NO AR, A COMUNIDADE: um estudo de recepção a partir das rádios comunitárias de Santa Maria

SANCHOTENE, Carlos
Mestrando, UNISINOS
carlos_sanchotene@yahoo.com.br

ZUCOLO, Rosana
Doutoranda, UNIFRA
rosana@unifra.br

PIRES, Juliano
Graduando, UNIFRA
icqneo@gmail.com

RESUMO
A presente pesquisa busca compreender o processo de recepção dos conteúdos transmitidos pelas rádios comunitárias Caraí FM e Comnorte e a sua representatividade junto aos ouvintes das regiões sul e norte de Santa Maria – RS. Com base nos estudos sobre comunicação, recepção e rádios comunitárias, se pesquisou as rádios em questão. Utilizou-se a metodologia dos grupos focais para a discussão e análise da recepção das programações, suas formas de produção e como se estabelece a relação entre os moradores das comunidades e as emissoras. Entre os resultados verificou-se uma participação limitada por parte dos ouvintes.

Palavras-chave: Rádios comunitárias. Comunicação comunitária. Recepção.

1 INTRODUÇÃO

O rádio é reconhecido como uma mídia sonora com grande poder de alcance e informação. Embora detenha tal potencial comunicativo, o veículo também tem outro traço marcante: a massificação. Tais características acabam transformando-o em um meio de comunicação de grande rentabilidade comercial e política, quase sempre vinculado a interesses lucrativos. Esse panorama, focado no retorno de diferentes investimentos, termina por distanciar o veículo do compromisso comunitário, o que abre espaço para a inserção das rádios comunitárias, as RadCom.

Numa realidade como a do Brasil o papel da rádio comunitária é fundamental, pois atua evidenciando as demandas de muitas comunidades que se encontram excluídas do acesso aos direitos fundamentais e aos bens culturais. Tais emissoras acabam se configurando como espaço para a afirmação da cidadania, e também se consolidam como lugar da reflexão crítica, do crescimento social e cultural das populações que atingem.

Representar a comunidade e as suas demandas é a principal finalidade da rádio comunitária, veículo que surge pré-determinado a contribuir para a democratização e ampliação da cidadania, por meio da participação ativa de qualquer pessoa no processo de transmissão das informações.

A partir disso, a presente pesquisa estuda, através da constituição de grupos focais, como os ouvintes das duas rádios comunitárias de Santa Maria, a Caraí FM e a Comnorte, recebem as informações e se inserem no processo de construção da realidade que vivenciam, a partir dos modos de funcionamento dessa mídia.

2. AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS E A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

A Lei Federal 9.612, de 1998, regulamentada pelo Decreto 2.615 do mesmo ano, estabeleceu a radiodifusão comunitária, definindo que tal emissora operaria sempre em Frequência Modulada (FM), com potência de 25 watts e cobertura restrita a

uma área limitada por um raio igual ou inferior a mil metros a partir da antena transmissora. O uso deste serviço está restrito à fundação ou associação comunitária, de caráter civil, não-partidário, democrático, sem fins lucrativos e com sede na localidade da rádio, destinado ao atendimento de determinada comunidade de um bairro, uma vila ou uma localidade de pequeno porte. Essa limitação territorial desconsidera a existência de diferenças, tanto culturais quanto sociais, dificultando um possível conceito de comunidade. Nesse sentido, cabe referir Cogo (1998), para quem comunidade significa:

> [...] o espaço privilegiado de constituição e vivência dos valores fundamentais como a solidariedade, a união, a ajuda mútua que, articulados à religiosidade impõem-se como referenciais indispensáveis na compreensão das culturas populares na sua relação com a comunicação. Ela é o mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, por último, de comunicação entre parentes e vizinhos.(COGO, 1998, p.51).

Para Marcos Palacios (1991), o termo comunidade não é apenas uma localização geográfica, um lugar no mapa, mas sim uma espécie de diversidade de experiências das pessoas que estão inseridas nela, independentemente de estarem vivendo próximas umas às outras. “A comunidade deve ser vista como toda forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum de um grupo de pessoas, seja qual for a dimensão desse grupo e independentemente de sua dispersão ou proximidade geográfica” (PALACIOS, 1991, p. 3).

Em tal contexto, pelo caráter comunitário, as rádios devem apresentar conteúdos de informação, lazer, manifestações culturais, artísticas, folclóricas e tudo mais que possa contribuir para o desenvolvimento das comunidades, no sentido de buscar a ampliação da cidadania. Assim, pensar a questão da cidadania implica um afastamento do conceito clássico de acesso a direitos civis, políticos e sociais (CARVALHO, 2002), e compreendê-la como uma questão de pertencimento e possibilidade de acesso à informação. Tais elementos possibilitam características próprias e as diferem das emissoras radiofônicas comerciais.

