rádio comunitária deve ter como finalidade, conforme seu Art. 3º:

I - Dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;

- II** - Oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
- III** - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
- IV** - Contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;
- V** - Permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Quanto à programação radiofônica, a lei Nº 9.612 estabelece em seu Art. 4º os elementos que os programas veiculados pelas rádios comunitárias devem contemplar, tais como:

- I** - Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
- II** - Promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
- III** - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
- IV** - Não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

A lei assegura que todo cidadão pertencente a determinada localidade onde a rádio está inserida poderá emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações. Todavia, ela diz também que as pessoas devem observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à direção responsável pela rádio comunitária.

Segundo Ferreira e Gambaro (2013), baseados na lei da radiodifusão,

Podem se candidatar a uma Rádio Comunitária somente as fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos legalmente constituídas e registradas, com sede na comunidade em que pretendem prestar serviço e que tenham definido em seu estatuto a execução de Serviços de Radiodifusão Comunitária como uma de suas finalidades específicas. Os dirigentes devem ser brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, maiores de 18 anos, residente e domiciliados na comunidade. A fundação ou associação candidata a prestar serviço não deve, de forma alguma, ter ligação de qualquer tipo de natureza com outras instituições (político ou religiosas, por exemplo). Com um tempo de programação diária de, no mínimo, oito horas (contínuas ou não), a emissora deverá reservar espaço para divulgação de eventos e planos de entidades que atuem no desempenho da comunidade [...]. (FERREIRA; GAMBARO, 2013, p. 32).

No que diz respeito ao patrocínio, a lei diz que as rádios comunitárias poderão admitir patrocínio sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida. Sendo assim, as emissoras não podem fazer propagandas sob forma de apoio com marcas ou empresas de outros lugares (cidades), a não ser com as que estão na localidade da rádio. Além disso, a lei observa que as programações opinativas e informativas devem atender aos princípios da pluralidade de opinião e de versão simultânea em matérias polêmicas, divulgando sempre as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

Todos esses elementos descritos acima têm que fazer parte da rotina das emissoras comunitárias. Algumas das que se autodeclaram comunitárias não cumprem boa parte desses requisitos citados. Mas, como podemos analisar, esse tipo de segmentação radiofônica tem como objetivo principal trabalhar em prol da comunidade, sem pensar em lucratividade ou defender partidos políticos. Em tese, as populações se sentem mais representadas nelas do que nos meios comerciais, justamente porque as mesmas dialogam diretamente com o povo da comunidade, expondo suas queixas e tentando melhorar a qualidade de vida daqueles que pouco espaço tem nos meios massivos com fins lucrativos.

Contudo, a mesma lei Nº 9.612 que regulamenta o sistema de radiodifusão comunitária, permitindo a legalidade das transmissões radiofônicas, é a mesma que dificulta o funcionamento das rádios comunitárias. Sob ponto de vista de Peruzzo (2009, p. 8),

[...] a radiodifusão comunitária está submetida a uma legislação que dificulta seu funcionamento, a qual tem sido motivo de protestos e de reivindicações de mudanças por parte do movimento social do setor. Este é canalizado pela Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO) e suas associações congêneres nos estados, bem como por entidades aliadas como Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), entre outras. Já se acenou com possíveis mudanças na lei e na sistemática de autorização de funcionamento de emissoras. Até uma Comissão Interministerial foi criada com a finalidade de analisar a situação e propor soluções, mas nada tem mudado em dez anos de vigência da referida lei, a não ser o aumento do número de emissoras fechadas e de prisões e indiciamentos de lideranças populares. No Parlamento Nacional também há tentativas de modificar a legislação, o que não tem surtido efeito devido a força do lobby contrário.

É um problema diário para as rádios comunitárias se manterem em pleno exercício. Trabalhar numa frequência de 25 watts é desafiador. Além disso, a lei só



permite que uma única rádio pode funcionar em uma determinada área geográfica. Se houver mais de uma solicitação na mesma localidade, a autoridade responsável tentará fazer com que elas se associem para que possam compartilhar a concessão. Além disso, o número de frequências reservadas para a radiodifusão comunitária é de duas ou no máximo três em qualquer banda de FM. Esse quadro se difere totalmente do que vimos em outras democracias, nas quais se possibilitam muito mais frequências para a radiodifusão comunitária (MENDEL; SALOMON, 2011).

Para o jornalista Arthur William<sup>16</sup>, representante brasileiro da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc), a lei da radiodifusão, criada ainda no governo FHC<sup>17</sup>, é muito ultrapassada. Segundo ele, essa lei deveria ser mudada porque ela traz uma série de problemas.

É preciso mudar essa lei. Ela traz uma série de amarras. Ela burocratiza a questão da legalização das rádios comunitárias, então hoje grande parte das rádios comunitárias está na ilegalidade por conta dessa lei [...] E também é preciso fiscalizar para que a concessão sirva à comunidade e não a interesses pessoais, econômicos e políticos [...] A gente precisa avançar, porque a rádio comunitária tem que ser vista como um ator importante na questão da comunicação pública, que hoje está se fortalecendo com a EBC, as rádios Nacional e MEC (Ministério da Educação e Cultura), as rádios públicas estaduais, a TV Brasil e a rede pública de televisão. E as rádios comunitárias fazem parte desse processo, então elas precisam ser tratadas e reconhecidas com a importância devida, e hoje não têm (WILLIAM *apud* OTÁVIO, 2012, n.p).

Como observamos, as rádios comunitárias para serem consideradas legais devem obedecer uma série de regras, previstas em lei, para que não possam sofrer algum tipo de impedimento pelas autoridades responsáveis em fiscalizá-las. Esse montante de normas quase inviabiliza as emissoras comunitárias de se estabelecerem como um canal comunicativo para as comunidades. As tentativas de mudanças na lei são muitas e partem, principalmente, das pessoas mais interessadas na democratização da mídia. Não é de se estranhar, como bem disse Peruzzo (2009), que *lobbys* dentro do Parlamento tendem a ser contrários a essa mudança. Uma vez democratizada a comunicação, o povo teria mais acesso a

---

<sup>16</sup> Arthur William é jornalista multimídia. Pós-graduado em TV Digital, trabalha na TV Brasil/Rádio MEC e participa de coletivos pela democratização da comunicação: Interozes, Amarc Brasil, Unirr e NPC. É pesquisador de temas como novas mídias nas rádios comunitárias, rádio digital e interatividade. Na entrevista concedida para o site Carta Maior, em 2012, ele aborda a situação da legislação das rádios comunitárias.

<sup>17</sup> A lei da radiodifusão comunitária foi promulgada no governo do então presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), em 1998. O ministro das Comunicações na época era o político, engenheiro e empresário, Sérgio Motta.

programações verdadeiramente compromissadas com os interesses da comunidade e da participação popular.

## 4 METODOLOGIA

Neste capítulo abordamos as metodologias – pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e entrevista, que foram aqui utilizadas para alcançarmos as respostas propostas pelo objetivo geral e os específicos deste estudo. Os métodos de pesquisa são importantes para que possamos atingir os objetivos geral e específicos do estudo. Desde a formulação de um problema até os resultados se torna necessário utilizar técnicas e métodos que auxiliem o desenvolvimento e a análise dos dados coletados. Segundo Gil (1991, p. 19), “a pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos”.

Conforme Barros e Junqueira,

As técnicas de pesquisa disponíveis na literatura são como um conjunto de ferramentas. A escolha adequada da ferramenta de trabalho é fundamental para conseguir êxito na pesquisa. As opções são várias, mas a definição deve ser feita a partir do problema de pesquisa e do objeto de estudo. (BARROS; JUNQUEIRA, 2011, p. 45).

Esta pesquisa é de caráter qualitativo, amparada em análise de conteúdo e entrevista em profundidade. Busca compreender se o programa *Cidade Ativa* pratica, de fato, uma comunicação comunitária de acordo com os princípios da comunicação comunitária - fundamentos estes propostos por Peruzzo (2007), mencionados no segundo capítulo desta monografia. O foco da pesquisa qualitativa, em suma, é tentar interpretar e aprofundar os fenômenos que são explorados a partir do ponto de vista dos participantes em um ambiente natural e em relação ao contexto (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). Além disso, a pesquisa qualitativa é escolhida quando buscamos entender a visão dos participantes sobre os fenômenos que os cercam, “aprofundar em suas experiências, pontos de vista, opiniões e significados, isto é, a forma como os participantes percebem subjetivamente sua realidade” (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013, p. 376).

De acordo com Creswell e Neumann (*apud* SAMPIERI; COLADDO; LUCIO, 2013, p. 35, grifo nosso), o pesquisador qualitativo

Produz dados na forma de notas extensas, diagramas, mapas ou “quadros humanos” para gerar descrições bem detalhadas. Extrai significado dos dados e não precisa reduzi-los a números nem deve analisá-los estatisticamente (**embora a contagem possa ser utilizada na análise**).

Segundo Gibbs (2009, p. 17),

A análise qualitativa envolve duas atividades: em primeiro lugar, desenvolver uma consciência dos tipos de dados que podem ser examinados e como eles podem ser descritos e explicados; em segundo, desenvolver uma série de atividades práticas adequadas aos tipos de dados e às grandes quantidades deles que devem ser examinados.

Os dados qualitativos para serem analisados podem ser obtidos através de entrevistas individuais e suas transcrições; em páginas na internet, em documentos, a partir de conversas em grupos de bate papo na internet, em fotografias, em filmes, entre outras coisas. No caso de conteúdo gravado em vídeo ou áudio, os dados são transformados em textos para serem analisados posteriormente (GIBBS, 2009).

#### **4.1 Pesquisa bibliográfica**

A pesquisa bibliográfica é parte fundamental de qualquer estudo científico. O pesquisador, na construção do seu trabalho, se aproxima diretamente das obras de diferentes autores que vão servir de base para a sustentação teórica de conceitos relacionados ao tema investigado. No caso desta monografia, a revisão bibliográfica foi importante para dissertarmos acerca das percepções sobre comunidade e comunicação comunitária - temas expostos no capítulo 2 -, e participação popular e rádios comunitárias, assuntos apresentados no capítulo 3. Estes elementos (tópicos retratados) também serviram de base para que o autor pudesse criar categorias dentro da análise de conteúdo e, conseqüentemente, um diagnóstico interpretativo/qualitativo do programa *Cidade Ativa*.

O referencial teórico, na perspectiva de Barros e Junqueira (2011, p. 45),

Consiste na utilização de teorias científicas reconhecidas no campo de conhecimento em que se insere o trabalho proposto, a fim de sustentar os argumentos das hipóteses e fornecer explicações plausíveis sobre os fenômenos observados. O método para a construção do referencial teórico é o dedutivo, ou seja, vai-se do geral para o específico. Isso significa que, a partir de teorias gerais ou de longo alcance, o pesquisador estabelece relações com o seu objeto específico de pesquisa de forma lógica, relacional e aplicativa.

Na perspectiva de Stumpf (2011, p. 51), “a pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado [...]”. Para Gil (1991, p. 48), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. A revisão bibliográfica ajuda o pesquisador a não desperdiçar tempo com problemas já solucionados. Conforme Stumpf (2011, p. 52), “para estabelecer as bases em que vão avançar, alunos precisam conhecer o que já existe, revisando a literatura existente sobre o assunto”. A seguir, veremos a análise de conteúdo, importante método científico para alcançarmos os resultados desta pesquisa.

## 4.2 Análise de conteúdo

De acordo com Fonseca Júnior (2011, p. 280), a análise de conteúdo “[...] se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”. Nesse contexto, é levado em conta o que foi dito pelos entrevistados, assim como a própria observação do pesquisador.

Atualmente, embora seja considerada uma técnica híbrida por fazer a ponte entre formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais (BAUER, 2002), a análise de conteúdo oscila entre esses dois polos, **ora valorizando o aspecto quantitativo, ora o qualitativo**, dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador. (FONSECA JUNIOR, 2011, p. 285, grifo nosso).

Fonseca Júnior (2011) cita Krippendorff (1990) para elucidar alguns marcos de referência que a análise de conteúdo requer do pesquisador:

1. **Os dados, tais como se apresentam ao analista:** os dados são os elementos básicos da análise de conteúdo [...] por isso é preciso deixar claro que dados estão sendo analisados, como eles foram definidos e de qual população eles foram extraídos.
2. **O contexto dos dados:** não é possível ignorar que um determinado discurso ocorre em função de um contexto e que algumas condições do contexto influenciam na construção do discurso.
3. **O conhecimento do pesquisador:** [...] é necessário que o pesquisador explicita os pressupostos por ele formulados sobre a relação entre os dados e seu contexto.
4. **O objetivo da análise de conteúdo:** em toda análise de conteúdo deve se enunciar, com clareza, a finalidade ou o objetivo das inferências.

5. **A inferência como tarefa intelectual básica:** [...] consiste em relacionar os dados obtidos com alguns aspectos de seu contexto.
6. **A validade como critério de sucesso:** [...] é necessário que sejam estabelecidos critérios para a validação dos resultados, para que outras pessoas possam comprovar se as inferências são de fato exatas. (FONSECA JÚNIOR, 2011, p. 287-288, grifo do autor).

Na percepção de Bardin (2016, p. 37), “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. De acordo com a autora, qualquer comunicação, “isto é, qualquer veículo de significados de um emissor para um receptor, controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo” (BARDIN, 2016, p. 38). A análise de conteúdo divide-se em três partes:

A **pré análise:** é a fase de organização, [...] corresponde a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso de desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise. [...] **A exploração do material:** a fase de análise propriamente dita não é mais que a aplicação sistemática das decisões tomadas. [...] **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação:** os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (“falantes”) e válidos. Operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise fatorial), **permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise.** (BARDIN, 2016, p. 125-131, grifo nosso).

Além disso, a análise de conteúdo passa pela codificação e categorização. De acordo com Gibbs (2009, p. 60), “a codificação é uma forma de indexar ou categorizar o texto para estabelecer uma estrutura de ideias temáticas em relação a ele [...]”. Na visão de Bardin (2016, p. 145), “a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto de diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero [...], com os critérios previamente definidos”. Ainda segundo Gibbs (2009, p. 67), “as categorias ou conceitos que os códigos representam podem vir da literatura de pesquisa, de estudos anteriores, de tópicos no roteiro da entrevista, de percepções sobre o que está acontecendo e assim por diante”.

