

A IMPORTÂNCIA DO RÁDIO NAS PEQUENAS COMUNIDADES

DILKIN, Felipe¹
SILVA, Talita Pereira da²

RESUMO: O artigo tem o objetivo de analisar a programação da Rádio Comunitária Santa Rosa FM, da cidade de Nova Santa Rosa no Paraná, a fim de compreender por meio desta abordagem qual é a importância do rádio nesta comunidade. A partir da fundamentação teórica observam-se estudos sobre a construção do papel da rádio comunitária e do jornalismo regional ao longo da história do Brasil. Desta maneira, relacionar estes aspectos com a prática informativa e cultural da rádio Santa Rosa FM permite compreender como este meio de comunicação ainda tem uma grande força em comunidades pequenas, como é o caso da cidade de Nova Santa Rosa. O trabalho foi desenvolvido a partir da revisão bibliográfica, apresentando autores que discutem a construção da história do rádio no Brasil, os conceitos de jornalismo regional e comunitário, assim como a relação do rádio com a teoria culturológica. O aspecto fundamental deste trabalho é o foco na análise da programação da Rádio Comunitária Santa Rosa FM, observando se os aspectos destacados pelos teóricos também se aplicam à prática da veiculação de informações realizadas pela emissora.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio Comunitária. Jornalismo Regional. Comunidade. Radiodifusão.

ABSTRACT: The article aims to analyze the programming of Santa Rosa FM Community Radio, from the city of Nova Santa Rosa in Paraná, in order to understand through this approach what is the importance of radio in this community. From the theoretical foundation, we observe studies on the construction of the role of community radio and regional journalism throughout the history of Brazil, thus, relating these aspects to the informational and cultural practice of Santa Rosa FM radio allows us to understand how this The media still has a strong force in small communities, such as the city of Nova Santa Rosa. The work was developed from the literature review, presenting authors who discuss the construction of the history of radio in Brazil, the concepts of regional and community journalism, as well as the relationship of radio with the cultural theory. The fundamental aspect of this work is the focus on the analysis of the Santa Rosa FM Community Radio programming, observing if the aspects highlighted by theorists also apply to the practice of information broadcasting carried out by the broadcaster.

KEY-WORDS: Community Radio. Regional Journalism. Community. Broadcasting.

¹ Acadêmico do 8º semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: felipedilk9@gmail.com

² Docente do Curso de Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: talita@fag.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo se propõe a analisar a programação da Rádio Comunitária Santa Rosa FM, presente na cidade de Nova Santa Rosa, no Paraná, a fim de compreender por meio de sua programação diversificada de cunho comunitário, qual é a importância que esta tem para a população do município. A análise pretende compreender o espaço ocupado pelo rádio e sua relevância principalmente em pequenas comunidades. O estudo tem por objetivos específicos a análise dos conceitos de jornalismo regional e comunitário, assim como a compreensão da relação da comunicação realizada pelo rádio e a teoria culturológica.

Como exposto, o trabalho de pesquisa será realizado a fim de compreender a importância que o rádio e sua programação têm no cotidiano das pessoas. A intenção é delimitar o espaço que a programação de rádio ocupa no dia a dia dos indivíduos, para posteriormente colaborar positivamente com a programação da emissora de rádio presente no município, para que esta extraia cada vez mais benefícios do espaço ocupado.

O trabalho está organizado em sessões, iniciando pela fundamentação teórica, que aborda inicialmente a história do Rádio no Brasil, e, posteriormente, o jornalismo regional e comunitário e a relação do rádio com a teoria culturológica. O aspecto principal do trabalho vem posteriormente na sessão que trata das análises e discussões acerca da programação da Rádio Comunitária Santa Rosa FM, em que se relacionam os aspectos apontados na fundamentação teórica com a prática cotidiana das informações e notícias veiculadas pela referida rádio.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Rádio como formador de identidade

O Brasil, assim como vários países da América Latina, viveu forte movimento nacionalista na primeira metade do século XX. Conforme Martín-Barbero (1987) apud Haussen (2004), o surgimento dos aglomerados urbanos e da população de classe média e baixa nos grandes centros, colaborou para

a idealização e construção de projetos políticos de cunho popular e nacionalista com o intuito de firmar um compromisso entre as massas e o Estado, para que os objetivos deste fossem abraçados e também por aquelas.

Considerando esta tentativa do Estado em criar um laço com a população, em consonância com o surgimento das novas tecnologias de informação e comunicação, o rádio e o cinema foram propícios para a difusão desta linguagem, este novo discurso social, chamado por Haussen (2004) de “popular massivo”. Desta maneira, estes meios de comunicação, no caso o rádio e o cinema, tiveram a sua relação com a cultura popular brasileira mediada pelo Estado, que desejava modernizar tanto a política quanto a própria cultura do país.