A rádio comunitária deve ser um canal de manifestação popular que favoreça a participação dos moradores da localidade onde está localizada, comprometendo-se com a melhoria das condições de vida da comunidade, a liberdade de expressão e o desenvolvimento da informação, da cultura e da cidadania.

O envolvimento e a participação da comunidade são essenciais, pois,

beneficiada pelo jornalismo comunitário, que se configura como um meio que integra, atualiza e organiza, a comunidade pode alcançar e concretizar os fins mobilizatórios aos quais se propõe. Para Marcondes (apud PAIVA,1998, p.154), um veículo comunitário "é elaborado por membros de uma comunidade que procuram através dele obter mais força política, melhor poder de barganha, mais impacto social, não para alguns interesses particularizados, mas toda comunidade que esteja operando o veículo".

Marcos Palacios (1991) defende a participação da comunidade como fundamental, pois ela está inserida numa sociedade mais ampla onde essa atuação torna-se essencial quando se pensa em termos de trabalho comunitário. Nesse mesmo sentido, Sanchotene (2008, p.10) defende a participação da comunidade junto às emissoras, pois o "retorno da comunicação evidencia o papel do jornalismo comunitário".

3 . TRANSMITINDO PARA A COMUNIDADE

No caso das rádios estudadas, a abrangência de cada uma é dividida na extensão da cidade. A Caraí FM cobre toda a região sul, e a Comnorte, como o nome anuncia, atinge a região norte, ambas com um alcance muito mais amplo do que o previsto na legislação.

A Rádio Comunitária Caraí FM, 106,3 MHz, tem sede na Rua Caracaraí, 49, Vila Tropical, região sul de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. O sinal da emissora abrange 25 vilas, podendo ser sintonizado em outros pontos do município. Sua constituição começou por iniciativa da comunidade que se mobilizou para montar uma associação ainda em 1998, logo após a aprovação do decreto-lei que criou as RadCom. Surgia a Associação Cultural de Divulgação Comunitária da Vila Tropical e Região Sul de Santa Maria. A documentação foi reunida – é a mesma exigida para as rádios comerciais –, e o processo passou por vários setores do governo, como a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e o Ministério das Comunicações. A concessão do canal ocorreu em dezembro de 2003, mas a outorga para o funcionamento só veio em 2004. No dia 19 de setembro do mesmo ano, foi ao ar a primeira transmissão.

Ainda hoje, a emissora conta com recursos simples e localiza-se na residência do coordenador, Paulo Roberto Rodrigues, que disponibilizou a sala para recepção. Nela, fica também o pequeno estúdio de 1,5 m². Como na maioria das rádios comunitárias, os custos são cobertos por apoios culturais, além da doação de empresários-membros da comunidade. A cada seis meses é feita uma prestação de contas do coordenador a toda comunidade, a fim de comprovar o uso da verba em prol

da emissora. Os gastos dizem respeito à manutenção de equipamentos, compra de aparelhos e aos custos de luz e telefone.

Já a ideia de constituir uma rádio comunitária na região norte tomou forma em 1998, quando foi ao ar, ainda não legalizada, a primeira transmissão da Rádio Comnorte. A partir daí as transmissões não pararam mais, mesmo com os desentendimentos entre o diretor da rádio, Ronaldo Isaías Cabral da Silva, e as autoridades e órgãos fiscalizadores. Várias vezes a rádio teve a aparelhagem apreendida e o diretor acionado juridicamente. A persistência garantiu a audiência desde então. Hoje a Comnorte transmite para aproximadamente 50 vilas, direcionada a um público-alvo diversificado, formado por jovens, adultos e idosos de vários ramos de atividades. Outro fator que contribuiu para atrair a audiência durante esse período foi a figura do próprio diretor da rádio, com cerca de 30 anos de carreira radiofônica e passagem por diversas emissoras da cidade, entre elas as rádios Medianeira, Imembuí e Nativa de Santa Maria, e a Rádio São Roque de Faxinal do Soturno.

A outorga para o funcionamento da Rádio Comnorte, pertencente à Associação Cultural de Divulgação Comunitária do Bairro Salgado Filho e Região Norte de Santa Maria, só veio em 2006. O sinal de sintonia da emissora é o 106,3 MHz, e conta com uma programação variada, que inclui informações e diversos ritmos musicais. O horário de funcionamento é das 6h às 24h de segunda a sexta, e das 6h até a 1h nos finais de semana. A emissora localiza-se na Rua Otelo Rosa, 215, Vila Kennedy, em Santa Maria.

A rádio faz a cobertura de alguns eventos locais, como a semana cultural, a Garota Região Norte e o torneio das escolinhas de futebol, embora algumas vezes tenha que se organizar com antecedência para lidar com fatores técnicos e de cronograma.

