

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE – UNI-BH
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – DCC
COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

RÁDIO COMUNITÁRIA
Um estudo de caso da Rádio Comunitária Cidade Nova

LETÍCIA BESSA DOS REIS

BELO HORIZONTE - MG
NOVEMBRO DE 2006

LETÍCIA BESSA DOS REIS

RÁDIO COMUNITÁRIA

Um estudo de caso da Rádio Comunitária Cidade Nova

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciências da Comunicação, do Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Sob a orientação da professora Adélia Barroso Fernandes

BELO HORIZONTE – MG
NOVEMBRO DE 2006

AGRADECIMENTOS

Porque dele, e por ele, e para ele são todas as coisas. Glória, pois, a ele, eternamente. Amém!

(Romanos 11:25)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
CAPÍTULO 1 - LINGUAGEM, COMUNICAÇÃO E COMUNIDADE	5
1.1. A linguagem como construção social da realidade	5
1.2 Idéia de comunidade	7
1.3 Comunicação e o seu papel estratégico na era contemporânea	12
CAPÍTULO 2 - AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS.....	18
2.1 Características radiofônicas	18
2.2 Rádio comunitária.....	29
CAPÍTULO 3 – A RÁDIO CIDADE NOVA	36
3.1 O programa Cidade Nova em Comunidade.....	37
3.2 O comentário do dia	41
3.3 Notícias	42
3.3.1 Denúncias e prestação de serviços.....	42
3.4 Promoções	45
3.5 A presença da religião	47
3.6 O senso comum e a informalidade da programação.....	50
3.7 A participação do ouvinte.....	53
CONCLUSÃO.....	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53

INTRODUÇÃO

A existência das rádios comunitárias no País é observada em várias regiões. Onde há uma concentração social, percebe-se uma forma de “ativismo comunicacional”. Comunicadores profissionais ou simples curiosos montam uma estrutura, muitas vezes informal, para construírem mensagens de caráter micro.

As emissoras comunitárias são um dos meios utilizados por moradores de determinadas regiões para obterem visibilidade. Sua importância não se restringe apenas ao ouvinte, mas também aos próprios “produtores” da programação que são, na sua maioria, pertencentes à comunidade na qual a rádio está inserida. Mesmo tendo sua importância, há grande dificuldade de expansão das rádios comunitárias.

A idéia de se pesquisar sobre rádio comunitária nasceu com base em experiências que, inclusive, motivaram a escolha do jornalismo como profissão. O fato de ter trabalhado cerca de dois anos em uma emissora comunitária contribuiu para perceber a carência da população local de um veículo que lhe seja próximo, o qual tenham contato direto e reconhecimento constante.

Sendo assim, esta monografia se propõe a analisar a relação entre o rádio e o público e como essas emissoras, mais especificamente a Rádio Cidade Nova (87,9 FM), se constituem.

Como objeto de análise, foi capturado o programa *Cidade Nova em Comunidade*. A escolha se deu pela diversidade de sua programação, que inclui informação e entretenimento, sendo possível averiguar os tipos de notícias transmitidas, bem como o envolvimento e participação do público. Queremos saber ainda como a Rádio Comunitária Cidade Nova configura a participação de entidades como a Prefeitura de Belo Horizonte na sua grade de programação e a Igreja, onde está localizada a emissora; como estas duas instâncias – Estado e igreja – influenciam nas programações e que características fazem a Rádio Cidade Nova ser uma emissora comunitária. Outras questões como a obediência da Rádio às leis impostas pela

legislação de radiodifusão, os principais temas informativos e de entretenimento abordados pela emissora nos programas analisados, quais as principais fontes e como se dá a participação da comunidade também desperta curiosidade.

A comunicação é a chave de tudo o que ocorre no âmbito social e marca a idade contemporânea. Essa é uma época em que os indivíduos são bombardeados com informações durante todo o tempo, em todos os lugares e por diversos meios. Muitas pessoas, ainda que não queiram se envolver com certos problemas por não as afetarem diretamente, desejam se manter informadas e por dentro dos assuntos pautados pela mídia.

Nas comunidades, esse desejo por informação não poderia ser diferente. Entendendo comunidade como um grupo que se identifica e compartilha decisões, problemas e conquistas, a comunicação torna-se fator primordial para seu bom desenvolvimento. Ao longo deste trabalho, encontramos diversas definições para comunidade que, de acordo com os autores pesquisados, vão desde uma família até o conjunto delas.

Para esta monografia foram definidas as características de uma comunidade e suas principais influências externas – entre elas a influência da mídia – e as formas de atuação dos *mass media* ante o receptor da mensagem. Para tanto, nos baseamos nos autores Gustavo Quesada (1980) e Raquel Paiva (1998). Em um segundo momento, a pesquisa volta-se para o uso da linguagem e o poder do discurso da rádio comunitária Cidade Nova, especificamente o programa *Cidade Nova em Comunidade*, tendo-se como referências principais os autores Ana Paula Ribeiro (2006), Peter Berger & Thomas Lukhmann (1998). Nesse tópico, discutimos a linguagem como espaço simbólico para construção social da realidade, destacando-a como a característica principal que diferencia uma rádio comunitária de emissoras comerciais. Ainda com base em Emílio Prado (1989) e Gisela Ortriwano (1985), buscamos a análise da linguagem radiofônica e suas características, uma vez que a análise é centrada em um programa de rádio, de caráter comunitário.

Por fim, foi feita a análise de conteúdo constituída por categorias e interpretação dos dados. Este último foi elaborado com base na gravação de oito edições do programa *Cidade Nova em Comunidade*, todas elas acompanhadas pessoalmente. As categorias de análise são as temáticas abordadas no programa, as datas de veiculação, a linguagem, as propagandas comerciais, a presença da religião e da prefeitura, a participação do ouvinte, bem como as informações noticiosas. Todos estes tópicos foram analisados separadamente.

CAPÍTULO 1

LINGUAGEM, COMUNICAÇÃO E COMUNIDADE

1.1 A linguagem como construção social da realidade

Para entender o papel das rádios comunitárias e a importância da mídia como referencial de mundo na era contemporânea, é preciso levantar considerações sobre a linguagem como parte da construção das relações sociais e de realidade.

O homem estabelece uma relação dialética com o mundo, isto é, ao mesmo tempo em que entende o mundo por meio da linguagem, usa a linguagem para transformá-lo. Quando nascem, os homens já encontram uma realidade objetiva, institucionalizada, cheia de regras que têm que aprender. Por outro lado, existe uma realidade subjetiva, a forma como cada indivíduo apreende a realidade. Dessa forma, o ser humano pode ser transformador da vida social. Assim, via linguagem, constrói-se uma nova realidade, alterando-se o mundo objetivo existente (BERGER & LUKHMANN, 1998).

Ana Paula Ribeiro (2006) recorre ao pensador Ferdinand Saussure, que considerou que a linguagem verbal (oral e escrita) não poderia ser objeto apenas da lingüística, dada suas diversas formas. Falar envolve o psíquico, a natureza fisiológica, física, social, individual e pode ser pensada tanto como dimensão estática quanto evolutiva e dinâmica.

“Saussure concluiu, por tudo isso, que a linguagem na sua totalidade era incognoscível. Para estudá-la, seria necessário fazer um recorte que a tornasse um objeto mais simplificado. Propôs, então, que se privilegiasse a língua” (RIBEIRO, 2006, p. 2). Esta, ao contrário da fala, mostra-se como bem coletivo, anterior ao indivíduo que se impõe como uma “força coercitiva”. Então, Saussure reconhece que a linguagem tem um aspecto mais formal, a língua, e outro mais dinâmico e complexo, a fala, ou o discurso.

Ana Paula Ribeiro (2006) considera Roland Barthes como marco nos estudos lingüísticos, pois ressalta o poder e o discurso como questões de suma importância para análise da linguagem.

A lingüística deixa de ser pensada apenas como um sistema abstrato de regras e passa a ser articulada a seres de carne e osso, que não só criam essas regras através de suas práticas sociais cotidianas, mas que também as tornam vivas através dessas mesmas práticas (RIBEIRO, 2006, p. 3).

Iniciando seus estudos de forma desafiadora e influenciado pela lingüística saussuriana, Barthes passa a enxergar “toda e qualquer atividade humana como linguagem”. Ao estudar objetos como cozinha, cinema, luta-livre ou o simples ato de fotografar alguém, o autor “queria chamar a atenção para os significados ocultos que, desprevenidamente, consumimos nos diferentes discursos” (RIBEIRO, 2006, p. 3).

Ao denominar poder como a capacidade das autoridades de impor suas idéias sem que essa imposição seja percebida pelos sujeitos, Barthes esclarece que esse também é o papel da ideologia.

Segundo Ana Paula Ribeiro, Barthes também sofre influência do autor marxista Mikhail Bakhtin.

Barthes continua considerando a denotação como o sistema de significação primeiro, sobre o qual a conotação se constrói. Só que, agora, ela deixa de ser concebida a partir da idéia de sentido literal, neutro. Este [o poder] deixa de ser pensado como dominação que se impõe ao discurso através do uso ideológico (naturalmente e universalizante) de significados já dados. Barthes, como já dissemos, não concebe mais a existência de um nível de significação primeiro, literal e neutro. Todo discurso é ideológico. (...) O poder mora no interior do próprio discurso. Faz parte da sua arquitetura textual. Todo dispositivo de enunciação é um dispositivo de poder (RIBEIRO, 2006, p. 5).

Ao afirmar que o poder está presente em todas as áreas da vida, nas atividades e pensamentos dos homens, o semiólogo Barthes volta à questão da linguagem e a define como

objeto do poder. O meio pelo qual é efetivada a dominação. No entanto, o autor questiona e luta contra a idéia de que não há como resistir ao poder.

A desconstrução do poder é possível exatamente porque o discurso é polifônico. Se ele é arena (território de conflito e luta), o poder (a dominação) não pode ser nunca alguma coisa plástica, calma, tranqüila e estável. O poder nos discursos é sempre resultados de processos dinâmicos, incessantes, instáveis. O sentido nunca se fecha, esse é um princípio fundamental (RIBEIRO, 2006, p. 9).