Segundo Haussen (2004), rádio, cultura e política são termos que caminham juntos e contribuem para a formação da identidade nacional brasileira. Desde sua chegada ao Brasil, este veículo serviu de ferramenta para a expressão de diferentes manifestações culturais do país, por meio da música, do esporte e da informação. Porém, a autora salienta que o rádio não construiu sua história de importância na vida dos brasileiros por meio do entretenimento, pois também possibilitou outros usos, como o político, e mais recentemente, o religioso.

A história do rádio se entrelaça com a história do Brasil, pois a formação cultural do povo brasileiro na modernidade deve muito às produções radiofônicas e ao acesso à informação possibilitadas por este meio tão importante de comunicação. Para compreender a influência do rádio no cotidiano dos indivíduos das diversas classes torna-se necessário que se analise esta peça cultural no sentido científico.

Cabe aqui destacar, que a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem em função do processo de industrialização, no século XVIII com a Revolução Industrial, como afirma Coelho (1980). Nesse contexto, a cultura que passa a ser produzida em série, industrialmente, para grande número de pessoas, passa a ser vista como um instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, porém como produto comercializável, passível de ser consumido como qualquer outra mercadoria.

Zuin (2001) aponta que o atual desenvolvimento dos meios de comunicação de massa retira a sensação da existência de barreiras capazes

de impedir as trocas de diferentes produções e valores culturais, entre os diversos lugares do mundo. Segundo ele, os conceitos de indústria e cultura são interdependentes. A Indústria Cultural se assemelha a uma indústria quando destaca a standardização dos objetos e racionaliza as técnicas de distribuição, conforme o autor.

Segundo Zuin (2001), a mercantilização da produção simbólica possui duas tarefas fundamentais, sendo elas, a integração e a reconciliação forçada entre grupos sociais diferentes entre si. De acordo com o autor, este é o objetivo central do sistema de produção calcado na falsa ideia de que a massificação da cultura realmente possibilita a emancipação coletiva. Assim, a ideologia encontra-se tão ligada à realidade que todo comportamento que não atenda às necessidades do consumo é considerado desviante.

Adorno (2002) aponta ainda que a indústria cultural permanece sendo a indústria do divertimento, pois o seu poder sobre os consumidores está pautado na diversão. A diversão é o prolongamento do trabalho sob a ótica do capitalismo, uma vez que é procurada pelos que querem se distanciar dos processos de trabalho mecanizado para ter condições de enfrentá-lo novamente no próximo turno.

A partir daí, podem-se introduzir a história e importância do rádio no Brasil. Segundo Haussen (2004),

[...] rádio, cultura e política caminham juntos na construção da identidade nacional brasileira. Desde o seu início, o veículo serviu de expressão às diferentes manifestações culturais do país, principalmente através da música, do esporte e da informação. Mas, possibilitou, também, outros usos, como o político e, também mais recentemente, o religioso. (HAUSSEN, 2004, p.51)

Ainda conforme Haussen (2004)

[...] as novas tecnologias daquele momento, o rádio e o cinema, tornaram possível a emergência e a difusão de uma nova linguagem e de um novo discurso social: o popular massivo. Essas tecnologias de comunicação tiveram, assim, a sua relação com a cultura mediada por um projeto estatal de modernização político, mas, também, cultural. (HAUSSEN, 2004, p.51)

Comparato (2001) aponta que

Uma das grandes verdades, postas em foco pela reflexão histórica e política dos últimos duzentos anos, é que o exercício estável do poder social, em qualquer de suas modalidades – política, econômica, religiosa, intelectual -, depende necessariamente de sua aceitação voluntária por parte das pessoas sobre as quais ele se exerce. (COMPARATO, 2001, p. 07)

Nesse sentido, Comparato aponta que

A evolução do modo de comunicação social, da antiga sociedade do face-a-face à moderna sociedade de massas, fez-se em função do Estado da técnica. Sem a invenção dos caracteres móveis de imprensa, no século XV, seria impossível haver jornais, isto é, órgãos que produzem a multiplicação do mesmo escrito, permitindo informar uma multidão de leitores, em curto espaço de tempo, sobre os mesmos fatos, ou difundir regularmente opiniões sobre a atualidade. (COMPARATO, 2001, p. 08)

A técnica de emissão de ondas hertzianas ampliou a capacidade de comunicação simultânea para alcançar a multidão dos iletrados, primeiro em lugares fixos e depois em qualquer lugar, por meio de aparelhos portáteis. Da mesma forma, conforme Comparato (2001), a internet inaugurou a era da comunicação global pela utilização conjugada do telefone e do computador.

Em suma, as vias de comunicação evoluíram no sentido de uma conjugação de veículos e técnicas para criar uma rede complexa e global, que conglomerava empresas de produção e comunicação (imprensa, rádio, televisão, cinema), empresas de distribuição de produtos, a indústria da informática ou computação eletrônica e o vasto setor de telecomunicações, inclusive via satélite espacial, como cita Comparato (2001).

