



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
SAMUEL MORGENROTH WOYCIEKOWSKI

**A RECEPCÃO DO CONTEÚDO PELOS OUVINTES: ESTUDO DE CASO DA
RÁDIO COMUNITÁRIA ESTAÇÃO COCAL/SC**

Tubarão
2017

SAMUEL MORGENROTH WOYCIEKOWSKI

**A RECEPCÃO DO CONTEÚDO PELOS OUVINTES: ESTUDO DE CASO DA
RÁDIO COMUNITÁRIA ESTAÇÃO COCAL/SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: professora Darlete Cardoso, Msc.

Tubarão

2017

SAMUEL MORGENROTH WOYCIEKOWSKI

**A RECEPÇÃO DO CONTEÚDO PELOS OUVINTES: ESTUDO DE CASO DA
RÁDIO COMUNITÁRIA ESTAÇÃO COCAL/SC**

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo e aprovada em sua forma final, com média 9,7, pelo Curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 08 de dezembro de 2017

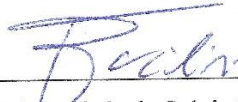
Prof. Me. Darlete Cardoso (Orientadora)


Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dr. Mario Abel Bressan Jr. (Convidado)


Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Esp. Mauro Fucilini (convidado)


Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico este trabalho aos meus pais e aos professores e profissionais da área, que desde o início me auxiliaram para minha formação acadêmica. E àqueles que me deram oportunidade para que, desde o início, eu pudesse estar em contato com o jornalismo.

AGRADECIMENTOS

Primeiro é preciso agradecer a Deus, ser supremo que nos brinda com a experiência da vida, onde cada dia nós aprendemos um pouco mais uns com os outros e com nós mesmos.

Uma gratidão imensa para com os meus pais, Osvald Woyciekowski e Jucelia Aparecida da Silva Morgenroth Woyciekowski, que sempre acreditaram e deram todo suporte possível para que minha graduação fosse alcançada.

Às minhas avós, Arina da Silva Morgenroth e Octávia Furmansk Woyciekowski, que muito torcem por mim. Ao meu vô Pedro Vitalino Woyciekowski e meu nono Pedro Morona Morgenroth (in memoriam), que apesar de não estarem entre nós, ainda continuam me incentivando com exemplo de pessoas que eles eram. O papel social que exerciam perante as suas comunidades, os amigos e benfeitorias em prol do coletivo muito me inspira até hoje. Minha namorada, Keila Frandelind da Silva, que virou algumas madrugadas comigo nos fins de semana auxiliando na conclusão deste trabalho e que sempre me incentiva a dar meu melhor em tudo que eu faço. Aos que acima foram citados, amo todos vocês!

Um agradecimento mais do que especial também à professora Darlete Cardoso, que, com muita paciência e dedicação, me auxiliou para o término deste trabalho e o coordenador do Curso de Jornalismo da Unisul de Tubarão, doutor Mario Abel Bressan Junior, que muito bem auxiliou e me fez sentir em casa, quando resolvi terminar os estudos nessa renomada universidade, que ensina futuros jornalistas a serem bons profissionais, mas antes de tudo, humanos.

RESUMO

O presente trabalho é um estudo de recepção da Rádio Comunitária Estação Cocal FM, de Morro da Fumaça. Verifica a influência das notícias no cotidiano dos ouvintes, os assuntos preferidos e comportamento dos ouvintes na internet, bem como as principais formas de interação, através do método quantitativo, com aplicação de questionários. Para isso estudamos autores que abordam as teorias da comunicação, em especial a da recepção, jornalismo comunitário, radiojornalismo e rádio. A pesquisa de campo aponta que a rádio da comunidade é ouvida pela maioria dos moradores das duas principais ruas do distrito que responderam ao questionário. Conclui também que os conteúdos exercem influencia na tomada de decisões e na rotina da população, através das notícias e informações divulgadas pela emissora.

Palavras-chave: Jornalismo comunitário. Radiojornalismo. Rádio. Recepção. Rádio comunitária.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	TEORIA DA RECEPÇÃO	12
3	RÁDIO E COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.....	20
3.1	RADIOJORNALISMO	22
3.2	RÁDIOS COMUNITÁRIAS.....	24
3.3	RÁDIO E RECEPÇÃO	27
4	METODOLOGIA.....	30
4.1	OBJETO DE ESTUDO	32
5	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	34
6	CONCLUSÃO.....	53
	REFERÊNCIAS	58
	APÊNDICE A – TÍTULO.....	61

1 INTRODUÇÃO

O Rádio é o meio de comunicação mais democrático que existe. Pela facilidade que ele tem de transmitir as informações para os ouvintes e também pela praticidade. Hoje qualquer pessoa pode comprar um radinho desses que funcionam a pilha e sintonizar em uma rádio de sua cidade ou região.

Sempre superando desafios, o rádio desde o início enfrentou barreiras e desmitificou opiniões de alguns especialistas que falavam do rádio como um meio de comunicação que deixaria de existir, principalmente com a chegada da TV, depois com a internet. Porém, até os dias atuais, o rádio está se adaptando às tecnologias e, não apenas conseguindo sobreviver, mas prestando serviços, das grandes cidades aos mais remotos recantos do país e do mundo.

Para escutar músicas, qualquer site na internet ou alguns aplicativos trazem em, poucos minutos, novidades, lançamentos, clássicos e uma variedade de artistas que talvez nós nunca iremos conseguir catalogar.

Quando se fala em rádio, como meio de informação, as rádios comunitárias se destacam, pois trazem notícias quase que exclusivas das comunidades, das quais fazem parte. Diferente das grandes rádios, que filtram os conteúdos que vão para o ar, a rádio comunitária fala do buraco na estrada da comunidade do interior e até mesmo de grandes questões. Pela proximidade que a rádio comunitária tem com os membros da sociedade civil e pública, consegue trazer, com exclusividade e com uma linguagem compreensiva, as notícias do bairro e da localidade para os moradores de uma cidade.

Diante dessas constatações, tratamos, nesse trabalho, o tema *Rádio Comunitária Estação Cocal: a recepção do conteúdo pelos ouvintes*. A partir desse tema vêm os problemas de pesquisa: como os ouvintes da Rádio Comunitária Estação Cocal FM interagem com a programação? Como os temas tratados na programação da emissora influenciam no dia a dia dos ouvintes? Quais são as notícias que mais atraem a atenção dos ouvintes? Como é o comportamento dos ouvintes pela internet?

Esta pesquisa se justifica, tendo em vista que, em comunidades de cidades do interior, as rádios ainda exercem grande influência, em especial as comunitárias, pela proximidade das notícias que são transmitidas e também pela equipe de comunicadores que atuam levando informações, entretenimento para ouvintes e que, geralmente, também são

moradores da comunidade. Apesar da pouca cobertura das rádios comunitárias, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts), atingindo um raio aproximado de um quilômetro, a rádio comunitária é um veículo de comunicação de suma importância para quem quer ouvir notícias relacionadas ao bairro onde mora.

A Rádio Comunitária de Estação Cocal, no local onde está situada, abrange comunidades de cinco municípios. Entre eles, Urussanga, Treze de Maio, Pedras Grandes, Cocal do Sul, além da cidade sede do distrito de Estação Cocal, Morro da Fumaça.

Na comunidade de Estação Cocal, o rádio é instrumento importante na comunicação desde 1940, quando os colonizadores trouxeram os primeiros aparelhos eletrônicos da época. Como grande parte dos moradores não era alfabetizada e não tinha o hábito de leitura, o rádio era meio de informação e entretenimento. De acordo com De Rochi (2004, p. 63), “os primeiros rádios foram adquiridos por Vitório Búrigo, Jorge Meneghel e João de Rochi, que foram vendidos por José Soratto”.

Somente décadas depois da chegada do primeiro aparelho de rádio em Estação Cocal, a comunidade ganhou sua própria emissora. Conforme De Rochi (2004, p. 63), “em 16 de março de 2002, com slogan Alegria está no ar, entra no ar a Rádio Comunitária 104.3 FM, transmitindo música, alegria e informação para toda a comunidade do distrito”.

Como mencionado acima, o rádio é instrumento importante na vida das pessoas e, mesmo competindo com outros meios de comunicação, atualmente as rádios ainda são veículos que conseguem transmitir em tempo real informação para todas as classes e em qualquer situação. É veículo considerado democrático, levando em conta que o aparelho receptor radiofônico pode ser adquirido por um preço acessível, permitindo, assim, o acesso de todas as classes sem distinção.

O Rádio é um veículo de comunicação ligado a quase todas as pessoas por ter uma penetração muito grande, por ser de fácil aquisição e também por não tomar as pessoas por inteiro. Você pode dirigir ouvindo rádio, trabalhar, ler, dormir, acordar sem que ele lhe tome por inteiro. É diferente do que você pegar um jornal, um livro, ou ainda, assistir televisão, onde a pessoa tem de parar por completo. Sendo assim, sua presença é marcante no cotidiano das pessoas (CÉSAR, 1992, p.15).

Além disso, a rádio comunitária permite que ouvintes da comunidade possam utilizar o espaço para reivindicar e informar sobre o que está acontecendo no seu bairro ou na cidade.

Transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local [...], contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas [...], permite ainda a participação ativa e autônoma das pessoas residentes na localidade e de representantes de movimentos sociais e de outras formas de

organização coletiva na programação, nos processos de criação, no planejamento e na gestão da emissora (PERUZZO, 2007, p. 69).

A internet também é um meio que está sendo utilizado hoje na Rádio Comunitária de Estação Cocal FM. Além da frequência que chega aos ouvintes na distância delimitada por lei, as notícias veiculadas também através das redes sociais, online, oportunizam o acesso à informação. Aquelas pessoas que não conseguem ouvir uma entrevista na hora em que ela está acontecendo, por exemplo, podem entrar no site e ouvir em outra hora do seu dia, já que a gravação da entrevista fica arquivada e disponível no site da emissora.

O mundo digital é intrinsecamente maleável e muito mais flexível do que o reino analógico, pois os sinais podem carregar consigo toda sorte de informações adicionais sobre si mesmos. Este novo sistema pode crescer e modificar-se de uma forma mais contínua e orgânica do que os antigos sistemas analógicos. Ser digital é ter licença para crescer e nesse mundo as distâncias significam cada vez menos (RUAS citado por NEGROPONTES, 2002, p. 28).

Dessas observações vem a relevância da pesquisa, tanto para a própria emissora, que pode conhecer melhor o seu ouvinte ao escolher a Teoria da Recepção como fundamento teórico, quanto para a área de comunicação, por tratar de tema regional. A pesquisa tem como proposta conhecer melhor a relação entre a informação e a emissora e o seu receptor.

Assim, estabelecemos como objetivo geral averiguar como os ouvintes da Rádio Comunitária Estação Cocal FM interagem com a programação. Entre os objetivos específicos, então: verificar como os temas tratados na Rádio Comunitária Estação Cocal FM influenciam no dia a dia dos ouvintes; conhecer as notícias que mais atraem a atenção dos ouvintes da Rádio Comunitária de Estação Cocal FM; e avaliar o comportamento dos ouvintes pela internet.

As respostas para os problemas são buscadas, delimitando a pesquisa à comunidade do distrito de Estação Cocal, do município de Morro da Fumaça. Através do método quantitativo descritivo, a proposta é aplicar um questionário com questões fechadas. A pesquisa será aplicada, de forma igualitária, a 100 pessoas moradoras da comunidade, sendo 50 na Rua Luiz Casagrande, que fica no Bairro Mina Fluorita da cidade, e outras 50 na Rua João de Rochi, no Centro de Estação Cocal.

Com as informações colhidas na pesquisa, é possível observar as preferências e se a Rádio Estação Cocal está cumprindo seu papel comunitário perante aos receptores. Com essa pesquisa, a Rádio Estação Cocal FM poderá utilizar dos dados colhidos para descobrir as

preferências dos receptores, e, partir delas, se necessário, alterar os conteúdos e focar mais nos assuntos preferidos.

O estudo está dividido em cinco capítulos, sendo a Introdução o primeiro deles, dois de fundamentação teórica, análise e a conclusão. Cada capítulo é fundamental para se chegar a um melhor resultado na compreensão dos receptores da emissora. Assim sendo, os capítulos da fundamentação teórica tratam, em primeiro lugar, do veículo rádio, sua invenção, a primeira transmissão de rádio no Brasil e o papel que o rádio desempenha na sociedade. Aborda também a rádio comunitária e seu papel dentro da sociedade brasileira, levando educação, cultura e mantendo tradições vivas dentro das comunidades. Em segundo lugar, abordamos a Teoria da Recepção, estudo originado por Hans Robert Jauss e desenvolvido também por Stuart Hall na década de 60, que procura entender quem recebe (receptor) uma determinada informação e quais os efeitos das informações nas pessoas. Também tratamos de rádio e recepção, como se comportam os ouvintes das rádios e como o veículo faz parte do cotidiano de muitas pessoas, estando presente nas casas de grande parte dos brasileiros. Na parte da metodologia, o método quantitativo e a pesquisa em campo são processos utilizados nesse trabalho. Por último, a análise dos dados coletados na pesquisa, as respostas organizadas em forma gráficos, e a conclusão.

2 TEORIA DA RECEPÇÃO

Entende-se por comunicação, segundo Chiavenato (2000, p. 142), o processo de transmitir a informação e compreensão de uma pessoa para outra. Raymond Williams citado por Serra (2007, p.77), explica que a palavra comunicação surgiu em língua inglesa no século XV como “nome de acção”, derivada do latim *communicare*, que significa “tornar comum a muitos, partilhar”.

Comunicação é intencional e tem por objetivo obter um determinado efeito, observável, susceptível de ser avaliado, na medida em que gera um comportamento que se pode de certa forma associar a esse objetivo, que está sistematicamente relacionado com o conteúdo da mensagem (WOLF, 2002).

Foi apenas no início do século XX que começamos a ouvir falar sobre teorias da comunicação. Isso não quer dizer que antes não se estudava comunicação, como cita Araújo (2012). Os estudos de Aristóteles sobre a retórica podem ser identificados como estudos sobre a comunicação.

Dentro das teorias da comunicação está a Teoria da Recepção, estudo originado por Hans Robert Jauss e desenvolvido também por Stuart Hall na década de 60, procura entender quem recebe uma determinada informação, dentro de vários âmbitos culturais (ZAPPONE, 2009).

A partir dos anos 1980, as pesquisas em recepção cresceram e se aproximaram, ainda que informalmente, dos estudos culturais. Começam a existir pesquisas mais teóricas, que se associavam à questão da ideologia dos meios de comunicação. Pôde-se concluir a ligação entre a reprodução da ideologia dominante e a comunicação de massa e a existência de leituras diferenciadas nas classes sociais distintas. Começam-se também a introduzir os conceitos latino-americanos da área da recepção e dos estudos culturais nas pesquisas brasileiras, o que ocorre de forma lenta durante a década de 1990 (GELATTI, 2009, p.4)

Os estudos dos efeitos da recepção procuram medir o impacto que os meios de comunicações têm na audiência, seja no voto, hábitos de consumo, comportamentos, opiniões, atitudes, violência, aquisição de conhecimentos e construção da realidade. “Em geral, tais estudos são guiados pela pergunta: o que os meios de comunicação fazem às pessoas?”, questiona Gomes (2004, p.15).

O teórico cultural e sociólogo Stuart Hall (2008, citado por HANSEN, 2015, p.29) afirma que a comunicação é construída em quatro momentos distintos: “produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução”. Hansen explica ainda que Hall

evidencia que o objeto do processo de comunicação é composto por significados e mensagens sob a forma de signos-veículos de um tipo específico e organizados pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso. É, portanto, na forma de discurso que a circulação do “produto” se realiza. Assim, o processo requer seus próprios instrumentos e conjuntos de relações sociais no momento da produção. Ao ser concluído, o discurso deve ser “traduzido” em práticas sociais para que o circuito se complete e produza efeitos. Segundo Hall, se o sentido empregado no discurso não é articulado na prática, o discurso não tem efeito (HANSEN, 2015, p.29).

Esses estudos são extensos, até porque diariamente as ferramentas estão se modificando e se transformando. Entender como elas funcionam é obrigatório para quem trabalha ou está no meio. Estudar as mídias passou a ser prioridade no campo das interações sociais. É necessário investigar, compreender e formular teorias de comunicação que possam atender aos interesses da sociedade no mundo globalizado, de acordo com Trigueiro (2001). É preciso dizer que a comunicação é uma necessidade inerente a qualquer ser humano. Quanto mais organizada for uma sociedade humana, mais complexos serão os seus sistemas de comunicação e mais complexa será a sua compreensão (TRIGUEIRO, 2001).

As ideias de Jauss, conhecidas como Estética da Recepção, tratavam do efeito do conteúdo em seus receptores. Para ele, o conteúdo transmitido pode ser interpretado de diferentes formas, por diferentes públicos, dependendo do seu tempo ou local (ZAPPONE, 2009).