Então, a linguagem é construída pelo homem e, ao mesmo tempo, a linguagem carrega sentidos e participa de uma luta para conseguir influenciar o outro, na busca incessante de poder e influência. A realidade, e a interpretação dessa realidade, é uma construção coletiva da linguagem. Portanto, analisar comunicação e discursos radiofônicos é, em última instância, verificar como os homens constroem seu mundo e suas relações.

1.2 A idéia de comunidade

Apresentada a discussão sobre linguagem e realidade social, neste tópico, a proposta é apresentar elementos que caracterizam uma comunidade e a diferenciam da sociedade de modo geral.

Raquel Paiva (1998) aponta, em primeira instância, o grande valor da globalização como ponto chave para a ordenação social. No mundo globalizado há uma tendência em atomizar os indivíduos, torná-los independentes – capazes de agirem conforme o próprio pensamento.

Apesar de indicarem ordens sociais opostas – a estrutura comunitária e o propósito de globalização – pode-se admitir a existência de pelo menos um elemento de atração entre elas, porque, mesmo possuindo diretrizes tão distintas, a primeira é freqüentemente invocada no ambiente em que impera, como tendência e sistema vigente, à segunda (PAIVA, 1998, p. 23).

O receio de tornar-se desconhecido, pulverizado em meio à imensidão do mundo globalizado, faz com que o indivíduo procure algo ou alguém que o perceba como pessoa, como parte integrante do processo. A comunidade tem, nesse contexto, um papel fundamental.

Há a idéia de “comunidade como existência”. O indivíduo encontra-se constantemente ligado, em relação com os demais membros do grupo. É impossível viver sozinho. As características de cada um, ao se juntarem, é o que “vai definir as produções de um povo, bem como sua relação com a natureza, sua forma de olhar ao redor” (PAIVA, 1998, p. 90).

A autora traça um paralelo entre globalização e comunidade esclarecendo o fato de que “a globalização instala-se muito mais como uma postura de mercado, um ordenamento da atuação das megaempresas, as *Transnational Corporations*” (PAIVA, 1998, p.26). No entanto, a forma como cada região será afetada dependerá da cultura, religião, formas de expressão, política, entre outros fatores determinantes para a formação de uma comunidade.

Raquel Paiva (1998) destaca o fato de que as próprias instituições políticas e econômicas já percebem as vantagens conquistadas por meio de uma comunidade, sendo esta entendida como uma “sociedade civil saudável e dinâmica” (PAIVA, 1998, p. 27). A comunidade tem um papel transformador, pois os indivíduos passam de sujeitos egoístas a cidadãos “imbuídos de espírito público”.

O espanhol Gustavo Quesada (1980, p. 14) defende que a comunidade significa sua gente:

a comunidade existe essencialmente em função do *povo* que nela reside ou se identifica. Uma comunidade não é apenas uma coleção de edifícios ou de divisões políticas. Enquanto que tais aspectos não devem se passar por alto, uma concentração excessiva neles pode levar o analista a se esquecer que o significado principal duma comunidade está na sua gente.

“A idéia de comunidade é fundamental no pensamento romântico alemão e trafega por conceitos como povo, nação, estado e sociedade” (PAIVA, 1998, p.67). A fim de conceituar comunidade, Raquel Paiva recorre, em primeiro lugar, ao pensador francês Jean-Luc Nancy. Para ele, a idéia que se tinha antigamente de um grupo que prestava ajuda mútua, compartilhava os mesmos preceitos religiosos, culturais e políticos não passa de um mito.

Outras duas perspectivas de análise são uma visão psicológica e outra sociológica do conceito de comunidade. À luz da psicologia, a comunidade provém do relacionamento entre os membros de um grupo que se identificavam. Já em uma perspectiva sociológica,

(...) trata-se de uma relação social radicalmente distinta, onde existe a possibilidade de participação nas decisões que o grupo deve tomar, vigindo o direito de ser consultado, de formular propostas, a tônica da cooperação (PAIVA, 1998, p. 71).

Raquel Paiva salienta ser o desejo comum o que caracteriza o grupo. Tönies, citado pela autora, afirma que, basicamente, se na sociedade o que prevalece é a vontade individual, com seus membros fortemente individualizados, na comunidade, é a vontade comum e o interesse coletivo que predominam.

Raquel Paiva ressalta a diferença entre sociedade e comunidade. Esta é entendida como grupo de pessoas que se identificam por afetividade/proximidade e aquela, por sua vez, “quanto mais inserida na produção abstrata das relações e das intermediações com o real, cria recursos maiores e mais eficientes para substituir os ingredientes tradicionais de identificação” (PAIVA, 1998, p. 76).

Para valorizar ainda mais o conceito de comunidade, a autora o diferencia da idéia de sociedade, agora tomando como base o filósofo alemão Friedrich Schleiermacher.

A primeira [sociedade], formada pelo que chamou de filhos do mundo, é composta pelos indivíduos envolvidos com o trabalho organizado e integra uma forma de sociedade identificada com a estrutura atual vigente, centrada no indivíduo como força socialmente organizada e preocupada em subjugar a natureza. A segunda [comunidade] é integrada pelos filhos do espírito, cujos indivíduos estão preocupados em estabelecer relacionamentos profundos. Essa

comunidade ideal ainda não existe no real, apesar da intenção de homens preocupados em manter relações fundadas na amizade e no amor (PAIVA, 1998, p. 119).

Em suma, quanto mais próximos estivermos uns dos outros e valorizando os mesmos ideais de vida, mais nos aproximamos dos propósitos comunitários.

Paiva (1998) ainda discute a importância da família como ponto crucial do processo de formação de um grupo. A família é um produto do sistema social (afetando, portanto, a cultura desse sistema), e assume um novo papel na sociedade contemporânea.

Este novo perfil da estrutura familiar, que na aparência pode assemelhar-se à tradicional, conserva da anterior apenas o sentimento de pertencimento, porque se fizeram frágeis praticamente todas as bases que fundavam a família até então conhecida (PAIVA, 1998, p. 37).

A importância da família, agora, concentra-se no sentido de acumular riquezas, inserir-se no mercado de trabalho, tomar decisões. Pai, mãe e filhos compõem uma minicomunidade.

O povo vive e trabalha nas suas comunidades e as estruturas – econômicas, sociais e políticas – originam-se neste nível. (...) Mas a qualidade e a vitalidade duma comunidade é representada pelas qualidades das famílias que nelas residem (QUESADA, 1980, p. 19).

Para viabilizar as ações comunitárias que garantem essa proximidade do grupo são necessárias algumas propostas. “Com o afastamento do Estado, da cena pública, eximindo-se de responsabilidade principalmente do setor social, as populações descobrem-se sem respaldo para resolver suas mais corriqueiras atividades” (PAIVA, 1998, p. 127). Talvez, por isso, as cooperativas sejam apontadas como formato possível de comunidade, uma vez que

(...) a cooperativa é uma sociedade de pessoas que podem até ser diferentes, mas que possuem objetivos comuns, e movidas por eles montam uma estrutura para tentar resolver parte de seus problemas (...). Distingue-se de empresas comuns por não visar lucro (PAIVA, 1998, p. 151).

Raquel Paiva também deixa claro que, independentemente das visões apresentadas, “falar de comunidade significa ter sempre de entrar no campo religioso, principalmente

cristão, porque estão implícitos os conceitos de fraternidade, reciprocidade, confiança e comunhão” (PAIVA, 1998, p. 84).

Os serviços prestados *para e pelo* grupo também constituem fatores que promovem a identificação. É o caso, como pontua Quesada (1980, p.15), da linha de ônibus, do jornal local e, mais uma vez, a igreja, que servem como catalisadores dessa identidade. “Tais organizações nada mais são do que configurações duradouras dos comportamentos, crenças e normas que são percebidas pelo grupo como essenciais à sobrevivência de sua estrutura social”.

A ‘perspectiva de unidade’ marca a idéia de comunidade. “A tendência à comunhão, à fusão é a marca mais fundante do espírito comunitário” (PAIVA, 1998, p. 116). As regras impostas ao grupo, à civilização, devem existir no sentido de proteger seus membros contra os “instintos hostis do homem”. Seguindo-se o parâmetro de uma comunidade ideal, pode-se concluir que viver em comunidade seria, *a priori*, viver um nível de vida elevado, pois afinal estaremos em comunhão uns com os outros.

Aponta-se aí a importância dos veículos específicos de cada grupo como fonte de informações de interesses comuns.

A premência por veículos de comunicação alternativos instala-se dentro dum horizonte em que as grandes redes de informação passam a monopolizar a versão pública sobre os fatos e sobre a verdade. Trata-se do momento em que restam poucas opções diferentes do espectro oferecido, que se corporifica como oficial. A padronização do enfoque e a impregnação pelo consumo propiciam, no esgotamento das formas, também a perspectiva de opções até então alijadas. Este é o panorama que permite a inserção de novos atores informativos e novas propostas comunicacionais (PAIVA, 1998, p. 153).

Os veículos comunitários assumem não só o papel de informar, mas de constituir informações de interesse *da e para* a comunidade. Esses meios de comunicação devem contar com a participação dos membros da comunidade no sentido até mesmo de produzi-los. É o que defende Ciro Marcondes Filho, citado por Paiva, ao argumentar que jornalismo

comunitário e conceito político caminham juntos. A comunidade deve identificar-se com os veículos de informação a ponto de obter força política.

O que verdadeiramente impõe-se em primeira instância é a reflexão sobre a estrutura comunitária, a sua força política e a inserção e papel dum veículo comunitário. Mesmo porque, sua característica fundamental é a de planejar e fornecer subsídios para o processo dialógico e bidirecional, além de participativo (PAIVA, 1998, p. 156).

1.3 Comunicação e o seu papel estratégico na era contemporânea

É impossível pensar a sociedade contemporânea sem a existência dos meios de comunicação de massa. A internet, os jornais, as revistas, o rádio e a TV assumem o papel de informantes e de formadores de opiniões. Por meio deles ficamos sabendo desde a falta de água em um determinado bairro da cidade até a divulgação de manifestações populares, guerras, disputas políticas, etc.

O acesso a essa rede de informações possibilitou reflexão e posicionamento crítico da população ante uma série de fatores determinantes para desenvolvimento da sociedade.

Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social (THOMPSON, 1998, p. 19).

Para Thompson (1998), a mídia detém o poder simbólico. Poder refere-se à capacidade de agir para alcançar os próprios interesses, é poder intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências. Essa definição é apontada a fim de justificar a influência dos *mass media* como instância detentora do poder simbólico. Esse tipo de poder provém da “produção, transmissão e recepção de significados” – o que também não implica dizer que os meios de comunicação de massa não possuam características dos poderes econômico, político e coercitivo apontados pelo autor.

Nesse sentido, Thompson fundamenta seu argumento baseado na idéia de que “a comunicação é um tipo distinto de atividade social (...) e implica a utilização de recursos diversos” (THOMPSON, 1998, p. 25). A junção desses recursos e a maneira como são administrados é o que determinará os resultados, isto é, a informação final.

O meio técnico é o primeiro meio a receber destaque enquanto transmissor da mensagem. Não há como repassar uma informação sem que haja um recurso técnico como mediador. A utilização desses meios leva-nos a outro ponto que, mais do que nunca, será determinante no exercício do poder: a fixação. Cada recurso acarretará em uma forma de fixar/documentar a mensagem; são considerados “mecanismos de armazenamento de informação” que poderão ser disponibilizados posteriormente.

Outra consequência dos meios técnicos é a sua capacidade de reprodução que facilitará o exercício do poder da mídia, uma vez que “as formas simbólicas podem ser ‘mercantilizadas’, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado” (THOMPSON, 1998, p. 27). Ainda sobre os recursos técnicos utilizados pelos *mass media*, o livro apresenta questões como o distanciamento espaço-temporal entre a fonte e o receptor da mensagem, ampliação da informação – tendo em vista as diversas formas de transmissão à distância – e seu processo de codificação.

Como características dos *mass media*, Thompson (1998) aponta o seu desenvolvimento com base na exploração das inovações tecnológicas, a mercantilização das formas simbólicas – atribuindo a elas o que o autor chama de “valorização econômica” e que permite sua troca no mercado –, a dissociação feita pelos meios de comunicação de massa entre a produção e recepção das formas simbólicas (tendo em vista que cada um é realizado em contextos distintos), a disponibilidade/aceso às informações e, por fim, a “circulação pública das formas simbólicas”.

Os produtos da mídia, por sua disponibilidade, em princípio, a uma pluralidade de receptores, têm intrinsecamente um caráter público, no

sentido de que estão “abertos” ou “disponíveis ao público”. O conteúdo das mensagens da mídia se torna público, isto é, visível e verificável, a uma multiplicidade de indivíduos que podem estar situados em contextos os mais diversos (THOMPSON, 1998, p. 36).

Thompson (1998) não destaca como mal entendido apenas o que se refere à “massa”, mas também à “comunicação” dado o sentido único do fluxo da mensagem. “Por isso, os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica” (THOMPSON, 1998, p. 31).

Há ainda uma inovação que causou profundas mudanças na sociedade moderna, por parte da mídia: a simultaneidade. O ‘distanciamento espacial’ não é mais sinônimo de ‘distanciamento temporal’. A população passa a ter novas experiências que irão alterar o modo de pensar, agir e os próprios costumes. A instantaneidade começa a fazer parte do cotidiano dos indivíduos (cobra-se mais agilidade no trabalho, na escola, etc.), bem como o contato com “outros mundos” sem sair do lugar.

Nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, de nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas (...). Ao alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos meios de comunicação modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos – isto é, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sentem pertencer (THOMPSON, 1998, p. 38).

Isso não implica dizer, porém, que o receptor está condicionado ao conteúdo transmitido pelos *mass media*. Ele não se comporta como assistente passivo. Pelo contrário, é capaz de modificar, reelaborar e trabalhar as informações que lhe são transmitidas de forma completamente alheia às intenções iniciais dos produtores do conteúdo.

A idéia de que o processo de recepção da informação é um processo sem problemas e acrítico deve ser descartada. Abandonamos a crença de que os indivíduos simplesmente

absorvem o conteúdo, “como uma esponja absorve água”, e passamos a defender o fato de que eles também fazem parte do processo de construção das idéias.

A recepção das informações dependerá das condições socioeconômicas e históricas dos destinatários, entre outros fatores. Isso implica dizer que o significado das mensagens é completamente mutável e complexo, sendo transformado constantemente. Thompson aborda, ainda, a inevitável reflexão baseada nas informações adquiridas pelos *mass media*. É pela compreensão dos significados que “estamos constantemente modelando e remodelando nossas habilidades e nosso cabedal de conhecimento, testando nossos sentimentos e gostos e expandindo os horizontes de nossa experiência” (THOMPSON, 1998, p. 46).

Thompson aponta a *globalização da comunicação* como uma tendência. Essa se refere à transmissão de informações pelo mercado internacional, principalmente via “agências de comunicação” localizadas nos principais centros comerciais do mundo. “As redes de comunicação ligando as regiões periféricas dos impérios com os centros europeus, estabeleceram o começo de um sistema global de processamento de comunicação e informação que se ramificou e se complexificou cada vez mais” (THOMPSON, 1998, p. 75).

Adriano Duarte Rodrigues (1990) salienta o papel de centralidade que o campo midiático assume na contemporaneidade. Ele argumenta que o campo da comunicação teve sua autonomia com a emergência da modernidade. Nesse momento, os *mass media* passam a ser mediadores dos diversos setores sociais, que buscam visibilidade e transparência.

O autor apresenta três modelos comunicacionais: o modelo informal da comunicação tradicional, o modelo da comunicação moderna e o modelo reticular da comunicação informatizada.

A comunicação na sociedade tradicional tende a incluir os membros da coletividade em seu território e a oralidade é o modelo de expressão privilegiado de comunicação. Rodrigues também expõe a questão do direito à palavra. Nessa modelo informal

a própria distribuição do direito à palavra e do dever de falar não é habitualmente fundamentada em desigualdades de natureza econômica, social ou política; fundamenta-se antes no reconhecimento pelos outros de uma apropriação desigual da memória mítica coletiva [...]. É porque, nas sociedades tradicionais, este reconhecimento depende em grande parte das sucessivas etapas da socialização, ritualmente celebradas e patentes aos olhos de todos, que este direito e este dever de falar é habitualmente reconhecidos aos mais velhos e negado aos mais novos (RODRIGUES, 1990, p.129).

A coerência e as normas coletivas são fundamentadas na tradição e na referência a um território comum. Nessa perspectiva, as mídias comunitárias apresentam-se como representantes dessa comunicação tradicional.

O modelo da comunicação moderna, por sua vez, surge com a intenção de “autonomizar a linguagem em relação às restantes dimensões da experiência” (RODRIGUES, 1990, p, 130). A eficácia desse modelo é baseada, entre outras, nas transformações que consegue induzir no mundo. Essa autonomia proporciona o aumento de profissionais e de técnicas de comunicação.

É por isso que, na modernidade, o direito à palavra e o dever de falar passam pelo reconhecimento de uma competência específica, de natureza propriamente profissional, de um saber intimamente relacionado com o acesso aos meios técnicos de comunicação e com a sua adequada manipulação, e não pela assimilação das normas tradicionais assegurada pela sujeição a rituais coletivos de socialização (RODRIGUES, 1990, p. 131).

Todas essas mudanças acarretaram na divisão da estrutura social. Não é mais o território comum, como no modelo anterior. Já o modelo da comunicação reticular tem uma proposta mais ampla. Ele possibilita a comunicação à distância, independente do grupo social ou cultural ao qual se pertence. Isso se torna possível pelo fato do modelo reticular consistir em duas redes: uma de circulação de mensagens “conservadas numa espécie de memória central a que os utentes estão conectados por circuitos eletrônicos, e uma rede aleatória e transversal á primeira, interconectando os utentes entre si” (RODRIGUES, 1990, p. 133).

Importante observar que os modelos de comunicação mencionados coexistem em um mesmo território. Não se dá numa uma escala evolutiva, mas são compatíveis entre si. Nas rádios comunitárias, por exemplo, há manifestações distintas de cada um deles. Ao passo que o veículo conta com uma linguagem autônoma, com regras próprias, muito do que é transmitido está relacionado com as tradições do grupo a qual pertence e refere-se a um território comum. A comunicação reticular também se faz presente, uma vez que as emissoras comunitárias têm realizado uma comunicação mediatizada com seus ouvintes, por meio da internet, por exemplo.

CAPÍTULO 2

AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

2.1 Características radiofônicas

Segundo Gisela Ortriwano (1985), apesar de alguns amadores terem realizado experiências com transmissões radiofônicas na cidade de Recife, em 1919, o rádio foi oficialmente inaugurado em 7 de setembro de 1922 em meio às comemorações do Centenário da Independência. Na ocasião, o discurso do então presidente Epitácio Pessoa é transmitido por meio de 80 receptores especialmente importados para esta data.

Definitivamente, podemos considerar 20 de abril de 1923 como a data de instalação da radiodifusão no Brasil. É quando começa a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, impondo à emissora um cunho nitidamente educativo (ORTRIWANO, 1985, p. 13).

O rádio, nessa época, é considerado um meio elitizado de comunicação. Aparelhos são encomendados do exterior e a própria programação destina-se aos intelectuais que buscam informações culturais e educativas. No entanto, ainda na década de 20, “o rádio já começa a espalhar-se pelo território brasileiro” (ORTRIWANO, 1985, p. 14). Inicialmente, as emissoras surgem como clubes ou associações dirigidas por aqueles que acreditam na potencialidade do novo meio.

Nessa primeira fase, o rádio se mantinha com mensalidades pagas pelos que possuíam aparelhos receptores, por doações eventuais de entidades privadas ou públicas e, muito raramente, com a inserção de anúncios pagos, que, a rigor, eram proibidos pela legislação da época. E também eram feitos apelos para que os interessados aderissem à emissora como sócios, ajudando a mantê-la (ORTRIWANO, 1985, p.14).

Um dos fatores que levaria esse veículo de comunicação a sofrer uma grande mudança em termos de estrutura e linguagem é a publicidade. Nos anos 30, o rádio já não depende apenas de doações, mas conta com contratos comerciais que garantem sua sobrevivência. O primeiro documento que permite a veiculação de comerciais publicitários só foi publicado nove anos após a implantação do rádio no Brasil (1º de março de 1932).