Nesta pesquisa, a análise de conteúdo fez-se necessária para que o pesquisador elaborasse uma interpretação, juntamente com as respostas obtidas nas entrevistas, do programa *Cidade Ativa* à luz dos princípios da comunicação comunitária. Somente as entrevistas não dariam conta de retratar a realidade do

programa quanto ao pilar da comunicação comunitária, qual seja, de comunicação ativa, democrática e horizontal; pluralidade de vozes. Portanto, foi necessário que o autor acompanhasse, ao vivo, pelo site da rádio<sup>18</sup>, o *Cidade Ativa*, atração de maior audiência da rádio comunitária Ativa FM, durante os dias 8, 9, 17 e 18 do mês de abril. As datas escolhidas não tiveram uma motivação específica. Trata-se, na verdade, de uma escolha pessoal, a qual ponderou que maio seria o mês mais adequado para a conclusão da análise de conteúdo.

Para a realização da análise foram criadas categorias a partir do estudo da pesquisadora Peruzzo (1998), que aborda possíveis níveis de participação popular em veículos comunitários, como mencionados no capítulo 3. Os itens descritos no nível das mensagens: **entrevistas, depoimentos, comentários, denúncias, notícias, avisos, pedidos de música, envio de sugestões** – o autor acrescentou durante a investigação do *Cidade Ativa* a categoria **mensagens do ouvinte**, pois, geralmente, este elemento sempre aparece nos programas radiofônicos -, foram utilizados como categorias de análise. A observação do programa durante os quatro dias permitiu ao pesquisador constatar se estes elementos de participação, elencados por Peruzzo (1998), foram contemplados no programa e como foram. Sendo assim, foi criada uma tabela para cada edição examinada do programa. Nelas, o autor enumerou a quantidade de vezes que as categorias apareceram e, na sequência, também foi elaborada a interpretação desses dados listados à luz dos fundamentos da comunicação comunitária.

De acordo com Peruzzo (2007), a comunicação comunitária tem que estar voltada aos interesses da comunidade local e promover a participação popular. Portanto, a análise do programa *Cidade Ativa* auxiliou o pesquisador a solucionar um dos objetivos específicos deste estudo e compreender como apareceu a participação da comunidade nova-pratense a partir dos elementos descritos no nível das mensagens que, segundo Peruzzo (1998), em grau mínimo proporciona a participação popular democrática dos cidadãos nos veículos comunitários.

---

<sup>18</sup> Os programas da Ativa FM não estão disponíveis para download. Para escutá-los, devemos acessar o site da emissora através do endereço <http://www.radioativafm.com/> e clicar no link “Ouça ao Vivo”, que está disponibilizado no canto superior direito da página. Além disso, no site também é possível verificar notícias de Nova Prata, entre outras localidades, e a grade da programação para ficar por dentro dos horários que as atrações vão ao ar. O *Cidade Ativa*, em especial, é transmitido também pela página da rádio no *Facebook*, <https://www.facebook.com/radioativanovaprata/>, porém nem sempre ele é veiculado na sua totalidade. Às vezes as transmissões começam tempo depois dele já estar no ar. Contudo, essas transmissões ficam salvas no *Facebook*.

### 4.3 Entrevista semiaberta

De acordo com Fontana e Frey (1994, p. 361 *apud* DUARTE, 2011, p. 62), a “entrevista é uma das mais comuns e poderosas maneiras que utilizamos para tentar compreender nossa condição humana”. Este recurso metodológico permite que o pesquisador faça uma entrevista individual aprofundada, explorando um determinado assunto através da busca de informações, percepções e experiências de informantes e apresentá-las de forma estruturada (DUARTE, 2011, p. 62). A entrevista ainda proporciona a flexibilidade do informante de definir os termos da resposta, cabendo ao entrevistador ajustar as perguntas.

A entrevista em profundidade não permite testar hipóteses, dar tratamento estatístico às informações, definir a amplitude ou quantidade de um fenômeno [...]. Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. (DUARTE, 2011, p. 63).

Seguindo a divisão proposta por Seltiz et al. (1998 *apud* DUARTE, 2011, p. 64-67), podemos dividir a entrevista em três categorias:

a) **Entrevista aberta:** qualitativa, essencialmente exploratória e flexível, não tem uma estrutura predeterminada. Começa com um tema central e depois as respostas e indagações fluem livremente. As respostas do entrevistado vão gerando perguntas pelo entrevistador.

b) **Entrevista semiaberta:** o entrevistador utiliza um roteiro prévio de perguntas a serem indagadas. As perguntas partem do problema de pesquisa. Podem ser aprofundadas.

c) **Entrevista fechada:** é realizada a partir de questionários estruturados, gerando perguntas iguais para todos os entrevistados.

Conforme Bardin (2016), uma entrevista pode ser feita de várias maneiras. Tipicamente,

[...] classificam-se as entrevistas segundo o seu grau de diretividade - ou melhor, de não diretividade - e, por conseguinte, segundo a “**profundidade**” do material verbal recolhido. Entrevistas não diretivas de uma ou duas horas, que necessitem de uma prática psicológica confirmada, ou entrevistas semidiretivas (também chamadas com plano, com guia, com esquema, focalizadas, **semiestruturadas**), mais curtas e mais fáceis: seja qual for o caso, devem ser registradas [...]. (BARDIN, 2016, p. 93, grifo nosso).



Para que a entrevista seja de qualidade é necessário que o pesquisador escolha boas fontes que sejam capazes de responder sobre o problema suposto. De acordo com Duarte (2011, p. 68), “[...] é importante considerar que uma pessoa somente deve ser entrevistada se realmente pode contribuir para ajudar a responder à questão da pesquisa”. Segundo Sampieri, Coladdo e Lucio (2013, p. 425), a entrevista qualitativa “é mais íntima, flexível e aberta [...]”. Os autores definem ela como uma espécie de reunião para dialogar e trocar informações entre o entrevistador e o entrevistado. Na concepção de Sampieri, Coladdo e Lucio (2013, p. 425), “na entrevista, com as perguntas e respostas, conseguimos uma comunicação e ao mesmo tempo a construção de significados a respeito de um tema [...]”.

As entrevistas semiabertas para este estudo foram realizadas na manhã do dia 23 de abril de 2019, nas dependências da emissora Ativa FM 87,9, em Nova Prata, Serra Gaúcha. Como o pesquisador não reside no município onde a emissora está inserida, o mesmo teve que se deslocar de ônibus, de Santa Cruz do Sul a Nova Prata, no dia 22, para que na manhã do dia 23 pudesse estar presente na Ativa FM e realizar as entrevistas. Para que fosse possível a aproximação do pesquisador com as fontes, o primeiro contato aconteceu por telefone, ainda no decorrer do segundo semestre de 2018, enquanto o autor elaborava o projeto de monografia, com o vice-presidente da rádio, Clecio Tochetto. A conversa durou aproximadamente 10 minutos e o pesquisador recebeu, naquele momento, sinal verde para que pudesse dialogar com os profissionais.

Além de Clecio Tochetto, foram entrevistados os apresentadores do programa *Cidade Ativa*, Roberto Natal Marangoni e Fidelis Pedro Pretto. Todos foram solícitos e se dispuseram a colaborar com o trabalho monográfico. O autor julgou mais importante conversar com o vice-presidente ao invés da presidente, Evânia Peruzzo, porque além de atuar na parte administrativa, ele trabalha na rádio praticamente desde a sua inauguração, apresenta diariamente, no período da tarde, uma atração musical e ajuda também na produção e execução dos programas que vão ao ar. As três entrevistas foram gravadas somente em áudio e os *links* para acesso estão disponível no Anexo D.

#### 4.4 No ar a rádio comunitária Ativa FM 87,9

Segundo Tochetto (2019), a ideia de montar uma rádio comunitária no município de Nova Prata surgiu da “união de pessoas e entidades de diferentes segmentos da sociedade nova-pratense”. O objetivo principal desses cidadãos, de acordo com Tochetto (2019), era de dar oportunidade para que a população pudesse ter um canal de comunicação que as representasse, mobilizasse e que tivesse engajamento com os problemas, soluções, fatos culturais, artísticos ou eventos da comunidade. Sendo assim, foi fundada em 10 de setembro de 1999 a Associação Comunitária de Desenvolvimento Cultural e Artístico de Nova Prata (ACDCANP), com sede na Avenida Presidente Vargas, 1690.

Ela é uma entidade civil com duração indeterminada, de caráter educativo, cultural e artístico, regida por estatuto e com componentes eleitos para ocupar a sua diretoria. Conforme Tochetto (2019),

Depois de aguardar os trâmites legais dentro de prazos estabelecidos, normas e projetos solicitados no dia 19 de novembro de 2009, foi aprovado o Decreto Legislativo Federal Nº 878 através de Ato de Outorga autorizando a execução do serviço de Radiodifusão Comunitária na cidade de Nova Prata. Em 01 de março de 2011, através de Ato Nº 1.236, foi concedida a autorização de uso de radiofrequência em caráter definitivo.

Depois de um rápido processo de adaptação dos equipamentos, estúdios, e sistema computadorizado de execução, transmissor e sistema irradiante, a emissora entrou no ar com o nome fantasia de Rádio Ativa, operando na frequência modulada 87,9 FM. A concessão dada pelo Governo Federal aos veículos comunitários tem validade de 10 anos, a da Ativa FM vence no segundo semestre deste ano, especificamente no dia 20 de novembro (TOCHETTO, 2019). Isso acontece porque ela recebeu autorização para funcionamento ainda no ano de 2009. Apesar da licença definitiva ter saído somente no dia 1 de março de 2011, as primeiras transmissões, que começaram a partir do Decreto Nº 878, contam do prazo total, porque são consideradas de caráter provisório e experimental.

A nossa concessão vai encerrar agora [...] aí nós contratamos um escritório em Porto Alegre, que é o Sulrádio. [...] A advogada para fazer toda [...] documentação vai me cobrar em torno de 25 mil reais. [...] O governo diz que é gratuito, que você poderia [...] fazer, só que [...] é tudo complicado, muito burocrático. Então, a gente prefere fazer com pessoas que só fazem

isso. [...] Você tem um prazo para fazer. Se você não fizer no prazo, você perde a concessão. (TOCHETTO, 2019).

A administração da rádio se dá através da Associação Comunitária de Desenvolvimento Cultural e Artístico de Nova Prata. A entidade conta atualmente com cinco membros da sociedade civil, como manda a lei da radiodifusão comunitária, sendo eles: a presidente da instituição, Evania Peruzzo; o vice-presidente, Clecio Tochetto; a secretária, Vanessa Frizon; o tesoureiro, Ademir Troitinho; e o diretor administrativo, Ricardo Dequiovanni. Além disso, a rádio contém um conselho comunitário que integra cinco entidades da comunidade nova-pratense, que são a Associação Esportiva e Recreativa Brasil; a Associação União Acadêmica; a Associação Esportiva e Cultural São Cristóvão; o Sindicato dos Extratores de Basalto; e o Sindicato dos Trabalhadores Públicos de Nova Prata. O conselho atua dando aval de como está o andamento do veículo, se a programação está boa, se deve ser aberto mais espaço para tal “coisa”, e também “fazem uma avaliação extra além daquilo que a diretoria acha melhor” (TOCHETTO, 2019). As reuniões entre os diretores e os conselheiros acontecem geralmente duas vezes por ano.

A Ativa FM fica localizada na Avenida Presidente Vargas, 1690, sala 4, no bairro São Cristóvão. O espaço físico é dividido entre dois ambientes. Logo na entrada fica a recepção, que abriga um sofá de três lugares e uma mesa de escritório com computador, impressora e um telefone residencial. Ao lado da escrivaninha existe uma parede provisória, que faz divisão do local com a cozinha, onde contém uma pia e um fogão a gás de quatro bocas. Apesar de não fazerem almoço dentro da emissora, os profissionais utilizam o espaço para fazer chimarrão e café. A outra peça do recinto é propriamente o lugar onde fica o estúdio. Nele está uma mesa com cinco microfones e dois computadores. Ademais, a emissora tem um site oficial; um e-mail; uma página no Facebook, com mais de 50 mil seguidores; e uma conta no WhatsApp.

**Figura 1 – Fachada da rádio**

Fonte: arquivo pessoal do autor

O quadro de funcionários da emissora é composto atualmente por três comunicadores<sup>19</sup>, que atuam diariamente. Além de vice-presidente, Tochetto é produtor, redator e apresentador do programa musical *Frequência Máxima*, que vai ao ar, diariamente, das 13h às 17h. Além do mais, ele faz a parte administrativa essencial (desde o pagamento de impostos às despesas da infraestrutura como um todo) e também colabora com o *Cidade Ativa*, por exemplo, agendando as entrevistas e redigindo informações e avisos que são lidos pelos locutores que conduzem o programa. Já os comunicadores Marangoni e Pretto atuam na apresentação da atração de maior audiência da rádio, o *Cidade Ativa*, objeto de estudo deste trabalho, que vai ao ar de segunda à sexta-feira, das 8h às 11h30min. Além disso, Marangoni comanda também o *Ativa Serviço*, que entra no ar logo após o término do *Cidade Ativa* e tem duração de 30 minutos.

---

<sup>19</sup> Pelo fato da rádio só ter três apresentadores fixos, no decorrer deste subcapítulo será explicado a relação de trabalho deles com a emissora Ativa FM.

**Figura 2 – Os apresentadores da Ativa FM: Tochetto, Preto e Marangoni**



Fonte: radioativafm.com

Tirando estes três programadas citados, o restante do tempo da rádio é composto por atrações musicais, algumas com locuções gravadas, outras sem. Ainda em relação aos funcionários, mas que não são fixos, a emissora tem dois comentaristas esportivos, o Ademir Trozinho e o Agenor Zamin; há também o “repórter” Eduardo Colla, que faz matérias esporádicas, de acordo com as necessidades vigentes, como, por exemplo, quando tem jogo de futebol ou algum evento na cidade. De acordo com o vice-presidente, uma das maiores dificuldades é em remunerar essas pessoas.

Os que estão trabalhando hoje é mais porque gostam. Eles têm uma outra forma de sustento além da rádio. Como nós não temos carteira assinada, porque a lei das comunitárias não obriga você assinar a carteira, então nós temos uma pequena contribuição que cada um recebe, de acordo com aquilo que a rádio consegue comercializar com os apoios culturais. (TOCHETTO, 2019).