As novas tecnologias vão ao encontro das demandas do público, fazendo com que o rádio passasse por algumas mudanças, porém, sem modificar as suas características principais. Essas mudanças implicam a pluralidade do rádio; as antigas concepções que preconizavam que o objetivo do rádio era de ser unicamente um propagador de conteúdo, ficaram para trás, pois o rádio transformou-se em um meio de comunicação e interação com a sociedade, de acordo com Ferraretto (2004).

Na atualidade, com a força da internet e sua popularização, o conceito de rádio que antes era aceito, hoje precisa se renovar. Desta maneira é possível perceber como a radiodifusão de ideias e opiniões se modernizaram, assim como a sociedade, precisando aquela estar atenta a todas as

transformações econômicas, sociais, políticas e culturais para atender o seu público da melhor maneira possível e fidelizar sua audiência.

2.2 Jornalismo regional e comunitário

No Brasil, de acordo com Peruzzo (1998), as rádios começam a aparecer nos anos 1970. Nesse período, o país estava no regime ditatorial e os meios de comunicação de massa, como rádios, emissoras de televisão, jornais e revistas estavam dominados pelos grupos de pessoas privilegiadas e com ligações próximas aos governantes e a propagação de informações estava comprometida pela censura.

Aos poucos, com a desestabilização do regime militar e a abertura do sistema político, ao final da década de 1970, conforme Peruzzo (1998), as rádios tiveram mais força para se desenvolver e foram se disseminando por muitas cidades brasileiras.

No princípio, Peruzzo (1998) destaca que as rádios livres foram sendo idealizadas e colocadas em funcionamento principalmente por jovens interessados na arte propriamente dita, sem envolvimento com causas sociais ou políticas. Com o passar do tempo, segundo o autor, começam a ser instaladas emissoras coordenadas por indivíduos ou grupos mais voltados às questões políticas, aos problemas sociais, econômicos e culturais do país. Segundo Peruzzo,

A proliferação atual de emissoras comunitárias é o resultado de um processo de mobilização social pela regulamentação da radiodifusão de baixa potência, cujo marco histórico é o dia 10 de abril de 1995, data em que o Ministro das Comunicações, Sérgio Motta, recebeu, em audiência, um grupo de representantes de rádios livres e comunitárias. Nessa ocasião ele reconheceu, publicamente, a existência de milhares de emissoras de baixa potência em todo país e assumiu o compromisso de regulamentar seu funcionamento (PERUZZO, 1998, p.05).

Conforme o autor, as experiências das rádios populares propagadas pelos alto-falantes fixos nas áreas centrais das cidades foram fundamentais para dar início às rádios populares. Essa transmissão por meio de alto-falantes foi um meio muito comum de propagação de informações, principalmente, para as classes populares, cujo único acesso às informações dava-se por esse

meio. Peruzzo (1998) destaca que a utilização de rádios fixos e a propagação de informações por meio dos alto-falantes, foi uma importante maneira para as organizações comunitárias levarem suas mensagens para os habitantes das cidades. Com isso, aos poucos, vão surgindo as rádios populares e comunitárias organizadas como emissoras, com mais força para a propagação de ideias e opiniões de seus idealizadores e da população em geral.

Moroni e Ruas (2006) apontam que ao se olhar para as comunidades do interior, as pequenas cidades, é importante entender que o jornalismo não pode focar apenas a realidade macro, mas deve discutir as realidades do cotidiano de cada região, de cada local em específico. O que é relevante como notícia nas pequenas cidades, nem sempre está nos grandes jornais de circulação regional; conseqüentemente, as pequenas cidades não se reconhecem nos grandes veículos de comunicação e, por isso, são relevantes os espaços de comunicação do interior.

Os autores apontam que um dos aspectos de grande relevância dos jornais regionais é o acompanhamento e registro da história local. Segundo Moroni e Ruas (2006), essa característica serve como impulso para a construção de uma consciência coletiva e da cidadania, integrando o indivíduo na vida em comunidade.

O jornalismo feito no interior, seja ele como jornal impresso ou programa de rádio ou televisão, permite, segundo os autores, que o cidadão, por meio do acesso à informação, participe da vida pública do local onde vive, inteirando-se das notícias e suas aspirações.

Conforme Peruzzo *apud*. Moroni e Ruas (2006), o desenvolvimento da comunicação comunitária é uma forma de exercer plenamente a cidadania pela sociedade local, para que ela tenha contato, compreenda e expresse as várias tendências políticas, os vários credos religiosos, sempre em conformidade com a realidade, necessidades, expectativas e culturas locais.

Esta abordagem sobre a mídia comunitária, segundo Moroni e Ruas (2006), define-a como um instrumento de atuação política e social de uma determinada coletividade. Nesse sentido, a produção de informação surge num processo de partilha de um grupo, que se vê representado e autor do processo comunicativo. Assim, diferente da grande mídia, a comunicação comunitária

permite que a informação seja um elemento educativo, aglutinador de identidades e prestador de serviços. Conforme Moroni e Ruas,

Uma das características da comunicação comunitária é que, por abordar temas locais ou específicos, desperta interesse do público pela informação, uma vez que conteúdo e personagens envolvidos têm relação mais direta com as pessoas. As notícias não têm um tom de espetáculo como a mídia convencional, mas revelam algo do qual o público participa, reconhecendo nas informações dados do seu próprio cotidiano (MORONI e RUAS, 2006, p. 29-30).