O governo mostra, a partir dos anos 30, preocupar-se seriamente com o novo meio, que definia como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”...passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhe bases econômicas mais sólidas, concretizadas pelo Decreto nº 21.111, que autorizava a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, fixada em 25% (ORTRIWANO, 1985, p.15).

Com os comerciais sendo integrados à programação, as transmissões vão, aos poucos, perdendo seu caráter intelectual, caracterizando-se cada vez mais como popular. Segundo Ortriwano, a preocupação ‘educativa’ vai sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis. A autora também aponta como marco do processo da radiodifusão sua reformulação estrutural. Esta se dá a fim de atender à nova demanda. O rádio passa a deixar de lado as improvisações e

estrutura-se como empresa, investe e passa a contratar artistas e produtores. Os programas são preparados com antecedência e a preocupação está voltada para conseguir cada vez mais audiência, popularizando-se, criando os primeiros ídolos populares (ORTRIWANO, 1985, p.16).

Em meio a tudo isso, uma série de emissoras surge criando novas programações até que, em 1935, ocorrem dois fatos marcantes para o desenvolvimento da programação nas emissoras brasileiras. A rádio Kosmos, de São Paulo, depois Rádio América, cria o primeiro auditório e, a partir daí, vulgarizam-se as transmissões com a participação do público, inclusive os programas de auditório.

Ainda nos anos 30, em virtude do grande interesse do presidente Getúlio Vargas nesse meio de comunicação, é criado o Departamento Oficial de Propaganda – DOP, transformado, posteriormente, em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – quando surge a “Voz do Brasil” e o Departamento de Imprensa e Propaganda, que fiscalizava o conteúdo das programações.

Ortriwano ressalta o surgimento da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 12 de setembro de 1936. “A partir da Rádio Nacional, o rádio desenvolve-se organizado burocraticamente (...). Seu canal cobria todo território e até o exterior com seu sinal que chegava a atingir a América do Norte, Europa e a África” (ORTRIWANO, 1985, p. 18). Em 1940, a Rádio Nacional passa a ser um instrumento de afirmação do regime ditatorial de Getúlio Vargas.

A década de 40 é conhecida como a Era de Ouro do rádio brasileiro. É a época em que começam a acirrar a concorrência, sempre em busca de novos públicos. A corrida para aumentar a audiência é constante, o que garante os vultosos investimentos comerciais – disputados até mesmo entre os veículos impressos. Em 1940 estouram as radionovelas e os “jornais falados”, com destaque para o Repórter Esso (1941) que veio suprir a necessidade de nos colocarmos a par do que acontecia na II Guerra Mundial.

Nos anos 50 o rádio toma novos rumos. A Era de Ouro chega ao fim bem quando surge um novo meio de comunicação: a TV. “Ela vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade” (ORTRIWANO, 1985, p. 21).

Dessa forma, o rádio concentra-se na procura de uma nova linguagem. Diminui a quantidade de programas produzidos, troca os grandes astros por discos gravados, “as novelas pelas notícias e as brincadeiras pelos serviços de utilidade pública” (ORTRIWANO, 1985, p. 21).

O que faz com que o veículo dê ‘a volta por cima’ no campo da comunicação é a chegada, no Brasil, dos transistores.

Das produções caras, com multidões de contratados, o rádio parte agora para uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços. Aliado a outros avanços tecnológicos, o transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir rádio a qualquer hora em qualquer lugar, não precisando mais ligá-lo às tomadas” (ORTRIWANO, 1985, p. 22).

Nos anos 60 ocorre o investimento em programas de utilidade pública, por parte das rádios, introdução do esquema de “música exclusivamente música” (planejado por José Mauro, da Rádio Tamoio) e o surgimento das primeiras emissoras em FM – frequência modulada. O auge das transmissões FM ocorre na década de 70, a pioneira foi a Rádio Imprensa do Rio de Janeiro.

Nessa época, o rádio também começa a apostar na programação “mais falada” a fim de estreitar o diálogo com o público ouvinte; tende a se especializar (direcionando a programação a faixas sócio-econômicos-culturais específicas) e explora a transmissão ao vivo de notícias. Além disso,

(...) o governo mostra sua preocupação em relação à expansão e ao conteúdo da radiodifusão sonora, criando, em 1976, a Radiobrás – Empresa Brasileira de Radiodifusão. Pela lei que a instituiu, a Radiobrás tem como finalidades básicas: organizar emissoras, operá-las e explorar os serviços de radiodifusão do Governo Federal (ORTRIWANO, 1985, p. 24).

Outra inovação no período são as agências de produção radiofônicas que vendem os programas que uma emissora de pequeno porte não tinha condições estruturais e financeiras de fazê-los.

A década de 80 torna-se palco de uma série de inovações tanto tecnológicas como em termos de linguagem. É quando “a Rádio Jornal do Brasil FM, do Rio de Janeiro, torna-se a pioneira na utilização do *compact disc audio digital*, ou seja, o disco digital com leitura a

laser” (ORTRIWANO, 1985, p. 26). O novo sistema alastra-se, então, pelos demais veículos. Em 1983, surge o primeiro Jornal Nacional de Rádio. Este passa a ser transmitido por 60 emissoras implantadas em 16 estados, via Embratel. Por fim, mas não menos importante, os anos 80 é marcado por um tipo de transmissão que se torna paixão nacional: a esportiva.

O rádio esportivo sempre foi muito participante, muito vibrante, gerando polêmicas, um dos setores mais opinativos de toda a programação (...). A criação de “imagens mentais” é tão poderosa, a ponto de ser muito mais emocionante ouvir uma partida pelo rádio do que assistí-la no próprio estádio (ORTRIWANO, 1985, p. 26).

O Brasil ocupa o segundo lugar no quadro mundial quanto ao número de emissoras comerciais instaladas, superado apenas pelos Estados Unidos. Atualmente, o que vem caracterizando a programação é a segmentação. O rádio percebe a necessidade de valorizar questões regionais, ligadas à comunidade, além de especializar-se [...]. “Acabou ocorrendo a necessidade de atender ao mercado, onde existem diversas faixas sócio-econômicas que precisam ser exploradas adequadamente” (ORTRIWANO, 1985, p. 29). Nesse contexto, também ganham força as rádios livres (ou piratas).

As emissoras de rádio clandestinas existiram desde o início da radiodifusão. Mas, a partir dos anos 70, o fenômeno das rádios livres ganhou impulso político, associado a movimentos libertários, principalmente na Itália e na França. E proliferaram as emissoras locais muitas das quais transmitiam para um raio pouco maior do que um quarteirão (ORTRIWANO, 1985, p. 34).

Contudo, as rádios livres enfrentam sérios problemas desde aquela época. Alguns exemplos são o monopólio da radiodifusão que impedem o desenvolvimento das emissoras livres, além dos problemas ligados à publicidade e a fiscalização.

Depois que as rádios livres tornaram-se conhecidas fora dos limites da cidade, o Dentel [Departamento Nacional de Telecomunicações] anunciou uma fiscalização rigorosa (...). O medo maior dos responsáveis por essas transmissões é a penalidade prevista no art. 70 do Decreto-lei nº 236 (...): “Constitui crime punível com a pena de detenção de um a dois anos, aumentada da metade se houver dano a terceiro, a instalação ou utilização de telecomunicações, sem a observância do disposto nesta lei e nos regulamentos” (ORTRIWANO, 1985, p. 35).

Há reivindicações em prol da “existência de um espaço para emissoras alternativas, de pequeno alcance e que não explorem a publicidade comercial” (ORTRIWANO, 1985, p. 35), mas é algo sem previsão de resposta – o que não impede a continuação das transmissões clandestinas.

Por ser um veículo popular, são consideradas como peculiares características do rádio a linguagem oral – possibilitando o acesso à informação à grande parcela de analfabetos existente no Brasil –, a abrangência e fácil penetração desse meio de comunicação em qualquer lugar do País, sua mobilidade, baixo custo de produção e aquisição se comparado aos veículos impressos e à TV, o imediatismo, instantaneidade, a sensação que provoca no ouvinte por meio dos efeitos e sua autonomia.

O produto radiofônico – mensagem – precisa respeitar todas as características do meio e as condições de recepção, devendo estar entre as preocupações básicas do emissor o fato de a mensagem radiofônica estar destinada a ser apenas ouvida (ORTRIWANO, 1985, p. 83).

O fato de não transmitir imagens não torna o rádio inferior ante as emissoras de TV. Pelo contrário, dá margem a novas possibilidades, como a capacidade de estimular o imaginário do público.

A necessidade de repensar as modalidades, tecnologias empregadas na transmissão de informações, recursos, valores e público do rádio é uma das idéias defendida por Emílio Prado (1989). O autor ainda destaca a importância do ouvinte nas emissoras radiofônicas. A relação emissor-meio-receptor é, segundo ele, ultrapassada e não atende à demanda constituída por ouvintes assíduos que carecem de atenção; que precisam ser percebidos na sua “individualidade”.

Prado levanta polêmicas ao defender que a locução deve ser feita pelo mesmo profissional que redigiu a notícia. Ao que se sabe, esse não é o costume das emissoras de

rádio, em sua esmagadora maioria. Ainda assim, o autor afirma: “para um rádio informativo, ágil e dinâmico é absurdo a divisão entre redação e locução. Estas duas ações devem confluir na mesma pessoa, com o que se ganhará autenticidade na expressão” (PRADO, 1989, p.19). Interessante observar que já no prefácio, de autoria do jornalista Heródoto Barbeiro, essa idéia é discutida e leva-nos à reflexão. Ele discute que o saber redigir uma notícia e dizê-la no microfone, por exemplo, é considerado fundamental para qualquer jornalista independente da função que exerce em uma redação de jornal.

Ao defender a locução como uma atividade a ser feita o mais natural possível, Prado comenta que os erros contribuem para a maior aproximação com o ouvinte, uma vez que propicia a cumplicidade, ‘humanização da expressão’.

As dificuldades técnicas vivenciadas nas redações de TV contribuem, ainda mais, para elevar o rádio a uma posição de destaque. Entre as diversas especificidades do meio, está a escrita.