Se algumas emissoras se autodeclaram comunitárias, mas no fundo estão sempre em busca do lucro, com a rádio Ativa FM é diferente. Ela cumpre à risca a lei

da radiodifusão comunitária e somente comercializa anúncios publicitários, sob forma de apoio cultural, de empresas que estão dentro da comunidade novapratense. Aliás, é desses apoiadores que vem os recursos para as despesas mensais, como os gastos com aluguel, condomínio, luz e telefone – a Ativa não tem gasto com internet, porque ela tem permuta com uma empresa local. Atualmente, a emissora negocia dois tipos de pacotes. Um deles é o avulso que contempla cinco spots diários de 30 segundos, de segunda a sábado, que custa 260 reais por mês; o outro custa 350 reais porque é veiculado seis vezes, também no período de segunda a sábado - destes seis comerciais, quatro vão ao ar durante o *Cidade Ativa*, às 8h, 9h, 10h e 11h, horários “nobres” da rádio, por isso o valor maior.

Nós captamos os apoios culturais: uns nos procuram e outros são visitados. A grande maioria, até [...] é bom para a gente (sic), nos procuram. Então, para nós, isso é um grande caminho, porque da grande maioria deles, o pessoal nos liga: - Oh, passem aqui, gostaria de anunciar na rádio. (TOCHETTO, 2019).

Em relação aos anúncios dos apoiadores e também aos programas gravados, ambos são produzidos por uma empresa de mídia, em Concórdia, Santa Catarina. A *Ativa* gasta aproximadamente 300 reais mensais com os serviços prestados por esse estúdio catarinense. Conforme Tochetto (2019), isso faz com que os custos sejam barateados. Ele comenta que a rádio tem direito a gravar 35 comerciais por mês, mas a cota nunca é esgotada, porque a Ativa não manda produzir um por dia. No tocante às atrações gravadas com locução (programas da noite), Tochetto (2019) diz que várias vezes acontece de as pessoas pararem ele na rua e elogiarem a programação. Contudo, ele diz que se os indivíduos reparassem que não é dito a hora e nem a temperatura, veriam que os programas não são ao vivo. Comparando a realidade atual da rádio com o início dela, em que a programação era composta por oito horas de música e o restante do tempo ficava fora do ar, podemos concluir que hoje ela é mais interativa com a comunidade.

Já em relação às dificuldades, um dos problemas que a Ativa mais enfrenta, e que já fez com que os profissionais quase desistissem de continuar com ela de pé, é em relação aos processos judiciais. A rádio sempre abre espaço para todo mundo se manifestar. Quando chega uma pessoa e diz que quer falar, os comunicadores fazem uma espécie de “triagem”, perguntando, primeiramente, sobre o que o

cidadão quer falar, para assim evitarem futuros problemas, que sempre acabam vindo.

Olha, eu te recomendo que você não ofenda ninguém, que você fale aquilo que quiser, mas tome cuidado para não levar um processo. Mesmo assim a gente é muito perseguido politicamente. Apesar de ser uma cidade com cerca de quase 30 mil habitantes, [...] a gente é muito perseguido por políticos. A nossa emissora não tem nenhum programa político pago, e nós poderíamos captar recursos municipais. As outras emissoras da cidade recebem de três a quatro mil reais mensal do poder público. Nós poderíamos angariar estes recursos, mas é opção nossa de não fazer, senão ficaríamos amarrados. (TOCHETTO, 2019).

Se por acaso o prefeito da cidade for na rádio, Tochetto (2019) comenta que não iriam só “puxar o saco” dele e também não só elogiá-lo, mas falariam daquilo que realmente precisa ser falado. No que tange a alguns problemas enfrentados pela Ativa FM, há um processo em especial, em que as duas outras emissoras comerciais do município moveram contra a Ativa FM, questionava a potência da emissora.

Imaginamos que sejam elas, porque acionaram o Sindirádio, que é o sindicato das rádios comerciais, que ajuizou um processo aqui no fórum, de Nova Prata. A juíza naquela ocasião aceitou e o processo está em andamento ainda. Mas entendemos que quem legisla sobre as comunitárias é a União Federal. [...] Então, se tem alguma irregularidade, quem deveria nos fiscalizar e nos atuar, se for o caso, é a Anatel, que é o órgão fiscalizador do Governo. Nesse caso, a juíza aceitou uma liminar, então estamos respondendo num fórum local, um assunto que é federal. [...] A rádio está totalmente legal hoje, que é 25 watts. [...] A antena está 22 metros, [...] poderia estar 30. (TOCHETTO, 2019).

Apesar das dificuldades, principalmente pela questão econômica, a emissora está tentando trilhar o caminho certo, que é o de fazer uma comunicação comunitária de qualidade para a comunidade, mesmo tendo uma equipe pequena e com muitas limitações impostas pela lei da radiodifusão comunitária. Um dos fatores positivos é o fator local da sua programação. Nesse sentido, o comunicador Marangoni (2019) acredita que a rádio tem a voz da população.

Muitas rádios comerciais não podem, [...] até porque a maioria das rádios comerciais tem dono e é rede. [...] Uma rádio comunitária pode falar mais as coisas da cidade, porque ela especificamente fala só do município. (MARANGONI, 2019).

Para o futuro, Tochetto (2019) observa que uma das coisas que eles (os que administram) pretendem fazer é expandir o sinal da programação que abrange somente a área urbana também para o meio rural do município, porque hoje a emissora ainda não consegue esse feito. Outro objetivo do veículo é o de guardar um pouco mais de dinheiro todo mês para transferir a Ativa da sala atual para outra maior, com uma infraestrutura um pouco melhor. Além disso, a rádio quer aprimorar os equipamentos, investir em melhores computadores, fazer uma cobertura externa com câmeras, além de outros aperfeiçoamentos. Mas, como lembrou Tochetto (2019), isso tudo é oneroso e tem que ser enviado projeto para Brasília para qualquer coisa que venha ser alterado no corpo da emissora.

#### 4.5 Contexto social: local onde a rádio está inserida

A rádio comunitária Ativa FM 87,9 está inserida na cidade de Nova Prata, município pertencente à região da Serra Gaúcha, localizado a aproximadamente 186 quilômetros de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul. No início, o território pertencia ao município de Alfredo Chaves, hoje Veranópolis. Desde cedo a atividade agrícola associou-se ao extrativismo vegetal, fundido na exploração de ervais e madeira - esta última se transformou na principal atividade da localidade até a década de 1960. Hoje, com seu relevo estrutural vigorosamente esmiuçado, as notáveis jazidas de basalto da formação da Serra Geral compõem esta área. O território de Nova Prata foi ocupado primeiramente por tribos de índios, os chamados Coroados, e caracterizava-se pelos extensos pinheirais. Os indígenas foram ter familiaridade com pessoas brancas, descendentes de espanhóis, somente por volta dos anos de 1850 (PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PRATA, 2019).

**Figura 3 – Atual mapa de Nova Prata**



Fonte: Google Maps



Com os espanhóis, os Coroados começaram a fazer negócios através da troca de mercadorias, sem fazer o uso de moedas. No início ocorreram muitas discordâncias. Parte deles morreram, inclusive os espanhóis. Tempo depois, Silvério Antônio de Araújo, assimilando o modo de vida dos Coroados, planejou a estrada que deveria dar acesso à Porto Alegre. Na época, ao tomar conhecimento do episódio, o então governo da Província do Rio Grande do Sul concedeu a Silvério Antônio de Araújo o direito para escolher terras, tornando-o dono de quase toda a área que compreende a atual comunidade nova-pratense. Em 1865, os Coroados negociaram as suas terras com Fidel Diogo Filho, que as adquiriu por meio da simples troca por objetos de pouco valor econômico, mas que para os índios simbolizavam muito.

Os Diogos tiveram êxito sobre a região e começaram a edificação de algumas casas. Tempo depois, os índios lutaram com os Diogos e os mataram. Posteriormente aos fatos trágicos, fugiram em direção ao Rio Carreiro, afluente do Rio das Antas.

Os descendentes dos índios Coroados vivem atualmente nas reservas indígenas de Cacique Doble e Nonoai. Em homenagem aos primeiros habitantes do município, um dos hotéis da cidade recebeu o nome de Hotel Coroados (PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PRATA, 2019).

**Figura 4 – Vista parcial do Hotel Coroados**



Fonte: [superprata.com.br](http://superprata.com.br)

#### 4.5.1 Os imigrantes

A colonização das terras por povos estrangeiros começou por volta dos anos de 1865, quando chegaram os primeiros portugueses, Joaquim Ribeiro e Manuel Joaquim da Silva. Eles construíram suas casas, formando-se em seguida um pequeno vilarejo, porém sem comércio. Tempos depois apareceram os Martins, os Moreiras e os Telles. Em 1876, uma comissão de engenheiros chegou ao local com o intuito de planejarem a estrada de Montenegro à Lagoa Vermelha. A partir disso, vieram também para a localidade os italianos, tornando-se, mais tarde, a maioria da população de origem europeia (PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PRATA, 2019). O município também recebeu os colonos poloneses.

Os poloneses chegaram em Nova Prata, por volta de 1895, oriundos das escarpas do Vale do Rio das Antas e muitos deles vindos da Polônia, não para trabalhar na lavoura, mas para serem empregados como tecelões na fábrica de tecidos de lã aqui instalada. Todavia, devido à completa carência de meios de transporte e a distância de grandes centros, a mesma não teve êxito. As máquinas foram vendidas para o Lanifício São Pedro, em Galópolis, distrito de Caxias do Sul. Os poloneses que aqui vieram como tecelões, adquiriam pequenas glebas de terra, na Linha Sexta, distante seis quilômetros da sede do município e transformaram-se em exímios agricultores e ótimos na extração do basalto. (PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PRATA, 2019, n.p).

**Figura 5 – Imigrantes italianos retratados em pedra basáltica na praça central de Nova Prata**



Fonte: Associazione Bellunesi Nel Mondo

#### 4.6 Do objeto em análise: o programa *Cidade Ativa*

Consagrado como o programa de maior audiência da emissora, o *Cidade Ativa* vai ao ar todas as manhãs, de segunda a sexta-feira, das 08h às 11h30min, com a apresentação dos comunicadores Marangoni e Pretto. Além deles, há os comentaristas esportivos, Trotinho e Zamin, que participam do quadro Passando a Limpo, uma atração dentro do *Cidade Ativa*, que atualmente vai ao ar entre às 9h e 9h30min, também de segunda a sexta-feira. Além do momento dedicado aos esportes, o programa tem nas terças-feiras um espaço destinado ao poder legislativo do município, e nas quintas-feiras o *Ativa* e o *Executivo*, reservado ao poder executivo; ambos espaços retratam a realidade política da comunidade, com Marangoni e Pretto entrevistando pessoas que fazem parte do poder público local. No restante do tempo, são veiculados anúncios, avisos, comentários sobre diversos assuntos, entrevistas com personalidades (praticamente uma por edição) da localidade, notícias do município e da região, entre outras coisas.

Se hoje o programa *Cidade Ativa* é mais interativo com os ouvintes novapratenses, nem sempre foi assim. No começo, em meados de fevereiro de 2012, quando ele foi inserido na grade da emissora, o único que comandava a atração matinal era o Marangoni, das 10h às 11h30min, com um misto de informação e música, enquanto Tochetto apresentava o programa musical na parte da tarde. Contudo, após conversas trocadas entre Tochetto e Marangoni, surgiu a ideia de criar um programa mais jornalístico, sem músicas, que levasse ao radiouvinte apenas informações e entrevistas.

Na visão de Tochetto (2019), um programa misto de música e informação, como estava sendo o *Cidade Ativa*, no início, não estava dando certo, pois, segundo ele, se uma pessoa quiser informação, ela vai procurar direto na Rádio Gaúcha, se alguém quer saber sobre esporte, por exemplo, vai ligar numa rádio que fala sobre esporte, e assim por diante. Passadas as conversas, os dois tiveram, então, a ideia de fazer o programa só com informações e entrevistas, chamando no mês seguinte, especificamente no mês de março de 2012, para o time que compunha o veículo comunitário até então, o comunicador Pretto, que estava sem trabalhar, porque tinha sido demitido de uma rádio comercial em que atuara por mais de 20 anos, em Nova Prata. Como ele era sucesso de audiência nesta emissora, isso contou muito para que os dirigentes da *Ativa FM* o chamassem para contribuir. Para a surpresa dos

profissionais da rádio, o programa começou a ter grande audiência, todavia uma das dificuldades era relacionada ao apresentador Marangoni, pois ele trabalhava numa emissora comercial em Veranópolis, cidade vizinha, e não conseguia chegar antes das 10h. Contudo, algum tempo depois Marangoni conseguiu se aposentar nesta empresa de comunicação, daí o programa começou a ser veiculado a partir das 9h. Com a criação do quadro esportivo *Passando a Limpo*, por sugestão da diretoria, Marangoni começou a trabalhar diariamente a partir das 8h, até porque já estava aposentado, sendo assim não tinha mais problema com relação a horários.

Apesar de Tochetto ser vice-presidente da associação que gere a rádio e apresentar o programa musical *Frequência Máxima*, ele também acaba sendo uma espécie de diretor e produtor do *Cidade Ativa*, pois ele ajuda Marangoni e Pretto em todos os sentidos, desde a marcação de entrevistas à roteirização do que vai ser contemplado durante a edição toda. De acordo com Tochetto (2019), um dos motivos dele colaborar com o programa, principalmente na questão das entrevistas, é o fato do Marangoni não morar em Nova Prata e o Pretto ser comerciante, daí fica mais fácil para ele telefonar para as pessoas e agendar as participações, pois ele está todos os dias na rádio, das 8h às 11h30min e das 13h às 17h.

Em relação a carreira profissional de Marangoni e Pretto, ambas se mesclam, pois os dois atuam em rádio há anos. Marangoni sempre teve o rádio como seu “ganha pão”, enquanto Pretto se divide como radialista e comerciante. Marangoni (2019) lembra que começou a atuar em rádio em 1979, e que nesse início acabou fazendo um curso profissionalizante para poder ter registro na carteira de trabalho como radialista, de fato, na Fundação Padre Landell de Moura, em Porto Alegre, e outro em Caxias do Sul. Pelo motivo de a vida toda ter trabalhado em rádio comercial, Marangoni foi ter sua primeira experiência em emissora comunitária justamente na Ativa FM. Na concepção dele, todas as rádios têm uma linha editorial, e é meio que preciso seguir essa linha de pensamento. Para ele a “rádio comunitária também tem a linha que é a da comunidade, porém fica mais livre para fazer algum tipo de trabalho” (MARANGONI, 2019).