A emissora se mantém através da captação de apoios culturais junto à comunidade e aos comerciantes locais. Essa arrecadação serve como forma de quitar gastos com água, luz, telefone, gasolina e eventuais processos legais, além de servir para a manutenção do local, dos aparelhos e aquisição de novos equipamentos eletrônicos. Junto com a utilização dos apoios culturais, são realizadas promoções e sorteios, assim como são incentivadas doações por parte dos moradores para a aquisição de recursos a serem investidos na expansão da atual estrutura da rádio, projeto esse que está em andamento.

A estrutura da rádio, acomodada em uma pequena sala na casa do diretor, conta com quatro microfones, dois aparelhos de DVDs, um transistor de 25 watts, um equalizador, uma mesa de áudio, um gravador de fita cassete da Anatel, um rádio-gravador, um computador e uma linha de telefone própria.

4. OUVINDO A COMUNIDADE

A pesquisa foi realizada através da combinação de técnicas como a dos grupos focais, entrevistas semiestruturadas e questionários, e considerando como receptores os moradores da região sul e região norte de Santa Maria. Segundo Lopes (2000), na pesquisa qualitativa da recepção pode-se utilizar várias técnicas, como entrevistas, grupos de discussão, grupos focais e observação no trabalho de campo. Para Grisa (2000), a escolha do grupo a ser investigado em uma pesquisa de recepção é pertinente por não existir um número ideal de pessoas a serem entrevistadas, cujo critério de escolha é significativo para os resultados da pesquisa. Em função das duas rádios estarem localizadas em regiões periféricas da cidade, prevaleceu na pesquisa a presença de uma classe social baixa, que também observou a faixa etária dos entrevistados como critério para seleção.

As entrevistas com os moradores foram realizadas a partir da execução de um questionário, com algumas questões-chave que orientaram o momento da interação entrevistador-entrevistado (GIL, 1994). As entrevistas aplicadas à pesquisa qualitativa são muito pouco estruturadas, assemelhando-se a uma conversa. Elas são úteis, especialmente, quando se pretende compreender "o significado atribuído pelos sujeitos a eventos, situações, processos ou personagens que fazem parte de sua vida cotidiana" (ALVES-MAZZOTTI e GEWANDSZNAJDER, 2001, p.168). No caso do trabalho com grupos focais, utilizam-se basicamente entrevistas em grupo, cujo foco principal reside na interação entre os membros, e não no mero intercâmbio de perguntas e respostas entre o pesquisador e os integrantes do grupo. A interação entre os membros do grupo está baseada em tópicos específicos que são trazidos pelo pesquisador que geralmente assume o papel de moderador do grupo. Essa integração promovida pelo grupo gera o encontro de experiências que servirá como fonte de dados do pesquisador (MORGAN apud MARQUES; ROCHA, 2006).

De acordo com Morgan (apud BUNCHAFT; GONDIM, 2004) o grupo focal é uma técnica utilizada como principal fonte de dados, pois revela aspectos oriundos dos processos de interação grupal, e que não são facilmente acessíveis pela técnica de entrevista individual. Os grupos também podem ser usados como fontes preliminares de dados, informações essas que podem ser suficientes para dar resposta ao problema da pesquisa. Neste caso, os grupos focais atendem a finalidades exploratórias e servem para dar subsídios para a criação de itens de instrumentos (escalas, questionários, etc.) e para a realização de pré-testes.

Assim, o uso dos grupos focais como um método qualitativo serviu para ressaltar a capacidade que apresentam de recriar situações de conversação cotidiana e

ocasiões sociais, momentos em que, estimuladas pelas trocas de experiências, pontos de vista e argumentos a cerca do que é veiculado nas rádios comunitárias, emergem as habilidades críticas dos participantes. A partir dessas preocupações, investigaram-se os modos com que a recepção compreende os conteúdos veiculados pelas rádios comunitárias de Santa Maria, e se tais conteúdos são integrantes do processo de construção da realidade nas comunidades.

5. PRIMEIRA FASE: O QUESTIONÁRIO

A primeira fase consistiu na elaboração e aplicação de questionários junto aos moradores da região, a fim de se obter informações acerca de suas opiniões sobre a emissora local para, em seguida, selecionar os integrantes à realização da segunda fase da pesquisa: a formação dos grupos focais e discussão sobre a rádio e seu funcionamento.

Na região sul, 13 questionários foram aplicados durante a festa de comemoração ao aniversário da rádio comunitária Caraí FM, na Vila Tropical. Na região norte, os questionários foram aplicados a um total de 12 moradores das vilas Kennedy e Nossa Senhora do Trabalho. Os primeiros contatos com os ouvintes da Comnorte FM aconteceram através do diretor da rádio que, inicialmente, acompanhou a aplicação dos questionários. Ainda nessa primeira fase da pesquisa constatou-se que a presença do diretor da rádio interferia, constrangendo as opiniões dos entrevistados em relação à emissora. Em função disso, adotou-se outra estratégia de aproximação com os ouvintes através das lideranças comunitárias que indicaram outras pessoas.