Ao escrever um texto jornalístico para o rádio é preciso sentar-se diante da máquina de escrever pensando que se vai elaborar um texto para ser ouvido, para ser contado, e não para ser lido. Esta atitude facilitará a difícil tarefa de oferecer em umas poucas frases, breves e simples, a mesma informação que no jornal ocupará vários parágrafos de elaboração literária “brilhante” (PRADO, 1989, p. 29).

Essa linguagem de fácil acesso é justificada, entre outros, pelas diferentes situações de audiência e a diversidade do público. Executivos, estudantes, donas de casa, intelectuais e uma gama de outros profissionais podem estar ouvindo o mesmo programa, sem a necessidade de uma formação adquirida anteriormente para fazê-lo. O rádio elimina expressões desconhecidas pela massa, é dinâmico, rápido e objetivo, mas nem por isso incoerente.

Emílio Prado (1989) argumenta que a linguagem radiofônica não é exclusivamente oral, mas composta também pela música, ruídos, efeitos especiais e o próprio silêncio. Esse

elemento é, ainda, erroneamente utilizado principalmente no radiojornalismo. Muitos veículos deixam de explorar os recursos disponíveis, adequando-os apenas aos programas de entretenimento. O resultado torna-se um noticiário frio, sem emoção que diminui as possibilidades expressivas e comunicativas do meio.

Se o rádio atinge diversos públicos e depende – além dos recursos técnicos – da fala, pode-se considerar o uso da linguagem oral um fator de suma importância para o bom desenvolvimento do veículo. Indiscutivelmente, é preciso estar atento à forma com que se fala eliminando do texto, ou reduzindo ao máximo, os advérbios e adjetivos, pois trazem pouca informação. O verbo, contudo, é o ator principal e deve ser manejado sabiamente. Justifica-se tal afirmativa tendo em vista que “na redação radiofônica informativa, o verbo tem que ser utilizado no presente do indicativo e em voz ativa. O passado não é notícia em rádio” (PRADO, 1989, p. 40).

Para ganhar tempo nas transmissões e destacar a atualidade, que são características próprias do rádio, existem pelo menos três recursos a serem fartamente explorados: os recursos técnicos, como o telefone, as unidades móveis e gravações fora do estúdio; os recursos redacionais (verbos no presente, frases que indicam atualidade) e os recursos de programação, que dizem respeito às análises das notícias, repercussões, etc. Até mesmo a estética do texto – regras de como escrever para o rádio – são apontadas como crucial não só para garantir a boa leitura do texto (locução), como também para que o ouvinte sinta-se participante da notícia.

Conceituar o que é notícia também não é uma tarefa fácil e, segundo o autor, nunca obteve um consenso. Cada livro, cada obra a define sob um novo aspecto. No entanto, Prado (1989) utiliza-se de Petra M. Secanella que afirma: “é notícia o que os jornais escrevem em suas colunas e o que as emissoras de rádio e televisão emitem em seus programas

informativos. Ou seja, os tipos de notícia são infinitos” (SECANELLA, 1980, p. 11 *apud* PRADO, 1989, p. 47).

Mesmo sem uma definição exata de notícia, Prado (1989) determina que os elementos fundamentais que a constitui são: fato, informação e público. O que difere a notícia do rádio para as notícias de jornais e revistas são, como mencionado, a instantaneidade, a simultaneidade, o estímulo ao imaginário do ouvinte, a brevidade, entre outros. Reunindo as características acima, podemos dividir a notícia de rádio em três tipos: a notícia estrita (que contrasta a famosa “pirâmide invertida”), a de citações “com voz” (fala de uma fonte que complementa a matéria) e a notícia com entrevista. O autor ainda discute as especificidades do gênero entrevista no rádio.

A entrevista é dos gêneros jornalísticos aquele que mais tem adaptabilidade ao rádio e às características específicas do veículo. É uma das fórmulas mais ágeis para dar a conhecer uma informação ou para aprofundar o conhecimento dos fatos e suas conseqüências, assim como para aproximar-se da personalidade dos protagonistas das “histórias” (PRADO, 1989, p. 57).

O bom andamento de uma entrevista dependerá, em grande parte, do entrevistador. Este deverá manter o ritmo da conversa sem que o ouvinte perca o interesse pelo assunto. Para isso, é de suma importância conhecer o tema a ser abordado. O ego do jornalista jamais deve vir à tona. “Não se deve manipular o microfone. Ao contrário, deve-se conseguir que seja o convidado quem fale” (PRADO, 1989, p. 65). O tempo de duração da conversa e as respostas dos entrevistados também devem ser cuidadosamente observados.

Os tipos e formas de realização de reportagens é também um elemento primordial do radiojornalismo. Definido por Emílio Prado como sendo fragmentos da realidade que, agrupados, constituem um tema (PRADO, 1989), a reportagem pode ser distinguida sob duas visões: a reportagem *simultânea* e a reportagem *diferida*. A primeira, como o próprio nome já

diz, é realizada ao vivo e, portanto, acontece conforme a situação, exigindo a criatividade do jornalista. Neste caso, o ouvinte sente-se participante do processo de construção da narrativa.

A reportagem diferida, por sua vez, permite que a realidade seja facilmente elaborada, tendo em vista os recursos de edição que lhe são peculiares. No entanto, para que o ouvinte acompanhe os fatos como se estivessem acontecendo no momento da transmissão, é importante ressaltar o som ambiente, entre outras alternativas possíveis. A criatividade pode ser explorada ao máximo.

Além disso, é possível organizar um debate no rádio, em suas diversas formas: a mesa-redonda (onde se apresenta o tema e contrapõem e/ou complementam opiniões), o debate – entendido como o enfrentamento aberto de opiniões distintas –, o documentário, no qual a polêmica está presente no tema e não nas opiniões; e as entrevistas. A crônica também é um gênero possível, porém esquecido, de transmitir informações.

Apesar de todas as vantagens da transmissão de informação via rádio, o veículo já enfrentou uma série de barreiras. Entre elas a ausência de infra-estrutura, falta de profissionais qualificados e sua subordinação à direção artística da emissora fazendo com que os programas, inclusive os jornalísticos, “dependam diretamente das decisões de profissionais que não são do ramo, ou seja, não são jornalistas, mas que têm o poder de determinar se o jornalismo interessa ou não a determinado público” (ORTRIWANO, 1985, p. 86), entre outras dificuldades.

Para Ortriwano, há dois grupos de sistemas de exploração da radiodifusão: o *sistema de monopólio ou autoritário* (comum em países socialistas), em que o Estado explora diretamente os meios de comunicação ao criar uma empresa pública para este fim e o *sistema pluralista*. Neste sistema de exploração, emissoras estatais e privadas convivem entre si.

A política adotada pelo Brasil para a exploração da radiodifusão é baseada na teoria da responsabilidade social pela iniciativa privada, em que o Estado procura estabelecer princípios que garantam o uso

social dos meios de comunicação, tornando-os responsáveis pelo conteúdo da programação que transmitem e suas conseqüências. O Estado concede uma autorização para que entidades executoras de serviços de radiodifusão possam explorar comercialmente os veículos (ORTRIWANO, 1985, p. 53).

Outro ponto crucial no que diz respeito à informação no rádio refere-se às funções e doutrinas exercidas por esse veículo. Como funções, destacam-se a “coleta e difusão de informações, expressão de opiniões, função econômica e de organização social, entretenimento e distração, função psicoterápica, instrumento de identificação e de envolvimento social e função ideológica” (ORTRIWANO, 1985, p. 55).

Quanto às doutrinas, Ortriwano ressalta quatro das que definem o papel social da radiodifusão, baseada no autor Abraham Moles. São elas: *Doutrina demagógica dos publicitários* (procura dar maior satisfação aos ouvintes), *doutrina eclética ou culturalista* (representada pelas pretensões culturais), *doutrina dogmática* (cujo quadro de valores é representado por critérios dogmáticos) e a *doutrina sociodinâmica* (decorrente da doutrina culturalista e pressupõe ação direta sobre todo o social). “Todos os sistemas participam de uma fusão das quatro doutrinas, em proporções variáveis” (ORTRIWANO, 1985, p. 55).

Esse papel que o veículo de radiodifusão assume dentro da sociedade, em função do sistema de exploração e da doutrina que o define, vai ser um elemento fundamental na determinação dos critérios de seleção do conteúdo da programação da emissora (ORTRIWANO, 1985, p. 57).

Enfim, mesmo com o aparecimento da TV e da Internet, o rádio continua forte e prepara-se para mais um passo importante para a interatividade com o público, o sistema digital.

2.2 Rádio comunitária

Os principais aspectos que caracterizam uma rádio comunitária são a inexistência de fins lucrativos, ser um produto da comunidade, favorecer uma programação interativa com a participação direta da população, valorizar e incentivar a produção e transmissão das manifestações culturais local, ter compromisso com a educação para a cidadania na programação como um todo e democratizar o poder de comunicar.

Existem emissoras que se dizem comunitárias, mas na verdade, funcionam como micro-empresas por estarem interessadas única e exclusivamente no lado financeiro.

Para Sérgio Pires & Sylvio Miceli, a diferença entre rádio comunitária e uma pirata está em seu objetivo, ou seja, a comunitária não visa lucro, e sim a prestação de serviço. Já as piratas são emissoras que comercializam espaços em sua programação sem a participação dos moradores, considerando apenas o lado financeiro (PERUZZO, 1998, p. 10).

Há mais de 8 mil pedidos de concessão de rádios comunitárias que estão sem definição, segundo a revista Carta Capital (ATHAYDE, 2006). Enquanto 80% dos casos relativos a essas emissoras estão arquivados, “por não cumprimento de quesitos burocráticos”, o mesmo ocorre com menos de 10% dos pedidos feitos por rádios comerciais.

As rádios livres não pretendem competir com emissoras convencionais. No entanto, muito se tem a progredir no que diz respeito à qualidade das programações e transmissões, entre outros fatores.

Cecília Peruzzo (1998) considera relevante o estudo sobre rádios comunitárias dado os “aspectos inovadores trazidos por esse veículo no que diz respeito ao conteúdo de sua programação e processo de gestão” (PERUZZO, 1998, p.1).