Por outro lado, Jacks e Menezes (2006, p.7) afirmam que o conteúdo “é um referente relevante na escolha da programação independente do público”. E que a homogeneização cultural pode afetar a formação da opinião pública de uma localidade.

A união de comunicação e recepção é vista pelas autoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2007, p. 2) como uma sobreposição de temas, já que a recepção está incluída dentro dos estudos de comunicação. “Em geral recepção é o nome que se dá aos estudos da relação dos meios com sua audiência.”

Considerar os efeitos quase sempre implica em conceber o processo comunicativo como a produção e a transmissão de um estímulo comunicativo. Em geral, um conteúdo é estrategicamente orientado, criado por um emissor dotado de intenções e objetivos, para ter impacto em um determinado público (GOMES, 2004).

Para Escosteguy e Jacks (2007), conhecer os efeitos é importante, pois repercute na busca de definição ou redefinição das audiências no que diz respeito a suas identidades socioculturais diante da cultura massiva.

Martin-Barbero (2001, p.203) afirma que, em geral, dizer cultura de massa, equivale a nomear aquilo que é entendido como um conjunto de meios massivos de comunicação. Enquanto “massa”, segundo Martin-Barbero (2001, p.59), é “ um fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferente que seja seu modo de vida, ocupação, caráter, estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportarem-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente.”

González, citado por Escosteguy e Jacks (2007, p. 7), fala que

Todo texto ou discurso especializado que emana dos campos nunca é recebido por indivíduos isolados, porque sempre estão inseridos nas diversas redes ideológicas que constituem as formas elementares de convivência social, em cujo seio se gera, se digere, se desconstrói, se recicla e se reconstrói o discurso dos campos, todos os dias, dia após dia.

Uma metodologia chamada de polifônica trabalha quantitativa e qualitativamente e utiliza variadas descrições etnográficas à análise estatística multivariada, o que torna imprescindível uma base de dados e processamento computadorizado, pois demanda a análise de dados relativos à produção, mensagem e recepção em diversos níveis. (ESCOSTEGUY e JACKS, 2007).

Em termos da recepção propriamente dita propõe duas táticas complementares: uma extensiva para identificar os traços sócio-demográficos (quem, quantos, onde, quais etc), e outra intensiva para conhecer com maior densidade os processos de leitura social na vida cotidiana, por isso o núcleo de estudo é a família. (ESCOSTEGUY e JACKS, 2007, p.6)

Ferrareto e Klöckner (2010) dizem ser importante focar nos receptores e que eles devem estar não apenas na posição de destinatários, mas principalmente como produtores de informações, rompendo-se, desse modo, o monopólio da informação.

Há necessidade de se estabelecer uma nova relação entre emissor e receptor, baseada não apenas em um único fluxo de informações, mas sim em uma maior participação social na produção de conteúdos. Para atingir tais objetivos, há que se ressaltar a importância das rádios comunitárias, essenciais para a criação de uma democracia mais direta, capaz de superar os modelos tradicionais e de promover uma nova consciência política, na qual os cidadãos possam ter maior controle sobre os seus instrumentos de disseminação de ideias (LOPES, 2005, p. 43).

O cidadão tem influência na construção da informação que será transmitida pelo emissor. Ferrareto e Klöckner (2010, p. 614) dizem que, durante décadas, o emissor foi o foco das atenções, mas agora há uma intensa procura sobre o que pensa, o que quer, o que deseja e

como age o receptor. Segundo Ferrareto e Klöckner (2010), mais do que isso, é entender o receptor como sujeito do processo de comunicação.

No modelo antigo de estudos da recepção, de acordo com Ferrareto e Klöckner (2010), o receptor era uma tábua rasa, apenas um recipiente vazio para depositar os conhecimentos originados, ou produzidos, em outro lugar. Para os autores, há uma confusão permanente “da significação da mensagem com o sentido do processo e o das práticas de comunicação, como também reduzindo o sentido destas práticas na vida das pessoas ao significado que veicula a mensagem” (SOUSA citado por FERRARETO e KLÖCKNER, 2010, p. 616).

Com o aprofundamento do estudo da recepção, uma associação de hipóteses, vinda da sociologia e também da psicologia, concorda com a compreensão de que os receptores reagem de modo seletivo à influência dos meios de comunicação. A teoria é sustentada com alguns princípios (GOMES, 2004).

Entre alguns desses princípios, está o da Exposição Seletiva, que, segundo Gomes (2004, p.48), é necessária uma análise das condições que os receptores se expõem

Portanto, grande parte do efeito de qualquer campanha é predeterminado pela estrutura da audiência. A ideia da exposição seletiva, afirma que o consumo da comunicação de massa não é indiferenciado e evidencia o caráter complexo da relação comunicativa (GOMES, 2004, 48-49).

Outro princípio é o da Atenção Seletiva, que prevê que diferenças individuais resultam em diversos modelos de atenção ao conteúdo da mídia. Segundo Gomes (2004), as pessoas criam filtros mentais que determinam seu interesse em obter informações. “Dependeria, então, do interesse que o público manifesta pelo assunto; da escassez de interesse e de motivação por certos temas; da dificuldade de acesso à própria informação; da apatia social” (GOMES, 2004, p.49).

Gomes cita Defleur & Ball-Rokeach (2004, p.49) para explicar outro princípio, o da Percepção Seletiva. Este diz que “a percepção refere-se à atividade psicológica por meio da qual os indivíduos organizam interpretações significativas de estímulos sensoriais recebidos do ambiente”.

Para Gomes (2004), neste princípio da Percepção Seletiva há

diferenças em fatores cognitivos, culturais ou sociais implicam diferentes processos perceptivos e distintas interpretações da realidade. No caso específico de uma mensagem midiática recebida, a interpretação pode transformar e adaptar seu significado, de acordo com as atitudes e os valores do receptor, até mudar, por vezes, radicalmente, o sentido da própria mensagem. (WOLF citado por GOMES, 2004, p. 49).

Por último, não menos importante, o princípio da Ação Seletiva, que afirma que nem todos vão agir da mesma forma por terem sido expostos a determinada mensagem dos media (GOMES, 2004).

Teorias sobre o processamento da informação têm demonstrado que as formas pelas quais os indivíduos atendem e digerem a informação da mídia são variadas e complexas, segundo Porto (2007). Mesmo assim, ainda é possível identificar características comuns dos efeitos da mídia. “Estudos tendem a conceber o conteúdo da mídia como ‘informação’, ignorando o processo pelo qual o conteúdo da mídia é simbolizado” (PORTO, 2007, p.252). Ainda de acordo com Porto (2007), esses estudos costumam utilizar pesquisas (surveys) e experimentos controlados.

Porto (2007, 252) cita que “uma grande referência no desenvolvimento das pesquisas de recepção e dos estudos realizados é o modelo encoding/decoding desenvolvido por Stuart Hall no Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)”. De acordo com Porto (2007), Hall aponta algumas das limitações da pesquisa tradicional da comunicação, principalmente quando se fala na linearidade do modelo emissor/mensagem/receptor e sua ênfase na troca de mensagens. E destaca ainda que

Hall chama atenção para o fato de que a forma discursiva das mensagens tem uma posição privilegiada no processo de comunicação. A atividade de “codificação” de mensagens desenvolvida por radiodifusores e o processo de sua “decodificação” pelos membros da audiência são processos relativamente autônomos (PORTO, 2007, p.253)

Mattos (2007), também fazendo referência aos estudos de Hall, fala que essas decodificações têm momentos diferenciados, transformações de identidade, que estariam relacionados aos mais diversos motivos, sendo alguns deles, a deslocação, características da alta modernidade, intensificação da globalização sociocultural, política, econômica, o que leva os receptores a se desconectar de tempos, lugares histórias e tradições específicas.

Porto (2007, p.253), ainda referenciando Hall (1980), explica:

As diferentes áreas da vida social parecem estar mapeadas em domínios discursivos que são organizados hierarquicamente em significados preferidos ou dominantes [...] Falamos em dominantes, e não ‘determinados’, porque sempre é possível ordenar, classificar, designar e decodificar um evento de acordo com mais de um ‘mapeamento’, mas dizemos ‘dominantes’ porque existe um padrão de ‘leitura preferenciais’.

Este modelo que Hall apresenta, para Costa (2012), enfatiza que a mensagem é uma estrutura complexa de significados, não sendo algo tão simples como se poderia pensar, e que a recepção não pode ser pensada como algo perfeitamente transparente, operando de forma unilinear.

O pensamento de Hall se aproxima do filósofo marxista Antonio Gramsci, que afirmava nunca ter sido traído pela “falsa consciência”. Gramsci fala sobre mensagens/códigos que pretendem ser hegemônicos, mas não obtêm pleno sucesso (COSTA, 2012, p.136). “Ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida” (HALL citado por COSTA, 2007, p.136). Trata-se de “um tipo de sonho de poder – nenhum chuvisco na tela, apenas a audiência totalmente passiva” (HALL citado por COSTA, 2007, p.136).

Nos modelos apresentados sobre os estudos da recepção, os estudiosos estão preocupados com o fato de que boa parte da vida do homem é parcial ou totalmente ocupada com mensagens disseminadas pelos meios de comunicação de massa (GOMES, 2004). Enquanto Ferrareto e Klöckner (2010, p.630) afirmam que o modelo aplicado nos dias atuais não vai de encontro com o interesse da massa. Segundo eles, o “novo público bate às portas e indica caminhos. Ávido por novidades, é também crítico e sabe o que quer.”

Não apenas a compreensão da informação por parte da audiência, está por trás de tantas pesquisas e estudos realizados sobre a recepção. Todos os meios de comunicação hoje precisam buscar o interesse do público para programação que apresentam, porque é onde também serão veiculados os nomes dos parceiros, apoiadores culturais e financiadores de uma emissora. Feigel e Maldaner (2009) explicam que conhecer e compreender a audiência, público-alvo, são os suportes para publicidade estabelecer contato com o consumidor. Feigel e Maldaner (2009), referindo-se aos estudos de Orozco, afirmam que os receptores são muito mais que meros consumidores. Muitas vezes são membros de uma família, uma comunidade, um bairro, uma cultura, trabalhadores, homens, mulheres, jovens, velhos, sujeitos políticos, indivíduos, etc.

Escosteguy e Jacks (2007) destacam as pesquisas do Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA), criado em 1977, com três linhas de trabalho: atividade educativa, identificação da demanda cultural para a televisão e pesquisa de recepção. Segundo as autoras, os pesquisadores “iluminaram zonas opacas do fenômeno da recepção e colocaram em dúvida o poder onipotente e monolítico da TV”.

Atualmente os receptores são vistos como importantes no mercado da comunicação e não mais apenas como recipientes.

Rechaçaram a visão do receptor como "recipientes" e do contexto como variáveis intervenientes, pois entenderam que a recepção e a influência cultural da televisão precisam ser historicizadas e que a recepção é um processo construtivo, dialético e conflitivo (ESCOSTEGUY e JACKS, 2007, p.9).

Escoteguy e Jacks (2007, p.9) ainda citam o coordenador do CENECA, Valério Fuenzalida, ao afirmar que, se não fossem as pesquisas, seríamos levados a entender “o receptor como um produto ou resultado que poderia ser deduzido de suposições causais-deterministas do emissor”.

Escosteguy e Jacks (2007) referem-se a Martin- Barbero, quando este afirma que a comunicação assume o sentido de práticas sociais, onde o receptor é considerado produtor de sentidos do cotidiano. De um modo geral, trata-se de ver a comunicação a partir da cultura e atravessar sua proposta de investigação de uma aproximação antropológica, pois o cotidiano tem valor histórico para compreender a sociedade

Berlo (1999) fala sobre o receptor quando examinado o codificador fonte. As pessoas que ficam nas duas pontas do processo de comunicação são similares e, segundo o autor, quando examinado fonte e receptor são uma pessoa só.

Aquele que é fonte num instante já foi receptor, as mensagens que produz são determinadas pelas mensagens que tenha recebido pelas forças a ele impostas antes do momento de codificador. O mesmo vale para o receptor, que também pode ser visto como fonte, em dada situação de comunicação, ele muitas vezes se comporta quer como fonte quer como receptor. É claro que desempenhará papéis de fonte no futuro e que será influenciado mais ou menos pelas mensagens que lhe sejam enviadas como receptor. (BERLO, 1999, p.52)

Se o receptor não tem a capacidade de ouvir, de ler, de pensar, não será capaz de receber e decodificar as mensagens que o codificador-fonte lhe transmitiu. Podemos falar em receptor em nível de conhecimento, pois se ele não conhece o código, não entenderá a mensagem. Se nada sabe sobre o conteúdo da mensagem, provavelmente também não vai entendê-la. Sendo assim, entenderá mal as mensagens, tirará conclusões errôneas sobre os objetivos e intenções do emissor/fonte (BERLO, 1999).

De acordo com Berlo (1999), podemos falar em receptor em termos de cultura e de posição no sistema social. O seu status social, os componentes do seu grupo, suas formas habituais de conduta influenciam os modos pelos quais recebe e interpreta as mensagens.

Quando a fonte escolhe um código para a mensagem, deve escolher um que seja conhecido do receptor. Quando a fonte seleciona o conteúdo, a fim de refletir seu objetivo, seleciona um conteúdo que tenha significação para o receptor. Quando trata a mensagem de alguma forma, parte desse tratamento é determinada pela sua análise das habilidades de comunicação (decodificação) do receptor, de suas atitudes, conhecimentos e posição no contexto sociocultural. A única justificação para a existência da fonte, para a ocorrência da comunicação, é o receptor, o alvo ao qual tudo é destinado (BERLO, 1999, p.53).

Os estudos da recepção e dos meios preocupam-se com as consequências da industrialização da cultura da mídia na sociedade. É uma teoria que oscila entre a visão mídia sendo perigosamente manipuladora e entre um receptor passivo e a relativização desse poder, entre um receptor passivo e um receptor ativo e crítico. Por tradição a questão-chave nos estudos da recepção é “o que os meios fazem com as pessoas?” que também pode ser substituído por “o que as pessoas fazem com os meios?” (ESCOSTEGUY e JACKS, 2007).

A mídia tem três funções centrais, segundo Escosteguy e Jacks (2007): informação, diversão e manutenção da identidade pessoal. Os estudos da recepção caracterizam-se pelo olhar dedicado à audiência. A mensagem é uma forma cultural aberta a diferentes decodificações. Já a audiência, para as autoras, é formada por indivíduos ativos produtores de sentido. Os estudos de recepção envolvem, assim, uma leitura comparativa entre os discursos da mídia e da audiência.

3 O RÁDIO E A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Alguns anos antes da chegada do rádio como nós conhecemos hoje, o homem tentava encontrar uma maneira que facilitasse a comunicação entre seu semelhante e que atingisse um número maior de pessoas. Foi assim que nasceu o primeiro esboço do que viria a se tornar a radiodifusão no mundo. Em 1883, Nikola Tesla trabalhava em rádio comunicação sem fio e sua tecnologia serviu como base para que outros pesquisadores aperfeiçoassem seu invento. Oficialmente, Guglielmo Marconi é o homem mais associado à invenção do rádio que conhecemos hoje (RODRIGUES, 2008).

A invenção do rádio é creditada ao inventor e cientista italiano Guglielmo Marconi, nascido em 1874 na cidade de Bolonha. Desde menino demonstrando interesse pela Física e Eletricidade, Marconi foi o primeiro a dar explicação prática aos resultados das experiências de laboratório anteriormente realizadas por Heinrich Hertz, Augusto Righi e outros. Pelos resultados dos estudos de Hertz, Marconi concluiu que tais ondas poderiam transmitir mensagens e, assim, em 1895, fez suas primeiras experiências, com aparelhos rudimentares, na casa de campo de seu pai (RODRIGUES, 2008).

Porém, no Brasil o Padre Roberto Landell de Moura é conhecido por ser responsável por trabalhar na tecnologia sem fio baseada nos estudos de Tesla. Diz Rodrigues (2008) que “com suas experiências conseguiu suplantá-lo, pois teve a proeza de transmitir a voz através de seu invento, enquanto Marconi, apenas sinais”. Sem conseguir patrocínio o suficiente para dar sequência ao seu projeto, acabou ficando de lado (RODRIGUES, 2008).

A primeira transmissão oficial do rádio no Brasil ocorreu durante as festividades de comemoração do Centenário da Independência, em 7 de setembro de 1922, contando com a presença do presidente da República, Epitácio Pessoa e demais autoridades do estado e diplomáticas. Nesse dia, transmitiu-se diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro o pronunciamento do discurso do presidente da República e, no dia seguinte, a ópera O guarani, de Carlos Gomes. (RANGEL, 2010, p.92).