Já Pretto, que é natural de Encantado - RS, mas mora há 38 anos em Nova Prata, sempre teve o sonho de ser radialista, mas acabou desempenhando a função ao longo do tempo junto com a profissão de comerciante. Na primeira emissora em que trabalhou na década de 1980, ainda em Encantado, ele fazia um pouco de tudo. Com o passar do tempo, a rádio fechou, daí um companheiro de emissora prometeu

para ele que iria buscar trabalho em outra rádio no município de Montenegro, e que conseguindo o chamaria também. Porém, o destino quis que Preto viesse parar em Nova Prata. Na época ele tinha um cunhado que já tinha se estabelecido na comunidade nova-pratense e montado uma lancheria. Como nascera o primeiro filho, pediu que Preto viesse dar uma força para tocar o negócio. Por pressão familiar, Preto acabou se mudando e tempo depois estabeleceu contato com a “gurizada”, como costuma dizer, que trabalhava na Rádio Prata e começou a fazer *free lance* com reportagens ligadas ao mundo esportivo.

Trabalhar em rádio não ganha dinheiro, tu tens que fazer outra atividade. [...] Tanto é que eu nunca pude me dedicar integralmente a ser radialista. Eu sei que é uma ilusão. [...] A maioria não vai ganhar dinheiro. (PRETTO, 2019).

Quanto ao *Cidade Ativa* no geral, Preto (2019) diz que evidentemente por ser uma rádio comunitária, não resta dúvida de que se eles tivessem equipamentos mais atuais, pelo menos um repórter móvel para que ficasse acompanhando os fatos locais, dando voz para as reivindicações dos moradores, seria excelente, mas só que dentro do faturamento da rádio não há possibilidades. Para Marangoni (2019), o programa já provou que tem capacidade de representar a comunidade. De acordo com ele, devido os cidadãos nova-pratenses ouvirem e enxergarem a rádio como uma parceira, essencialmente pelo tipo de apresentação que eles fazem no programa, a participação acontece bastante via *e-mail*, por telefone, pelo *WhatsApp* e também pela transmissão ao vivo da atração no *Facebook*.

As pessoas perguntam, ajudam a fazer o programa. A gente conversa nas ruas com as pessoas e sente que elas dão bastante valor à rádio e acompanham muito a nossa programação. Eu acho que ela tem um peso bastante forte aqui dentro da comunidade e acredito que seja possível melhorar ainda isso. (MARANGONI, 2019).

Como podemos observar até agora, a rádio e o programa *Cidade Ativa* estão em conformidade com os princípios da comunicação comunitária listados por Peruzzo (2007), pois dialogam diretamente com os anseios da comunidade, são sem fins lucrativos, estão sob a égide da lei da radiodifusão comunitária e interagem com a população. Além disso, a gestão de ambos é partilhada, pois além da diretoria que comanda o veículo comunitário, há o conselho comunitário que atua como um “agente fiscalizador” da programação. Contudo, quando analisado pelo pesquisador,

as quatro edições investigadas, como veremos no próximo capítulo, não contemplaram essencialmente os princípios fundantes da comunicação comunitária. Uma das edições, por exemplo, praticamente não abrangeu o fator local, reverberando apenas conteúdos que não falava da realidade nova-pratense, promovendo assim a estética da comunicação vertical e dominadora<sup>20</sup>, possibilitando pouco a participação ativa e horizontal da população.

---

<sup>20</sup> A estética dominadora, conforme Kaplún (1998, p. 63 *apud* NISHIYAMA), prevê uma comunicação vertical, monopolizada e em busca do poder. Podemos encontrar estes elementos, por exemplo, na programação de veículos como Globo, SBT, Record e Band, que apesar de serem concessões do governo, tem em sua finalidade a busca pelo lucro. Além disso, a participação popular nestas emissoras é exímia, e quando acontece, há pouca pluralidade de vozes e, praticamente, são participações intermediadas pelos próprios profissionais que estão no comando da atração e que seguem uma linha editorial que nem sempre fica clara ao receptor. Basta acompanharmos as discussões de temas relevantes, como a reforma da Previdência, para vermos como esse tipo de comunicação está dada. Já na contramão, a comunicação democrática, de acordo com Kaplún, é centrada no diálogo horizontal, participativo, comunitário e a serviço da maioria. Este tipo de comunicação vai ao encontro do que Peruzzo (1998) listou como características da comunicação praticada pelas rádios comunitárias: entre outras coisas, ela é sem fins lucrativos, horizontal, promove a cidadania e tende, a longo prazo, aumentar a democratização da comunicação. Apesar da *Ativa FM* ser comunitária, ela ainda tem desafios a serem enfrentados, como o pesquisador observou durante a análise das edições, para contribuir ainda mais com a comunidade nova-pratense.

## 5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a realização deste capítulo, analisamos quatro edições do programa *Cidade Ativa*, as quais foram avaliadas individualmente. Para isso, o pesquisador criou uma tabela para cada edição investigada, enumerando nelas a quantidade de vezes que as categorias apareceram - lembrando que as categorias foram elaboradas a partir da obra de Peruzzo (1998), na qual ela diz que a participação popular pode ocorrer no nível das mensagens através de **entrevistas, depoimentos, comentários, denúncias, notícias, avisos, pedidos de música, envio de sugestões e mensagens do ouvinte** – esta última foi acrescentada pelo autor. A partir da quantificação destes elementos em cada tabela, foi analisado, na sequência, de que maneira eles apareceram no decorrer de cada edição, interpretando o conteúdo à luz dos princípios da comunicação comunitária – princípios estes elencados por Peruzzo (2007), sendo um dos pilares fundantes: a participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; pluralidade de vozes.

Estes princípios comunitários, segundo Peruzzo (2007), se comprometem, acima de tudo, com os interesses das comunidades onde se localizam e visam contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania. Durante a análise do *Cidade Ativa* foi possível constatar que as categorias **depoimentos, pedidos de música e envio de sugestões** não foram contempladas; a categoria **denúncias** apareceu somente na primeira edição, como veremos a seguir.

**Tabela 1 – Primeira edição do *Cidade Ativa***

<b>Entrevistas</b>	<b>1</b>
<b>Depoimentos</b>	<b>0</b>
<b>Comentários</b>	<b>27</b>
<b>Denúncias</b>	<b>1</b>
<b>Notícias</b>	<b>8</b>
<b>Avisos</b>	<b>2</b>
<b>Pedidos de música</b>	<b>0</b>
<b>Envio de sugestões</b>	<b>0</b>

<b>Mensagens do ouvinte</b>	<b>44</b>
-----------------------------	-----------

Fonte: elaborada pelo autor

A primeira edição analisada do programa de maior audiência da rádio comunitária Ativa FM 87,9, o *Cidade Ativa*, foi ao ar na manhã do dia 8 de abril de 2019. A semana estava recém começando. Aliás, a segunda-feira sempre é um dia corrido para os profissionais da comunicação, pois eles têm que, além de falar sobre os fatos do dia, resumir tudo o que aconteceu no fim de semana. Isso vai aparecer, por exemplo, nas notícias veiculadas ou através de comentários. No *Cidade Ativa* não foi diferente. A grande maioria dos conteúdos apresentados foram dos fatos ocorridos no fim de semana, como os comentários sobre os jogos dos campeonatos estaduais.

O programa começou às 8h e terminou às 11h36min; a duração normal é de 3h30min, constatando-se, assim, um atraso de seis minutos ao término. Geralmente, na abertura de um programa radiofônico, o locutor já começa saudando os ouvintes. Nesta edição averiguada foi diferente. Os primeiros oito minutos foram destinados a comerciais de 13 apoiadores culturais, uma média aproximadamente de 40 segundos por anúncio. Logo em seguida, às 8h09min, entrou no ar a voz de Junior Bodanese, trazendo uma reflexão através da mensagem do dia, intitulada de “Flauta Mágica”, que durou dois minutos. Em seguida foram veiculados mais três minutos de publicidade de cinco anunciantes. Às 8h14min apareceu a primeira notícia que falava sobre a situação do clima dos três estados da região sul do Brasil. Entre 08h15min e 08h20min foram divulgados, novamente, 10 apoiadores culturais; média de 30 segundos por comercial.

Até então, nenhum comunicador da rádio tinha se manifestado. Isso foi acontecer exatamente às 08h21min, quase meia hora depois do programa já ter começado. A voz era do apresentador Roberto Marangoni: “- Bom dia Nova Prata e região”. Logo em seguida aos cumprimentos, Marangoni fala sobre a situação do tempo, da entrevista que vai ter ao longo do programa e também sobre o Grenal (final do campeonato gaúcho de 2019 entre Grêmio e Inter), jogo este que seria comentado a partir das 9h, no quadro chamado Passando a Limpo. De acordo com Tochetto (2019), essa demora acontece algumas vezes porque o comunicador Marangoni não mora em Nova Prata. Ele vem diariamente de Veranópolis, cidade



vizinha. Daí até o radialista não chegar na emissora, Tochetto vai inserindo comerciais para suprir o tempo. O fato reparado pelo pesquisador nesta investigação, e que chamou a atenção, foi a quantidade de apoiadores culturais que surgiram no decorrer do programa.

Já não bastasse os vinte minutos iniciais, que praticamente foram complementados pelos anúncios dos colaboradores, isso viria a se repetir várias vezes no decorrer do *Cidade Ativa*. Após a primeira aparição de Marangoni, o único a falar até então, foram veiculadas mais 21 propagandas, num total de seis minutos; média de 17 segundos por apoiador. O programa, de fato, tomaria corpo a partir das 08h40min, quando Marangoni leu a chamada de três notícias, que duraram um minuto. As divulgações dos “patrocinadores” estiveram presentes também entre os intervalos das 08h49min às 09h03min; 09h19min às 09h22min; 09h32min às 09h33min; 10h11min às 10h28min; e 11h12min às 11h26min. Do tempo total da programação (216 minutos), foram destinados 71 minutos aos apoiadores culturais; isso significa dizer que 32,9% da edição não atendeu aos princípios da comunicação comunitária citados por Peruzzo (2007), apesar da publicidade, sob forma de apoio cultural, estar garantida à radiodifusão comunitária pela Lei Nº 9.612. São estes anunciantes que ajudam a rádio custear os seus gastos com a manutenção da infraestrutura como um todo.

As categorias formuladas pelo pesquisador a partir do nível de mensagem propostos por Peruzzo (1998) apareceram 84 vezes durante a programação, como enumeradas na tabela 1. Segundo a autora, elas garantem a participação mínima da população nos meios comunitários. Entretanto, as aparições dos elementos descritos na tabela não querem dizer que o programa esteja garantindo e incentivando a participação democrática, ativa e horizontal, principal pilar da comunicação comunitária. A participação através de **depoimentos**, **pedidos de música** e **envio de sugestões**, por exemplo, não se fizeram presentes nesta edição analisada. Os elementos que mais apareceram foram: as **mensagens do ouvinte** (44 vezes) e os comentários (27 vezes). As primeiras 12 mensagens, por exemplo, foram ao ar às 09h48min; as 44 mensagens, no total, foram lidas unicamente pelo radialista Marangoni. Os recados da população chegavam através do *Facebook* e *WhatsApp*. Na maioria, 39 vezes, foram pessoas mandando abraço para os comunicadores da rádio. As cinco mensagens que ganharam um pouco mais de destaque tinham um tom de reclamação, como foi o caso da mensagem lida por

Marangoni às 10h05min, na qual um ouvinte (homem) falou sobre o tempo de demora para se conseguir marcar uma consulta nos postos de saúde de Nova Prata. Na verdade, essa mensagem chegou logo após a denúncia que teve no programa, às 09h51, que falava justamente sobre isso.

A única **denúncia** que se fez presente ao longo do programa partiu de um radiouvinte (homem) da comunidade pratense; a queixa tinha sido veiculada, primeiramente, na rádio Gaúcha, de Porto Alegre. Em seguida, ele mandou a mensagem para o programa *Cidade Ativa*. No momento da leitura, Marangoni já não estava sozinho na locução: o seu companheiro de todos os dias, Fidelis Pretto, estava presente no estúdio. Durante cinco minutos, aproximadamente, Marangoni e Pretto criticaram a situação atual do descaso do atendimento dos profissionais da saúde com as pessoas que vão agendar consulta médica. Além disso, Pretto se coloca na denúncia, exemplificando que se ele optasse pelo atendimento em algum posto de saúde no período da manhã, provavelmente teria que faltar um dia de trabalho para isso. Aqui podemos notar que o interesse da população, como bem disse Deliberador e Vieira (*apud* PERUZZO, 2006, p. 9), “de manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes” foram contemplados.

Além das duas mensagens que mencionavam um tipo de problema que está acontecendo na comunidade, outras três lidas por Marangoni abordavam outros assuntos relevantes para Nova Prata. Conclui-se, então, que das 44 participações dos radiouvintes através das mensagens, apenas cinco (11,4% do total) estava centrada no real interesse da população. Ainda assim, o povo, de certa forma, pode se expressar, mesmo que o diálogo tenha sido conduzido por um intermediador.

Outra categoria que apareceu com bastante frequência, ficando em segundo lugar nesta averiguação, foi a dos **comentários** – 27 no total. As primeiras menções apareceram a partir das 09h08min, no quadro Passando a Limpo, que teve duração de 24 minutos. Marangoni cumprimenta Zamin e Trotinho que, juntamente com ele, tecem comentários sobre fatos desportivos.

Todas as observações deferidas pelos três comunicadores abordavam os jogos dos campeonatos estaduais, com prioridade aos times gaúchos, que tinham acontecido no fim de semana. Em nenhum momento discutiram assuntos pertinentes aos esportes da comunidade nova-pratense.

Dentre os comentários que privilegiaram o interesse local foram proferidos, por exemplo, por Pretto e Marangoni, logo após a leitura de uma notícia a qual dizia

que a Polícia Militar (PM) do município ganharia uma nova sede. O assunto tem a ver com segurança pública, um dos temas mais polêmicos dos últimos anos, mas que requer a atenção devida de toda a população.

Apenas 25,9%, ou seja, 7 dos 27 comentários estiveram dentro dos princípios da comunicação comunitária. O restante não estava em conformidade, porque abordava assuntos gerais, quando o foco ideal é falar do local. Também não houve abertura de espaço dentro do estúdio da rádio para que o povo pudesse se manifestar: as críticas (comentários) partiram somente dos comunicadores Preto e Marangoni.

Quanto às **notícias**, foram oito no total. Todavia, somente duas estavam relacionadas com os acontecimentos ligados à comunidade, como foi o caso, por exemplo, da informação que falava sobre o novo quartel da Briga Militar (BM) e a outra que tratava de um acidente de carro que ocorreu na divisa de Nova Prata com o município de Vila Flores. O interessante desta última notícia foi que a mesma se relacionou, mais tarde, com o assunto abordado na única entrevista que houve no programa, a partir das 10h29min, em que o tema discutido foi a segurança no trânsito. Portanto, somente 25% das notícias cumpriram o objetivo de esclarecer a população a partir do fator local.