Os autores afirmam que se realiza um processo de construção das identidades e o cultivo dos valores históricos e culturais, destacando assim alguns aspectos e objetivos dos jornais comunitários, como fazer com que a comunidade conheça aspectos diversos da realidade que a cerca, acredite e busque soluções para os problemas locais, tornando a informação mais forte e abrangente do que as notícias que vêm de fora, conforme Moroni e Ruas (2006).

Segundo Barbeiro e Lima (2003), a principal característica das emissoras públicas de comunicação é o comprometimento com o interesse público, considerando o telespectador ou ouvinte, um cidadão e não apenas um consumidor de notícias. Segundo os autores, a programação da emissora pública deve apoiar-se fundamentalmente nos temas de interesse público, uma vez que as emissoras privadas montam sua programação em função daquilo que interessa ao público e à manutenção de sua audiência.

As empresas públicas de comunicação difundem, conforme Barbeiro e Lima (2003), o jornalismo de reflexão e não de reflexo como objetivo de aprofundar o conhecimento de realidade, proporcionando o desenvolvimento do espírito crítico e estimulando uma participação política e social ativa. Os autores apontam que estas empresas contribuem para que o cidadão seja o sujeito e não o objeto da construção da história.

A diferença fundamental, destacada por Peruzzo (1998), está no fato de que a rádio comunitária pertence à comunidade, como o seu nome sugere. Ou seja, nesta modalidade de radiodifusão, quem tem a voz e quem ouve é a própria comunidade, pois ela organiza, dirige, constrói a pauta e opera o meio de comunicação. Assim, essa é a característica principal das rádios

comunitárias, além de ser sem fins lucrativos, e tendo como foco principal atender à demanda de informação da comunidade.

Outra característica importante da rádio comunitária, apontada por Peruzzo (1998), é que esta modalidade de radiodifusão é produto genuíno da comunidade, ou seja, a programação da rádio comunitária deve estar relacionada à realidade local, sendo assim mais interativa, visto que favorece a participação da população local. O autor salienta também que a rádio comunitária permite a valorização e o incentivo à produção e à transmissão das manifestações culturais da localidade, construindo assim um compromisso com a educação para a cidadania, democratizando a comunicação para a comunidade local.

O autor também destaca que a radiodifusão de ordem comunitária demonstra a demanda crescente por uma mídia local e próxima dos habitantes da comunidade. Nesse caso, Peruzzo (1998) aponta que a busca por programas locais, ligados à comunidade, possibilita a expressão das diferenças e identidades culturais da população local.

Em seu texto mais recente, Peruzzo (2005) pressupõe que o jornalismo local feito pelas rádios comunitárias é aquele que é capaz de retratar a realidade regional ou local, apresentando a informação da proximidade, pois tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais, etc.

Outro aspecto destacado por Peruzzo (2005) sobre a forma como as informações são repassadas pelos meios de comunicação comunitários, principalmente as rádios, é que muitas vezes eles estão ligados a interesses políticos partidários e econômicos. Porém, mesmo com o comprometimento que as rádios comunitárias sofrem, elas ainda são extremamente relevantes para a sua população, pois ainda é o espaço privilegiado de informação e conhecimento.

Peruzzo (2005) aponta esse meio de comunicação como sendo “a mídia de proximidade”, uma vez que ela tem uma demanda contínua, regional e local, visto que há interesse extremo dos indivíduos da comunidade em ter contato com os temas próprios da sua localidade, ver estes acontecimentos retratados na mídia, assim como há o interesse desses meios em ocupar este espaço no cotidiano daquela localidade.

Reis (2018), por sua vez, destaca que a produção das notícias deve obedecer a uma série de regras, seguindo uma organização e processos relacionados ao espaço em que estão inseridas; desta forma, as características regionais passam a ter maior visibilidade e despertar maior interesse dos ouvintes.

Outro aspecto também salientado por Reis (2018), é que o jornalismo produzido no interior tem uma proximidade maior aos ouvintes, transmitindo os fatos relevantes para aquela comunidade, o que gera vantagens a essas emissoras, visto que são mais facilmente escolhidas pelos ouvintes.

O autor também aponta que o jornalismo feito no interior envolve muito mais aspectos do comportamento dos ouvintes do que da estrutura da produção jornalística propriamente, visto que a organização é feita baseando-se na solidariedade, no coletivismo, nos valores, na moral, nas questões religiosas, na cultura de maneira geral, com o intuito de atender às demandas da comunidade local, conforme Reis (2018).

Assim, o jornalismo regional tem a vantagem de preencher os espaços deixados pelo jornalismo estadual ou nacional, pois ele propaga notícias, acontecimentos, discussões e opiniões de interesse direto e próximo aos ouvintes da comunidade local, como destacado por Reis (2018).