Ainda conforme Rangel (2010), em abril de 1922, na Academia de Brasileira de Ciências, na antiga Escola Politécnica do Rio de Janeiro, Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize trabalhavam na criação da estação Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Em junho daquele ano, o jornalista Amadeu Amaral visitou as imediações onde se encontravam as aparelhagens da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e descreveu no jornal O Estado de São Paulo como se impressionou com a “elementar aparelhagem”:

Quando vi a antena plantada a um canto do jardim – uma simples vara de bambu com uns fios ligeiramente instalados – e sobretudo quando penetrei no quarto das operações e pude examinar os toscos objetos que completavam o dispositivo, não pude deixar de sorrir por dentro. Não era possível que aquela caranguejola, feita com bambu, alguns metros de fio de cobre, uma bobina de papelão e um fone de aparelho comum, desse resultado sério. Quem sabe se aquilo que pregavam ouvir por intermédio deste aparelho, não seriam quaisquer vibrações ordinárias confusamente conduzidas pelos tais fios expostos. Dentro em pouco, porém, colocando o fone ao ouvido, pude escutar versos declamados na Praia Vermelha entremeados de música, tudo tão perceptível como se os sons se originassem a dois passos. Aquela caranguejola ridícula funcionava maravilhosamente (AMARAL, citado por ROQUETTE-PINTO, 1941, p.74).

A primeira rádio do Brasil era também a primeira estação da América do Sul a direcionar suas atividades radiofônicas para o âmbito da educação e não para o divertimento, sendo a primeira rádio escola. Roquette-Pinto (1941, p.73) descreve a emoção em que sentia em ser um dos pioneiros a colaborar com a radiofusão no Brasil. Segundo ele, “cada vez que tomava os fones vinha-me ao pensamento o que o Brasil poderia ganhar com aquele meio formidável de expansão cultural”.

Na obra de Roquette-Pinto (1943), quando se fala em relação à primeira rádio do país, as pessoas enxergavam nesse importante veículo de comunicação uma forma de informar e educar os cidadãos e não apenas uma ferramenta comercial para músicos e produtores musicais. Na época, não existia ainda o conceito de rádio comunitária, hoje educar e informar: é o principal papel das rádios comunitárias hoje no Brasil, que não podem por lei, comercializarem sua programação.

O rádio sempre passou por altos e baixos durante toda a sua evolução. Desde sua fase áurea, na década de 1940, até a invasão das televisões na década de 1950 e 60. E algumas décadas depois também, quando surge a rede mundial de computadores. Em quase todos os momentos, tentavam sentenciar o fim do rádio como uma opção à informação. Muitos afirmavam que estava condenado a ser mais um objeto esquecido num quarto ou uma peça de um museu (LOPES DA SILVA, 2012).

Entretanto, como é comum em momentos de crises num sistema capitalista e culturalmente industrial, o rádio brasileiro mais uma vez conseguiu, anos após anos, “reinventar-se” e manter-se no ar. Seja pela ideia de segmentação de público ou pela adaptação da atitude de escuta transmidiática por meio da internet e MP3, por exemplo, lá estava ele: presente nos carros, nos computadores, nas casas. Ou seja: novamente o rádio provava que estava muito além de um mero “eletrodoméstico” descartável. (LOPES DA SILVA, 2012, p.2).

O rádio até hoje está cumprindo seu papel social de informar e alegrar pessoas de todas as classes sociais e lugares. Até mesmo onde não há eletricidade. Basta um radinho, desses que funciona a pilha, que a pessoa poderá ficar por dentro das informações, do seu bairro e comunidade. Dentre tantas novidades, o rádio está se reinventando e se moldando conforme as tendências. Seja no carro, em casa, pela internet ou smartphone. O rádio ainda faz parte do cotidiano das pessoas.

Um dos principais objetivos das emissoras é informar, com tempo o termo radiojornalismo entrou no dicionário dos comunicadores. Veremos mais sobre esse trabalho de informar através da fala, no texto seguinte.

3.1 RADIOJORNALISMO

Edgar Roquette-Pinto já experimentava o radiojornalismo ainda quando o termo não era conhecido pelos profissionais de comunicação. Quando estava na *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, o primeiro evento transmitido por uma emissora de radiodifusão foi a Exposição do Centenário da Independência. A partir disso, então, através da voz de Roquette-Pinto eram transmitidas as notícias do dia (ORTRIWANO, 2002-2003).

A partir dessa data, o rádio participou de todos os movimentos da vida brasileira. Ajudou a derrubar a República Velha, participou da Revolução de 32, fez extensos noticiosos sobre a Segunda Guerra Mundial. Desempenhou importante papel no Golpe Militar de 64, participou ativamente da redemocratização durante a Nova República e, pouco depois, fez ecoar país afora o processo de impeachment de um presidente da República. Os políticos sempre souberam reconhecer sua importância nas campanhas eleitorais e, na corrida presidencial de 2002, quando o povo depositou suas esperanças em um novo perfil administrativo, não foi diferente. Não há candidato que não se interesse em participar de programas em emissoras radiofônicas em todas as cidades por onde passam as comitivas eleitorais. Essa importância se estende a atividades de todos os campos de atuação, sejam conquistas esportivas ou campanhas de todo tipo. (ORTRIWANO, 2002-2003, p.69)

A Roquette-Pinto também é atribuída a criação do primeiro jornal de rádio do Brasil. Na *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, Albert Einstein, durante sua visita ao Brasil, foi entrevistado por Roquette-Pinto, entre outros intelectuais e cientistas.

Estrangeiros em visita ao Brasil falam ao microfone da primeira emissora do país. É o que ocorre quando o físico alemão Albert Einstein ou poeta e ensaísta italiano Fillippo Tommaso Marinetti (criador do movimento futurista) vem ao Brasil. (FERRARETTO, 2010, p.101)

O *Jornal da Manhã* era apresentado de segunda a sexta-feira e ali eram apresentadas as principais notícias do dia (JUNG, 2005, p.19). “O Jornal da Manhã não era um simples noticioso, nem um modesto relato dos acontecimentos. Era o fato comentado, esmiuçado e interpretado com a autoridade do sábio” (SAINT-CLAIR, citado por ORTRIWANO, 2002-2003, p.69)

Em 1931 a *Rádio Record* surgiu com um cunho comercial. Era uma forma de ganhar dinheiro. Com o dinheiro investiam em equipamentos e melhoravam a estrutura das emissoras, com equipamentos mais modernos, funcionários, contratação de músicos e cantores (JUNG, 2005).

Em 1941 surgia a mais conhecida forma de jornalismo lembrada até os dias atuais: o *Repórter Esso*, um marco histórico do radiojornalismo nacional (JUNG, 2005). Patrocinado pela empresa americana *Standard Oil Company of Brazil*, conhecida como Esso do Brasil, o noticiário revolucionou o radiojornalismo brasileiro e foi apresentado durante quase 30 anos (TAVARES, 2016).

Até 1944, o "Repórter Esso" foi apresentado por vários locutores, mas a partir desse ano o gaúcho Heron Domingues tornou-se o primeiro locutor exclusivo -e o mais famoso - do "Repórter Esso". Ele ficou 18 anos à frente do programa, sendo sucedido em 1962 por Roberto Figueiredo, o último locutor do noticiário. Até 30 de setembro de 1960, o programa ia ao ar quatro vezes ao dia, às 8h, 12h55m, 18h30m, 20h25m e 22h05m, segundo a edição do GLOBO de 27 de agosto de 1966. Nesse ano, o "Repórter Esso" passou a ser transmitido pela Rádio Globo, ficando no ar até 31 de dezembro de 1968, quando Figueiredo emocionou-se ao ler as 27 notícias mais importantes na história do programa. (TAVARES, 2016)

O tempo passou e das poucas emissoras que existiam nos primórdios do rádio no Brasil, deu lugar a 7.509 estações de rádio. “O Brasil é uma nação rica no campo da radiodifusão. O rádio chega a 88% dos domicílios nos 5.561 municípios do país e a 83% dos automóveis. São 134 milhões de aparelhos em 47 milhões de lares e 19,4 milhões em veículos” (SANT’ANNA, 2008, p.75).

Apesar da importância que o rádio tem na vida dos brasileiros, Sant’anna (2008, p.75) afirma que “o rádio não é um grande empregador de radiojornalistas e, portanto, pobre na produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios”.

Mesmo fazendo uso da voz, o processo de produção em rádio (da pauta à locução) compreende o uso de linguagem escrita e a construção de textos. Sobre isso Maria Elisa Porchat, no livro “Manual de Jornalismo da Jovem Pan”, lembra que “a comunicação no rádio é limitada, por contar apenas com o som. O que requer uma compensação na linguagem nele empregada; em contrapartida, o rádio leva a vantagem de estar em toda parte. Esse alcance impõe um compromisso cultural, num

sentido amplo, e promove a valorização da nossa língua de modo particular. (GARCIA).

Para fazer radiojornalismo hoje, existem alguns manuais que trazem regras e fórmulas para elaborar uma lauda sobre como o conteúdo deve ser transmitido. Mas o que a maioria desses manuais traz em comum é a grande diferença do radiojornalismo com o jornalismo impresso: é a emoção.

No próximo tópico vamos entender mais o que são e como atuam as rádios comunitárias no Brasil.

3.2 RÁDIOS COMUNITÁRIAS

A denominada rádio comunitária trata-se de radiodifusão de sons, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts), que dá condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela. Segundo o Ministério das comunicações (2011), seu papel é a “divulgação de suas ideias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais”.

Foi no dia 19 de fevereiro de 1998 que o então presidente Fernando Henrique Cardoso sancionou a lei Nº 9.612, regulamentando o Serviço de Radiodifusão Comunitária. Antes disso havia um movimento iniciado, em 1980, chamado de Frente Nacional pela Democracia na Comunicação que lutou e garantiu o direito do povo brasileiro ter um sistema não estatal de comunicação e cultura (GIRARDI, 2009).

O grau de organização necessária para fundar uma entidade nacional é atingido no ano de 1996. É quando nasce a idéia de representação legal e social das emissoras comunitárias de rádio. Recebe o nome de Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO) e tenta pressionar o primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998) a assinar uma lei que legalize as emissoras populares, até então consideradas ilegais. (GIRARDI, 2009, p.21-22)

Dentro de uma Rádio Comunitária quem está à frente geralmente são pessoas que estão ligadas de alguma forma com a comunidade e movimentos sociais. Na época que começaram a ser regularizadas as rádios comunitárias, nos primeiros anos, eram fechadas em média uma rádio por dia no Brasil. Girardi (2009, p.22) afirma que eram “3.300 rádios

comunitárias com outorga definitiva e outras 15.000 que estão no ar brigando pela legalização”.

Essa luta que algumas rádios piratas comunitárias têm para regularizar o sinal em suas comunidades foi vivida também pela Rádio Estação Cocal FM, objeto de estudo desta pesquisa. Desde 2002 atuando em Estação Cocal, a rádio da comunidade buscava uma forma para regularizar o sinal no Distrito. O papel que a emissora tinha dentro da cidade era reconhecido inclusive por autoridades. A lei número 1.116, de 13 de maio de 2003, “considera de utilidade pública a associação de Rádio Difusão Comunitária de Estação Cocal”, assinada pelo prefeito da época, Claudionor de Vasconcelos (MORRO DA FUMAÇA, 2003).

O papel das rádios comunitárias é o mesmo do jornalismo comunitário de uma forma geral. A imprensa comunitária, junto com a população pode buscar soluções, para questões onde um cidadão sozinho ou pequenos grupos, não conseguiriam ou se sentiriam intimidados em buscar junto a seus representantes, principalmente em cidades do interior.

Os indivíduos juntos e com representação formal têm mais força para cobrar a ausência de infra-estrutura dos órgãos responsáveis, forçando, assim, melhorias públicas para o bairro. O Jornalismo Comunitário surge, assim, como instrumento de representação social, um espaço que discute os valores e a identidade de um determinado grupo, ocupando uma lacuna deixada pela imprensa de grande porte. (DORNELLES, 2012, p.245)

A comunicação comunitária não segue os padrões da indústria cultural que os grandes veículos seguem. Essas tendências da indústria da comunicação manipulam o ser humano, distribui produtos, bens e serviços em forma de mensagens, padronizadas e em série (MICHEL e MICHEL, 2006).

Enquanto as grandes empresas de comunicação trazem eventos e apenas importantes acontecimentos nacionais e assuntos internacionais, o jornalismo comunitário foca nos acontecimentos locais, de acordo com Dornelles.

Devemos, então, caracterizar esse formato de jornalismo como o veículo especializado em informar os fatos que acontecem dentro de uma região específica (ou comunidade), de interesse para seus moradores, com participação do público alvo. Os moradores de um bairro estão muito interessados em conhecer o funcionamento do sistema de transportes, os problemas de segurança, individual e coletiva, de limpeza e conservação nas ruas, de policiamento, do posto de saúde, das vagas nas escolas, da riqueza cultural local, que também merecem ser divulgados (DORNELLES, 2012, 247)

No caso das Rádios Comunitárias, são associações e as pessoas fazem parte da equipe não recebem salário, eventualmente uma ajuda de custo, e exercem a função dentro das emissoras como voluntárias. Na grande maioria das vezes, são profissionais liberais, estudantes de jornalismo e, como já citado neste capítulo, pessoas que exercem alguma função de cunho social dentro da comunidade onde vivem (DOLBERTH, 2015).

Outra questão importante também é quanto à publicidade das rádios comunitárias, segundo o dirigente responsável pela Associação Catarinense de Rádios Comunitárias de Santa Catarina, a ABRAÇO-SC, Aldo Dolberth:

As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária podem transmitir patrocínio sob a forma de apoio cultural, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida. Entende-se por apoio cultural o pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, sendo permitida, por parte da emissora que recebe o apoio, apenas veicular mensagens institucionais da entidade apoiadora, sem qualquer menção aos seus produtos ou serviços. Qualquer empresa pode patrocinar programas, mas é recomendável privilegiar àquelas que não tem condições de pagar a mídia comercial, e estimular a economia solidária, as micro e pequenas empresas (DOLBERTH, 2015).

Uma reportagem publicada pelo site *Carta Capital*, no dia 27/04/2016, escrita por Felipe Campos Mello, afirma que há uma dificuldade ainda por parte de algumas rádios comunitárias no Brasil em adquirirem a licença para poderem operar na sua comunidade. As baixas potências utilizadas pelos veículos de comunicações comunitários não oferecem risco nenhum para sociedade. Para o cidadão que está na luta para regularizar seu veículo de comunicação, acarreta em um prejuízo financeiro e moral, já que pode ser condenado em até dois anos de prisão e ter os equipamentos apreendidos.

Segundo dados do Ministério Público, estima-se que o número de rádios comunitárias no Brasil esteja entre 10 e 12 mil. Em novembro de 2014 eram apenas 4.724 rádios comunitárias com funcionamento autorizado. Mais da metade delas, portanto, funciona na ilegalidade (MELLO, 2016).

Sant'anna (2008) afirma que “as emissoras comunitárias, em sua quase totalidade, não contratam jornalistas e as comerciais, muito pouco. Em 2004, a imprensa radiofônica respondia, em média, por 5% da oferta de trabalho dos jornalistas”.

Sobre as rádios comunitárias, Sant'anna (2008, p. 83) complementa que

a maioria opera na ilegalidade, não conta com grandes receitas publicitárias, nem mão-de-obra. Muitos profissionais atuam como militantes de movimentos sociais, ou apenas por amor ao rádio. Embora o alvo de uma emissora desta natureza devesse ser a sua realidade local, muitas delas, espelhadas nas emissoras comerciais, se abrem aos conteúdos produzidos por terceiros.

Conteúdos que são disponibilizados por rádio agências ocupam parte da grade da programação de algumas rádios (SANT'ANNA, 2008). Com o isso, a Rádio comunitária perde o espaço, que deveria ser destinado para a comunidade, para trazer notícias que são comuns nas maiores emissoras, deixando de apresentar um conteúdo voltado para a comunidade local.

Uma rádio comunitária nem sempre vai ter à disposição um jornalista para produção de conteúdo. Porém, quase sempre são pessoas bem comunicativas, que exercem um papel importante dentro da sociedade. Isso não impede boas entrevistas e que conteúdos com tom jornalísticos não possam ser veiculados. Já que, em uma rádio comunitária, é justamente a comunidade a grande responsável pela construção da programação, com sugestões de assuntos a serem tratados e que são de interesse coletivo (DORNELLES, 2012).

3.3 RÁDIO E RECEPÇÃO

O radiojornalismo vai muito além da locução, exige elementos verbais e não verbais implícitos na peça radiofônica. Alguns desses elementos não verbais, como os paralinguísticos, por exemplo, são revelados nas inflexões de voz, tais como pausa, entonação, acentuação, intensidade, altura da voz e até mesmo o silêncio. Além da voz, elementos artísticos ainda se concentram nas músicas, trilhas, spots e jingles, que também provocam o ouvinte e suas instâncias sensoriais, racionais e emocionais (LOPES DA SILVA, 2012)

Levando em conta os fatores psicológicos que permeia o processo de recepção, no rádio, os comunicadores precisam conhecer muito mais a fundo seus ouvintes, segundo Luz (2010). Eles precisam fazer parte do cotidiano do seu receptor. Para que o público aceite os conteúdos propagados, os emissores devem estruturar minimamente as suas transmissões para que possam atingi-los.