Ainda no que tange às notícias, observou-se que três delas não foram produzidas pelos comunicadores do *Cidade Ativa*. Entre às 08h40min e 08h48min, foram ao ar três matérias: a primeira falava sobre a pesquisa realizada pelo Instituto Data Folha sobre a avaliação de governo dos três primeiros meses do mandato do atual presidente da república, Jair Bolsonaro; a segunda falava sobre os atos a favor do ex-presidente Lula que aconteceram pelo país no domingo; e a terceira sobre os protestos que aconteceriam no dia do feriado dos trabalhadores (1º de Maio) contra a reforma da Previdência. Entretanto, essas informações foram obtidas no site da Agência Radioweb, que é considerada uma das maiores agências de notícias para rádios no Brasil. Segundo Tochetto (2019), para poder veicular esses conteúdos, a rádio *Ativa* fez um cadastro no site da agência. Sendo assim, eles (profissionais da rádio) têm permissão para reproduzir o material que é elaborado por diversos profissionais da comunicação espalhados pelo país afora. Só para termos noção, a primeira notícia que falava sobre a pesquisa do Data Folha foi assinada por uma jornalista identificada como Larissa Mantovan, de Brasília.

Não significa que estas informações não sejam importantes e não possam aparecer na grade de uma emissora comunitária. Porém, isso resulta num problema quando a informação local fica de fora. Não é priorizada, é relegada.

O ponto alto do programa foi a partir das 10h29min até às 11h12min - período este que abrangeu a única **entrevista** que foi realizada no estúdio com dois policiais rodoviários aposentados, Antônio Roque da Luz Bühler e Milton do Nascimento Pimentel (os dois estão ao lado direito na figura 6). Este espaço correspondeu a quase 20% do tempo total do *Cidade Ativa*. Bühler e Pimentel criaram em janeiro de 2014 a ONG Nilva Cabral. Juntos fazem um trabalho de conscientização no trânsito, após diversos anos atuando em rodovias. No decorrer da entrevista foram debatidas questões relacionadas ao crescente número de mortes nas estradas, o consumo de drogas por parte dos motoristas, entre outras coisas. Os policiais criticaram alguns atores da comunidade nova-pratense, que se recusaram a firmar uma parceria com eles para que os mesmos pudessem fazer palestras de conscientização para os alunos. Segundo os educadores, “atrapalharia” o ano letivo.

**Figura 6 – Momento da entrevista com os dois policiais rodoviários aposentados**



Fonte: arquivo pessoal do autor

Além disso, os dois citaram dados chocantes sobre a quantidade de mortes que acontecem nas rodovias brasileiras, falaram também que o estado fiscaliza mal as rodovias, que o mesmo não está preocupado com a segurança das pessoas e que as piores estradas do país estão na região sul. De fato, a entrevista atendeu aos

princípios comunitários citados por Peruzzo (2007). O conteúdo emitido foi de caráter horizontal e democrático, pois ele favoreceu a participação popular, neste caso, de duas pessoas que se disponibilizaram a falar sobre um tema tão importante. Esse tipo de entrevista possibilitou a promoção da informação e educação para as pessoas da comunidade local. Notamos a realização da cidadania através da participação, citado por Demo (1999, p. 70), que prevê os nossos direitos e deveres de cidadãos, principalmente os deveres, como um “compromisso comunitário de cooperação e responsabilidade”. Estes se tornam essenciais quando o assunto abordado são os acidentes de trânsito e o uso de drogas. São assuntos que esclarecem o povo e os ajudam a procurar maneiras de combater esses males por medidas construídas em conjunto.

Em relação aos **avisos**, o primeiro apareceu exatamente às 09h48min, quando Marangoni interrompe o que está falando e diz que um ouvinte perdeu a chave de um carro Volkswagen e quem a encontrar será gratificado. O segundo e último ocorreu quase no fim do programa, às 11h28min especificamente, quando Marangoni diz: “- A comissão Pro-Asfalto Estrada Geral Nova Prata e Vista Alegre do Prata comunica aos moradores e proprietários de Santo Isidoro e Santo Estanislau que a próxima parcela do pagamento vence dia 12 de abril. Os moradores e proprietários que ainda não receberam os boletos devem entrar em contato no fone 3242-6168, evitando o atraso e despesas extras. Em breve teremos o início das obras e necessitamos da contribuição de todos. A comissão Pro-Asfalto Nova Prata e Vista Alegre do Prata agradece a colaboração”. Os dois comunicados, de caráter utilitário, cumprem o papel de comunitário por agirem em benefício dos próprios moradores. Das 83 vezes que apareceram os elementos descritos pela autora Peruzzo (1998) no nível das mensagens e enumerados na tabela 1, somente 18 deles (21,4%) contiveram, de fato, conteúdos que envolviam os nova-pratenses.

**Tabela 2 – Segunda edição do *Cidade Ativa***

<b>Entrevistas</b>	<b>1</b>
<b>Depoimentos</b>	<b>0</b>
<b>Comentários</b>	<b>16</b>
<b>Denúncias</b>	<b>0</b>

<b>Notícias</b>	<b>11</b>
<b>Avisos</b>	<b>1</b>
<b>Pedidos de música</b>	<b>0</b>
<b>Envio de sugestões</b>	<b>0</b>
<b>Mensagens do ouvinte</b>	<b>63</b>

Fonte: elaborada pelo autor

A segunda edição do *Cidade Ativa* observada pelo autor foi ao ar na manhã do dia 9 de abril de 2019. O programa começou às 08h e encerrou às 11h36min. Se compararmos esta análise com a da primeira edição investigada, podemos verificar que as mesmas coincidem no atraso de seis minutos ao término da atração. Outro episódio que se relaciona com a edição anterior é o fato das duas terem destinado praticamente a mesma quantidade de tempo para o anúncio dos apoiadores culturais. Dos 216 minutos totais, 32,4% (1h10min) do tempo foi reservado aos patrocinadores (colaboradores). Os intervalos em que eles mais se fizeram presentes foi entre às 08h48min e 09h04min e 10h03min às 10h21min; 62 reclames circularam nestes dois períodos.

Os comunicadores Pretto e Marangoni comandaram a atração, os comentaristas esportivos Zamin e Trotinho participaram somente, como na primeira edição analisada, do quadro esportivo Passando a Limpo, que entrou no ar a partir das 09h06min. Outra coisa que se repetiu nesta investigação foi o atraso de 20 minutos para Marangoni começar, de fato, o programa. Às 08h21min ele entrou no ar dizendo: “ - Oito horas e 21 minutos, 14º graus é a temperatura. Hoje é terça-feira, dia 9 de abril de 2019, e nós estamos por aqui de novo. Todas as atrações da manhã para você que nos acompanha...”. Logo em seguida ele falou da entrevista que vai ter no programa com o vereador nova-pratense, Vinicius Reinelli, no espaço da Câmara de Vereadores; do jogo entre Internacional x Palestino, à noite, pela copa Libertadores da América; comenta também que depois do Passando a Limpo, o seu companheiro Fidelis estará presente.

Nesta edição do *Cidade Ativa* houve um acréscimo de três **notícias** em relação à anterior. Contudo, a quantidade de informações que tratavam de assuntos locais foi pequena: das 12 matérias veiculadas, somente três (27,3%) foram elaboradas pelos próprios comunicadores e tinham uma certa relevância concreta para os nova-pratenses. Uma das notícias lida na voz de Pretto falava sobre

Segurança Pública. A informação dizia que a cidade de Nova Prata estaria recebendo, através de uma emenda parlamentar dos deputados federais Danrlei (PSD) e Covatti Filho (PP), mais uma viatura e coletes para a Polícia Civil, e também coletes, armamento e uma viatura para a Brigada Militar. De acordo com o que foi dito por Pretto, a ação partiu do esforço da vereadora Roseli Albuquerque, juntamente dos vereadores Ademir Concolato e Kuki Magnos Spagnol.

As outras notícias que abordavam assuntos locais foram sobre esporte. A primeira discutia a data marcada da próxima rodada do futebol de campo dos times pratenses que jogam o campeonato amador municipal. Aliás, esta notícia gerou muitos comentários e críticas dos comunicadores Marangoni e Pretto, mas também dos comentaristas esportivos, Zamin e Trotinho, porque, de acordo com eles, a data dos jogos da próxima rodada coincidiria com o jogo final entre Grêmio x Inter pelo campeonato gaúcho. Porém, durante a discussão, Marangoni diz que foram os próprios times que escolheram jogar nesse dia e que os mesmos não queriam remarcar. Esta informação dada ao apresentador veio por meio de um áudio, via *Whatsapp* da rádio, do assessor técnico de esportes da Prefeitura Municipal de Nova Prata, Everton Cardoso. A segunda notícia dizia que o time de futsal de Nova Prata, o Calabria, iria participar da Taça RBS TV de futsal.

Essas notícias compreendem uma parcialidade dos princípios da comunicação comunitária propostos por Peruzzo (2007), pois elas informam a população dos jogos dos times da comunidade e proporcionam uma valorização dos atletas e das associações desportivas municipais. Como observado pelo pesquisador, as críticas que se dirigiram aos jogos que coincidiriam com a final do Gauchão eram mais por motivos de preocupação com a questão do comparecimento ou não da torcida nos jogos. Para os comunicadores do programa, essa data poderia inibir o povo nova-pratense de comparecer às quatro partidas da rodada, pois ficariam em casa assistindo o clássico Grenal. Algumas das outras notícias que foram ao ar entre às 08h40min e 08h47min falavam, por exemplo, sobre assuntos nacionais, como foi o caso da matéria que abordou sobre o músico carioca, Evaldo da Silva, que morreu após o carro onde estava ser atingido por 80 tiros disparados por um grupo de militares do Exército, no Rio de Janeiro, e outra que abordou a demissão do ministro da educação, Ricardo Vélez Rodríguez. Todas as informações foram retiradas do site da agência Radioweb.

Os **comentários** desta edição foram inferiores, numericamente, se comparado aos da primeira: foram 16 contra 27. Porém, estavam mais alinhados com os anseios da comunidade. Entretanto, como no primeiro programa, eles partiram somente dos comunicadores, e em nenhum momento alguém da cidade participou ao vivo ou esteve presente no estúdio para tecer críticas a respeito de alguma ocorrência da sua localidade. Um dos momentos que teve mais comentários foi durante o quadro *Passando a Limpo*, na qual Marangoni se juntou a Zamin e Trotinho para comentar assuntos esportivos. Dessa vez, 56,2%, ou seja, somente nove de todos os comentários mencionavam fatos locais, como foram, por exemplo, os que expressavam ideias sobre o campeonato amador de futebol de Nova Prata e o asfaltamento da avenida Placidina de Araújo, na região central da cidade.

Na análise anterior, somente 25,9% dos comentários falaram sobre coisas locais. Contudo, apesar dessa segunda edição ter contemplado conteúdos relevantes nos comentários, a mesma não propiciou a comunicação horizontal e democrática, porque seguiu justamente os moldes estéticos dos veículos comerciais, em que praticamente só “especialistas” ou os próprios comunicadores opinam sobre determinadas ocorrências.

As participações do povo através das **mensagens do ouvinte** também foram maiores que às da primeira edição. No entanto, somente 19% delas foram além do simples abraço que as pessoas costumam mandar para os profissionais da rádio. O momento em que a população mais se comunicou com o *Cidade Ativa* foi entre às 9h50min e 9h55min. Todos os recados foram lidos por Marangoni, que disse: “- Abraço a todos vocês que estão ligados com a gente”. As mensagens mais detalhadas apareceram depois das 10h25min, exatamente durante a entrevista com o vereador nova-pratense, Vinicus Reinelli, do Partido Verde (PV). Um dos questionamentos veio do ouvinte Rafael Demartini, às 10h48min, no qual dizia o seguinte: “- Bom dia a todos. Pergunta para o Vinicius, faz favor, se ele realmente com 400 reais tem que dormir em uma espelunca, do jeito que ele falou, pois na ocasião fiz essa pergunta e não tive resposta, até porque eu como muitos não tenho conhecimento sobre diárias em Brasília...”. Esta indagação veio a partir da fala de Reinelli quando discursava sobre a ida dele à capital federal e tentava também se defender das acusações proferidas por Marangoni e Preto.



**Figura 7 – Entrevista com o vereador nova-pratense Reinelli**



Fonte: arquivo pessoal do autor

A **entrevista** realizada com o vereador – que está ao lado direito da imagem 7 - fez parte do momento Câmara de Vereadores, que vai ao ar todas as terças-feiras. A cada edição, um político se faz presente no *Cidade Ativa* para falar sobre assuntos pertinentes ao Poder Legislativo. Reinelli tinha protagonizado um “escândalo” durante um discurso na sessão da Câmara, na semana anterior, quando disse que o valor da diária deveria ser maior, porque com 400 reais tinha se hospedado num hotel horrível em Brasília, uma verdadeira “espelunca”. É claro que esse fato repercutiu na cidade e acabou sendo o foco da entrevista, que começou às 10h25min e terminou às 11h34min com o vereador dizendo: “- Eu queria simplesmente agradecer ao espaço da rádio, dizer que confio na rádio, porque ela é independente. Quando tiveram que colocar no ar coisas que poderiam fazer mal politicamente a mim, colocaram, sem querer me proteger. Tem que dar parabéns para a rádio que é autônoma. Essa é a maior virtude da rádio...”.

O espaço de conversa destinado para os políticos locais dialogarem diretamente com a população se torna importante, porque, no dia a dia, as pessoas não têm contato com eles, ou muito menos se interessam em saber o que está acontecendo na Câmara de Vereadores. Esse tipo de comunicação é essencial para

a democracia, porque ela é apartidária, salvaguarda o direito da população em ser informada e promove a pluralidade de vozes. Nesta entrevista, algumas pessoas questionaram Reinelli sobre questões que muitos não sabem como, por exemplo, os valores destinados para viagens, as famosas diárias. Além disso, a população ficou sabendo de projetos que estão tramitando na Câmara, e também de problemas relacionados ao Executivo municipal. Por ser um programa comunitário, é dever dele promover a comunicação comunitária, como forma de ampliação da cidadania e da liberdade de expressão dos cidadãos, como bem disse Peruzzo (2009, p. 5), e também coibir a discriminação política-ideológica-partidária prevista no artigo quarto da lei da radiodifusão comunitária.