2.3 O rádio e a Teoria Culturológica

A teoria culturológica, conforme Wolf (1999) apud Silva (s/d), apresenta a particularidade de refletir sobre a comunicação de massa, apresentando assim novos olhares sobre a cultura na sociedade atual. Esse novo olhar se estende sobre o conceito de cultura de massa, que segue a lógica do mercado capitalista, formando o conceito de indústria cultural.

Wolf (1999) apud Silva (s/d) salienta que a principal característica do modelo culturológico de compreensão é a análise da cultura de massa, para além da sua conceituação pura e simples e compreender os produtos dessa indústria cultural e como eles afetam a sociedade atual. Essa teoria está ligada, segundo os autores, ao pessimismo sobre a cultura de massa e os meios de comunicação.

Na atualidade, a teoria culturológica tem a intenção de compreender a cultura nesse novo formato. Conforme Silva (s/d), a cultura de massa é algo novo, pois começa a aparecer na sociedade contemporânea e tem uma intrínseca ligação com os meios de comunicação, a partir dos anos 1930, quando os trabalhadores passam a utilizar seu tempo livre com atividades culturais e principalmente passam a consumir aquilo que os meios de comunicação propagam. Nesse sentido, a teoria passa a analisar os efeitos dos meios de comunicação de massa no imaginário da população, principalmente na classe mais baixa.

A teoria culturológica critica o conteúdo propagado pelos meios de comunicação, principalmente, os de massa, que tem se homogeneizado cada vez mais, ou seja, independente do receptor, as informações são repassadas da mesma maneira para todos, de acordo com Silva (s/d).

A partir daí, a teoria culturológica demonstra que a produção cultural está diretamente ligada ao aspecto mercadológico, ou seja, o foco é sempre a produção cultural para a venda, destinada ao consumo. De acordo com Wolf (1999) apud Silva (s/d), o valor fundamental da cultura de massa é o mercado, cuja dinâmica está na relação direta entre produção e consumo.

Morin (1977) apud Silva (s/d) destaca que a influência da cultura de massa sobre o público, seja ele expectador ou ouvinte, cria um imaginário coletivo de ideais de vida. Ou seja, formam-se maneiras de compreender os produtos propagados pela mídia como se fossem reais e necessários para que as pessoas se sintam realizadas e felizes.

Nesse sentido, Silva (s/d) coloca que a característica principal dos meios de comunicação de massa é o sensacionalismo, ou seja, a mídia faz tudo parecer exatamente saído da realidade, a criação de ídolos passa a inspirar o público, criando uma imagem ideal, que passa a ser perseguida pelos indivíduos. Segundo Silva,

A cultura de massa, mesmo com o passar do tempo, manteve esta característica, e mais do que a presença é importante ressaltar o crescimento deste interesse da massa. Com o surgimento da internet e o aumento da especulação direta por parte do público da vida dos olímpicos. Se antes o público só recebia informação pelos *mass media*, agora com a internet eles podem ir atrás da informação sozinhos, produzi-las e com as redes sociais ficar cada vez mais

perto dos olímpianos, acompanhando suas vidas, e até se baseando nelas. (SILVA, s/d, p.06)

Esses modelos de cultura, como aponta Silva (s/d), tornam-se modelos de vida. Conforme o autor, a cultura de massa tem uma ligação forte com o consumo, pois a publicidade é parte inerente deste tipo de cultura. A moda é um exemplo, pois a cada novidade apresentada pelos ídolos criados pela mídia, o furor nas lojas cresce, consumidores ávidos em busca dos produtos apresentados.

Santos, Gomes e Costa (2015) também citam Morin para compreender a teoria culturológica; este autor destaca que os meios de comunicação e os produtores de cultura têm desenvolvido uma capacidade de adaptação para atender os desejos e anseios dos consumidores, cada vez mais ávidos em consumir, buscando identificação com os produtos e serviços ofertados.

Os autores destacam que, analisando esses conceitos e observando todas as mudanças ocorridas na sociedade brasileira, cada vez mais é possível perceber o quanto as produções culturais têm buscado inserir-se nas novas fatias de mercado consumidor.

A partir daí, é possível analisar a relação dos meios de comunicação populares ou os comunitários, como o rádio, com esses aspectos desenvolvidos pela teoria culturológica. Conforme Ortriwano (1998), para analisar a interatividade do rádio é preciso considerar as reflexões de Bertolt Brecht, que segundo a autora, diz que o rádio representa uma estrada de mão dupla, pois na atualidade a interatividade tem se ampliado, ou seja, os ouvintes tem a possibilidade participar, formular, construir, ou seja, colaborar com a programação. Conforme a autora, a questão deve ser tratada mais pela ótica da política, da organização democrática da sociedade e do relacionamento entre os cidadãos, do que pela exclusividade de ser apenas uma tecnologia de informação.