Durante o processo, os investigadores perceberam a dificuldade de comunicação e compreensão dos moradores em relação aos questionamentos apresentados, que demandavam respostas justificadas. Isso passou a exigir diálogos prolongados, configurados na forma de entrevistas semiestruturadas. Outro fator detectado foi a baixa escolaridade dos moradores da região que, na grande maioria dos entrevistados e presente em todas as faixas etárias, possuíam apenas o ensino fundamental incompleto. Essa característica, apesar de predominante, não se mostrou como um empecilho à capacidade de análise e reflexão dos moradores acerca da rádio local.

6. SEGUNDA FASE: O GRUPO FOCAL

A constituição dos grupos focais tomou como base os entrevistados que responderam aos questionários. Na região sul, os moradores foram contatados por telefone com o intuito de marcar um horário para a aplicação do grupo focal. A primeira tentativa não

teve sucesso. Na segunda tentativa, apenas cinco concordaram em uma reunião para a discussão do grupo. E destes, apenas três compareceram no restaurante do Pitica, ponto de encontro na Vila Lorenzi. Já na região norte, dos 12 entrevistados, sete foram convidados a participarem do grupo de discussão, e apenas quatro acabaram comparecendo na reunião marcada na Escola Estadual de Ensino Fundamental Dom Antônio Reis.

Para melhor sistematizar e analisar os dados do trabalho de campo, cada um dos receptores foi caracterizado e identificado como R.1, R.2, R.3 e assim por diante. Em seguida, foram descritos os trechos das entrevistas gravadas durante a realização do grupo focal, os quais dão origem aos enunciados classificados sucessivamente como E.1, E.2, E.3 e a uma breve análise dos depoimentos.

Grupos Focais	
Rádio Caraí FM	**Rádio Comnorte FM**
R.1 – V. V. L., 26, vendedor.	**R.4** – P. R. L., 45 anos, aposentado.
R.2 – R. R., 48, cozinheira.	**R.5** – I. S., 46 anos, comerciante.
R.3 – G. P., 26, comerciante.	**R.6** – T. G., 21 anos, cobrador de ônibus.
	R.7 – D. F. D., 19 anos, estudante.

As questões elaboradas para serem debatidas pelo grupo de ouvintes serviram como um roteiro a ser seguido, visto que alguns questionamentos foram levantados durante a conversa. A primeira constatação obtida durante essa etapa da pesquisa foi a de que os ouvintes de ambas as rádios compartilham anseios e críticas similares, através dos quais foi possível estabelecer três eixos de análise sobre a discussão realizada: a participação e a representatividade, a relação da programação com a recepção e a definição de rádio comunitária, e o vínculo das RadCom com o padrão comercial.

7. A PARTICIPAÇÃO E A REPRESENTATIVIDADE

Torna-se fundamental a análise da participação e da representatividade da comunidade junto aos conteúdos transmitidos pelas rádios comunitárias para compreender como ocorre esse processo de identificação dos moradores com as emissoras. Tais conteúdos configuram determinadas produções de sentidos que se refletem nos discursos dos

entrevistados, e alguns aspectos tornam-se comuns por compartilharem do mesmo contexto social em que eles vivem, conforme os enunciados abaixo:

E. 1 – "Ele enfia a programação dele 'goela a baixo', sendo que a rádio comunitária não funciona assim. Ela funciona com uma gestão da comunidade" – **P**.

E. 2 – "Outra coisa que eu nunca ouvi ele falar é sobre a nossa vila. Eu moro ali há vários e é sempre o mesmo estado, e piorando cada vez mais. As notícias da comunidade são muito pouco, quase nada" – **D**.

E. 3 – "A rádio está mais para uma empresa direcionada para o Ronaldo e família, do que para a comunidade, que é o fim da rádio comunitária. O nome está dizendo comunidade, é para toda a região" – **P**.

E. 4 – "Seria interessante a rádio ter um espaço que permitisse o pessoal ir reivindicar, falar o que pensa, solicitar algum serviço, algum remédio" – **P**.

E. 5 – "Lidar com a comunidade é muito complexo, [a rádio não pode só] dar avisos e permitir pedir músicas, existem muitas outras coisas também. É preciso ter uma representatividade, é ter interesse em quem vai ser o presidente da tua vila, tem que ter força política, não pode ser direcionada a um partido político, mas tem que ter força política" – **P**.

E. 6 – "Se eu ligar pra lá, ele não vai me colocar ao vivo para pedir a música, mas se o cara é amigo dele ou da família, ele coloca ao vivo para falar na rádio. Eu quero me escutar, que estou mandando música para tal pessoa. Eu me sinto ofendido quando isso não acontece" – **D**.