Ao contrário da imprensa, que só atinge o público letrado, e da Internet, que apesar de ser interativa não está ao alcance de todos os receptores, o rádio consegue ser compreendido por diversos públicos; do intelectual ao menos instruído, do rico ao pobre, do idoso à criança. Assim, observa-se que desde seu surgimento no Brasil na década de 20 passou a fazer parte do dia-a-dia dos indivíduos de diversas maneiras. Antigamente, participava da vida dos ouvintes com maior intensidade. Hoje, sua presença já não é mais tão intensa, porém continua sendo um meio de comunicação significativo para os usuários (LUZ, 2010, p.1).

Gomes (2007) fala que a entonação das palavras carrega expressão de sentimentos e afetos do falante, revelados no ato da anunciação. Portanto os códigos paralingüísticos sobrepõem o significado literal das palavras. As diferenças da emissão sonora de algumas expressões podem determinar a intenção de sentenças e possibilitar a compreensão do que se quer dizer. Gomes (2007, p.190) cita Guiraud (1991) ao dizer que “o locutor pode transmitir uma intenção velada na entonação da voz, demovendo o princípio da ‘imparcialidade’ jornalística, situação igualmente complexa, visto que não há fala que não comporte uma entonação”.

As atitudes paralingüísticas do locutor entram no estudo descritivo dos efeitos de recepção por afetar os sujeitos no processo de audição, chegando a conduzir a significação das peças radiofônicas ou mesmo eliminar possíveis dúvidas e incertezas semânticas durante a veiculação (GOMES, 2007, p.191).

A depender da natureza do programa radiofônico, a locução irá traduzir certas impressões nos ouvintes: situações de suspense e desespero, segundo Gomes (2007). Nesses instantes, os ouvintes são afetados por força do efeito estético produzido pela locução. A voz do locutor entra na atmosfera do imaginário dos ouvintes, que assumem a função de co-criadores da peça radiofônica em evidência, ao reunir significados presentes no processo compartilhado de compreensão (GOMES, 2007).

Dentre os elementos paralingüísticos, para efeito de estudo, é preciso destacar a acentuação e a intensidade. O acento em algumas palavras e sílabas salienta a voz de forma enfática na emissão sonora. Segundo Gomes (2003, p.4), “tem a função de facilitar a fluência na linguagem falada e destacar alguns vocábulos que, no contexto da frase, carregam maior valor lexical e semântico”. Hipoteticamente, Gomes (2007) traz como exemplo uma notícia radiofônica, que, ao ser noticiada no rádio, pode expressar sentimento de indignação, revolta e impacto:

“preço da gasolina sobe treze por cento e passa a custar dois reais e cinquenta e nove centavos, o litro. Este é o quinto aumento do ano. Nos postos de gasolina, a reclamação dos consumidores é grande”. Observemos que determinadas palavras requisitam maior apelo na acentuação, tais como “treze por cento”, “quinto aumento”, “é grande” (GOMES, 2007, p. 7).

Kroth (2010), citando Paiva, diz que o rádio precisa estar estreitamente ligado à realidade, não apenas de forma decorativa. Ao contrário, deve influenciar e modificar essa realidade. “O fato do rádio deter o poder de transmitir uma sensação de cotidianidade através

da facilidade de se transpor e recriar a realidade confere ao meio uma capacidade de engendrar vínculos com a sua audiência” (Paiva citado por KROTH, 2010, p.147).

Segundo Kroth (2010, 147), a capacidade que o rádio tem de construir em seu redor uma rede experiências compartilhadas. Experiências que partem dos próprios receptores fazem o rádio ser marcado pela paixão e pela identificação. Para Paiva (citado por Kroth, 2010, p.147), “essa é uma rede de relações que se constrói em torno de um sentido comum, de uma experiência compartilhada e, nesse sentido, ela se institui a partir de coisas efêmeras e momentâneas”.

No caso do programa radiofônico jornalístico, a informação deve ser noticiada com clareza e objetividade e um dos critérios de noticiabilidade fundamentais no jornalismo é a pertinência do assunto ao cidadão atingido pela mensagem. Com o cruzamento de dados obtidos através de receptores e emissores do rádio, usuários da mídia digital, é possível pautar o perfil do ouvinte, sua compreensão sobre o conteúdo informativo transmitido e o que lhe é de interesse. (TAMBARA, 2015, p.6)

Para Castelaneli (2016), “quando se sabe o que os ouvintes desejam, torna-se mais fácil estabelecer uma conexão com eles e desenvolver uma programação consistente e adequada, bem como ações de marketing e planos de desenvolvimento da empresa”.

4 METODOLOGIA

Este trabalho é sobre a recepção dos ouvintes da Rádio Estação Cocal FM, no distrito de Estação Cocal. Será realizado através de uma pesquisa do método quantitativo em duas principais ruas do Distrito onde a emissora se encontra. Na Rua João de Rochi no Centro de Estação Cocal e também na Rua Luiz Casagrande, no Bairro Mina Fluorita. É aplicado um questionário com perguntas fechadas para pesquisa em campo, com 16 perguntas, para 100 pessoas, sendo 50 no bairro Mina Fluorita e outras 50 da principal rua do centro da comunidade.

Cabe ressaltar que a escolha das duas ruas foi em vista de estarem em bairros mais populosos, sendo que a rua central, João de Rochi, é composta por pelo menos 30 edifícios comerciais/empresariais. Responderam ao questionário aquelas pessoas que, abordadas, consentiram em participar. Na rua do bairro Mina Fluorita, existem pelo menos 20 edifícios comerciais/empresariais, a pesquisa foi aplicada nas residências onde o pesquisador percebeu que havia pessoas em casa.

Com questionário será possível saber das pessoas que acompanham a programação da Rádio Estação Cocal FM ou não, qual tipo de conteúdo elas preferem ouvir e como elas interagem.

O estudo de qualquer fenômeno, seja ele natural, social, econômico ou biológico, exige a coleta de dados estatísticos referentes ao mesmo. A coleta de dados é, pois, a fase inicial de qualquer pesquisa. A coleção de todas as observações potenciais sobre determinado fenômeno constitui a população[...]. O conjunto de dados efetivamente observados ou extraídos constitui uma amostra da população[...]. A amostra é, pois, um subconjunto da população. É sobre os dados da amostra que desenvolvemos nossos estudos, visando fazer inferências sobre a população. (BARBOSA, 2014, p.10)

Deste modo é possível através das questões descobrir quais conteúdos as pessoas querem ouvir na rádio Estação Cocal, permitindo inclusive que seja aplicado o resultado na programação.

A pesquisa quantitativa que será realizada através dos questionários elaborados, será feita com 100 moradores, em duas ruas do distrito de Estação Cocal, como já mencionado, sendo que não haverá interferência durante a resposta dos moradores, tratando-se de uma pesquisa quantitativa descritiva, conforme o discurso de Castilho (2014), este tipo de pesquisa promove, análise, registro e interpretação dos fatos do mundo físico, sem a

interferência do pesquisador. Geralmente os dados são coletados pela aplicação de entrevista, questionário e observação. Neste caso será um questionário com perguntas fechadas.

O objetivo da pesquisa básica é intelectual, procura alcançar o saber para satisfação do desejo de adquirir conhecimentos e proporcionar informações possíveis de aplicações práticas, sendo desvinculada de finalidades utilitárias imediatas, não sofrendo limitação de tempo. É dirigida à geração do conhecimento científico não aplicável, imediatamente à solução de demandas tecnológicas específicas. Ela amplia generalizações, define leis, estruturas, sistemas e teorias. (CASTILHO, 2014, p. 17-18) .

Para realizar uma pesquisa não é algo tão fácil, é preciso estudo de algumas fontes bibliográficas. O estudo de caso não serve para dar uma resposta exata para o que se está se pesquisando. Mas, é útil para explorar preferências e fenômenos. No estudo de caso podemos fazer um estudo para ter as respostas para as razões de algumas preferências por parte das pessoas (GIL, 2002). Para chegar nesses resultados é necessária uma pesquisa de campo. Gil (2002) afirma que há uma diferença entre Estudo de Campo e levantamento. Gil (2002, p.53) afirma que “levantamento procura-se identificar as características dos componentes do universo pesquisado [...] no estudo de campo, estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social”.

Tipicamente, o estudo de campo focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana. Basicamente, a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo. Esses procedimentos são geralmente conjugados com muitos outros, tais como a análise de documentos, filmagem e fotografias. (GIL, 2002, p.53)

Os números que serão coletados nas ruas, serão comparados com os números de acesso as notícias que serão postados no Facebook. A pesquisa será realizada com questionários fechados. De acordo com Nogueira citado por Cruz e Dias (2015, p.6), questionários fechados permitem “a aplicação direta de tratamentos estatísticos com auxílio de computadores e elimina a necessidade de se classificar respostas à posteriori, possivelmente induzindo tendências indesejáveis”.

No próximo tópico vamos saber mais sobre nosso objeto de estudo neste trabalho: Rádio Estação Cocal FM, sua história e programação.

4.1 OBJETO DE ESTUDO

Em dezembro de 2005, enquanto apresentava o programa matinal ao vivo, na Rádio Estação Cocal, ele foi surpreendido por agentes da Polícia Federal que imediatamente pediram para que a emissora fosse tirada do ar por atuar sem licença dos Ministérios da Comunicação. Toda aparelhagem da rádio foi levada para a superintendência da Polícia Federal de Criciúma. O diretor da Rádio Estação Cocal, Aguinaldo Seolin, foi encaminhado para prestar depoimento e liberado em seguida. Segundo Seolin, os policiais foram cordiais e educados em suas funções como agentes da lei cumprindo suas obrigações (SEOLIN, 2017). Duas emissoras educativas, como eram chamadas as rádios comunitárias de Morro da Fumaça, na época, saíram do ar naquele mês. O Jornal Comunitário, do dia 3 de dezembro de 2005, que circulava na cidade, trouxe em sua capa a manchete estampada “*SEM VOZ*”, na sua 3ª edição (JORNAL COMUNITÁRIO, 2005).

Uma das reportagens do Jornal Comunitário trazia o relato do Diretor da Rádio Comunitária Estação Cocal, na época atuando na frequência 104.3. A matéria tinha como título: “Rádio 104.3 também parou”. E o relato de Aguinaldo Seolin, “Estação Cocal voltou a 100 anos atrás”, era o início da reportagem que falava sobre a operação policial. (JORNAL COMUNITÁRIO, 2005)

Na época Seolin reforçou a importância da Rádio Comunitária como veículo de comunicação para o Distrito de Estação Cocal, inclusive como um grande aliado para o comércio da comunidade. A reportagem dizia que Aguinaldo se sentia roubado do direito de comunicar à sociedade acontecimentos locais e regionais.

A única rádio de Estação Cocal foi fechada. Com isso, foi interrompido um trabalho que vinha sendo feito junto à comunidade, tanto na área da comunicação, quanto na área social. Aguinaldo ainda ressalta que está se sentindo como se tivesse sido roubado o direito de comunicar à sociedade os acontecimentos locais e regionais. (JORNAL COMUNITÁRIO, 2006, p.6).

O diretor da Rádio conseguiu os equipamentos tomados pelos policiais na época de volta, na justiça. A importância da luta de para colocar a rádio no ar em Estação Cocal sempre deve ser lembrada na história da emissora. Mineiro aposentado, trabalhava como fotógrafo antes da Rádio Estação Cocal, em 2002. Vendeu os equipamentos para montar a emissora radiofônica. Quando perdeu o direito de comunicar em 2005, começou a trabalhar como pintor. Mas a batalha para colocar a rádio da comunidade novamente no ar continuava. (SEOLIN, 2017)

Foi no dia 5 de novembro de 2010, que o então presidente do senado, senador José Sarney, assinou o decreto legislativo número 713 de 2010, autorizando a Rádio Estação Cocal a executar serviço de radiodifusão comunitária na cidade de Morro da Fumaça. O decreto promulgado foi publicado no Diário Oficial (CONGRESSO NACIONAL, 2010)

No dia 26 de abril de 2011, a Rádio Estação Cocal, através do diretor de Departamento de outorgas de Serviços de Comunicação Eletrônica, Dermeval da Silva Júnior, foi autorizada a transmitir sua programação para a comunidade de Estação Cocal, desta na frequência 104.9 FM, antes da outorga era 104.3 FM. (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2011).

No dia 31 de junho de 2011, a rádio comunitária de Estação Cocal precisou realizar uma mudança na sua frequência após uma notificação do coordenador-geral de Radiofusão Comunitária, passando a transmitir sua programação através da frequência 87.9 FM, na qual permanece até hoje (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2011)

Hoje a Rádio Estação Cocal conta com quatro programas que vão ao ar de segunda a sexta-feira. São três comunicadores que atuam na emissora e também são moradores da localidade.

No período matutino, o programa Ligue e Se Ligue, com apresentação de Aguinaldo Seolin, também diretor da Rádio Estação Cocal FM, abre a programação às 7h e segue até às 10h. Às 10h entra no ar a Santa Missa, com transmissão via link, de Curitiba. Às 11h o programa Ligue e se ligue, volta na programação até às 12h.

Às 12h, mais uma vez entra no ar a Santa Missa, ao vivo direto de Curitiba, via link até às 13h. Entre 13h e 14h, músicas sertanejas. Entre às 14h até 16h, o programa A tarde é Nossa, apresentado por Samuel Woyciekowski e às 16h entra no ar o programa Entardecer Sertanejo, com Valcir Santos.

Todos os comunicadores são pessoas que estão presentes na comunidade e trazem informações em seus programas. Aguinaldo Seolin diretor da Rádio Estação Cocal é mineiro aposentado e esporadicamente exerce o trabalho de pintor.

Samuel Woyciekowski, também morador do distrito de Estação Cocal, estudante de jornalismo, responsável por um site de notícias na cidade.

Valcir Santos é pedreiro, também músico conhecido em Estação Cocal, tem uma dupla de sertanejo raiz e sempre foi atuando na parte social da comunidade.

Agora que conhecemos os objetos de estudos, vamos para análise dos dados.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Nos capítulos anteriores estudamos sobre o receptor e seu processo de comunicação. Abordamos também jornalismo comunitário e radiojornalismo, rádios e rádios comunitárias. Isso para chegar à apresentação da análise dos resultados, e respectiva interpretação dos dados coletados nos questionários aplicados e entrevistas realizadas no distrito de Estação Cocal, conforme explicitado no capítulo anterior, o da Metodologia.

Começamos traçando um perfil dos entrevistados na pesquisa quantitativa.

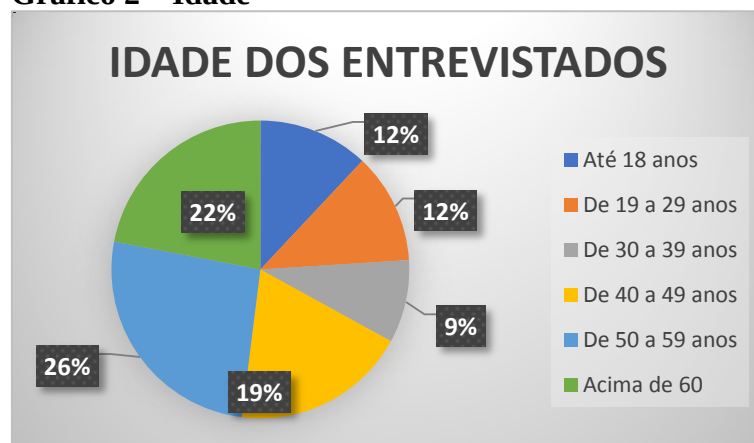
Gráfico 1 – Sexo



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Das 100 pessoas entrevistadas, as mulheres, com 58%, foram a maioria a responder a pesquisa, enquanto os homens totalizam 42%. Conforme mencionado na Metodologia, as pessoas foram escolhidas aleatoriamente, sem dar prioridade para um sexo ou outro. As mulheres são maioria na pesquisa, talvez por serem donas de casa, que acompanham a programação da Rádio Estação Cocal FM. Peruzzo (2007) afirma que o rádio é um veículo democrático e, desta forma, também não selecionamos as pessoas por idade nesta pesquisa, conversamos com jovens até pessoas idosas.

Gráfico 2 – Idade

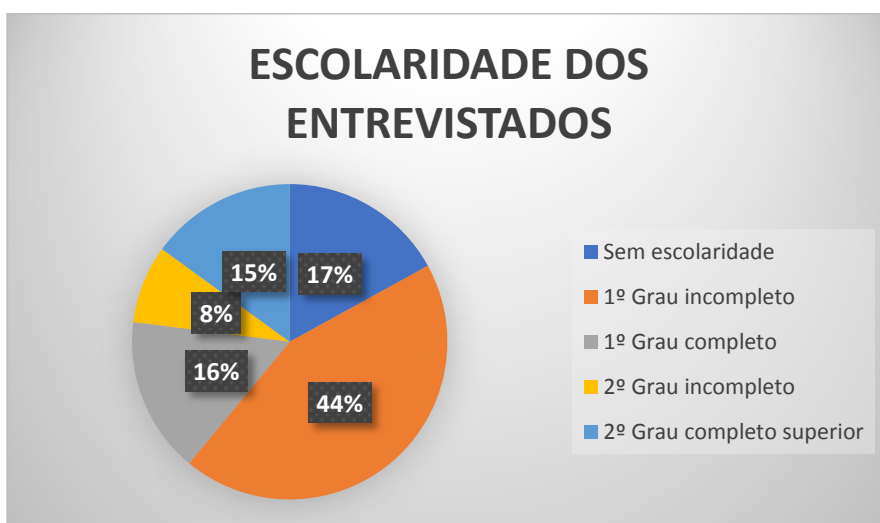


Fonte: elaboração do autor, 2017.