O rádio, muito antes de ser um meio de comunicação de massa, como frequentemente é tratado, é um meio interativo de comunicação, que por vezes se mostrou limitado a sua capacidade bidimensional à medida que se constituiu um sistema econômico em torno de sua exploração. Além disso, Ortriwano

(1998) destaca que o rádio é um excelente meio de entretenimento, dando suporte às variadas manifestações culturais. Conforme Ortriwano,

Muitas das potencialidades antevistas - ou sonhadas - por Brecht só agora, incorporando os novos recursos tecnológicos, começam a ser exploradas. "O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de emitir, mas também de receber. O ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar. Não isolar-se, mas ficar em comunicação com o rádio. A radiodifusão deveria afastar-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores. (ORTRIWANO, 1998, p. 13)

Porém, na atualidade observa-se que a interatividade continua sendo controlada, visto que a participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções. Quando se trata do jornalismo, predominam as reclamações em torno dos serviços em geral, o testemunho em relação a algum acontecimento conduzido pelo repórter ou por outro meio, emissão de opiniões somente respondendo às perguntas específicas, com respostas objetivas, conforme destacado por Ortriwano (1998).

Assim, com a introdução das novas tecnologias de comunicação, que ampliam as possibilidades de interação, a relação permanece a mesma, o controle está sempre na mão do emissor e nunca do receptor. Na prática, conforme a autora, o ouvinte, como fonte direta de alimentação do sistema, só participa na medida em que atende aos interesses do próprio sistema, mas nunca para questioná-lo.

Em todo o mundo, a imagem do rádio precisa se modificar, visto que o acesso amplo e irrestrito por informação é uma busca constante dos indivíduos. As emissoras tradicionais e também as rádios que operam em espaços virtuais surgem como uma ferramenta para alcançar essa ampliação do acesso à informação. Ortriwano (1998) salienta que, se por um lado muitas comunidades já têm sua própria comunicação radiofônica estabelecida, há anos, com a regulamentação das rádios comunitárias inicia-se uma nova fase que exige uma redefinição para todo o meio de comunicação radiofônica.

No cenário globalizado, a tecnologia é um campo significativo, pois tem causado uma revolução nas comunicações e principalmente nas relações humanas, de acordo com Ortriwano (1998), pois a mudança significativa que

ocorreu nas relações sociais, também ocorreu nas noções de tempo e espaço. A globalização se dá em todos os níveis, tanto econômicos, como políticos, sociais e principalmente culturais. Ortriwano afirma que,

De maneira geral, o rádio ainda é encarado como meio de segunda categoria e um dos aspectos cruciais nesta questão continua sendo o sistema de exploração da radiodifusão, há muito atrelado a uma prática em que o critério básico para a concessão é o do jogo político, da amizade, da troca de favores. O interesse social e a competência tomam-se secundários nesse processo (ORTRIWANO, 1998, p. 25).

Nesse sentido, para que a comunicação seja efetivamente interativa, o receptor precisa passar a desempenhar um novo papel, o de usuário, com ideia implícita de participação ativa; a autora destaca que sobre este fenômeno de interação pode-se observar que em um contexto onde as máquinas estão cada vez mais presentes, a qualidade da interação homem-máquina será fundamental para a qualidade de vida e ainda mais importante será sua correta compreensão por parte do maior número possível de usuários.

2.4 A Rádio Comunitária Santa Rosa FM

A Rádio Comunitária Santa Rosa FM inicia seu funcionamento em 15 de dezembro de 2009, com autorização do Ministério das Comunicações, pela Associação Cultural e Artística de Nova Santa Rosa, com programação de 18 horas diárias, das 6 horas até as 24 horas, conforme ata de fundação da emissora de rádio, construindo ao longo dos seus 10 anos de funcionamento um público expressivo dentro do município e da região.

De acordo com o site rádios.com, a Rádio Comunitária Santa Rosa FM, está em 339º lugar na audiência do estado do Paraná, conforme a última análise realizada em setembro de 2019, pelo próprio site, configurando assim um importante veículo de informação para a população da cidade de Nova Santa Rosa, no Paraná, cidade que tem pouco mais de 8 mil habitantes.

A programação da Rádio Santa Rosa FM é bem ampla, mas seu foco principal, por ser uma rádio comunitária, é a veiculação de notícias relevantes à comunidade que a acompanha cotidianamente. A programação diária conta como quatro programas organizados em torno das notícias, sendo dois, logo

pela manhã, um, ao meio dia e um à noite. Há também um programa de cunho religioso. Os outros cinco programas apresentados diariamente apresentam variedades.

Os programas são construídos em conjunto entre os apresentadores, que apontam os aspectos mais relevantes a ser veiculados, e que possam interessar ao público, gerando audiência e possibilitando a fidelização dos ouvintes, quando estes se identificam com a programação.