Os novos veículos alternativos de informação contribuem significativamente para a expansão do setor de radiodifusão de baixa potência no Brasil, além de democratizar seu

acesso à população. Por meio das rádios comunitárias, as pessoas reconhecem-se como indivíduos participantes do processo de construção da programação e envolvem-se diretamente com os assuntos abordados nessas emissoras.

Apesar de o pioneirismo ter suas raízes na década de 70 – por meio das rádios populares de alto-falantes (ou rádio-poste) –, 1995 é o ano de descobrimento das rádios livres no País – entendidas como veículos que transmitem informações sem a concessão do Estado, isto é, ilegais. “Elas ousaram iniciar a ‘reforma agrária no ar’, enquanto no Parlamento se discutiam propostas de leis para a radiodifusão de baixa potência, com visível atraso em relação às demandas sociais para o setor” (PERUZZO, 1998, p. 2).

As rádios livres nascem em um cenário político marcante para a história brasileira.

No Brasil, as rádios livres começaram a aparecer nos anos setenta, numa época em que o regime militar estava em vigor e os meios de comunicação de massa estavam, de forma predominante, nas mãos de pessoas ou grupos privilegiados com a concessão de canais, por decisão unilateral do Poder Executivo Federal (PERUZZO, 1998, p. 3).

A idéia, a princípio, era exatamente a de contestar o poder do Estado transmitindo informações de real interesse público, que atingisse a população local. A primeira experiência foi a Rádio Paranóica, de Vitória (ES), em outubro de 1970. O slogan, sugestivo para a época, é “Paranóica, a única que não entra em cadeia com a Agência Nacional”.

Contudo, as rádios livres aproveitam a “abertura lenta, gradual e segura”, proposta pelo regime ditatorial no final dos anos 70 e início da década de 80, para expandir-se pelas cidades brasileiras. Uma curiosidade, citada por Cecília Peruzzo, é o fato de que a cidade de São Paulo, em 1985, conta com tantas rádios livres que é criada a Cooperativa dos Rádio-Amantes.

A princípio os veículos clandestinos eram compostos por jovens que tinham como único objetivo praticar a arte radiofônica, não

necessariamente envolvidos com questões sociais. No entanto, “depois, também se instalariam emissoras mais sensíveis à questão da centralização dos meios de comunicação, bem como à problemática sócio-econômica do País, embora continuassem preponderando o senso de ironia e a preocupação em ousar” (PERUZZO, 1998, p. 3).

Diversas rádios clandestinas dão início a uma série de protestos nitidamente contra o monopólio dos meios de comunicação de massa por parte do governo do estado de São Paulo. A Cooperativa dos Rádio-Amantes, por exemplo, anunciava: “Nós iniciamos um movimento de reforma agrária no ar. O rádio é uma conquista técnica da humanidade e não pode ficar nas mãos (...) de proprietários-concessionários” (PERUZZO, 1998, p. 4). Como não poderia deixar de ser, a comunidade é – como hoje – não só o público alvo das programações como os próprios produtores. A população local participa com perguntas, sugestões e reclamações, que norteiam o roteiro dos veículos.

Entretanto, um caso inusitado dá início a um novo momento para as rádios livres. A Rádio Novos Rumos, inaugurada oficialmente em maio de 1991, no estado do Rio de Janeiro, é interdita após fiscalização do Ministério das Comunicações e polícia federal, tendo seus transmissores, aparelhagem de som e discos apreendidos. A comunidade, indignada com a ação repressora, recolhe dez mil assinaturas dos próprios habitantes da região, além de cem assinaturas de apoio de parlamentares. Não bastasse a iniciativa, um lobby do Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio de Janeiro junto ao Ministério das Comunicações induz o então ministro, Sérgio Motta, a comprometer-se – em março de 1995 – a formar uma comissão a fim de elaborar proposta de regulamentação para emissoras de baixa potência (PERUZZO, 1998).

A proliferação atual de emissoras comunitárias é o resultado de um processo de mobilização social pela regulamentação da radiodifusão de baixa potência, cujo marco histórico é o dia 10 de abril de 1995, data em que o Ministro das Comunicações, Sérgio Motta, recebeu, em audiência, um grupo de representantes de rádios livres e comunitárias. Nessa ocasião ele reconheceu, publicamente, a existência de milhares

de emissoras de baixa potência em todo país e assumiu o compromisso de regulamentar seu funcionamento (PERUZZO, 1998, p. 5).

Até dezembro de 1996, o Brasil era o único País da América do Sul sem uma legislação para rádios de baixa potência. Foi então que, após muita polêmica, foi criada a lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que permite a potência de no máximo 25 Watts e antena não superior a 30 metros. Entretanto, as entidades representativas das rádios comunitárias reivindicam 50 Watts de potência, o aumento do número de emissoras (a lei prevê apenas uma rádio por localidade), a não obrigatoriedade de todas as emissoras operarem na mesma frequência, em todo o País e a permissão para formação de redes de transmissão.

Os impasses, porém, não escondem a importância da lei, uma vez que regulamentam o setor “tendo em vista a necessidade de mídias comunitárias no processo de mobilização em torno da ampliação da cidadania” (PERUZZO, 1998, p. 11). Ainda de acordo com a legislação, emissoras comunitárias não devem veicular propagandas comerciais, nem ter fins lucrativos ou qualquer tipo de vínculo, seja político, religioso, etc. Elas devem dar preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promover atividades artísticas e jornalísticas na comunidade, respeitar valores éticos e sociais da pessoa e da família e não discriminar raça, religião, sexo, preferências sexuais, “convicções político-ideológico-partidárias” e condição social nas relações comunitárias. Vale lembrar que todos esses critérios são rigorosa e periodicamente fiscalizados por um Conselho Comunitário (composto de, no mínimo, cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local), associações de classe ou de moradores legalmente constituídos.

Importante ressaltar ainda que as rádios livres – ou piratas – são ativadas por indivíduos que se identificam com o veículo e querem fazê-lo, sem ter medo de serem surpreendidos pela fiscalização do governo. Uma das características mais marcantes, destacadas por Peruzzo (1998), é a diversidade de programações. Há emissoras de caráter

político-ideológico, de prestação de serviços, religioso, comercial ou formas de transmissão alternativas de modo geral. Mas, mesmo com a diversidade de programação, esses veículos têm em comum a contestação aos sistemas de controle dos meios de comunicação comercial. Ainda que muitas rádios livres tenham sido frutos de simples aventuras, essas emissoras surgem como proposta de livre expressão.

Dado o sucesso das transmissões, nos anos 90, a demanda passa a exigir programação com conotações diferenciadas. Uma são voltadas para a conscientização, mobilização, informação, bem como entretenimento e prestação de serviços. Outras conservam as características de interesse público. Já um terceiro modelo é formado por idealizadores que chegam a disponibilizar o sistema à comunidade, visando melhorias, mas os interesses são particulares.

Com uma repercussão avassaladora e envolvimento direto da comunidade, as rádios comunitárias dão início a uma discussão nacional chegando a criar, inclusive, a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), entre outras associações estaduais. Apesar de ser nomeada como comunitária pelos “Rádio-Amantes”, opositores persistem em taxá-la como *rádio pirata*.

Quando chamadas de comunitárias normalmente se lhes atribui um caráter público (...). As vezes mais ferrenhas, contrárias às emissoras de baixa potência, provém de órgãos do Governo e dos donos das emissoras convencionais, de forma isolada ou através de suas associações, entre elas a Abert – Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (PERUZZO, 1998, p. 7).

O presidente da Associação Mineira de Rádio e Televisão (Amirt) da época, Eurico Gode, argumenta que as ondas de transmissão interferem no sinal de estações regulamentadas, o que de fato é verdade. Contudo, não é esse o objetivo das rádios livres. Disso decorre o interesse em uma legislação que permita sua existência legal (PERUZZO, 1998). A revista Carta Capital aponta que, no Brasil, cerca de 10 mil emissoras operam sem a concessão do Estado.

Além da liberdade de expressão e envolvimento direto com a população local, citados anteriormente, há outros fatores que amedrontam as emissoras comerciais. Alguns deles é o fato de que emissoras comunitárias têm alcançado cada vez mais audiência, inovado sua linguagem, além de veicular conteúdos políticos. Todas essas características, no entanto, dizem respeito à função social desses meios alternativos de comunicação, pois atendem a uma demanda crescente de comunicação em nível local, a que a legislação não soube se adiantar.

O movimento das rádios comunitárias tem um caráter público e como tal estão construindo um significado político e cultural importante. É um forte indicativo, no campo do rádio, de grandes mudanças que estão por acontecer nos meios de comunicação de massa no Brasil (PERUZZO, 1998, p. 12).

Pesquisa da professora da Universidade Federal do Ceará Márcia Vidal cita a força que as emissoras têm até mesmo contra a influência do poder político:

Rádios comunitárias autênticas constituem, por si só, um antídoto contra a instrumentalização política. Em comunidades conscientes, participantes e solidárias, a chance de a instrumentalização política resultar em dividendos eleitorais é mínima se o candidato não tem efetivamente um passado de luta e de trabalho em prol das causas coletivas (VIDAL *apud* ATHAYDE, 2006, p. 31).

As rádios livres não pretendem competir com emissoras convencionais. No entanto, muito se tem a progredir no que diz respeito à qualidade das programações e transmissões, entre outros fatores. O que não se discute é seu papel como meio que possibilita o acesso à informação e criação de identidade com seu público alvo.

A participação do público no processo de produção, transmissão e recepção das informações em rádios comunitárias é muito importante. Peruzzo divide essas emissoras em cinco tipos. O primeiro é caracterizado como comunitário tendo em vista que são organizações sem fins lucrativos e dirigidas por associações locais (também arrecadam doações, prestam serviços a terceiros e vivem de apoio cultural). O segundo tipo é marcado por veículos que fazem prestação de serviços, mas são de propriedade privada, tendo como

finalidade vender espaços publicitários. O terceiro, por sua vez, são aqueles estritamente comerciais, sem vínculos diretos com a comunidade. O quarto são veículos com interesses políticos-partidários, a fim de realizarem campanhas sutis dos candidatos e o quinto tipo de emissora são as religiosas, que se aproximam do caráter comunitário pelo fato de transmitirem informação, cultura e assuntos educativos.