A maioria dos entrevistados, 26% tem idade entre 50 a 59 anos. Na sequência, as pessoas acima de 60 anos, com 22%; entre 40 e 49 anos, 19% responderam à pesquisa; os entrevistados que tem até 18 anos e os de 19 a 29 anos, os mais jovens, ficam com a mesma quantidade, 12% cada; enquanto a faixa entre 30 a 39 anos é de, apenas 9%. Nota-se que as três últimas faixas etárias, de pessoas entre 40 a 60 anos, foram as que mais responderam à pesquisa, pois são aqueles que se encontravam em casa no momento da entrevista, comerciantes, aposentados e donas de casa.

Esses dados vêm ao encontro do que dizem Feigel e Maldaner (2003), quando citam que os receptores não seguem uma tendência, podendo ser homens, mulheres, jovens, velhos. Apesar da diferença de idade entre os entrevistados, o que eles têm em comum, segundo Martin-Barbero (2001), é que todos fazem parte da massa, ou seja, uma coletividade que os identifica, como moradores do Distrito de Estação Cocal.

Gráfico 3 - Escolaridade



Fonte: elaboração do autor, 2017.

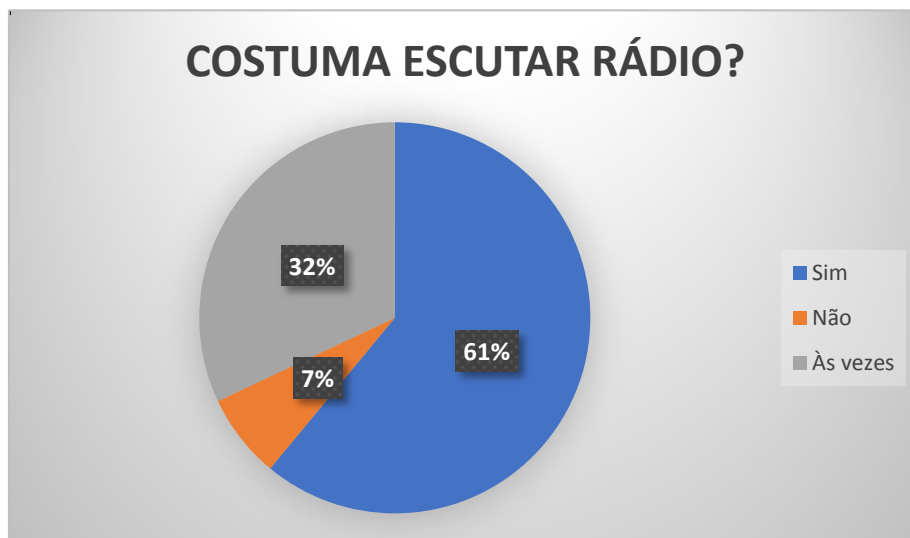
No quesito escolaridade, a maioria dos entrevistados, 44%, não completou o ensino fundamental, ou seja, responderam 1º grau incompleto; 17% não possuem escolaridade; 16% responderam que possuem o 1º grau completo; 15% terminaram o ensino médio ou possuem o ensino superior, tendo em vista que esses dois itens fazem parte da mesma opção no questionário. Apenas 8% dos pesquisados não terminaram o ensino médio, ou seja, responderam 2º grau incompleto.

Sabendo-se a escolaridade, podemos observar que a maioria dos entrevistados é de pessoas que não terminaram, por algum motivo, o ensino fundamental. Chama a atenção o percentual de não são alfabetizadas. Isso leva a observar que as informações transmitidas pela Rádio Estação Cocal, em sua programação, deve seguir o parâmetro apontado por Berlo (1999), que fala que a mensagem precisa ser construída conforme habilidades de comunicação (decodificação) do receptor. Neste caso, aplica-se uma linguagem simples e que seja de fácil entendimento para todos os públicos, em especial dos menos escolarizados ou sem escolaridade.

Berlo (1999) explica que quando a fonte escolhe os códigos, deve-se escolher um que seja compreensivo para o receptor. Se o receptor não conhecer os códigos, o conteúdo da mensagem, entenderá mal as informações, tirará conclusões errôneas sobre os objetivos e intenções do emissor/fonte. Berlo (1999) fala em receptor, em termos de cultura e de posição no sistema social. Suas formas habituais de conduta influenciam os modos pelos quais recebe e interpreta as mensagens. Por isso, a importância de conhecer também a escolaridade dos entrevistados, receptores da Rádio Estação Cocal.

Com o conhecimento do perfil dos entrevistados, vamos saber agora se os entrevistados escutam rádio e se escutam, de quais cidades são as rádios. Vamos saber também se escutam a Rádio Estação Cocal, suas preferências pelos conteúdos e programas, período e frequência, bem como a participação na programação e se as informações influenciam ou não no cotidiano e vida dos pesquisados, de acordo com os objetivos a serem alcançados neste trabalho.

Gráfico 4 – Costuma escutar rádio?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Lopes da Silva (2012) afirma que o rádio se reinventou nos últimos anos, em diversos momentos, contradizendo, inclusive, os que falaram que esse meio deixaria de existir. Porém ela a autora diz também que hoje o rádio está presente em todas as casas, não mais apenas como um aparelho eletrodoméstico, mas também nos celulares, internet ou no carro, por isso as pessoas acabam tendo contato com o rádio em algum momento do dia, intencionalmente ou não. Essa perspectiva se torna verdadeira quando observamos que apenas 7% dos entrevistados afirmaram que não escutam rádio. Mais da metade, 61% dos pesquisados, responderam que escutam rádio, e 32% afirmaram que escutam às vezes.

Desde a revolução de 1932, quando foi derrubada a República Velha, Ortriwano (2002-2003) relata que o rádio tem participado da vida dos brasileiros. Segundo ela, os políticos sempre reconheceram sua importância e, ainda hoje, esta se estende nas mais diversas atividades dos campos de atuação.

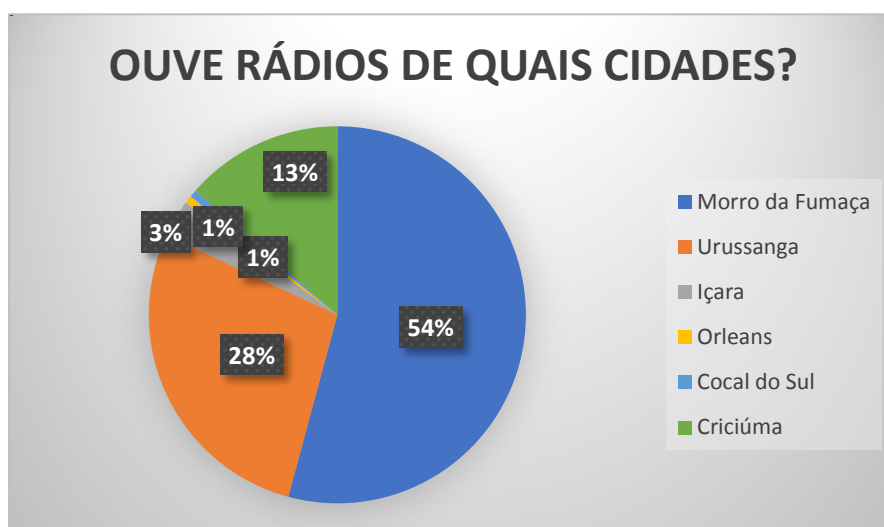
Segundo Luz (2010) o rádio é capaz de chegar aos lugares mais longínquos e de alcançar públicos de todas as crenças, culturas, religiões e níveis sociais. Ao contrário da imprensa, que só atinge o público letrado, e da internet, que apesar de ser interativa não está ao alcance de todos os receptores, o rádio consegue ser compreendido por diversos públicos, do intelectual ao menos instruído, do rico ao pobre, do idoso à criança.

Um outro ponto positivo para o rádio, que explica o sucesso em audiência, é o fato de que o ouvinte não precisa parar o que está fazendo para acompanhar sua programação. Enquanto o rádio funciona em Estação Cocal as pessoas estão em seu estabelecimento

comercial atendendo seus clientes ou trabalhando em uma das várias empresas têxteis que existe no distrito.

Cesar (1992) fala que o Rádio é um veículo de comunicação ligado a quase todas as pessoas por ter uma penetração muito grande. Por ser de fácil aquisição e também não tomar as pessoas por inteiro, como mencionado acima. Você pode dirigir ouvindo rádio, trabalhar, ler dormir e acordar sem que o rádio lhe tome por inteiro. Diferente de um jornal, livro ou televisão, onde a pessoa precisa parar por completo, por isso o rádio acaba sendo presente no cotidiano das pessoas.

Gráfico 5 - Ouve rádios de quais cidades?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

A pesquisa aponta que as emissoras de Morro da Fumaça ficam com 54% da preferência do público. As de Urussanga vem na sequência, com 28% de preferência; Criciúma com 13%; Içara com 3% e Orleans e Cocal do Sul com 1% cada.

As pessoas preferem ouvir as rádios de Morro da Fumaça, município onde a pesquisa foi aplicada, porque, de acordo com Peruzzo (2007), as rádios da cidade transmitem uma programação de interesse social, que vai ao encontro da realidade local. Três emissoras atuam no município, duas frequências comunitárias 87.9 FM, uma no Centro e outra no Distrito de Estação Cocal. Outra frequência é a 96.3 FM, Rede Aleluia. Entre as emissoras da cidade está a Rádio Comunitária Estação Cocal FM, objeto desta pesquisa, que está localizada no distrito de mesmo nome, no município de Morro da Fumaça.

Convém ressaltar que a outra rádio comunitária, Rádio Fumaça, com a mesma frequência da Estação Cocal, não funciona no distrito de Estação Cocal, apenas na região central, de Morro da Fumaça.

Vale salientar também que em segundo lugar aparecem as respostas das pessoas que escutam as rádios de Urussanga. Isso porque, em se tratando de notícia, as rádios dessa cidade transmitem boa parte do conteúdo para cidades do interior, e Morro da Fumaça se encaixa nelas pela proximidade geográfica e alcance daquelas emissoras. De Estação Cocal, distrito de Morro da Fumaça, até o Centro são 8 km, mesma quilometragem até Urussanga. Pela proximidade, muitos moradores costumam frequentar eventos culturais e o comércio de Urussanga.

Por outro lado, das várias rádios que existem em Criciúma, transmitindo conteúdos relacionados a toda região sul e filtrando notícias pela sua relevância, pouco se fala dos acontecimentos de Morro da Fumaça. As emissoras daquela cidade, que ficaram com 13% da preferência, pois tratam mais de economia e política por ser maiores. Acredita-se que a linguagem e o conteúdo das rádios de Criciúma não são tão compreensíveis e de interesse para os públicos com a escolaridade dos entrevistados nesta pesquisa.

Dizer isso não significa que as emissoras das demais cidades, incluindo as de Morro da Fumaça, não transmitam uma programação com conteúdo de qualidade, sobre economia e política. Observa-se que menos da metade dos entrevistados, 46%, escutam as rádios de cidades vizinhas, concluindo-se que querem saber de assuntos que abrangem outras cidades da região. No total, foram 84 entrevistados a afirmar escutar rádios da cidade de Morro da Fumaça.

Pelo fato da Rádio Estação Cocal não ser a única rádio da região e até mesmo por ter uma programação considerada curta (a rádio encerra a programação às 19h), de segunda a sexta, as pessoas acabam ouvindo outras rádios, de cidades vizinhas. Nesta parte da pesquisa, as pessoas respondiam mais de uma opção. No total, entre aqueles que escutam rádio, somando-se os 93% que responderam escutar rádio - sim e às vezes -, foram marcadas 155 opções, do universo de 100 pessoas entrevistadas.

Morro da Fumaça se emancipou de Urussanga em 1969, o distrito de Estação Cocal ficou entre as duas cidades, porém pertencendo a Morro da Fumaça. Culturalmente falando, Estação Cocal tem mais proximidade com a cidade mãe, Urussanga. A história e cultura de Urussanga ainda permanecem muito vivas, principalmente em Estação Cocal, Mattos (2007) quanto cita Hall, fala que as decodificações do conteúdo pelos receptores

dependem de momentos, da transformação de identidade, como se sofresse variações. Essas variações dos receptores levam em conta tempos, lugares, histórias e tradições específicas.

Trata-se da comunicação a partir da cultura e da proposta de investigação para uma aproximação antropológica, o cotidiano tem valor histórico para compreender a sociedade, conforme destacam Escoteguy e Jacks (2006).

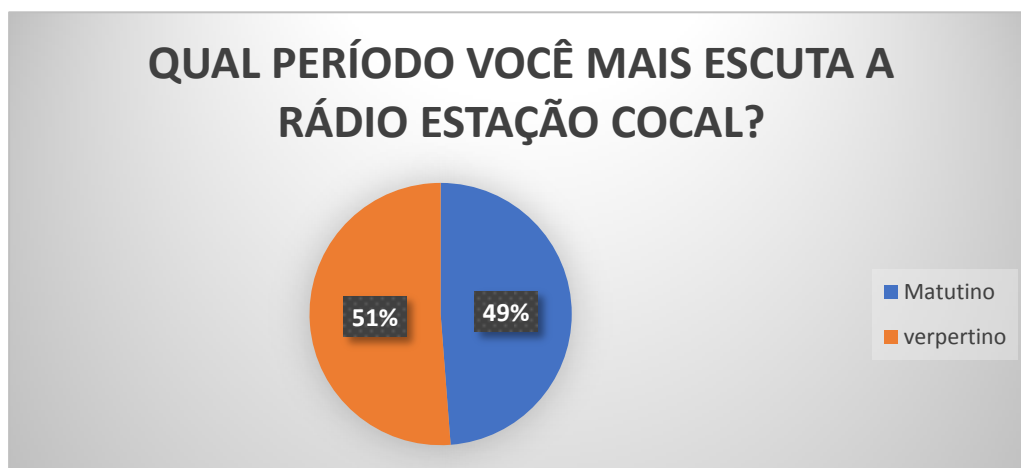
Gráfico 6 – Você costuma ouvir a Rádio Estação Cocal?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Em Estação Cocal, nas duas ruas onde foi realizada a pesquisa, 55% afirmaram que escutam a Rádio Estação Cocal FM; 35% responderam que escutam às vezes. E 10% afirmaram que não escutam. Os 10% dos entrevistados que afirmam que não escutam a Rádio Estação Cocal, não responderam as próximas perguntas do questionário. As respostas deste gráfico vamos analisar juntamente com as do próximo.

Gráfico 7 – Qual período você mais escuta a Rádio Estação Cocal?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Pelas respostas, percebe-se um equilíbrio na audiência durante a programação da Rádio Estação Cocal. O período vespertino ficou na frente, com 51% e o matutino com 49%.

Analisando os gráficos 6 e 7, impressiona o número de pessoas que escutam a Rádio Estação Cocal FM. Os 55% que procuram informações locais, são aqueles que estão sintonizados para saber notícias de seu bairro e sua comunidade. Não significa que os 35% que responderam às vezes não estejam interessados em ouvir as notícias da sua comunidade, mas talvez eles não disponham de oportunidade de estarem sempre que possível sintonizados.