E. 7 – "Minha funcionária escuta todos os dias. Eu não sou um ouvinte assíduo, mas ela liga o rádio sempre na Caraí. Já me acostumei" – **G**.

E. 8 – "Em notícia eu acho que a comunidade não é representada, agora em propaganda ela é" – **G**.

E. 9 – "A Caraí é melhor que as outras por causa das músicas. É melhor porque as outras ficam só pedindo coisas. Já chega os problemas da gente. Mas ela não é como as outras

que colocam pessoas no ar, pedindo ajuda, cadeira de rodas e remédios" – **R**.

A participação dos ouvintes se limita, na maioria das vezes, a pedidos de músicas, o que, por sua vez, funciona de maneira distinta entre as duas rádios (**E.5** e **E.6**). Na Rádio Comnorte FM isso acaba vinculado ao diretor da rádio, Ronaldo Isaias, e à forma utilizada por ele para gerenciar a emissora, o que restringe a participação de alguns ouvintes e privilegia outros (**E.1**, **E.3** e **E.6**). A figura do coordenador da rádio aparece como uma pessoa que impõe à comunidade os conteúdos de sua própria escolha, ou seja, não permite que os ouvintes participem. Fica claro, evidentemente, que a rádio serve mais para interesses próprios e familiares do que da comunidade em questão. Também se constatou a compreensão dos entrevistados em relação ao papel coletivo de uma rádio comunitária.

Outro fator de representatividade apontado pelos ouvintes é a circulação de notícias que abordam a realidade das comunidades e das regiões onde as rádios estão localizadas. Segundo os entrevistados, é necessária uma ampliação dessas notícias que retratam seus cotidianos (**E.2**, **E.5** e **E.8**).

Um contraponto entre a Caraí FM e a Comnorte diz respeito ao serviço prestado por elas junto às suas comunidades. Enquanto na primeira há uma maior identificação com o público e com a proposta de rádio comunitária, na segunda, esse vínculo entre emissora e comunidade parece distante (**E.4** e **E.9**). Nota-se também um sentimento de falta de representatividade, aliado ao entendimento de que a emissora não é apenas um espaço para pedir músicas, mas sim de atender a outras finalidades (**E.5**), como o desejo dos ouvintes de participar da programação e poder opinar (**E.6**). Reconhecem também as propagandas como mecanismos de representação da comunidade, propagandas essas que nas rádios comunitárias são denominadas como apoios culturais (**E.8**). Por outro lado, há quem não se considere um ouvinte assíduo, mas que, em função de outras pessoas ouvirem, transformou-se em um ouvinte passivo (**E.7**).

8. A RELAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO COM A RECEPÇÃO

Outro aspecto envolvido na relação do receptor com as emissoras é referente à programação, interpretada de diversas formas. A relação da programação com o receptor constitui-se por complexas características que condicionam esse vínculo com as emissoras.

E. 10 – "É sempre o mesmo pessoal que participa e pede sempre a mesma música, daí acaba que ele põe sempre a mesma. Quando a rádio começou, a programação era

diferente, tinham vários rapazes que tocavam músicas sertanejas, populares e daí era variado. Depois que esse pessoal saiu, o Ronaldo só coloca o que ele acha (encontra)" – **I**.

E. 11 – "Eu tenho que saber que às 8 horas da manhã eu vou escutar um programa evangélico. Se tu tens um horário disponível para escutar o rádio, e tu liga, e encontra outras coisas invadindo o espaço, complica, né?" – **P**.

E. 12 – "E quando ele dá a notícia, ele sempre coloca a opinião dele junto. Como que um cara que nem tem formação e nem é jornalista vai ficar dando opinião?" – **P**.

E. 13 – "O Ronaldo acha que ele falando está bem bom, que é aquilo ali e é aquilo ali. Ele não dá direito para o pessoal falar o que pensa" – **D**.

E. 14 – "Ao invés de ter esse serviço comunitário ali perto de nós, temos que ligar para outra rádio para ter a mesma oportunidade" – **P**.

E. 15 – "Cada programa tem que ser independente do outro, embora façam parte da mesma grade de programação. A rádio tem que se programar antes para transmitir no ar de forma organizada" – **I**.

E. 16 – "Esses dias eu estava escutando o Ronaldo e daqui a pouco entra um outro cara lá, que nem sei quem era, e que começou a falar junto, gritar e ajudar o Ronaldo a fazer a programação dele. E tu não entendia o que o cara falava! Ele nem tinha curso para falar, o que te prejudica para entender" – **D**.

E. 17 – "Por ser uma rádio comunitária deveria ter outras programações religiosas, católicas, por exemplo, deveria ter também até cultos de candomblé" – **P**.

E. 18 – "Tu não sabia qual era a igreja que estava no ar, se era uma ou outra" – **I**.

E. 19 – "Escuto por lazer, pela parte da tarde e de noite. Eu ouço outras rádios também. Ouço a Caraí pelas músicas. Gosto também das notícias, a parte de eventos, a parte mais da região aqui" – **V**.