Os elementos **depoimentos, denúncias, pedidos de música e envio de sugestões** não foram contemplados nesta edição analisada. A categoria **avisos** apareceu somente uma vez, exatamente às 09h58min, quando o radialista Marangoni comunicou os ouvintes sobre o nono jantar italiano da comunidade Sagrada Família no salão paroquial. Conforme a tabela 2, podemos concluir que os elementos descritos por Peruzzo (1998) apareceram 92 vezes no decorrer do programa. Porém, somente 27,2% do conteúdo veiculado na atração matinal evidenciaram uma certa relevância para a comunidade de Nova Prata. Sendo assim, os objetivos que fundamentam os princípios da comunicação comunitária elencados por Peruzzo (2007) deixaram a desejar. Entretanto, vale ressaltar que esta edição investigada teve um aumento de 9,5% em relação aos 21,4% de conteúdo da primeira edição que foram ao encontro da realidade em qual o *Cidade Ativa* está inserido.

**Tabela 3 – Terceira edição do *Cidade Ativa***

<b>Entrevistas</b>	<b>1</b>
<b>Depoimentos</b>	<b>0</b>
<b>Comentários</b>	<b>29</b>
<b>Denúncias</b>	<b>0</b>
<b>Notícias</b>	<b>3</b>
<b>Avisos</b>	<b>3</b>
<b>Pedidos de música</b>	<b>0</b>
<b>Envio de sugestões</b>	<b>0</b>

<b>Mensagens do ouvinte</b>	<b>43</b>
-----------------------------	-----------

Fonte: Elaborada pelo autor

A terceira investigação do *Cidade Ativa* se deu na manhã do dia 17 de abril de 2019, justamente dois dias antes do feriado de sexta-feira santa. Nesta observação, o pesquisador percebeu, pela primeira vez até então, que o término do programa se deu no momento exato ao horário que está disponibilizado nas informações do programa no site da rádio, ou seja, às 11h30min. A edição contou com os mesmos comunicadores das outras duas: Preto e Marangoni no comando geral da atração; Zamin e Trotinho fazendo comentários no quadro esportivo Passando a Limpo, depois das 9h, e um convidado/entrevistado especial a partir das 10h. Conforme as categorias enumeradas na tabela acima, somos capazes de verificar que a mesma não contemplou quatro gêneros: **depoimentos, denúncias, pedidos de música e envio de sugestões**. Neste sentido, a segunda análise e esta terceira se assemelharam, pois ambas não evidenciaram estes elementos destacados.

O terceiro programa investigado foi superior aos outros dois em termos de tempo destinado aos apoiadores culturais: do tempo total da programação (210 minutos), 72 foram de anúncios dos colaboradores da rádio e do *Cidade Ativa*. Logo, 34,3% dos minutos totais da atração matinal foram somente de publicidade. Os intervalos maiores dos reclames foram das 8h46min às 9h; das 10h04min às 10h20min; e das 10h57min às 11h13min. Um fato que chamou a atenção do pesquisador foi que, além dos intervalos destinados aos anúncios, sempre que a atração voltava das pausas propagandísticas, o radialista Marangoni lia (reforçava) novamente todos os nomes dos colaboradores, como aconteceu às 8h23min, às 9h38min, às 10h21min e às 11h14min. Outro fato constatado foi o atraso, novamente, da entrada oficial do programa no ar.

Como se não bastasse os atrasos no início das outras duas atrações analisadas, esta também demorou 19 minutos para começar de fato. Eram exatamente 08h20min quando a voz de Marangoni veio à tona. Ele cumprimentou a cidade e a região, falou da entrevista que teria com a enfermeira chefe do posto de saúde central da comunidade nova-pratense, avisou os ouvintes dos comentários de esportes que haveria no quadro Passando a Limpo, juntamente com o Trotinho e o Zamin. Discursou também sobre o Gauchão 2019 - à noite aconteceria o jogo final do campeonato gaúcho entre Inter e Grêmio -, explicou também que o seu

companheiro, o Fidelis Pretto, estaria presente na hora do jornalismo - ou seja, no momento das notícias, informações, avisos, entre outras coisas - logo depois do quadro esportivo. Como também observado nas outras duas edições examinadas, o Pretto ficou junto com Marangoni no estúdio da rádio depois do Passando a Limpo até o término do programa.

Das três **notícias** veiculadas, nenhuma delas atendeu aos princípios da comunicação comunitária citados por Peruzzo (2007), pois não tiveram capacidade de dialogar com os anseios da comunidade nova-pratense, não foram produzidas pelos profissionais da rádio, não foram capazes de promover a educação, cidadania, e privilegiar a cultura local. Em suma, as notícias reproduzidas no *Cidade Ativa* – duas da agência Radioweb e uma da Somar Meteorologia - não passaram de assuntos comentados na grande mídia, sem a capacidade mínima de dialogar com os anseios da comunidade local. Será que no dia anterior ou até o momento em que o programa estava no ar nada aconteceu no município de Nova Prata? Ou será que os mesmos não tiveram interesse nenhum, proporcionando assim a lógica comercial dos meios massivos em que o intuito final é sempre o lucro? Não é aconselhável, do ponto de vista da comunicação comunitária, um veículo que se diz comunitário que, em tese, estaria firmado com o interesse local, reproduzir mais de uma hora de comerciais (propagandas), informações de outros lugares, e o mesmo não se prestar a gerar conteúdo a partir dos acontecimentos de Nova Prata.

As próprias informações sobre o tempo e o clima, dadas na edição, não abrangeram a realidade dos nova-pratenses. Marangoni, às 08h17min, por exemplo, comunicou os radiouvintes sobre a condição do tempo em Vacaria, Caxias do Sul, Bagé, Santiago, Santa Maria, Uruguaiana, São Miguel e Santa Rosa. Não mencionou a situação do clima no município, só informou basicamente a situação geral da Serra Gaúcha, região que abrange a rádio, através de dados da estação meteorológica de Sapopema (PR). A notícia da condição do tempo da Somar Meteorologia, que entrou no ar às 08h30min, veio pela voz de uma mulher identificada como Juliana Rezende, que falou sobre a situação geral do Rio Grande do Sul. Já os **comentários**, 29 no total, foram proferidos em sua maioria pelos apresentadores e comentaristas oficiais do programa. Contudo, nesta edição, o momento esportivo foi um pouco diferente. A rádio recebeu entre 09h06min e 09h30min três jovens da comunidade, identificados como Junior, Douglas e Daniel (estão ao lado direito da figura 8), ambos representantes do esporte amador local

(futsal), que juntamente com Marangoni, Trozinho e Zamin (ao lado esquerdo) teceram resenhas desportivas.

**Figura 8 – Momento do quadro esportivo Passando a Limpo**



Fonte: arquivo pessoal do autor

De todos os comentários desta edição investigada, somente 18 deles (62,1%) estavam relacionados com fatos locais, porém, ficaram exclusivamente no âmbito esportivo do município. Entretanto, cabe ressaltar que vários atores sociais puderam estar presentes no estúdio do *Cidade Ativa*, sem nenhum tipo de censura, conseguindo expressar suas opiniões. Esse momento foi importante, pois ele acabou incentivando a população a procurar colaborar ou dar algum tipo de apoio para as equipes esportivas da comunidade, seja comparecendo nos jogos, seja ajudando as associações desportivas através da compra de ingressos. Esse tipo de comunicação, que abre as portas para que outras pessoas ou entidades do município possam falar abertamente no veículo comunitário, consegue promover, definitivamente, o desenvolvimento social e econômico dos moradores.

Um comentário que chamou a atenção do pesquisador foi ao ar entre às 08h37min e 08h45min. Conforme as outras edições anteriores a esta averiguada, as apreciações dentro do programa *Cidade Ativa* apareceram depois das 9h, porém nesta edição a primeira se deu justamente antes do horário costumeiro. O fato

curioso é que a crítica foi tecida por um padre, com nome não identificado, que falou sobre a cerimônia de lava pés e também da semana santa em geral. A participação do clérigo aconteceu por telefone. Contudo, cabe ressaltar, que um meio de comunicação comunitário tem que manter a imparcialidade no que tange à religiosidade.

Não se pode beneficiar somente uma religião em detrimento de outra, como diz a Lei da Radiodifusão Nº 9.612, em seu quarto artigo, que há de ser salvaguardado o respeito a todas. O catolicismo se faria presente por ser a religião da maioria dos nova-pratenses, porém, os evangélicos também constituem um grande número, segundo dados do IBGE<sup>21</sup>, e não compactuam, por exemplo, com as credices antibíblicas do catolicismo romano. Há também espíritas e umbandistas em Nova Prata. Então, se é para falar ou dar espaços a religiosos, que seja concedido também aos de outras religiões, de forma ecumênica e democrática. Além de tudo, a comunicação tem como um dos objetivos fundantes dar voz aos “oprimidos”. Neste caso, a presença de um pai de santo, por exemplo, que quase sempre é julgado negativamente por seguidores do cristianismo seria importante e aumentaria, conseqüentemente, a pluralidade de vozes. Vale ressaltar que a páscoa é um evento comemorado não só pelos católicos, daí a relevância de trazer mais visões e não apenas a de um padre.

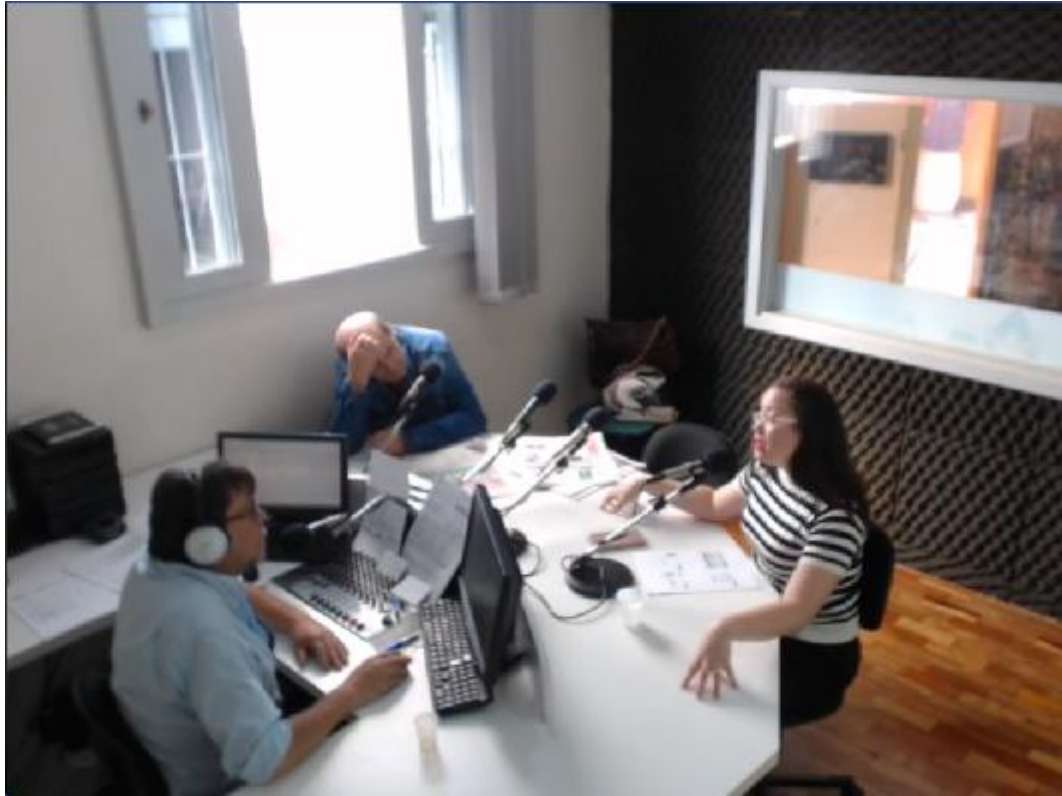
A única **entrevista** que aconteceu nesta edição foi ao ar entre às 10h21min e 10h47min. Durante aproximadamente 30 minutos, Marangoni e Pretto entrevistaram a enfermeira chefe do posto de saúde central de Nova Prata, Mariline Luz. O assunto abordado em questão foram as campanhas de vacinação. Os dois comunicadores trouxeram para o centro do debate a visão de muitas pessoas de que as vacinas não ajudam em nada e que outras contestam a eficácia delas. Em contraponto, a enfermeira disse que todos deveriam tomar cuidado com as fontes de informações e também com as *fakenews* sobre vacinas. Mariline foi mais longe. Comentou que antes das vacinas circularem, primeiramente, são feitos testes para comprovarem as suas eficiências. Outro dado relevante que ela mencionou na entrevista foi o fato do Brasil ter perdido o certificado de eliminação do sarampo, devido à baixa cobertura vacinal. Outro fator abordado diz respeito à falsa impressão

---

<sup>21</sup> De acordo com o Censo 2010 do IBGE, Nova Prata tinha 19.535 católicos apostólicos romanos, 2.488 evangélicos e 294 espíritas. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/nova-prata/panorama>>. Acesso em: 31 de maio 2019.

de que as doenças não existem mais, porém, a enfermeira enfatizou que elas existem sim e que as pessoas têm que buscar se proteger.

**Figura 9 – Momento da entrevista com a enfermeira Luz**



Fonte: arquivo pessoal do autor

Esse tempo destinado à fala de uma profissional da área da saúde da comunidade nova-pratense foi essencial para esclarecer a população sobre dúvidas recorrentes de quando se deve ou não ser imunizado contra diversos tipos de vírus. Além disso, a entrevista ajudou a alertar a população sobre os riscos que se impõe aos indivíduos caso não procurem aderir as campanhas. Como bem disse Guareschi e Biz (2017, p. 115), quando citam a Declaração Universal dos Direitos do Homem, a informação é direito de todos. Neste caso examinado, o povo foi alertado dos riscos de não serem vacinados. Além disso, a entrevista serviu também para a ampliação da educação dos cidadãos, pois a enfermeira falou sobre algumas doenças e de como elas se manifestam.

Em relação à participação popular através das **mensagens do ouvinte**, foram 43 no total. Deste número, apenas quatro (9,3%) estiveram de acordo com o princípio pilar de comunicação horizontal e democrática, pois não foram

simplesmente recados da população para os profissionais da rádio. O interessante foi que essas mensagens de cunho mais participativo foram lidas por Marangoni durante a entrevista com a enfermeira Mariline. Às 10h28min, por exemplo, o comunicador leu a mensagem do radiouvinte Artur Tadeu, que chegou pelo *Facebook*, no qual dizia o seguinte: “- Bom dia amigos da Rádio Ativa – Nova Prata/RS. Um questionamento: por que motivo, razão ou situação que as vacinas não são disponibilizadas bem antes do calendário para que todos realmente estejam imunizados no inverno, ao invés de só as liberarem no início do frio? Grato pela atenção”. Outra das quatro mensagens veio do ouvinte Darli Golembieski, às 10h37min, onde indagava à enfermeira: “- Bom dia. É verdade a tese que uma vez vacinado tem que fazer a vacina todo ano, devido a alteração do metabolismo de defesa (resistência natural) do organismo?”. Todas as dúvidas foram sanadas pela profissional.