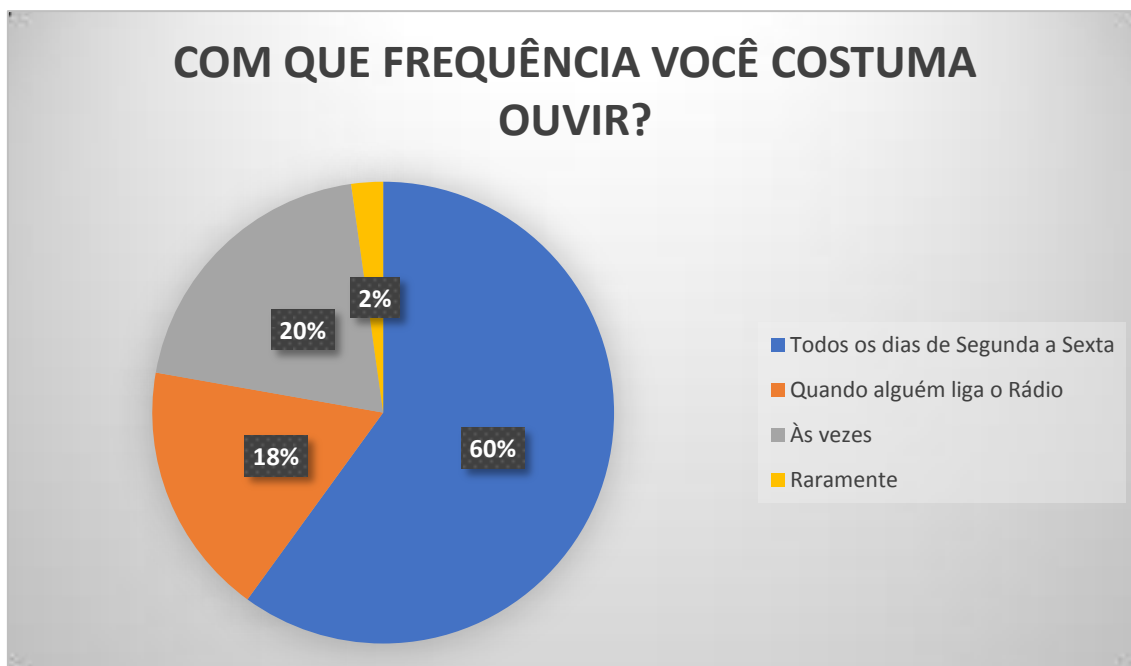
As Rádios Comunitárias, que desempenham o jornalismo comunitário, são veículos especializados em informar fatos e acontecimentos dentro de uma região específica. Como diz Dornelles (2012), os moradores de uma determinada comunidade ou bairro estão interessados em saber sobre o transporte público, problemas de segurança, conservação das ruas, das vagas nas escolas e da cultura do seu lugar. Todas essas são informações importantes para essas pessoas, tão mais importantes do que notícias que grandes veículos de comunicação transmitem todos os dias.

Segundo Ortriwano (2002-2003), as possibilidades tecnológicas do momento permitem vislumbrar um rádio moderno, ágil, simultâneo aos acontecimentos, próximo do ouvinte. A autora fala de um jornalismo que acompanha os fatos regionais e que vai além do ‘blablablá’ improvisado. Ortriwano (2002-2003) afirma que é uma mistura bem dosada, equilibrada para cada situação, entre fala, música, efeitos sonoros e silêncio.

Gomes (2004) diz que ouve-se rádio como uma fonte de informação imediata, precisa, relevante ao conhecimento por querer estar inserido nesse mundo onde os acontecimentos pautam sua vida, sem o qual é possível manifestar uma opinião da realidade. Ouve-se rádio porque é um meio que atrai o ouvinte por sua natureza própria de promover sentidos que perpassam pelo prazer, identificação e catarse.

Dornelles (2012) fala ainda na capacidade de pressão junto aos órgãos governamentais que a mídia tem. E por isso existe um fascínio por parte das comunidades, principalmente nas mais carentes. A autora também comenta o potencial da mídia para mobilizar moradores para pressionar o poder público. É um canal para se externar as reivindicações populares.

Gráfico 8 – Com que frequência costuma ouvir?



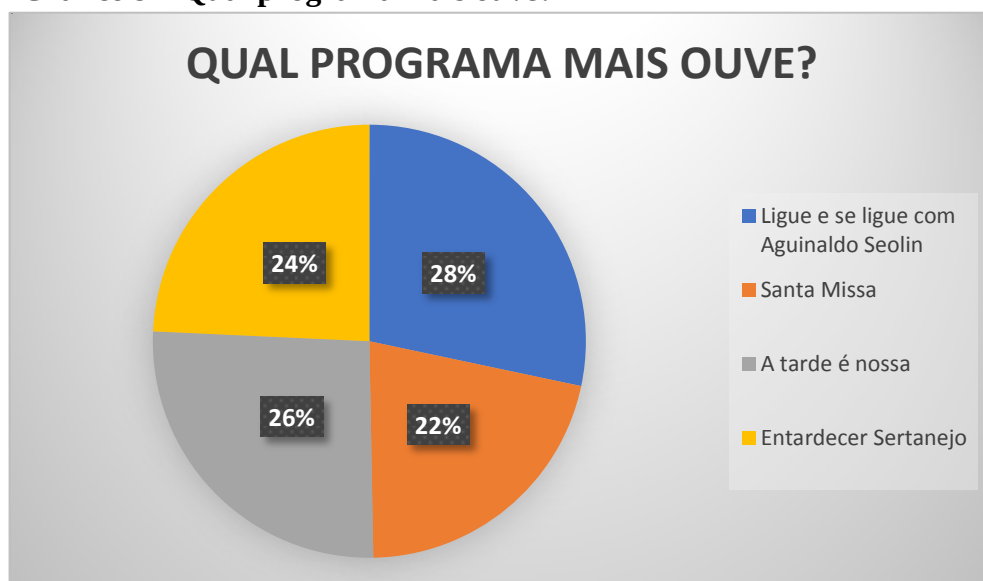
Fonte: elaboração do autor, 2017.

Em relação à frequência com que as pessoas costumam ouvir a Rádio Comunitária Estação Cocal, 60% dos entrevistados que responderam ‘sim’ ou ‘às vezes’ na questão anterior afirmaram que ouvem todos os dias, de segunda a sexta, período de transmissão da emissora; 20% disseram que ouvem às vezes; 18% quando alguém liga o rádio e 2% disseram que ouvem raramente.

Por ser uma Rádio Comunitária, que está a serviço da comunidade há mais de dez anos, era esperado um bom resultado em relação à quantidade de ouvintes. Segundo o que diz Lopes (2005), é preciso estabelecer uma relação entre emissor e receptor. E a Rádio Estação Cocal mantém, pelos resultados apresentados, essa boa relação com os ouvintes e com a comunidade. Dornelles (2012) relata que os comunicadores de uma rádio comunitária são pessoas que exercem um papel importante dentro da sociedade e são bem comunicativas. Esse papel que o comunicador de uma rádio comunitária tem dentro e fora do estúdio faz com que o veículo e os apresentadores tenham essa boa relação com o receptor durante a programação da emissora.

A rádio está presente em eventos sociais importantes na comunidade e celebrações religiosas, transmitindo do local a sua programação e criando assim um vínculo maior ainda com a ouvintes.

Gráfico 9 – Qual programa mais ouve?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Dos entrevistados que ouvem a rádio comunitária, mais da metade das pessoas marcaram mais de uma opção. O líder de audiência conforme os resultados é o programa comandado pelo diretor da Rádio Estação Cocal FM, Aguinaldo Seolin, *Ligue e Se Ligue*, que vai ao ar pela manhã, o que está de acordo com as respostas apresentadas no gráfico 8, pois 51% dos entrevistados nesta pesquisa ouvem rádio no período matutino. Em segundo lugar, vem o programa *A tarde é nossa*, comandado por Samuel Woyciekowski, com 26%; o programa *Entardecer Sertanejo*, com Valcir Santos, vem em terceiro lugar com 24% de audiência; a *Santa Missa*, transmitida de Curitiba, Paraná, fica com a última posição com 22% de audiência.

Sant'Anna (2008) afirma que grande maioria das Rádio Comunitárias retransmitem conteúdo das rádios agências, deixando de lado os fatos locais. A Rádio Estação Cocal FM se diferencia, por ter três locutores e uma programação 75% local. Apenas a *Santa Missa*, que é transmitida de Curitiba, não traz assuntos locais.

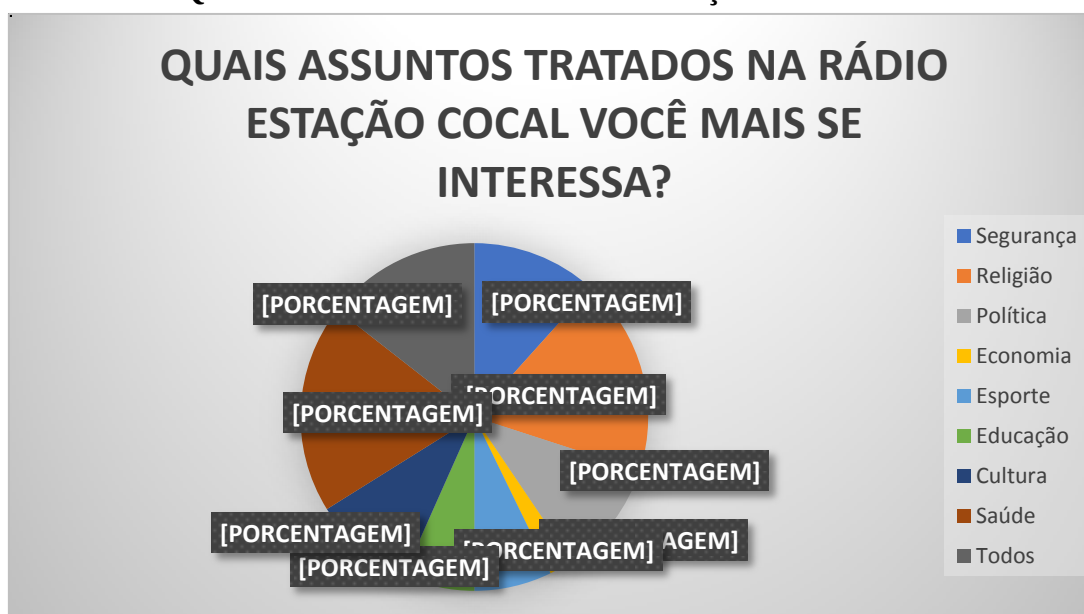
Os dois programas que focam em entrevistas e informações diariamente ficaram na frente nessa pesquisa. Ambos têm cunho jornalístico, exigem um pouco mais de produção para que as informações passadas tenham impacto e efeito para o receptor. Embora o programa *Entardecer Sertanejo* também costuma trazer informações, porém, com pouca frequência. O programa é focado em um público do interior da comunidade e pessoas mais idosas, fãs da música sertaneja raiz, caipiras e modas antigas.

Os três comunicadores da Rádio Estação Cocal FM seguem o parâmetro estabelecido por Dornelles (2012), quanto ao jornalismo comunitário. São pessoas bem

comunicativas e que exercem um papel importante dentro da comunidade onde vivem. E por terem esse vínculo, fica mais fácil saber quais assuntos devem ser tratados e que são de interesse coletivo.

Dolberth (2015) fala sobre que os comunicadores de rádio comunitária muitas são vezes voluntários, trabalhadores liberais e que recebem apenas uma ajuda de custo pelos trabalhos prestados. É o caso da Rádio Estação Cocal FM, todos os três comunicadores são voluntários. Os três são trabalhadores liberais e que dedicam um tempo diariamente para levarem informações e alegria para a comunidade de Estação Cocal. Berlo (1999) fala que as pessoas que ficam nas duas pontas do processo de comunicação são similares e, segundo o autor, quando examinado fonte e receptor são uma pessoa só.

Gráfico 10 - Quais assuntos tratados na Rádio Estação Cocal você mais se interessa?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Nesta questão, em média, cada pessoa escolheu dois assuntos, dentre aquelas 90 pessoas que afirmaram escutar rádio em estudo, foram 180 marcações. Entre os assuntos tratados na Rádio Estação Cocal FM, 19% das pessoas se interessam mais por Saúde. Na sequência, 18% das pessoas escolheram religião, que fica em segundo lugar nas preferências. A opção 'todos' está em terceiro com 14%; Segurança com 12%; Política com 11%; Cultura com 10%; Esporte com 7%; Educação com 7%; e por último Economia com 2%, mostrando que é o assunto que menos interessa aos ouvintes.

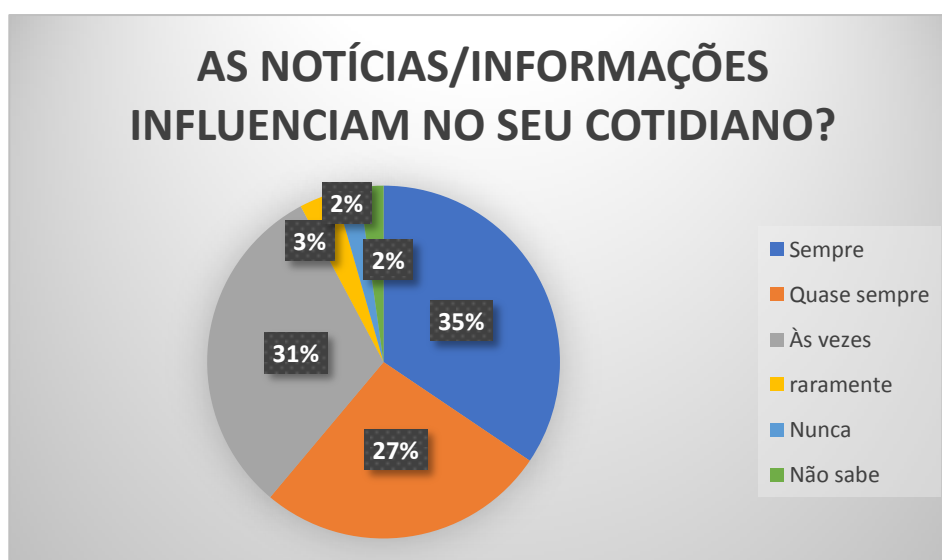
Os assuntos mais escolhidos são aqueles que estão em pauta todos os dias. Saúde, religião, segurança e política. Todos esses assuntos, quando são tratados na Rádio Estação

Cocal, estão ligados à comunidade. Ferrareto e Klöckner (2010) dizem ser importante focar nos receptores e, ainda mais, que os receptores são importantes produtores de informações. Para o comunicador que está do outro lado, fica fácil identificar quando o assunto chama a atenção do ouvinte, ainda mais quando ele expressa sua opinião através dos meios de comunicação. Geralmente, os assuntos preferidos realmente são aqueles que geram uma maior repercussão e têm uma maior participação dos ouvintes. Segundo Lopes (2005), os ouvintes influenciam nos assuntos tratados na emissora e através da participação auxiliam na escolha desses assuntos.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Castelaneli (2016), também citado neste trabalho, diz que quando sabemos o que o ouvinte quer ouvir fica mais fácil estabelecer uma conexão com eles e desenvolver uma programação consistente e adequada.

Apesar de a comunicação comunitária não seguir os padrões da indústria cultural, que os grandes veículos seguem, com as informações em mãos, sobre o interesse da audiência na programação, é possível criar mensagens padronizadas e lançar tendências. Em uma emissora de rádio, os dados servem para dedicar uma maior parte programação para aquilo que o público prefere ouvir e até criar novos vínculos com apoiadores (MICHEL e MICHEL, 2006).

Gráfico 11 - As notícias/informações que você ouve influenciam no seu cotidiano?

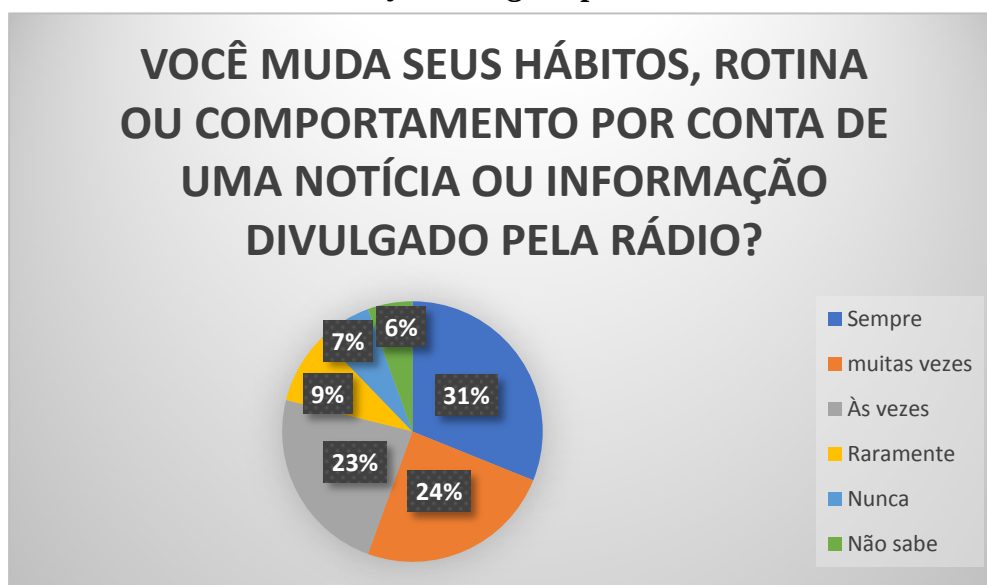


Fonte: elaboração do autor, 2017.

Quando questionados se as notícias e informações influenciam no cotidiano, 35% afirmam que sempre; 31% afirmam que às vezes; 27% escolheram quase sempre; 3% dizem

que raramente são influenciados; nunca e não sabe somam 2% cada. Zappone (2009), quando cita Jauss, afirma que os receptores reagem de maneira diferente às notícias. Esta questão é melhor analisada junto à seguinte, pelo fato de serem complementares.

Gráfico 12 - Você muda seus hábitos, rotina ou comportamento por conta de uma notícia ou informação divulgada pela Rádio?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Nesta parte da pesquisa, 31% dos entrevistados dizem que sempre mudam seus hábitos, rotina e comportamento, por conta de uma notícia ou informação; 24% das pessoas responderam muitas vezes; 23% às vezes; 9% afirmam raramente; 7% afirmam nunca e 6% não sabe.