E. 20 – "A Caraí tem uma variedade de músicas maior que as outras rádios. Em função

dessa diversidade, ela é melhor" – **V**.

E. 21 – "A Caraí tem a capacidade de atingir toda a comunidade pela programação e por todas as pessoas que apresentam os programas" – **R**.

E. 22 – "Eles só falam em festa, agora quando acontece uma tragédia não falam. Às vezes acontece um acidente aqui e a gente não conhece. Eu acho necessário uma parte da programação pra divulgar os acontecimentos ruins" – **R**.

E. 23 – "Era bom ter um obituário, espaços para mostrar o que está acontecendo na região. Era bom ter um plantão de notícias nas horas vagas" – **V**.

E. 24 – "A sugestão que eu dou à rádio é o prolongamento de músicas, redução nas propagandas e mais diversificação na programação" – **V**.

E. 25 – "A rádio comunitária tem que girar em torno da nossa região. Pelo que eu escuto, eu acho ótimo, as músicas são boas, algumas antigas" – **G**.

Em relação à Comnorte FM, os entrevistados fazem associações com a programação transmitida no início do funcionamento da emissora, denotando que em tal período a diversidade de apresentadores e estilos musicais era melhor que na programação atual (**E.10**). Existe uma falta de identificação dos ouvintes com a emissora em função da ausência de uma grade de programação definida (**E.11**). Os receptores também sabem que o espaço comunitário é para a comunidade, porém, recorrem a outras emissoras para terem suas reivindicações solicitadas (**E.14**). Os entrevistados também avaliam o papel do locutor como uma pessoa despreparada para apresentar os programas, capaz de emitir juízos de valor sem conhecimento daquilo que está falando e limitar o espaço de participação dos ouvintes (**E.12** e **E.13**).

Da mesma forma, são construídas percepções em relação aos modos de funcionamento das emissoras, onde os indivíduos criticam a falta de organização na apresentação dos programas e de distinção entre os programas da emissora Comnorte FM (**E.15** e **E.16**). A falta de preparo na locução é outro fator abordado e criticado pelos ouvintes (**E.16**). Em relação à Caraí FM, percebe-se que os ouvintes não têm muitas queixas, considerando a programação musical melhor do que a das demais emissoras da cidade, e estão satisfeitos com os apresentadores responsáveis pela locução (**E.19**, **E.20**, **E.21** e **E.25**). No entanto, a falta de notícias da comunidade é

algo considerado falho por parte da emissora, o que estimula os ouvintes a sugerirem mudanças para suprir essa necessidade comum aos moradores (**E.22**, **E.23** e **E.24**).

9. A DEFINIÇÃO DE RÁDIO COMUNITÁRIA E O VÍNCULO COM O PADRÃO COMERCIAL

Para compreender como os receptores constroem e atribuem sentidos às rádios comunitárias, é fundamental perceber como esses sentidos se dão a partir de um processo de comparação com as rádios comerciais da cidade. As leituras denotam marcas de uma avaliação positiva ou negativa em relação aos modos de produção e apresentação das emissoras comunitárias.

E. 26 – "Ele larga uma música e chama o apoio cultural, passa mais duas músicas e chama mais outro apoio cultural, dali três músicas de novo" – **D**.

E. 27 – "Eu tenho a minha programação, daí ele cobra por mês e eu tenho que fazer propaganda de algumas lojas. Eu pego o dinheiro dessas lojas e dou pra ele. Eu não acho correto, se é da comunidade a pessoa dá o que quer, não pode ser cobrada" – **I**.

E. 28 – "Eu vou lá dar um anúncio e ele cobra, se for da comunidade a pessoa até pode ajudar e se eu tenho R$5,00 eu dou. Mas aí ele diz: "não, aqui é R$10,00 para ti fazer um anúncio". Daí eu não dou e não faço o anúncio, mas qual é a vantagem da gente? Nenhuma" – **I**.

E. 29 – "E outra coisa, tu está escutando a programação da rádio daqui a pouco dá uma briga lá e tu ouve tudo" – **I**.

E. 30 – "E outro dia eu escutando o horóscopo e a guria [Gisserre] deu o texto para uma guriazinha de três anos falar" – **D**.

E. 31 – "Tenho dois primos que trabalham em rádios, um na Nativa e outro na Guarathan e tem que ter qualidade, tem que ter qualificação" – **I**.

E. 32 – "Esses dias eu estava escutando a rádio e a Gisserre ficou quase uma hora dando risada com uma guria, escutando música. Ficava uma empurrando para a outra e não tinha assunto para falar e ficavam dando risada e tal. Ou senão ela bota música e passa falando" – **T**.