Conforme os autores apresentados na fundamentação teórica, observa-se que a identificação do público com os aspectos culturais apresentados pelos meios de comunicação ocorre quando este sente-se representado por aquilo que é apresentado, quando as notícias são relevantes e de seu interesse e principalmente se a programação propaga informações e aspectos ligados à realidade da comunidade em que está inserida.

3 ANÁLISES E DISCUSSÕES

A programação analisada foi de um dos jornais de notícias apresentados pela Rádio Comunitária Santa Rosa FM. O “Jornal 105 Notícias Segunda Edição” apresenta as principais notícias da cidade e região. Os jornais possuem dois locutores, um homem e uma mulher, que revezam a apresentação das notícias. Neste jornal são veiculadas notícias diversas, mas o foco principal é para as notícias da própria cidade, pois conforme exposto anteriormente, os ouvintes fidelizam-se à rádio quando se identificam com a sua programação.

A análise foi realizada a partir da programação do jornal apresentado no dia 01 de outubro de 2019, terça-feira. Neste dia foram veiculadas as seguintes matérias: “Conta de energia vai ficar mais barata em todo o Brasil a partir de outubro”; “Polícia Ambiental investiga incêndio que pode ter sido criminoso em Nova Santa Rosa.”; “Promoção ‘Natal Premiado da Acinsar’ é lançada”; “Droga é apreendida em veículo no município de Mercedes, condutor alegou que não sabia.”; “Uno com placas de Nova Santa Rosa é encontrado abandonado em matagal de Toledo.”; “Mulher vai à delegacia e diz que é perseguida e ameaçada.”; “Um funcionário teria ficado ferido em incêndio em barracão com fertilizantes na Linha Dois Marcos, entre Toledo e Nova Santa Rosa.”; “Carreta

de Nova Santa Rosa carregada de frango é roubada em Curitiba, rastreador impede sucesso dos marginais.”; “Abuso sexual: 60% dos casos envolvem vítimas com menos de 14 anos.”; “Nova Santa Rosa será sede da fase Macrorregional do ‘Bom de Bola’.”; “Dia das crianças será comemorado neste sábado em Nova Santa Rosa.”; “Petrobrás, Banco do Brasil e Caixa não devem ser privatizados neste mandato, diz secretário.”.

Das 12 notícias veiculadas por este jornal, oito delas são referentes a acontecimentos do próprio município, uma notícia envolve acontecimentos de cidades vizinhas e as outras três notícias apresentadas são referentes a acontecimentos nacionais. Outras informações apresentadas pelo jornal, e que são reiteradas em toda a programação por terem importância para os ouvintes, que na sua maioria vivem no campo, são as cotações de produtos agrícolas, como soja, milho e suínos, além da previsão do tempo.

Observando as notícias veiculadas pela Rádio Santa Rosa FM, é possível reiterar o que destacou Ferrareto (2014), que aponta que o rádio é um meio de comunicação dinâmico, visto que está presente onde a notícia acontece, transmitindo-a em tempo real ou o mais próximo disso possível, diretamente ao ouvinte. A organização da programação de radiodifusão das pequenas comunidades, das rádios comunitárias, aparece como um misto, que envolve notícias, entretenimento e informação. Ou seja, conforme o autor, o rádio constitui-se como um instrumento de diálogo, atento às demandas do seu público.

Outro aspecto salientado por Ferrareto (2014) é que o rádio na era da internet precisou se modernizar, tanto para atender às necessidades do público ouvinte quanto para estar de acordo com a legislação vigente, apresentando as notícias e informações de maneira coerente e confiável.

Moroni e Ruas (2006) também destacam a importância do rádio nas pequenas comunidades, indicando a importância de entender que o jornalismo não pode focar apenas a realidade nacional, distante do público alvo da comunidade, mas deve principalmente veicular a realidade cotidiana da região, do local em específico. Assim a Rádio Comunitária Santa Rosa FM, abordando as notícias da localidade, vai ao encontro com o que os autores apontam, trazendo para perto do ouvinte as notícias que são relevantes para seu dia a dia. A veiculação de notícias da localidade, como os autores apresentam, tem a

possibilidade de impulsionar a construção de uma consciência coletiva e de aspectos da cidadania, integrando o indivíduo na vida da comunidade da qual ele faz parte.

O acesso e contato com as notícias locais e regionais também possibilitam a atuação política dos indivíduos, uma vez que estes se tornam capazes de compreender e expressar as várias tendências políticas presentes nos veículos de informação, confrontar posicionamentos, desenvolver e atender às necessidades e expectativas culturais presentes na comunidade, assim como colaborar com o desenvolvimento da cidade e região que habitam, de acordo com Moroni e Ruas (2006).

Os autores destacam, assim, que o acesso às informações pela mídia comunitária possibilita o processo de construção das identidades e o cultivo dos valores históricos e culturais da comunidade, visto que esta tem maior proximidade com a realidade que a cerca, fazendo com que acreditem e busquem soluções para os problemas locais.