Os três avisos de utilidade pública presentes nesta terceira edição do *Cidade Ativa* foram ao ar entre às 10h48min e 11h19min; dois foram emitidos por Marangoni e um na voz de Pretto. O primeiro tratava de um jogo entre São José e Nova Prata pelo campeonato gaúcho Sub-20, com entrada gratuita; o segundo falava das festividades que aconteceriam na Sexta-Feira Santa e no domingo de Páscoa; o terceiro e último dizia da audiência pública sobre a concessão da RS-324, no trecho de 115,3 quilômetros entre Passo Fundo, no Norte, e Nova Prata, na Serra. De acordo com o comunicado de Pretto, o evento estava previsto para acontecer no salão de atos da Universidade de Passo Fundo (UPF).

As categorias aparecem 79 vezes, porém, o conteúdo de interesse da comunidade presentes neste montante correspondeu a aproximadamente 33% (26 vezes) do total. Sendo assim, conseguimos perceber que os princípios da comunicação comunitária listados por Peruzzo (2007) não foram contemplados essencialmente no programa.

**Tabela 4 – Quarta edição do *Cidade Ativa***

<b>Entrevistas</b>	<b>1</b>
<b>Depoimentos</b>	<b>0</b>
<b>Comentários</b>	<b>14</b>



<b>Denúncias</b>	<b>0</b>
<b>Notícias</b>	<b>12</b>
<b>Avisos</b>	<b>3</b>
<b>Pedidos de música</b>	<b>0</b>
<b>Envio de sugestões</b>	<b>0</b>
<b>Mensagens do ouvinte</b>	<b>51</b>

Fonte: Elaborada pelo autor

A última edição analisada do programa *Cidade Ativa* foi ao ar na manhã do dia 18 de abril de 2019, véspera do feriado de Sexta-Feira Santa. Como igual as duas primeiras investigações, o pesquisador percebeu, novamente, um atraso ao término da atração: neste caso, foi de sete minutos. Além disso, a voz do apresentador Marangoni entrou no ar somente às 08h22min. Observando as averiguações dos outros três programas, podemos constatar que houve atraso no início em todas as apurações pelo fato, como lembrado na primeira análise, do comunicador principal da rádio não residir em Nova Prata. Contudo, no site oficial da emissora, o horário oficial da atração matinal está descrito como das 08h até às 11h30min. Aqui fica uma crítica em relação à credibilidade que pode estar em jogo e acabar prejudicando a emissora. O ideal seria que os profissionais cumprissem corretamente o horário, ou que pelo menos colocassem músicas ou coisas mais atrativas, do que praticamente só comerciais dos apoiadores culturais, porque isso pode afastar a audiência.

Um dos elementos citados por Peruzzo (1998, p. 257-258) salienta que uma rádio comunitária tem como uma de suas características principais a interatividade. Por ter mais autonomia do que as rádios com fins lucrativos, a Ativa FM tem total capacidade de produzir conteúdo mais criativo. É provável que esses atrasos diários do Marangoni, de aproximadamente 20 minutos, vão continuar acontecendo, então a rádio poderia reformular o programa e criar, por exemplo, um quadro que vá das 08h às 08h30min. Mas que isso não seja somente para suprir o tempo com assuntos banais e sim para interagir realmente com a população. Nesta edição investigada, o *Cidade Ativa* dedicou 31,3% (68 minutos) do seu tempo para os anunciantes. Os maiores intervalos propagandísticos foram das 10h14min às 10h22min e das 11h04min às 11h20min. Esse padrão de tempo (mais de quatro horas) destinado aos apoiadores, que permeou entre os quatro programas analisados, é como se

fosse, na prática, para termos noção, uma edição inteira do *Cidade Ativa* somente de publicidade.

Conforme a tabela da edição examinada, foram veiculadas no decorrer do programa 12 **notícias**, porém foi constatado pelo pesquisador que somente duas tratavam de fatos relacionados à comunidade nova-pratense. As duas primeiras informações foram ao ar, por exemplo, logo na abertura do programa, exatamente às 8h; a primeira falava sobre o desabamento de dois prédios no Rio de Janeiro, e não teve assinatura do repórter no fim da matéria; a segunda tratava sobre aumento salarial e foi assinada por um repórter da agência Radioweb, de Brasília, identificado pelo nome de Rodrigo Nunes. Além destas citadas, houve outras, como a que abordou o aumento do preço do diesel em 10 centavos, assinada também pelo jornalista Rodrigo Nunes, de Brasília, e outra que narrava a censura imposta por ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) a sites de notícias e perfis em redes sociais. Esta foi produzida por outro jornalista de Brasília, identificado pelo nome de Diego. Somente 16,7% das matérias veiculadas no dia 18 estiveram de acordo com o fator local.

As duas matérias que discorriam fatos da localidade foram ao ar somente às 10h28min, no momento da *Ativa* e o *Executivo*, período este destinado às informações do Poder Executivo de Nova Prata. Pelo que o pesquisador verificou, este quadro noticioso vai ao ar todas as quintas-feiras, pois foi o que a vinheta de abertura mencionou. Neste momento dedicado ao executivo, o radialista Marangoni falou sobre as inscrições que haveria para concurso do conselho tutelar da cidade e também sobre a lei de aquisição e descarte de acervo do Museu Domingos Battistel, que foi aprovada e sancionada pelo prefeito.

Através das quatro análises, podemos perceber que o programa *Cidade Ativa* concedeu espaço para os acontecimentos políticos da comunidade. Isso se torna importante porque a população tem o direito de ser informada e também para que os cidadãos possam ter o mínimo de conhecimento sobre o funcionamento dos órgãos que compõe o Poder Público. A emissora, como um canal comunitário, tem o dever de provocar, através dos seus interlocutores, a participação popular, seja para o povo poder reivindicar as suas demandas ou para cobrar as promessas dos atores políticos em que votaram nos períodos eleitorais.

Em relação aos **comentários**, esta edição foi a que menos teve: de acordo com a tabela 4, houve 14 no total, todavia somente dois (14,3%) deles estavam

afinados com os princípios da comunicação comunitária. Uma das razões para que isso acontecesse foi o fato da atração *Passando a Limpo*, que começou às 09h04min, não ter tido a participação do crítico esportivo, Zamin. O quadro foi comandado somente pelo Marangoni e o Trozinho. Durante 26 minutos, os dois se revezaram nos microfones dando opiniões, em todas as manifestações, do jogo que tinha acontecido na noite do dia anterior (quarta-feira, 17), que consagrou, nas penalidades máxima, o Grêmio como campeão do Campeonato Gaúcho de Futebol. Nos outros programas examinados, por exemplo, os assuntos abordados eram praticamente de jogos de outras associações esportivas do estado e de outras regiões do país, porém, dedicaram uma pequena parte do tempo para falarem sobre o desporto da comunidade nova-pratense.

**Figura 10 – Marangoni e Trozinho no Passando a Limpo**



Fonte: arquivo pessoal do autor

Todavia, nesta edição explorada pelo pesquisador, não existiu nenhuma apreciação do cenário esportivo local e nenhuma abertura para que a população pudesse se manifestar ou veicular algum tipo de conteúdo relevante para o município. Novamente repetiu-se uma comunicação dominadora e monopolizadora, como bem elucidou Kaplún (1998, p. 63 *apud* NISHIYAMA, 2011, p. 24-25), que a difere largamente de uma comunicação mais participativa e a serviço da maioria. O pior de tudo é que o assunto Grenal, que foi pauta principal em vários meios de

comunicação no mesmo dia, também permeou grande parte do tempo do *Cidade Ativa*.

Outra situação a ser considerada nesta análise é no tocante à participação do povo através das **mensagens do ouvinte**. Nas três primeiras edições anteriores interpretadas, alguns dos recados que chegaram no programa através da internet, como pelo *Facebook* e o *WhatsApp* da rádio Ativa FM, foram além das felicitações de carinho para os profissionais que estavam presentes no programa, como os questionamentos que foram enviados pela audiência ao vereador Reinelli, no dia 8, e a enfermeira Mariline, no dia 17. Nesta quarta edição investigada, Marangoni só leu o nome dos radiouvintes. Às 10h14min, por exemplo, uma mulher identificada pelo nome de Francieli Quadri mandou mensagem para a atração pedindo que mandassem abraço para a sua avó materna que estava de aniversário. O pilar de comunicação ativa e horizontal não se fez presente, porque o intermediador não buscou incentivar a comunidade a participar do programa e sim manteve o aspecto verticalizado de relação entre emissor e receptor, como acontece na comunicação dominadora.

Um dos momentos mais interativos desta edição aconteceu depois das 10h36min, quando Marangoni e Pretto **entrevistaram**, por telefone, a atriz nova-pratense, Elisa Volpato, que mora em São Paulo. A conversa com a artista foi até às 11h03min. Durante a discussão, Volpato falou das dificuldades da sua profissão, dos projetos pessoais e da sua participação na série da TV Globo intitulada Assédio. Além disso, Volpato contou sobre o seu começo na dramaturgia e também das oficinas de arte, música e literatura que pretendia realizar em Nova Prata durante o mês de maio. Se compararmos esta entrevista com as outras que tiveram no decorrer das atrações analisadas, podemos dizer que a cultura foi refletida. Apesar do momento ter sido conduzido pelos apresentadores, a fala de Volpato foi importante, principalmente quando ela dissertou sobre o seu papel na série global, pois o enredo do folhetim retrata a história real do ex-médico brasileiro Roger Abdelmassih, especialista em reprodução humana, sendo um dos pioneiros da inseminação *in vitro* no Brasil, que foi condenado pela justiça a mais de 180 anos de prisão por ter estuprado mais de 40 mulheres dentro da sua própria clínica.

**Figura 11 – Momento da entrevista, por telefone, com a atriz Elisa Volpato**



Fonte: arquivo pessoal do autor

A artista disse que as denúncias das vítimas não vinham à tona por diversos motivos, entre eles a negligência da própria imprensa, do corporativismo médico e também por causa da negação dos depoimentos, porque desacreditavam as mulheres. Esse momento de conversação no *Cidade Ativa* foi importante porque trouxe para o centro do debate um problema sério, que é o abuso sexual, que em diversas situações colocam as mulheres em condições de vulnerabilidade social, entre outras coisas, pelo machismo e a misoginia entranhados na nossa sociedade. Se a comunicação comunitária dá voz aos excluídos, quem sabe este momento pode ajudar mulheres que já passaram por situações constrangedoras e abusivas, encorajando-as a denunciar e, ao mesmo tempo, promover uma reflexão para os cidadãos que estavam na escuta.

As categorias **envio de sugestões**, **denúncias**, **pedidos de música** e **depoimentos** não foram propagadas no decorrer do programa. Aliás, nenhuma das citadas apareceram nas edições examinadas, a não ser uma única denúncia que se fez presente no primeiro programa observado pelo pesquisador. Quanto à categoria

**avisos**, segundo a tabela 4, surgiram três vezes ao longo da atração. O primeiro e o segundo recado foram pronunciados, respectivamente, pelo apresentador Marangoni às 10h24min e às 10h31min; o terceiro foi emitido na voz de Pretto, às 11h36min, que notificava a população para estar presente na audiência pública sobre a reforma da Previdência, que aconteceria no dia 25 de abril, na Câmara de Vereadores do município. O evento seria organizado pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) – Subseção de Nova Prata.

Todos os avisos veiculados nos quatro programas estiveram em conformidade com os princípios fundantes da comunicação comunitária formulados por Peruzzo (2007, p. 5), pois informaram os habitantes da comunidade sobre acontecimentos que vão ao encontro dos interesses da localidade. Desta forma, cumpriram seu papel de utilidade pública. Na soma total dos aparecimentos das categorias (81 vezes), nesta última edição averiguada, somente 9,9% (8 vezes) dos conteúdos emitidos por elas evidenciaram a realidade dos nova-pratenses. A entrevista com a atriz Volpato foi importante, pois contemplou um dos princípios da comunicação comunitária, que é o de promover a cultura e criar identificação com a população local.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um programa radiofônico comunitário tem a capacidade de promover a democratização da informação e dar voz ao povo. Além disso, ele tem competência de inserir pluralidade de vozes, já que nas mídias comerciais essa possibilidade é exímia. Por não ter compromisso com a lucratividade e nem com instituições políticas-partidárias e religiosas, em tese, ele contribui realmente para a participação popular, buscando sempre promover a cidadania dos indivíduos. Contudo, como o pesquisador pode verificar através das quatro edições examinadas do *Cidade Ativa*, apesar dele estar inserido numa rádio comunitária, os conteúdos veiculados, nestes quatro programas investigados, não contemplou, em sua essência, a realidade da população nova-pratense e os pilares fundantes da comunicação comunitária.

De acordo com as quatro tabelas elaboradas pelo autor a partir das análises, podemos perceber que a soma total das categorias das quatro edições observadas ficou da seguinte maneira: entrevistas (4); comentários (86); denúncias (1); notícias (34); avisos (9); mensagens do ouvinte (201), resultando num total de 335 aparições. As categorias pedido de música, envio de sugestões e depoimentos não apareceram nenhuma vez. Porém, quando vamos analisar a fundo os conteúdos emitidos por estas categorias, podemos afirmar, com base nas averiguações dos quatro programas, que das 335 que elas apareceram, somente em 78 (23,3%) vezes elas cumpriram o papel de relevância comunitária, que busca trazer para o centro do debate o fator local, explorando a realidade da população para o qual a rádio e o programa falam.

Além da análise de conteúdo do programa *Cidade Ativa*, esta pesquisa monográfica, de caráter qualitativa, possibilitou ao pesquisador vários conhecimentos, entre eles: o entendimento de alguns conceitos chaves do que seria comunidade; o surgimento da comunicação comunitária e de como essa comunicação aparece nos veículos ditos comunitários; a importância da participação popular; a lei da radiodifusão; o direito de acesso à comunicação e à informação pela população e as características básicas das emissoras comunitárias. Em relação à rádio que veicula o programa: o pesquisador pôde ficar por dentro do seu funcionamento, de como são elaborados os programas e os apoios culturais, pôde conhecer a infraestrutura que abriga a rádio e saber também das dificuldades que a emissora enfrenta, enquanto veículo comunitário.