E. 33 – "E outra coisa, colocaram agora a dona 'Erandir', que está fazendo a programação com a Gisserre, as duas ficam o dia inteiro conversando coisas do dia a dia delas" – **D**.

E. 34 – "Eu nunca ouvi falar do pessoal falando na casa e saindo no microfone, mas o cara cortar a música pela metade, CD arranhado, o cara ser cristão pela manhã e depois batuqueiro, eu presenciei" – **P**.

E. 35 – "Eu escuto de manhã enquanto estou cozinhando. É o tempo que eu escuto. E sempre a Caraí, só não gosto da apresentadora, a Suzana Flores. Às vezes eu mando ela ficar quieta, ela fala demais e tudo errado" – **R**.

E. 36 – "Eu concordo que a rádio precisa de propaganda pra sobreviver, e muita coisa a gente não sabe que tem por causa da falta de divulgação do que tem na região" – **R**.

E. 37 – "Tem uns apresentadores que falam tudo errado. A gente não é perfeito, mas eu gosto de todos" – **R**.

E. 38 – "A única coisa que prolonga demais são as propagandas, e acaba se tornando muito chato. Eu espero um pouco, troco de rádio, mas depois eu volto pra Caraí" – **V**.

E. 39 – "Em relação a propaganda está ótimo, quanto mais melhor. Eu sou um patrocinador e pra mim está bom. Quanto mais vezes é melhor" – **G**.

E. 40 – "A única coisa que eu sugiro é um programa de notícias. Falta mais informações da região. Eu acho também que há uma falha na rádio porque eles colocam muitos patrocinadores, deveria ter horários específicos. Quem escuta rádio sabe quem patrocina, sabe o que existe aqui na região. Deveria ser intercalado, em tempos menores e não 20 patrocinadores de uma só vez" – **R**.

Um dos aspectos compartilhados entre os ouvintes das duas rádios é em relação aos modos de produção e transmissão dos programas. Muitos detectam falhas técnicas como CDs que não funcionam corretamente (**E.34**) ou os ruídos que são percebidos pelos ouvintes como discussão no estúdio (**E.29**), microfone aberto durante a execução das músicas, deixando escapar aos ouvintes conversas e risadas no estúdio da rádio (**E.32** e **E.33**). Em função da comparação ou do modelo que se tem de rádio comercial,

os entrevistados acabam tomando esse mecanismo como referência, julgando a qualidade dos apresentadores e das emissoras (**E.31**, **E.35** e **E.37**).

Em relação aos apoios culturais há certa discordância sobre a veiculação ao longo da programação. Há quem concorde e aceite os apoios culturais para a sobrevivência da rádio, assim como algo que favoreça e beneficie a comunidade (**E.36**). Ao mesmo tempo, outros consideram prolongado o espaço destinado aos apoios, o que faz com que os ouvintes sintonizem outras emissoras (**E.38**) pelo excesso de propagandas que interrompem com frequência o funcionamento e a fluência dos programas (**E.26** e **E.40**). Visto que um dos entrevistados era apoiador da rádio Caraí FM (**E.39**), denota-se que a função do apoio cultural aproxima-se muito do patrocínio captado pelas rádios tradicionais, se tornando, assim, mais um elemento que aproxima a comparação feita pelos ouvintes entre as rádios comunitárias e as comerciais (**E.36** e **E.39**).

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As rádios comunitárias são veículos com objetivo de facilitar o acesso às informações, principalmente as que se referem ao cotidiano dos moradores de determinadas regiões, além de proporcionar a inclusão social através da participação da comunidade tanto na produção quanto na transmissão dessas informações. Por princípio as rádios comunitárias devem representar os ouvintes para que seu caráter comunitário não se perca, assim como também precisam promover uma relação de vínculos com a comunidade, seja através das manifestações de opiniões ou de uma programação diversificada. Dessa forma, será possível estabelecer laços de sociabilidades entre os moradores, a partir da troca mútua de experiências (PALACIOS, 1991).

Tais veículos devem se diferenciar das rádios comerciais por meio de conteúdos de informação, manifestações culturais, artísticas, religiosas, entre outros que privilegiem o contexto social de sua região de abrangência. No entanto, percebe-se que há certa limitação em relação à participação da comunidade por diversos motivos, a destacar o funcionamento desse tipo de veículo ainda desconhecido pelos moradores e ouvido apenas como mais uma rádio, cujo diferencial está em ser sediada dentro da comunidade.

No caso das rádios investigadas, os critérios que caracterizam as rádios comunitárias – como a promoção da cidadania, por meio do acesso a direitos civis, políticos e sociais (CARVALHO, 2002), e a pluralidade de vozes – não aparecem dentro da programação, o que pode ser observado por certo controle da grade da emissora Comnorte FM pelo seu coordenador, que opera a rádio a partir de "interesses

particularizados" (MARCONDES apud PAIVA, 1998). Já na rádio Caraí FM, não foi apontada pelos moradores a interferência do coordenador na programação da emissora.