CAPÍTULO 3

A RÁDIO CIDADE NOVA

A Rádio Cidade Nova é uma emissora comunitária, localizada no bairro de mesmo nome, na região Nordeste de Belo Horizonte, que transmite sua programação pela frequência 87,9 FM (ZYC 904). Ela pertence à Associação Cultural, Artística e Produção de Radiodifusão da Cidade Nova – Sociedade Civil, sem fins lucrativos. No ar há mais de seis anos, a Rádio Cidade Nova conta apenas com um funcionário (Wilson De Luca), que cuida da parte técnica e da sonoplastia da programação, e uma série de voluntários, que apresentam programas os mais diversos – entre os voluntários destaca-se seu diretor, Fernando Lanza. A Rádio Comunitária Cidade Nova situa-se na Igreja Santa Luzia – Rua Dr. Júlio Otaviano Ferreira, 913, no bairro Cidade Nova.

De segunda à sexta-feira, os programas transmitidos são: *Bom dia Cidade Nova*, *Canções do Roberto*, *Clássicos da MPB*, *Instrumental Brasil*, *Programa POP*, *Cidade Nova cinco e meia*, *Pós-POP* (programa livre), *Clássicos da MPB 2ª edição* e participação do Padre João de Deus Dantas, responsável pela Paróquia, entre as 18h e 19h.

Aos sábados, a emissora conta com: *Bom dia Cidade Nova*, *Cidade Nova em comunidade*, *De mulher para mulher*, *Palco Cidade Nova*, *Saindo da embalagem* e *POP Rock Brasil*. No decorrer da tarde, a rádio prioriza a transmissão de músicas variadas.

Por fim, aos domingos, há a transmissão da *Missa*, *No balanço do samba*, *Choros e chorinhos*, *Ritmos da bossa* e *Cantoras brasileiras*.

Para os propósitos da pesquisa, foram analisados dois meses de veiculação do programa *Cidade Nova em comunidade*, totalizando oito edições, referentes de 13 de maio de 2006 a 01 de julho de 2006. O *Cidade Nova em comunidade* é um programa semanal, também criado há cerca de seis anos, com o objetivo de beneficiar a população local concedendo-lhe espaço para expressar-se, apontar reclamações, dúvidas, questionamentos, etc. O programa

caracteriza-se como sendo de prestação de serviços, transmissão de informações e entretenimento.

3.1 O programa *Cidade Nova em comunidade*

Com duas horas de duração – 9h às 11h –, e veiculação aos sábados, o *Cidade Nova em comunidade* conta com participação direta e indireta dos ouvintes que se mostram envolvidos no processo de construção da programação; há pequenas intervenções de órgãos públicos, como a Prefeitura de Belo Horizonte, e divulgação de atividades realizadas pela paróquia em que a emissora está inserida. A presença da religiosidade no programa é notável, no entanto, apenas dois programas (um durante a semana e a transmissão da missa aos domingos) são de caráter estritamente religiosos.

A programação é transmitida ao vivo e essa característica contribui para a liberdade do apresentador, Fernando Lanza, no que diz respeito à locução, conversa com os ouvintes, reclamações, denúncias, etc. Esses são aspectos que, inclusive, viabilizam a familiaridade com o ouvinte. Porém, há momentos em que são transmitidas gravações de alguns quadros de curta duração (apresentados por outros voluntários), crônicas e mensagens que garantem a qualidade da informação que desejam transmitir. Ainda participam diretamente no estúdio a responsável pelas promoções, Francina Lúcia, e o Olinto Paiva, que faz charadas, transmissão do bingo e do quadro *Juizado Informa*. Outros voluntários são Fernando Lanza Filho (do quadro *Aconteceu na Assembléia*), Lucas Júnior (do quadro *Repórter Cidadão*), Marcinha (do *Causos da Marcinha*), Marcos Brioso (transmite informações sobre o bairro), Maria Mazzoni (do quadro *Ação Social*) e Terezinha Ribeiro (do *Momento da Paróquia*). A Rádio Cidade Nova tem um funcionário, Wilson De Luca, que é o responsável pela parte técnica da programação.

O *Cidade Nova em comunidade* possui um roteiro de orientação para o apresentador, que divide a programação em oito blocos – cada um com 15 minutos (exceto o segundo bloco, com 20 minutos de duração). O espelho do programa obedece à seguinte estrutura:

Roteiro do programa *Cidade Nova em Comunidade*

BLOCO 1

- Abertura/cumprimento aos ouvintes
- Comentário do dia (crônica)/música temática

BLOCO 2

- Hora certa/temperatura/dias do ano
- Mercado financeiro
- Charadas/perguntas do dia/BINGO (nº 1)
- Promoções
- Regional Nordeste (PBH)
- Juizado informa
- Você é o Juiz (a questão da semana)
- Poesia/música temática

BLOCO 3

- Hora certa/temperatura
- Charada/perguntas do dia/promoções/BINGO (nº 2)
- Notícias
- Seu bairro em destaque
- Sua rua é notícia
- Lições da vida/música temática

BLOCO 4

- Hora certa/temperatura
- Charada/perguntas do dia/promoções/BINGO (nº 3)
- Utilidade pública e serviços
- Aconteceu na Assembléia
- Momento da Paróquia
- Aniversariantes
- Alerta
- Você é o juiz (a questão da semana)
- Música

BLOCO 5

- Hora certa/temperatura
- Charada/perguntas do dia/promoções
- Ação Social é notícia
- Comentário do dia (Crônica) – reprise

BLOCO 6

- Hora certa/temperatura
- Charada/perguntas do dia/promoções
- Rir é o melhor remédio (piadas)
- Canja do dia

BLOCO 7

- Hora certa/temperatura
- Charada/perguntas do dia/promoções/BINGO (nº 4)
- Ação Social
- Causos da Marcinha
- Nota 0 Nota 10
- Poesia/música temática

BLOCO 8

- Hora certa/temperatura
- Manchetes que ainda são notícia
- Charada/perguntas do dia/promoções/BINGO (nº 5)
- Ouvintes (resposta do bingo)
- Despedidas da equipe

Mensagem final – Padre João de Deus Dantas

Apesar da divisão, a estrutura não é rígida, variando de acordo com o andamento do programa e/ou apresentador. Alguns quadros ficam meses sem serem veiculados.

Todos os blocos possuem aspectos similares, como a hora certa e a temperatura em Belo Horizonte, as charadas, perguntas do dia e promoções. As duas primeiras – hora certa e temperatura –, apresentadas por Olinto Paiva, são momentos de descontração para o público. Com BGs de risada ao fundo, Paiva faz as charadas/perguntas e recebe retorno quase que instantâneo dos ouvintes. Caso a resposta esteja correta, Francina Lúcia oferece os brindes que são patrocinados por feiras, papelarias, drogarias, salões de beleza e revendedoras localizadas no bairro Cidade Nova, entre outros.

Outro aspecto comum em cinco, dos oito blocos do programa, é a narração do bingo. Estrategicamente pensado como forma de prender a atenção do público, os números são sorteados no decorrer da programação – em muitos casos os próprios ouvintes, quando ligam para fazer alguma reclamação ou comentário, são convidados a dizer o “próximo número do

bingo”. No oitavo bloco, ao ser anunciado o último número, o ouvinte liga imediatamente para apresentar a relação sorteada. A resposta certa implica no oferecimento de mais um brinde.

Mas como foi citado, a estrutura não é rígida. O apresentador Fernando Lanza mostra-se extremamente à vontade ao longo da transmissão e dirige-se ao ouvinte como se estivesse em um bate-papo. Percebe-se ainda, ao ouvir o *Cidade Nova em comunidade*, que Lanza já criou identidade com o público, inclusive por ser um dos moradores do bairro e demonstrar que realmente se importa com o que acontece na região. Os quadros apresentados no programa são, em sua maioria, relacionados ao que acontece no Cidade Nova e bairros circunvizinhos.

Dadas essas especificidades, Fernando Lanza, muitas vezes, mistura a ordem dos blocos chamando quadros que seriam apresentados somente no bloco quatro, para transmissão no segundo ou sexto, por exemplo. Tudo varia de acordo com a necessidade ou assunto em questão, no momento.

O *Juizado informa*, com Olinto Paiva, é apresentado ao vivo e com duração de três a cinco minutos. Paiva conta ao ouvinte alguns casos de destaque que foram solucionados no juizado de conciliação e informa horário e dias de funcionamento convidando o público a comparecer ao local, caso tenha problemas uns com os outros. Ressalte-se que o juizado funciona na igreja onde a Rádio Cidade Nova está inserida e é coordenado também por voluntários.

O *Seu bairro é destaque*, com Francina Lúcia, é gravado e divulga atividades desenvolvidas em bairros vizinhos (ou no próprio Cidade Nova), bem como denúncias que vão desde a ocorrência de assalto até acúmulo de lixo nas ruas.

Ainda são transmitidos o *Nota 0 Nota 10*, no qual Fernando Lanza faz uma avaliação negativa e outra positiva relacionada a algo ou alguém que esteja em destaque nos principais

jornais do Brasil e do mundo; o *Ação Social*, em que são divulgadas uma série de iniciativas a serem desenvolvidas no bairro Cidade Nova e outros como *Causos da Marcinha* e *Momento da Paróquia*, quando são divulgadas reuniões, missas, novenas e demais atividades da Igreja Santa Luzía. Os quadros não mencionados acima e listados no roteiro da programação não foram veiculados no período de análise proposto.

3.2 O comentário do dia

Um dos momentos do programa *Cidade Nova em comunidade* que chama a atenção dos ouvintes é a veiculação do *Comentário do dia*. Este se apresenta em forma de crônica produzida e narrada pelo apresentador Fernando Lanza que trata, na maioria das vezes, de assuntos que estão em discussão na mídia ou datas comemorativas.

Transmitido no início do programa, a importância do comentário reside no fato de que, após sua transmissão, os ouvintes ligam e expressam sua opinião sobre o assunto proposto criando um vínculo entre a emissora e seu público. Entre os dias 13/05 e 01/07 foram abordados temas que vão desde a Corrupção no Brasil e Dia das mães até Festa Junina, Felicidade e a neta recém-nascida do apresentador.