De acordo com Peruzzo (1998), a característica principal da rádio comunitária, é a sua programação, que está toda vinculada com a realidade local, favorecendo a participação da população, e incentivando a produção e transmissão das manifestações culturais locais, comprometidas com a educação e construção da cidadania, democratizando a comunicação dos indivíduos da comunidade.

A partir daí, pode-se perceber a importância da programação de rádio, principalmente das rádios comunitárias, por estarem em sintonia com os interesses do seu público. Como apontado pelos autores apresentados ao longo do texto, a função de informação e propagação de cultura se efetiva quando o ouvinte identifica-se com aquilo que ouve no rádio, confiando e tendo este como um dos principais meios de informação de sua cidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme exposto pelos autores ao longo do artigo, o jornalismo regional realizado pelas rádios comunitárias, principalmente nas pequenas cidades do interior do país, tem sua importância ainda crescente, visto que a

veiculação de notícias locais e regionais aproxima os ouvintes, desenvolvendo nestes o senso coletivo e de comunidade.

Os autores que teorizaram sobre a construção do rádio no Brasil e conceituaram o jornalismo regional e comunitário, podem ser retomados a partir da análise da programação da Rádio Comunitária Santa Rosa FM, uma vez que esta, ao veicular as informações, notícias, acontecimento e aspectos culturais da comunidade novo-santa-rosense tem aproximado a população dos assuntos de relevância local, possibilitando a construção de uma consciência coletiva, sem esquecer-se da cultura, educação e cidadania.

Tudo isso permite dizer que assim como na história do rádio no Brasil, a cidade de Nova Santa Rosa construiu sua identidade com o auxílio do rádio como meio de comunicação e propagação de ideias, opiniões e visões de mundo. Compreender, na atualidade, o papel que a programação de rádio ocupa no dia a dia dos munícipes contribui para a construção de uma imagem do rádio e sua importância como elemento de comunicação e propagação de informação.

Construir uma pesquisa sobre o rádio, sua programação e sua importância na cidade de Nova Santa Rosa, tem relevância principalmente como produção de material para uso das próprias emissoras, que poderão utilizar a análise realizada na pesquisa para construir, organizar e melhorar sua programação, a fim de manter seus ouvintes e atingir novos públicos, ampliando assim sua audiência.

O presente estudo poderá ser aprofundado com entrevistas, depoimentos e pesquisas históricas que não foram utilizados para a sua construção, pois o tema é amplo e permite novas abordagens para trabalhos futuros de pesquisa, a fim de contribuir com a compreensão da importância do rádio nas pequenas comunidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e Internet**. 3.ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 15 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

COMPARATO, Fábio K. A democratização dos meios de comunicação de massa. In.: **Revista USP**. São Paulo, n.48. dezembro a fevereiro de 2000/2001. P. 6-17. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/download/32887/35457>. Acesso em maio de 2019.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria de prática**. São Paulo, Summus Editorial, 2014.

HAUSSEN, Doris Fagundes. Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração. In.: BARBOSA FILHO, PIOVESAN e BENETON (org.). **Rádio: sintonia do futuro**. p.51-62. São Paulo, Paulinas, 2004.

MORONI, Benedito de Godoy; RUAS, Reinaldo Lázaro. **Jornalismo regional: o jornal Correio do Porto, 6º aniversário**. Presidente Epitácio, Gráfica Epitaciana, 2006.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Rádio: interatividade entre rosas e espinhos. **Novos Olhares**, p. 13-30, 1998. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/51314/55381>. Acesso em 10 de setembro de 2019.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais etendências. In.: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp,a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005. <https://www.metodista.br/revistas/revistasmetodista/index.php/CSO/article/view/8637>. Acesso em 05 de outubro de 2019.

_____. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. In: **XXI Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, Recife. 1998. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>. Acesso em 10 de setembro de 2019.

RADIO.COM. **Estatísticas Rádios FM Paraná**. Disponível em: https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2019-09_fmestado_33-16. Acesso em 21 de outubro de 2019.

REIS, Thays Assunção. Jornalismo Regional: uma leitura a partir dos critérios de noticiabilidade do jornal O Progresso. In.: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 15, n. 1, p. 62-72, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/19846924.2018v15n1p62>. Acesso em 05 de outubro de 2019.

SANTOS, Mylena C. G. GOMES, Carolina de O. COSTA, Rafael R. da. Uma análise culturológica da representação da classe C na telenovela Avenida Brasil: o que vem mudando desde então? In.: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Natal – RN – 02 a 04 de julho de 2015. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2476-1.pdf>. Acesso em 05 de outubro de 2019.

SILVA, Luiza Mylena Costa. **Descrição da Teoria Culturológica**. s/d. Disponível em: http://www.academia.edu/download/32455575/artigo_culturologica.doc. Acesso em 05 de outubro de 2019.

ZUIN, Antônio Álvaro. **Sobre a atualidade do conceito de indústria cultural**. In.: Cadernos Cedes, ano XXI, nº 54, agosto/2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v21n54/5265.pdf>. Acesso em 01 de outubro de 2019.