A pesquisa possibilitou que o pesquisador compreendesse as relações de trabalho dos comunicadores com a rádio. Isso foi importante, porque a partir dessa percepção, podemos entender os motivos que levam, muitas vezes, o programa não conseguir abranger os problemas de Nova Prata e ficar reverberando assuntos generalistas que, em grande maioria, também são repercutidos em veículos comerciais da região onde a rádio está inserida. Por ser comunitária, a equipe da rádio não consegue dar conta da demanda local, e um dos motivos para que isso aconteça é o fator econômico. Como a rádio não assina carteira de trabalho, o vínculo empregatício se dá de forma voluntária, o que acaba afastando o interesse de muitas pessoas em querer fazer parte da emissora. É louvável que uma rádio tão pequena, com tantos problemas, consiga mesmo assim ter muitos seguidores nas redes sociais. Talvez não fosse isso, o programa *Cidade Ativa* não faria tanto sucesso e não conseguiria atrair apoiadores culturais.

Como o próprio comunicador Pretto mencionou, o sonho deles era de ter pelo menos um repórter que conseguisse acompanhar, diariamente, a situação dos moradores, indo de bairro em bairro, podendo notificar tudo o que estivesse incomodando a população nova-pratense. Mas enquanto o governo não mudar ou pelo menos flexibilizar a lei da radiodifusão comunitária, esse tipo de problema vai continuar acontecendo. Uma das alternativas para os comunicadores, nesse sentido, seria de fazer parcerias com as próprias associações que fazem parte do conselho comunitário que fiscaliza a programação da Ativa FM e buscar construir, a partir disso, espaços dentro do *Cidade Ativa* que dialogue com essas categorias, expondo, por exemplo, suas ideias e as suas lutas diárias. Por ser um programa comunitário, a criatividade deve estar presente, pois a rádio é autônoma, não ficando refém de nenhum tipo de grupo político ou econômico. Sendo assim, a Ativa FM deve procurar colaborações de todos os setores da comunidade nova-pratense.

Apesar da análise do programa ter permitido o pesquisador compreender que os princípios fundantes da comunicação comunitária elencados por Peruzzo (2007, p. 5) não foram contemplados em sua essência, é provável que isso tenha acontecido não por maldade ou interesses particulares dos comunicadores, mas sim pela falta de interatividade, de tempo, de dinheiro e também pela falta de uma fiscalização mais atuante do conselho comunitário. A rádio, como está dada, tem total capacidade de crescimento e identificação com a comunidade, pois além de ser



a única comunitária do município, os seus comunicadores entendem, nas entrelinhas, o que de fato é e deve ser uma mídia comunitária.

Esta análise de conteúdo se baseou apenas nas quatro edições do programa *Cidade Ativa*, investigadas no capítulo anterior, que foram ao ar durante o mês de abril de 2019, portanto, ela não é extensiva para o resto dos conteúdos publicados na programação da rádio nos mesmos dias ou em outras edições que já foram ao ar. Vale também ressaltar aqui uma das dificuldades enfrentadas pelo pesquisador no decorrer deste trabalho, que é o fato do mesmo morar longe da cidade onde a rádio está inserida. Isso foi fator determinante para que as entrevistas ocorressem em apenas um único dia. Em contrapartida, esse dia foi produtivo e os comunicadores da Ativa FM foram prestativos o tempo todo.

Ademais, pretendemos com esta pesquisa, de alguma forma, contribuir para outros estudos que visam a comunicação comunitária. Quem sabe até mesmo nasça, a partir deste estudo, uma futura dissertação, buscando compreender a relação da população com a emissora Ativa FM e também de como a comunidade nova-pratense recebe os programas que compõe a grade da rádio. É uma maneira de contribuir ainda mais para o entendimento do que venha a ser a comunicação comunitária, possibilitando a criação de novos canais de comunicação que tenham como objetivo principal, sempre, a participação popular como ferramenta primordial para a democratização do conhecimento e o desenvolvimento da plena cidadania.

## REFERÊNCIAS

AMARC BRASIL. **Conceito**. Disponível em < <http://amarcbrazil.org/conceito/>>. Acesso em: 19 de mar. 2019.

ANATEL. **Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/legislacao/decretos/123-decreto-2615>>. Acesso em: 20 de mar. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARROS, A. T.; JUNQUEIRA, R. **A elaboração do projeto de pesquisa**. In: \_\_\_\_\_. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 32-50.

BAUMANN, Zigmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BORDENAVE, Juan Díaz. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1999.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (org). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 62-83.

FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação**. São Paulo: Nacional e USP, 1973.

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

FERREIRA, G. S. N.; GAMBARO, D. **O direito à comunicação e à radiodifusão comunitária**. In: DETONI, M.; PIOVESAN, A. (org). Rádio cidadã: um guia para a ação. 1. ed. São Paulo: Edicon, 2013, p. 23-41.

FESTA, Regina. **Movimento sociais, comunicação popular e alternativa**. In: \_\_\_\_\_.; SILVA, C.E.L. (org). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de conteúdo**. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 280-304.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas 1991.

GUARESCHI, P.A; BIZ, O. **Mídia, educação e cidadania**. 2. ed. Porto Alegre: Evangraf, 2017.

IBGE. **Biblioteca**. Disponível em: < <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html?id=31451&view=detalhes>>. Acesso em: 3 de abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Cidades**. Disponível em:< <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/nova-prata/panorama>>. Acesso em: 15 de abr. 2019.

MARANGONI, Roberto Natal. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz**. Nova Prata, 23 de abr. 2019.

MEDEIROS, Hélcio Pacheco de. **Rádio comunitária x democratização: dez anos de trajetórias descontínuas**. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Radio%20comunitaria%20x%20democratizacao.pdf>>. Acesso em: 19 de mar. 2019.

MENDEL, T.; SALOMON, E. **O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros**. Série Debates CI, n.7, – fev. 2011, ISSN 2176-3224. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/O\\_ambiente\\_regulatorio\\_PO\\_RT.pdf](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/O_ambiente_regulatorio_PO_RT.pdf)>. Acesso em: 21 de mar. 2019.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 221-233, dez. 2011. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/16547/14492>>. Acesso em: 5 de mar. 2019.

MOYSÉS, Diogo. **Comunicação é direito humano, diz campanha**. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Movimentos-Sociais/Comunicacao-e-direito-humano-diz-campanha/2/10277>>. Acesso em: 6 de mar. 2019.

NISHIYAMA, Alexandra Fante. **Comunicação comunitária e mídia-educação: áreas distintas e convergentes**. Dissertação apresentada em cumprimento às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de mestre. Orientadora: Profª Pós-Drª Círcia Maria Krohling Peruzzo. São Bernardo do Campo – SP, 2011.

OTÁVIO, Rodrigo. **Regularização de rádios comunitárias é questão de vontade política**. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Movimentos-Sociais/%27Regularizacao-de-radios-comunitarias-e-questao-de-vontade-politica%27/2/25556>>. Acesso em: 21 de mar. 2019.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor**. Revista Palavra Clave, Universidad de La Sabana, Colômbia. vol 11, n.2, 2008. Disponível em: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1690>>. Acesso em: 9 de mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Direito à Comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. Lumina - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF ISSN 1981-4070, vol 1 – Jun. 2007. Disponível em: < <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/20989/11364>>. Acesso em: 8 de mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Rádios Livres e Comunitárias, Legislação e Educomunicação**. Revista de Economía Política de Las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol XL, n.3 sep.-dic., 2009. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/98/70>>. Acesso em: 21 de mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 6 de mar. 2019.

PLANALTO. **Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9612.htm)>. Acesso em: 18 de mar. 2019.

POLITINIA. **Público ou Estatal?**. Disponível em: < <http://politinia.blogspot.com/2007/09/pblico-ou-estatal.html>>. Acesso em: 25 de abr. 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA PRATA. **Sobre**. Disponível em: <<http://www.novaprata.rs.gov.br/site/sobre.php#conteudo>>. Acesso em: 27 de jun. 2019.

PRETTO, Fidelis Pedro. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz**. Nova Prata, 23 de abr. 2019.

SAMPIERI, R.H.; COLLADO, C.F.; LUCIO, M.P.B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica**. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 51-71.

TOCHETTO, Clecio. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz.** Nova Prata, 23 de abr. 2019.

## ANEXO A – Site oficial da rádio

The screenshot shows the website for ATIVA FM 87.9 Nova Prata - RS. The header includes the station's logo and a navigation menu with links for INICIAL, SOBRE, NOTÍCIAS, VÍDEOS, PROGRAMAÇÃO, PROGRAMAS, and CONTATO. A search icon is also present. The main content area is titled "Últimas Notícias" and displays a grid of seven news items, each with a thumbnail image, a title, and a date:

- ACIDENTE NA RCTATÓRIA** (27/04/2019 Nova Prata)
- HÁ VAGAS** (21/03/2019 Nova Prata)
- EXPO BASSANO DE 23 À 26 DE MAIO** (24/04/2019 Geral)
- FESTA IN VÊNETO EM COTIPORÃ** (24/04/2019 Geral)
- Plantio de mudas** (27/04/2019 Nova Prata)
- Operação de trânsito** (27/04/2019 Nova Prata)
- Operação de trânsito** (27/04/2019 Nova Prata)

Fonte: radioativafm.com

## ANEXO B – Página oficial da rádio no Facebook



### Superfãs

87 novos superfãs



Este selo ajuda você a se destacar para a Página e outras pessoas. Torne-se um

Fonte: arquivo pessoal do autor

**ANEXO C – Cozinha**

Fonte: arquivo pessoal



**ANEXO D - Estúdio**

Fonte: arquivo pessoal

## ANEXO E – Entrada da recepção



Fonte: arquivo pessoal

## ANEXO F – Escrivadinha da recepção



Fonte: arquivo pessoal

**ANEXO G – Vista parcial dos dois cômodos que compõe o espaço total da rádio**



Fonte: arquivo pessoal

## APÊNDICE A – Roteiro da entrevista com Clecio Tochetto

1. Quando foi criado a rádio comunitária Ativa FM 87,9? Quem teve a iniciativa?
2. Como funciona a administração da rádio? Ela é gerida por uma associação comunitária?
3. Quantos funcionários trabalham na Ativa FM? Qual é o papel de cada um?
4. Em relação à área econômica: de que forma vocês captam recursos financeiros para a emissora?
5. Por ser comunitária, só é admitida propaganda sob forma de apoio cultural? Qual é o valor cobrado por anúncio? O que é feito com o dinheiro que vem desses colaboradores? Os funcionários recebem salário?
6. A emissora já sofreu algum tipo de censura ou processo judicial?
7. Quais são as maiores dificuldades da rádio?
8. Qual é a relação da rádio com a comunidade? Você acha que a emissora atende aos anseios dos nova-pratenses?
9. Os programas que estão na grade da emissora foram criados em conjunto ou somente por uma pessoa? Quem elabora a roteirização e a direção deles?
10. Vocês reproduzem conteúdos de outras empresas de comunicação?
11. Quantas horas de programação diária a rádio é obrigada a cumprir?
12. Você acha que a rádio, por ser comunitária, pode ser capaz de promover educação, cultura, cidadania, participação ativa da população e a democratização da informação? Se sim, por quê?
13. Quanto ao programa Cidade Ativa: quando ele surgiu? De quem foi a ideia? Quem são os responsáveis pela direção do programa?

**APÊNDICE B – Roteiro da entrevista com Roberto Natal Marangoni**

1. Qual é o seu nome completo e desde quando você trabalha na rádio?
2. Você mora em Nova Prata?
3. Você sempre trabalhou com rádio?
4. Ao seu ver, o que é uma rádio comunitária? O que a diferencia das emissoras comerciais?
5. Quais são as dificuldades em comandar o Cidade Ativa? Além dele, você apresenta outras atrações na grade da emissora?
6. Você acha que o programa tem capacidade de promover saúde, cultura, educação, política e interatividade no geral?
7. De que forma as pessoas participam do programa Cidade Ativa?
8. Qual é a importância da rádio para a comunidade nova-pratense?
9. Você recebe salário da rádio?
10. Você produz conteúdo ou simplesmente reverbera assuntos já publicados em outros meios de comunicação?

**APÊNDICE C – Roteiro da entrevista com Fidelis Pedro Pretto**

1. Qual é o seu nome completo e profissão?
2. Desde quando você trabalha na rádio Ativa FM 87,9? Conte-nos um pouco.
3. É sua primeira experiência na área da radiodifusão?
4. Você é apresentador oficial do programa junto com Marangoni ou apenas um comunicador coadjuvante?
5. Você acredita que um programa bem articulado, como o Cidade Ativa, dentro de uma emissora comunitária, tem mais autonomia para produzir e propagar conteúdos que promovem a participação popular e a democratização da comunicação?
6. Quais são os principais desafios que o programa enfrenta ou que, na tua visão, ainda deve enfrentar?

## APÊNDICE D – *Links das entrevistas*

MARANGONI, Roberto Natal. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz.** Nova Prata, 23 de abr. 2019. Disponível em: <<https://soundcloud.com/user-760038547/entrevista-com-roberto-natal-marangoni-23042019>>.

PRETTO, Fidelis Pedro. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz.** Nova Prata, 23 de abr. 2019. Disponível em: <<https://soundcloud.com/user-760038547/entrevista-com-fidelis-pedro-pretto-23042019>>.

TOCHETTO, Clecio. [Rádio Ativa FM]. **Entrevista concedida a Dalvan Batista da Luz.** Nova Prata, 23 de abr. 2019. Disponível em: <<https://soundcloud.com/user-760038547/entrevista-com-clecio-tochetto>>.



**APÊNDICE E – Links para consulta das transmissões, no Facebook, das quatro edições analisadas do programa *Cidade Ativa***

**CIDADE ATIVA. Primeira edição analisada.** Nova Prata, 8 de abr. 2019. Disponível em: < <https://www.facebook.com/radioativanovaprata/videos/653925411718935/>>. Acesso em: 29 de abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Segunda edição analisada.** Nova Prata, 9 de abr. 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/radioativanovaprata/videos/2103298993085902/>>. Acesso em: 29 de abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Terceira edição analisada.** Nova Prata, 17 de abr. 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/radioativanovaprata/videos/2151305264905745/>>. Acesso em: 29 de abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Quarta edição analisada.** Nova Prata, 18 de abr. 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/radioativanovaprata/videos/419567105273176/>>. Acesso em: 29 de abr. 2019.