Nos gráficos 11 e 12 podemos perceber que maioria dos entrevistados afirmam que notícias influenciam de alguma forma em suas vidas. Gomes (2004) trata dos estudos dos efeitos da recepção na audiência, efeitos que mudam hábitos de consumo e seus comportamentos. As mudanças de hábitos, da rotina e comportamento são alguns desses efeitos, apontados pela audiência da Rádio Estação Cocal FM. Confirmam o que diz o autor Kroth (2010), quando cita Paiva, que o rádio tem poder de influenciar e modificar a realidade.

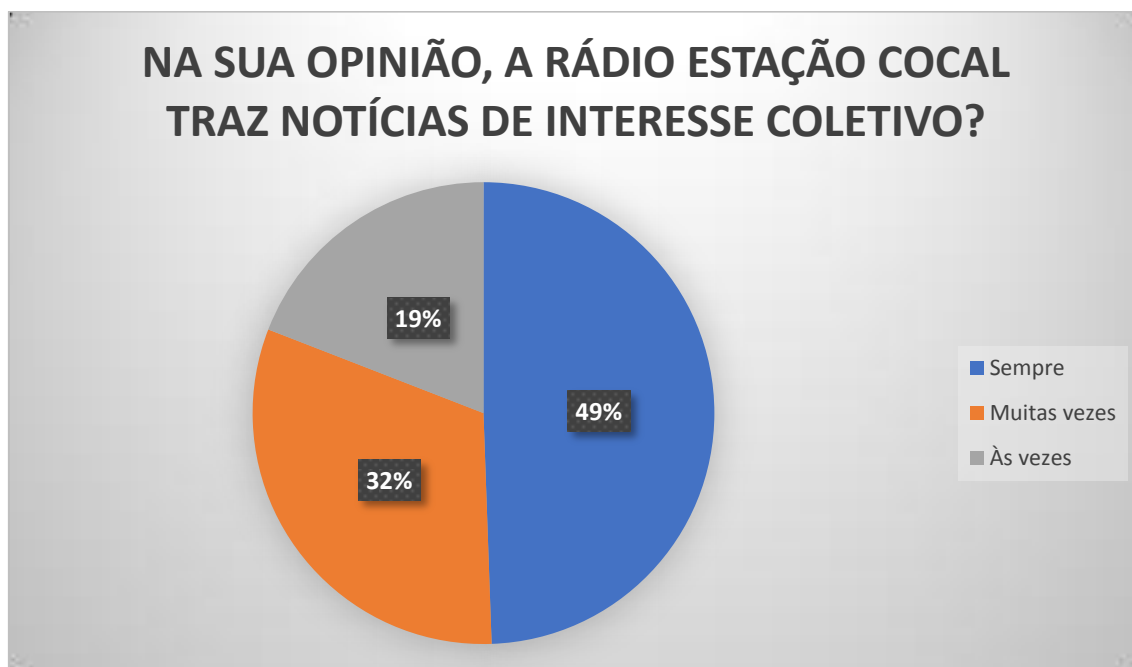
Gomes (2004) afirma que um conteúdo é estrategicamente orientado, criado por um emissor dotado de intenções e objetivos, para ter impacto em um determinado público. Ainda segundo Gomes (2004), compreender o fenômeno da recepção radiofônica supera o interesse de identificar no ouvinte o que ele sentiu ao sintonizar determinada emissora de rádio e acompanhar a programação. “Na difusão dos programas, os efeitos produzidos

acarretam certa complexidade de atribuição de valores e sentidos nos ouvintes, em que se percebe a intervenção dos aspectos racionais” (GOMES, 2004, p.3)

Berlo (1999) explica que, para ter algum efeito no receptor, é preciso criar uma comunicação estruturada. A mensagem deve ser primeiro pensada em mente, antes de ser emitida, para que então ela chegue no ouvinte/receptor e possa influenciar. A interpretação que vai ter é referente aquilo que é dito pelo emissor. Ainda segundo o autor, a mensagem é influenciada pelo meio. Se o ambiente é quente, o comunicador não vai pedir para que os ouvintes liguem os aquecedores.

Outra questão de que as notícias da Rádio Estação Cocal FM podem influenciar na rotina e cotidiano das pessoas, é o fato de que quase todas as informações veiculadas nos programas são relacionadas à própria comunidade, o que atrai atenção dos ouvintes. No ano de 2017, o tema segurança esteve em evidência em Estação Cocal, consequentemente na emissora da comunidade também. Muitos comerciantes relataram que mudaram a rotina por conta dos acontecimentos e, muitas vezes, seguiram dicas de seguranças que a Rádio Estação Cocal informava durante a programação.

Gráfico 13 - Na sua opinião, a Rádio Estação Cocal traz notícias de interesse coletivo?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

A grande maioria afirma que a Rádio Estação Cocal FM traz notícias de interesse coletivo, com 49% dos entrevistados; 32% afirmam que muitas vezes a Rádio Estação traz

notícias de interesse coletivo, e 19% responderam às vezes. Ninguém respondeu raramente ou nunca. Como Luz (2010) fala, muito mais que transmitir informações, a rádio precisa fazer parte do cotidiano do seu receptor, para que o público aceite os conteúdos que são propagados. Pelas respostas apresentadas, é isso que acontece na emissora pesquisada.

Gomes (2004) explica que as pessoas criam filtros mentais que determinam o seu interesse em obter informação, o que vai ao encontro das respostas apresentadas neste gráfico, pois maioria dos entrevistados acredita que a Rádio de Estação Cocal traz notícias de interesse coletivo, significando que os ouvintes da emissora se interessam pelas notícias locais. Tudo tem muito a ver também com a produção dos programas, de acordo com Jacks e Menezes (2006). O produtor deve ter em mente a noção de que vai dizer alguma coisa a alguém cujo conteúdo deve ser interessante, inteligível para que possa chamar a atenção para aquilo que é comunicado.

As autoras Jacks e Menezes (2006) ainda dizem que a formação da opinião pública de comunidade se dá em função das emissoras locais, justamente porque refletem a problemática do lugar, o que está claramente confirmado na pesquisa.

Gráfico 14 - Como você participa da programação?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

O telefone fixo ainda continua sendo um dos meios pelos quais mais pessoas participam, 23% dos entrevistados; 15% participam por whatsapp; 14% pelo telefone celular e apenas 5% pelo Facebook. Ninguém marcou a alternativa Email.

Ferrareto e Klöckner (2010) afirmam que o cidadão ouvinte tem influência na construção da informação que será transmitida. A participação do ouvinte na Rádio Estação Cocal, com pedidos músicas e também sugestões de pautas, influenciam no que será tratado. Muitas vezes as participações podem mudar toda uma programação. Tudo isso acontece aliado a instantaneidade desses meios de comunicação. O ouvinte contribui também com sua opinião, que geralmente é exposta para outros ouvintes, quando um receptor se torna fonte e contribui com sua versão em um debate democrático. Ainda conforme Ferrareto e Klöckner (2010), existe uma intensa procura para saber o que pensa e como age o receptor. Cerca de 43% das pessoas que responderam às perguntas não participam da programação. Esse ouvintes, de acordo com Escoteguy e Jacks (2006), são receptores chamados de passivos, por não exporem suas opiniões e não participarem de nenhuma forma da programação. Esses tipos de receptores, muitas vezes, estão expostos às mídias manipuladoras, por não questionarem ou emitirem opinião sobre aquilo que está sendo tratado. As autoras afirmam que a audiência é formada por indivíduos produtores de sentido e a mensagem é uma forma cultural aberta a diferentes decodificações.

Gelatti (2009) chama de recepção ativa o multi-relacionamento do público com os meios de comunicação. No caso, aqueles que contribuem de alguma forma com a programação e a criação de conteúdo.

A Rádio comunitária Estação Cocal FM não tem repórteres em campo ou rua procurando notícias, produtores de conteúdo e jornalistas farejadores de notícias. Com uma equipe reduzida, todo processo de comunicação é elaborado pelos comunicadores. E muitas vezes, através da participação do ouvinte, surge a pauta do dia. Quando o cidadão liga para rádio reclamando de alguma situação, ele entra no ar ao vivo para relatar o que está acontecendo na sua comunidade, por exemplo. Com o surgimento do whatsapp, essa comunicação entre comunidade e comunicadores ficou ainda mais fácil. O cidadão pode encaminhar um áudio relatando os fatos ou reivindicando, junto com fotos e vídeos da situação que ele está vivenciando. Os ouvintes na Rádio Comunitária Estação Cocal acabam sendo verdadeiros produtores.

Gráfico 15 - Acompanha a programação da Rádio Estação Cocal pela internet



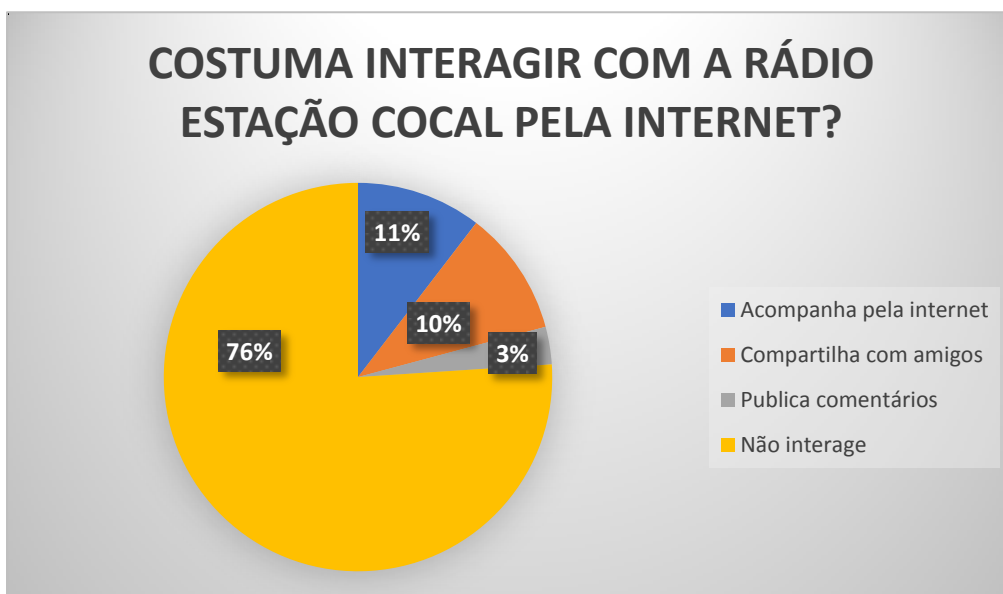
Fonte: elaboração do autor, 2017.

A maioria, 81% dos entrevistados, não acompanha a programação da Rádio Estação Cocal pela internet, sendo que 8% responderam que acompanham e 11% afirmam que acompanham às vezes.

Negropones (2002) cita Ruas, quando fala no mundo digital como sendo algo maleável e mais flexível. Segundo a autora, ser digital é ter licença para crescer em um mundo onde as distancias significam cada vez menos.

Nesse caso, podemos dizer que as pessoas que foram pesquisadas moram a poucos metros da rádio. Elas podem facilmente ouvir a frequência da emissora a qualquer momento do lugar onde estão, em suas casas, e carros. Negropones (2002) fala em menos distância e mais flexibilidade. Ainda segundo o autor, a vida digital exigirá cada vez menos que você esteja num determinado lugar em determinada hora. Pessoas que moram fora da região de alcance da Rádio Estação Cocal FM já podem escutar a rádio em qualquer parte do mundo e a qualquer momento através da internet. As entrevistas realizadas na programação ficam disponíveis no site. Mais sobre a relação das pessoas com a Rádio Estação Cocal FM através da internet, veremos no próximo gráfico.

Gráfico 16 - Costuma interagir com a Rádio Estação Cocal pela internet?



Fonte: elaboração do autor, 2017.

Na pesquisa, 76% afirmam que não interagem; 11% acompanham pela internet; 10% compartilham com amigos e 3% dos entrevistados publicam comentários. Os dados podem ser explicados pelo fato de a pesquisa ter sido feita em duas ruas, onde a recepção da rádio é melhor. Isso faz com que muitos prefiram ouvir através do aparelho radiofônico, nas ondas da 87.9 FM, por isso a baixa porcentagem de pessoas que acompanham pela internet.

Um diferencial da emissora é que ela já está funcionando na internet. Enquanto muitos pensavam que as rádios seriam substituídas pelas informações online, as rádios na verdade se adaptaram a esse novo meio. Muitas emissoras já têm sua página online e nas redes sociais. Apesar da pesquisa mostrar que grande maioria prefere a instantaneidade de ouvir o rádio através dos aparelhos radiofônicos, já existe um pequeno público, pelo menos no distrito de Estação Cocal, que acompanha online. Na internet, os ouvintes da Rádio Estação Cocal FM podem ouvir quantas vezes quiserem uma mesma entrevista e inclusive fazer download da mídia para seu aparelho.

Porém, nessa parte da pesquisa, conforme os dados demonstrados, os resultados ainda não surpreendem positivamente. Pode-se salientar que era esperada uma maior participação, como publicação de comentários e compartilhamentos. Esse tipo de participação é muito importante também para a construção da programação, considerado um meio de interação. Tambara (2015), quando cita Lemos e Levy, diz que as redes sociais são mais do que informativas, são verdadeiras ferramentas de conversação. Os autores consideram o

crescimento dessas mídias como um dos maiores acontecimentos nos últimos anos e defendem que seu objetivo é fazer sociedade.

Quando disponível na internet, o conteúdo pode ser compartilhado a qualquer momento, fora do horário da programação da Rádio Estação Cocal, fim de semana, de madrugada ou até mesmo meses ou anos após a disponibilidade na web. O conteúdo fica disponível na internet por tempo indeterminado, como uma espécie de arquivo da emissora, no site www.radioestacaococal.com.br. No entanto, é considerado baixo o número de pesquisados que compartilham com amigos, 10%, e que publicam comentários, 3%, dentre os 11% que escutam pela internet. Com isso, finaliza-se este capítulo da Análise, e passamos às considerações finais.

6 CONCLUSÃO

O envolvimento com a comunidade sempre instigou este pesquisador e foi no jornalismo que encontrou a forma de contribuir para o desenvolvimento do lugar onde nasceu e viveu nos seus primeiros 24 anos de vida. O jornalismo comunitário, cada vez mais em evidência, atrai mais o interesse daqueles que usufruem, o faz pensar ainda mais que, para mudar a vida das pessoas e o mundo, é preciso mudar primeiro a rua, bairro, comunidade e cidade onde se vive.

Com as pesquisas realizadas nesse trabalho, descobrimos que 90% dos entrevistados ouvem a Rádio Comunitária de Estação Cocal, mesmo que às vezes, raramente ou quando alguém liga o rádio. Surpreende o número de 60%, que escutam sempre. São pessoas que buscam informações da sua localidade, seu bairro, sua rua. Descobrimos ainda que o rádio é muito presente na vida dos moradores do Distrito de Estação, apenas 10% não escutam rádio.

Entre os assuntos que mais atraem a atenção dos ouvintes da Rádio Estação Cocal, saúde, religião ficaram entre os primeiros. Geralmente nesta emissora, muito se fala nesses dois assuntos. Consequentemente, são dois assuntos que chamam atenção dos ouvintes por estarem em evidência no distrito. Saúde e segurança (que vem em terceiro) são as duas principais reivindicações da comunidade de Estação Cocal. Quanto à religião, Estação Cocal cresceu em volta da igreja católica. A Santa Missa em Estação Cocal é transmitida duas vezes, pela manhã e meio-dia.

Além das rádios de Morro da Fumaça, muitos ouvem rádios da cidade vizinha Urussanga. O centro de Urussanga e o Centro de Morro da Fumaça ficam a uma distância consideravelmente parecida. Morro da Fumaça se emancipou de Urussanga, e o distrito de Estação Cocal, ficou localizado entre essas duas cidades, como já mencionado. Até hoje Estação Cocal mantém vínculos culturais com a cidade mãe. Na verdade, Morro da Fumaça ainda depende muito de Urussanga, comarca da região, onde ficam localizados importantes serviços.

Os resultados da pesquisa mostram o que Peruzzo (2007) fala que o rádio é um veículo democrático. Foram escolhidos para a pesquisa moradores de forma aleatória, nas duas ruas onde foi aplicado o questionário. As mulheres foram a maioria das entrevistadas. São aquelas que trabalham no comércio da localidade, donas de casa, perfazendo 58%.

Na pesquisa descobrimos como a Rádio Estação Cocal FM influencia a vida das pessoas com suas notícias e informações. Isso aumenta a responsabilidade da emissora com a verdade e com a sociedade. Atualmente a rádio comunitária já realiza um trabalho social e promove campanhas contra a dengue, também incentiva a doação de sangue entre outras. Apenas 2% dizem não são influenciados e 7% não mudam de rotina por conta das informações.