Mesmo com uma participação limitada à seleção musical transmitida, os ouvintes da Caraí FM consideram a programação da rádio satisfatória. Na Comnorte FM, percebe-se nos ouvintes a vontade de participação, porém, limitada pela cobrança do espaço por parte do coordenador da rádio. Observa-se, nesse caso, dois níveis distintos de participação. Numa emissora os ouvintes participam através de solicitações de músicas e, na outra, os moradores desejam participar, mas muitas vezes são impedidos. Entre o contentar-se com uma participação limitada ou com o impedimento em fazê-lo, as rádios em questão revelam estarem distantes do caráter democrático que envolve as emissoras comunitárias.

A contradição se estabelece no momento em que se percebe que o caráter aberto à participação na Caraí FM não assegura o envolvimento dos moradores, enquanto na Comnorte FM, onde o espaço é restrito, há uma busca efetiva por maior acesso à participação na emissora.

É o momento de se repensar a função desses veículos de comunicação pública a favor dos seus moradores, visando a possibilidades de participação nas emissoras, seja através do telefone com pedidos musicais, ou então no envolvimento com a produção, apresentação ou manifestação de opiniões, evitando interferências de interesses particulares que promovem a falta de credibilidade da emissora junto aos moradores. Surge como um desafio, portanto, a ser superado pelas rádios comunitárias, ultrapassar esse tipo de patamar instaurado como apenas um veículo de entretenimento, visto que suas funções são muito mais amplas e complexas do que isso.

On air, community: a reception study of community radio stations from Santa Maria

ABSTRACT

This research aims at understanding the process of reception of the contents broadcasted by the community radio stations Caraí FM and Comnorte and their representativity with listeners of southern and northern Santa Maria – RS. Based on studies of communication, reception and community radio, the stations in question were studied. The focus groups methodology was used in the discussion and the analysis of programming reception and their forms of production and how it is established a relationship between community residents and broadcasters. Among the findings, there was a limited participation of the listeners..

Keywords: Community radio stations. Community communication. Reception.

La comunidad al aire: un estudio de recepción a partir de las radios comunitarias de Santa Maria

Resumen
Esta investigación busca comprender el proceso de recepción de los contenidos difundidos por las radios comunitarias Caraí FM y Comnorte y su representación en los oyentes en el sur y el norte de Santa Maria – RS. Estas emisoras fueron estudiadas tomando como punto de partida estudios de comunicación, recepción y radios comunitarias. Se utilizó la metodología de grupos focales de discusión y análisis de la recepción de programaciones y formas de producción y cómo se establece la relación entre los residentes de la comunidad y las emisoras. Entre los resultados hubo una participación limitada por los oyentes.
Palabras Clabe: Radios Comunitarias. Comunicación Comunitaria. Recepción.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 2001.

BUNCHAFT, Alexandra; GONDIM, Sonia Maria. Grupos focais na investigação qualitativa da identidade organizacional: exemplo de aplicação. **Estudos de Psicologia**. (Campinas)[online].2004, vol.21, n.2. p.63-77. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/estpsi/v21n2/a05v21n2.pdf>. Acesso em 08 de janeiro de 2008.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

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

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GRISA, Jairo. **Histórias de Ouvinte:** A audiência popular no rádio. Itajaí: Univali, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Uma metodologia para a pesquisa das mediações. In: **Coletânea Mídias e Recepção/2000**. PPG Ciências da Comunicação. São Leopoldo: Unisinos e Compós, 2000. p. 119-139.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; ROCHA, Simone Maria. **A produção de sentidos nos contextos de recepção**: em foco o grupo focal. COMPÓS, SãoPaulo, 2006. Disponível in: [http://www.facom.ufba.br/midiaerecepcao/textos/2006/simone_angela.pdf]. Acesso em 10 de janeiro de 2008.

PALACIOS, Marcos. Sete Teses Equivocadas Sobre Comunidade e Comunicação Comunitária. **Textos de Cultura e Comunicação**, v. II, n. 26. Salvador: Facom/UFBA,1991. p. 15-23.

PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum**: Comunidade, Mídia e Globalismo. Petrópolis: Vozes, 1998.

SANCHOTENE, Carlos R. S. Rádios comunitárias: uma reflexão a partir do programa Estação Notícia da rádio Caraí FM de Santa Maria. **Revista Anagrama** – Escola de Comunicação e Artes/USP, ano 1, n. 2., Dez/2007-Fev/2008. Disponível em <http://www.usp.br/anagrama/estacao%20noticia_Sanchonete.pdf>. Acesso em 5 de janeiro de 2008

Recebido em: 30/10/2009
Aceito em: 06/05/2010

Copyright (c) 2010 Autor(es) / Copyright (c) 2010 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