Outra questão era em relação à participação dos ouvintes na programação. 57% das pessoas responderam que participam da programação da Rádio Estação Cocal FM. Maioria escolheu o telefone fixo como meio de interação. Essa interação dessas pessoas com a rádio comunitária, seja pelo telefone fixo, celular, whatsapp ou Facebook ajudam a construir a programação da rádio. Os comunicadores vão escolher tratar dos assuntos que mais interessam para seus ouvintes. As pessoas que participam acabam sendo peças fundamentais para produção do conteúdo que vai para o ar.

Quando alguém liga para rádio, reivindicando uma situação que não está conseguindo resolver junto ao poder público, por exemplo, a rádio faz o seu papel, procurando saber os motivos, tentando responder ou até mesmo trazer uma solução. Na maioria das vezes, uma rádio comunitária não tem à disposição um jornalista ou repórter de campo para estar correndo atrás de notícias de fatos e acontecimentos dentro de uma comunidade. Por isso, o próprio cidadão contribui com a emissora, enviando áudios, fotos, ligando e dando sua opinião e relatando o que está acontecendo no seu bairro. Lopes (2006) afirma que há necessidade de se estabelecer uma relação entre emissor e receptor, baseada não apenas em um único fluxo de informações, mas sim em uma maior participação social na produção de conteúdos. O público tem uma boa relação com a emissora objeto de estudo. No entanto, a pesquisa aponta que isso acontece com poucas pessoas ainda, pois 60% dos entrevistados não interagem, apenas ouvem.

Entre os programas que são apresentados na Rádio Estação Cocal FM, nota-se um equilíbrio entre os ouvintes. O programa *Ligue e Se Ligue*, apresentado pelo comunicador e também diretor da Rádio Comunitária Estação Cocal FM, está no ar desde o início da programação, é o mais escutado. Durante todas as manhãs de segunda a sexta-feira, Aguinaldo Ssolin está no ar. *A tarde é nossa* e *Entardecer Sertanejo* estão na sequência. A diferença entre o primeiro, o segundo e o terceiro é de 2% na audiência. Cada um tem um estilo diferente na apresentação de seus programas, mas o espaço democrático para que os cidadão participem é algo que todos eles tem em comum.

Quando mostrada as prévias das informações obtidas com a pesquisa para o Diretor da Rádio da Rádio Comunitária de Estação Cocal, Aguinaldo Seolin, o mesmo se surpreendeu com os números. Seolin (2017) acredita que diante todas as informações aqui levantadas, mostrando a influência que o veículo tem na vida das pessoas, aumenta a responsabilidade da Rádio Comunitária de Estação Cocal FM em seu papel social e comunitário.

Os números surpreendem os comunicadores, que, pela primeira vez, veem em números os resultados dos serviços que a rádio presta. A Rádio Estação Cocal FM foi a pioneira entre as rádios comunitárias da região a investir em um site para a transmissão de sua programação ao vivo. Porém, na região pesquisada, onde maioria consegue sintonizar a emissora através de sua frequência, poucos acompanham a programação da Rádio Estação Cocal online. Entre aqueles que compartilham as informações e conteúdos da emissora, 24% compartilham, comentam ou acompanham pela internet. Negropontes (2002) afirma que cada vez mais as pessoas estarão conectadas e que a vida digital mudará os padrões de comunicação que conhecemos. É preciso estar atendo a cada mudança e seguir o fluxo do futuro, mesmo que poucos sejam aqueles que estão conectados. A tendência é aumentar, cada vez mais, seguindo exemplos de países como Noruega e Suíça, onde as rádios são 100% digitais.

Diante dos resultados dessa pesquisa, chegamos à conclusão que a Rádio Estação Cocal FM é ouvida por grande parte dos moradores entrevistados nas duas principais ruas do Distrito de Estação Cocal. Assim como, a emissora exerce grande influência na tomada de decisões e rotina dos moradores, conforme as notícias e informações são divulgadas na emissora. E tudo isso seguindo os princípios do jornalismo comunitário, conforme Dornelles (2012) descreve, voltado para a comunidade, com matérias produzidas que devem atender aos anseios e reivindicações da comunidade, que determina quais notícias devem ser divulgadas pelo meio de comunicação, não atendendo interesse pessoal ou partidário.

Ao conhecer os receptores, conhecemos também um pouco mais da emissora e descobrimos que, da mesma forma que a rádio comunitária exerce forte influência em seus ouvintes, seus ouvintes exercem influência sobre a emissora. Por se tratar de uma Rádio Comunitária, ela não existiria se não fosse a interação e participação daqueles que são chamados de receptores, mas também podem ser chamados nesse caso, de produtores quando trazem informações, quando buscam melhorias para seu bairro e querem ver o lugar onde moram em evidência. Como vimos, utilizam a Rádio Comunitária Estação Cocal FM para

acompanhar os acontecimentos, buscar a solução dos seus problemas. São parte da edificação para um lugar melhor e não apenas da audiência.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **A trajetória e os paradigmas da Teoria da Comunicação**. Disponível em < <http://estudarjornalismo.blogspot.com.br/2012/01/trajetoria-e-os-paradigmas-da-teoria-da.html> > Acesso em 16 de agosto de 2017.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação Introdução à teoria e prática**. Rio-Lisboa, Editora Fundo de Cultura S.A, 1999.
- CASTELANELI, Jessica. **A importância de conhecer a audiência da sua rádio**. Disponível em < <https://cadena.com.br/blog/2016/03/16/a-importancia-de-conhecer-a-audiencia-da-sua-radio/> >. Acesso em 26 de maio de 2017.
- CASTILHO, Auriluce Pereira. BORGES, Nara Rúbia Martins. PEREIRA, Vânia Tanús. (orgs.). **Manual de metodologia científica do ILES Itumbiara/GO** /. Itumbiara: ILES/ULBRA, 2014.
- CÉSAR, Cyro. Prefácio. In: SANTOS, Osmar. **Como falar no rádio: prática de locução AM-FM**. 2ª. ed. São Paulo: editora IBRASA, 1990.
- CONGRESSO NACIONAL. Decreto legislativo n. 713, de 8 de novembro de 2010. **Aprova o ato que outorga autorização à Associação de Radiodifusão comunitária de Estação Cocal para executar serviço de radiofusão comunitária na cidade de Morro da Fumaça, estado de Santa Catarina**. Brasília, DF, 2010.
- COSTA, Jean Henrique. **Stuart Hall e o modelo "encoding and decoding": por uma compreensão plural da recepção**. 2012. Disponível em <https://pt.scribd.com/document/163185711/Encoding-Decoding> Acesso dia 01 de novembro de 2017.
- CRUZ, Helio Alves. DIAS, Karine Cristina. **Uma análise da percepção e satisfação dos clientes da empresa fpj comunicações em anitápolis/sc**. Disponível em <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/35722420.pdf>> Acesso em 18 de novembro de 2017.
- DE ROCHI, Rangel. Et al. **Estação Cocal: 100 anos de história**. Morro da Fumaça: Solter Indústria Gráfica Ltda, 2004.
- DOLBERTH, Aldo. **Associação de Rádio Comunitárias de Santa Catarina**. Disponível em < http://abrascosc.com.br/?page_id=3072 > Acesso em 31 de outubro de 2017.
- DORNELLES, Beatriz. **O local em destaque: jornais de bairro x cadernos de bairros**. v.9. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção. Uma visão latina – americana**. Razón y Palabra, v. 12, n. 57, 2007.
- FEIGEL, Lisiane Valnice. MALDANER. **Nilse Maria. Recepção da Publicidade: um estudo da classe social como mediação**. Disponível em <

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1147-1.pdf> > Acesso em 01 de novembro de 2017.

FERRARETTO, Luiz Artur. KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Editora Universitária da PUCRS, 2010.

GARCIA, Rafael. Como fazer um programa de rádio. Disponível em < http://audiocidades.utopia.org.br/manuais/manuais_programa_radio.html > Acesso em 12 de novembro de 2017.

GELATTI, Juliana Reichembach. **Comunicação e Recepção: um panorama dos estudos culturais e midiáticos**. Revista Anagrama – Revista Interdisciplinar da Graduação. Ano 2, Edição 4, Junho-Agosto de 2009. Disponível em <http://www.usp.br/anagrama/Gelatti_recepcao.pdf> Acesso em 28 de outubro de 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em http://www.urca.br/itec/images/pdfs/modulo%20v%20-%20como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf Acesso em 18 de novembro de 2017.

GIRARDI, Ilza. JACOBUS, Rodrigo. **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Idéias, 2009.

GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte**. 2007. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf> > Acesso em 31 de outubro de 2017.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**. Rio de Janeiro: e-pappers, 2004.

HANSEN, Cândida. **Os ex-pobres do brasil: as representações da “nova classe média” nas revistas carta capital, época, istoé e veja**. 2015. Disponível em <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/7223> Acesso em 31 de outubro de 2017.

JACKS, Nilda. MENEZES, Daiane Boelhouver. **Estudos de recepção e identidade cultural: abordagens brasileiras na década de 90**. 2006. Disponível em < www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/16/16 > Acesso em 15 de julho de 2017.

JORNAL COMUNITÁRIO. **A rádio 104.3 também parou**. Morro da Fumaça, p. 6, ed. 2, dezembro de 2005.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

KROTH, Maicon Elias. **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Editora Universitária da PUCRS, 2010

LOPES DA SILVA, Anderson. Revista Açãomidiática. **Quando o rádio já não é mais um simples eletrodoméstico: sobre as rupturas geracionais no ambiente familiar**. Universidade Federal do Paraná Programa de Pós Graduação em Comunicação. v. 2, nº 2. Ano 2012.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Política Pública de Radiodifusão Comunitária no Brasil: Exclusão como Estratégia de Contra-reforma**. Brasília: Universidade de Brasília/Unb, 2005.

LUZ, Maria Virândia de Moura. Rádio e relações cotidianas de ouvintes do povoado torrões. 2010. Disponível em < <http://www.uespi.br/prop/siteantigo/XSIMPOSIO/TRABALHOS/PRODUCAO/Ciencias%20da%20Educacao/RADIO%20E%20RELACOES%20COTIDIANAS%20DE%20OUVINTES%20DO%20POVOADO%20TORROES.pdf> > Acesso em 31 de outubro de 2017.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2001.

MATTOS, Maria Ângela. **Desafio para a afirmação e o reconhecimento da identidade teórico-epistemológica do campo comunicacional e de seus agentes acadêmicos**. In: Teorias da comunicação: epistemologia, ensino, discurso e recepção. Org. FERREIRA, Giovandro Marcus. MARTINO, Luiz Cláudio. Editora: EDUFBA, Salvador, 2007.

MELLO, Felipe Campos. **Rádios comunitárias, entre a burocracia e a Justiça**. 2016. Disponível em < <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/radios-comunitarias-eterna-luta-contr-a-burocracia-e-a-justica> > Acesso em 20 de junho de 2017.

MICHEL Margareth de Oliveira , MICHEL Jerusa de Oliveira. **Comunicação Comunitária e Cidadania - Resgate da cultura e construção da identidade**. Universidade Católica de Pelotas, 2006.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES a. Ofício n. 3.718, de 31 de junho de 2011. **Notificação de mudança de canal no PRRadCom**. Brasília, DF, 2011.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES b. Ofício n.2.275, de 26 de abril de 2011. Encaminhamento de licença para funcionamento. Brasília, DF, 2011.

MORRO DA FUMAÇA. Lei n. 1.116, de 13 de maio de 2003. **Considera de utilidade pública a associação de Rádio Difusão Comunitária de Estação Cocal**. Morro da Fumaça, SC, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ORTRIWANO, G.S. **Rádiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. Revista USP, São Paulo, n. 56, p. 66-85, dez./fev. 2002-2003.

PERUZZO, Cicilia M.K. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: MauadX, 2007.

PORTO, Mauro. A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um efeito integrado. In: Teorias da comunicação: epistemologia, ensino, discurso e recepção. Org. FERREIRA, Giovandro Marcus. MARTINO, Luiz Cláudio. Editora: EDUFBA, Salvador, 2007.

RANGEL, Jorge Antonio. **Edgard Roquette-Pinto**. Recife: Editora Massangana, 2010.

- RODRIGUES, Antônio Paiva. Pequena história do rádio e da televisão. Edição n. 965, 2008. Disponível em < <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao/> > Acesso em 15 de julho de 2017 ROQUETTE-PINTO, Edgard. **Ensaio de Antropologia Brasileira**. v. 190. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1941.
- SAINT-CLAIR, Lopes. **Comunicação – Radiodifusão Hoje**. Rio de Janeiro: Temário, 1970.
- SANT’ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas**. Disponível em < <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Radiojornalismo-no-Brasil.pdf> > Acesso em 23 de outubro de 2017.
- SEOLIN, Aguinaldo. Entrevista concedida a Samuel Morgenroth Woyciekowski. Morro da Fumaça, 10 jun. 2017.
- SERRA, João Paulo. **Manual de Teoria da Comunicação**. Universidade da Beira Interior: Livros Labcom, 2007.
- TAMBARA, Amanda Carolina. **A possível interatividade entre os ouvintes e o rádio e a inversão da Agenda-setting a partir do uso das mídias digitais**. 2015. Disponível em < <https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/ComunicacaoSocial/midiacidada/dt1-4.pdf> > Acesso em 18 de novembro de 2017.
- TAVARES, Ana Cristina. ‘Testemunha ocular da História’, ‘Repórter Esso’ fez sucesso no rádio e na TV. 2016. Disponível em < <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/testemunha-ocular-da-historia-reporter-esso-fez-sucesso-no-radio-na-tv-19930939> > Acesso em 23 de outubro de 2017.
- TRIGUEIRO, Osvaldo. **O estudo científico da comunicação: avanços teóricos e metodológicos ensejados pela escola latino-americana**. 2001. Disponível em < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista6/artigo%206-3.htm> > Acesso em 17 de agosto de 2017.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7º Ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.
- ZAPPONE, Mirian Hisae Yaegashi. **Estética da Recepção**. 2009. Disponível em < <https://pt.scribd.com/doc/157912715/ESTETICA-DA-RECEPCAO> > Acesso em 25 de outubro de 2017.

APÊNDICE A – Questionário para coleta de dados

PESQUISA DE RECEPÇÃO

Este questionário é para avaliar a influência das informações transmitidas pela Rádio Estação Cocal no cotidiano dos ouvintes que acompanham a programação. Esta pesquisa faz parte da monografia do acadêmico Samuel Morgenorth Woyciekowski, do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da Unisul, de Tubarão.

PERFIL DO ENTREVISTADO

Sexo:

☐ M ☐ F

Idade:

☐ Até 18 anos ☐ De 19 a 29 anos ☐ De 30 a 39 anos
☐ De 40 a 49 anos ☐ De 50 a 59 anos ☐ Acima de 60 anos

Escolaridade

☐ Sem escolaridade ☐ 1º grau incompleto ☐ 1º grau completo
☐ 2º grau incompleto ☐ 2º grau completo superior

QUESTIONÁRIO

1) Costuma escutar rádio?

☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

2) Ouve rádios de quais cidades?

☐ Criciúma ☐ Içara ☐ Urussanga
☐ Orleans ☐ Cocal do Sul ☐ Morro da Fumaça

3) Você costuma ouvir a Rádio Estação Cocal?

☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

4) Qual período você mais escuta a Rádio Estação Cocal?

☐ Matutino ☐ Vespertino

5) Com que frequência costuma ouvir

☐ Todos os dias (de segunda a sexta) ☐ Quando alguém liga o rádio
☐ Às vezes ☐ Raramente

6) Qual programa mais ouve?

☐ Ligue e se ligue com Aguinaldo Seolin ☐ A tarde é nossa
☐ Entardecer sertanejo ☐ Santa Missa

7) Quais assuntos tratados na Rádio Estação Cocal você mais se interessa?

☐ Segurança ☐ Religião ☐ Esporte
☐ Política ☐ Cultura ☐ Saúde
☐ Economia ☐ Educação ☐ Todos

8) As notícias/informações que você ouve influenciam no seu cotidiano?

☐ Sempre ☐ Muitas vezes ☐ Às vezes
☐ Raramente ☐ Nunca ☐ Não sabe

9) Você muda seus hábitos, rotina ou comportamento por conta de uma notícia ou informação divulgada pela Rádio?

☐ Sempre ☐ Muitas vezes ☐ Às vezes
☐ Raramente ☐ Nunca ☐ Não sabe

10) Na sua opinião, a Rádio Estação Cocal traz notícias de interesse coletivo?

☐

Sempre

☐

Muitas vezes

☐

Às vezes

☐

Raramente

☐

Nunca

☐

Não sabe

11) Como você participa da programação?

☐

Whatsapp

☐

Telefone (fixo)

☐

Telefone (Celular)

☐

Facebook

☐

Email

☐

Não participa

12) Acompanha a programação da Rádio Estação Cocal pela internet

☐

Sim

☐

Não

☐

Às vezes

13) Costuma interagir com a Rádio Estação Cocal pela internet?

☐

Acompanha pela internet

☐

Compartilha com amigos

☐

Publica comentários

☐

Não interage