Para reforçar, após o *Comentário do dia* é sempre transmitida uma música que diz respeito ao tema. Quando o assunto foi Felicidade, por exemplo, a crônica foi seguida da música de mesmo nome, do compositor Lupcínio Rodrigues (*Felicidade foi-se embora...*). Quando foi Corrupção no Brasil, a emissora tocou um rap de contestação.

O primeiro ouvinte que liga para a emissora já é convidado por Fernando Lanza a expressar seu comentário sobre o tema em questão. Interessante observar que há uma considerável receptividade e resposta do público e muitos ligam exclusivamente para deixar sua opinião. Estas acabam sendo algumas das características que legitimam a Rádio Cidade Nova como uma emissora comunitária, uma vez que concede espaço para que o ouvinte

expresse seu pensamento sem contestações. Por meio da crônica também é possível perceber o que pensa o apresentador e os co-apresentadores (Francina Lúcia e Olinto Paiva) do *Cidade Nova em comunidade*, que podem servir como de líderes de opinião.

3.3 Notícias

3.3.1 Denúncias e prestação de serviços

Dado o caráter comunitário a que o programa *Cidade Nova em comunidade* se propõe, as informações que dizem respeito à prestação de serviços e outros esclarecimentos são aspectos marcantes na programação. Apesar de terem criado um momento específico para a transmissão de notícias, o apresentador interrompe constantemente o programa para fazer denúncias e/ou prestação de serviços.

Percebe-se, contudo, que não há uma preocupação em seguir padrões jornalísticos. As denúncias, por exemplo, quando não são feitas pelo apresentador, são praticadas pelos próprios moradores que ligam, interrompem Fernando Lanza e informam.

O morador de maior representatividade, nesse aspecto, é Marcos Brioso. Ao longo do *Cidade Nova em comunidade*, ele passeia pelo bairro em busca de algo que “renda notícia”. Brioso chega a participar mais de três vezes em um só programa (10/06). Os principais destaques são lotes vagos, cachorros (Pitt Bulls, principalmente) sem focinheira, abusos de autoridades policíacas e, até mesmo, trotes de bandidos que estão sendo aplicados nas casas da região.

No programa do dia 17/06, Brioso alertou que mulheres chegavam às casas e pediam para levar filhos ao banheiro, alegando estar andando há muito tempo. Ao entrarem, as supostas mães roubavam as residências. Ainda no *Cidade Nova em comunidade* do dia 20/05, um homem foi denunciado porque incomodava as mulheres pelas ruas do bairro, alertando

para que elas tomassem cuidado e avisassem quando visse novamente o suspeito. Ao final da programação, Briosso entra novamente no ar e anuncia que o homem suspeito foi preso.

No programa do dia 03/06, ao denunciar mais uma vez os cachorros que andam pelas ruas sem focinheira, Briosso chega a colocar no ar um adestrador de cães para falar sobre o perigo que isso pode causar à sociedade. A fonte foi encontrada, por acaso, fazendo demonstrações na Avenida José Cândido da Silveira – principal da região e onde os moradores fazem caminhadas.

Mas não há, no programa *Cidade Nova em comunidade*, somente denúncias e informações de improviso. O quadro *Notícias* (bloco 3), por exemplo, é produzido antecipadamente por Lucas Júnior. Apesar de não ser veiculado todos os sábados e não seguir, rigorosamente, o padrão jornalístico, percebe-se maior preocupação com a qualidade do que se vai transmitir. Com a devida impositação de voz, Júnior faz a locução (gravada) e utiliza-se de sonoras para esclarecer os temas que propõe discutir como: aumento do consumo de energia (03/06), exame de próstata (10/06), conquistas e direitos dos portadores de necessidades especiais (17/06), aumento do salário dos vereadores (01/07), etc.

As informações de prestação de serviços são transmitidas, em sua maioria, pelo apresentador Fernando Lanza. Ao longo da programação, é possível notar sua indignação no que diz respeito ao descaso dos moradores e autoridades com as questões do bairro. Fernando Lanza faz constantes alertas aos ouvintes para os problemas locais. Ele chama a atenção, por exemplo, de moradores que estacionam os carros no local destinado ao ponto do ônibus esclarecendo que, se continuarem, poderão perder o direito à lotação no bairro (programa do dia 13/05).

O apresentador também chama a atenção do público para que participem das reuniões da associação de bairros, campanhas, entre outras manifestações. No programa do dia 20 de maio, por exemplo, Lanza conclama os ouvintes a integrarem a Associação dando um “puxão

de orelha” naqueles que ficam indiferentes: *“Vocês têm que avisar pra nós as coisas do bairro, gente...Traz denúncias, as coisas que tão acontecendo aí. Cê só reclama da Polícia Militar que tá faltando, de não sei mais o quê...Cê reclama é assim, mas não dá nada em troca. Não pode ser assim, né!”*. Na oportunidade, Lanza comenta sobre os novos projetos previstos para a comunidade como a ‘brigada do silêncio’, que consiste em denunciar moradores que ultrapassam o volume do som após o horário permitido em lei e acabam por incomodar a vizinhança.

Importante ressaltar a presença do major João Carlos, comandante da 20ª companhia, no estúdio. Dando continuidade ao assunto proposto pelo apresentador, o major fala da importância de uma ação conjunta da polícia com a comunidade: *“Não podemos continuar nesse equívoco de que segurança pública é questão de polícia (...). Hoje nós entendemos que não existem soluções se não houver uma ação participativa de todos, seja ela qual for...”*.

Ainda no dia 20/05, estão em pauta assuntos como a campanha do agasalho, protesto a favor da presença de autoridades no bairro Cidade Nova e obras da Linha Verde, sob responsabilidade da Prefeitura de Belo Horizonte. O próprio presidente da Associação dos bairros Silveira e Nova Floresta participa, através de ligação, anunciando os benefícios até então conquistados durante a obra, como a passarela de travessia. Sobre a presença de autoridades na região, quem fala é Marina Mazzoni. Jornalista, ela é também responsável pelo quadro *Ação Social*, e questiona a ausência dos secretários do Turismo e da Cultura no bairro. As informações sobre a campanha do agasalho e a ‘brigada do silêncio’ voltam à tona nos dias 27/05, 03/06 e 10/06.

Fernando Lanza presta serviços relacionados a temas diversos. No programa do dia 10/06, o apresentador lembra o dia de vacinação alertando para remédios proibidos pela vigilância e sobre o perigo da dengue, além de anunciar dia e horário da reunião da associação do bairro convidando os ouvintes a participarem. No dia 24/06 destaca-se a divulgação de

feira junina a ser realizada na igreja católica do bairro União e o convite do presidente do time de futebol deste bairro para que moradores do Cidade Nova integrem o time “Chuteiras de ouro”. Já em 01/07, Fernando Lanza informa que há representante do bairro junto à BHTrans e que participou de reunião na regional Nordeste, juntamente com Francina Lúcia, durante a semana.

Apesar da presença marcante de Lanza no que se refere à prestação de serviços, há quadros que complementam essas informações como o *Ação social, Juizado informa, Seu bairro é destaque, Aconteceu na Assembléia* e o *Regional Nordeste*, que esclarece e divulga o que ocorre na região. Neste último, o fato de ter participação da Prefeitura de Belo Horizonte no programa *Cidade Nova em comunidade* não impede que apresentador e moradores façam as denúncias que julgam necessárias – como mostram os exemplos anteriores.

3.4 Promoções

A legislação das rádios comunitárias registra, no Art. 18. da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro 1998, que “as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida”.

Observando o disposto em lei, a Rádio Cidade Nova, mais frequentemente no programa *Cidade Nova em comunidade*, tem feito uso constante de promoções em que são divulgados serviços de lojinhas, salões de beleza, feiras, drogarias e até mesmo revendedoras da região. Com um momento específico para esse tipo de divulgação e vinheta personalizada (“Tem promoção no ar”), Francina Lúcia faz diversas intervenções ao longo do programa distribuindo brindes aos ouvintes.

Apesar de aparecer oficialmente apenas no bloco 2, a responsável pelo quadro entra no ar sempre que um ouvinte responde charadas, apresenta a relação do bingo, acerta as perguntas do dia ou, até mesmo, quando o participante completa aniversário ou simplesmente cai nas graças do apresentador.

Quem deseja anunciar na emissora, oferecendo brindes, basta entrar em contato com Francina Lúcia. No *Cidade Nova em comunidade*, nota-se seu jeito carismático e próprio de anunciar cativando o público. Após a ligação de uma ouvinte (13/05), por exemplo, ela oferece:

Amanhã é Dia das mães, então eu vou pegar aqui uma coisa muito gostosa pra você fazer uma salada chiquérrima...tá bom?! Pra você um quite salada, uma lata de palmito, uma lata de ervilha e milho verde...É um oferecimento do Frios Fernandes, loja 46, na Feira dos Produtores. Capricha aí na salada e depois me conta como é que ficou, viu...e guarda um pouquinho pra mim...Também vai pra você, de sobremesa, um pacote de pé-de-moleque do 'seu' Manga.

Um dos aspectos que chamam a atenção no programa é que a prioridade é sempre dada ao que é produzido pelos próprios moradores. No *Cidade Nova em comunidade* do dia 20/05 foi anunciado o sorteio de um livro de autoria de um dos moradores do bairro. Fernando Lanza ainda tece uma série de elogios e incentivos aos ouvintes para adquirirem o volume. Na ocasião, uma criança ligou e pediu o livro de presente para a mãe, que ganhou de imediato. O fato é que não há um critério específico para ser premiado.

Ainda há promoções que são realizadas pelo próprio comerciante que vai ao estúdio, apresenta o produto e anuncia o sorteio. A loja Opção Natural exemplifica a afirmativa. Um dos responsáveis pelo estabelecimento compareceu ao programa do dia 01/07. Merece destaque a liberdade que lhe foi concedida para oferecer os produtos.

Os próprios ouvintes, de acordo com o clima do programa, ligam para fazer sorteios. No *Cidade Nova em comunidade* do dia 13/05, um participante oferece dois churrasquinhos para quem acertar a charada do dia – na oportunidade, ninguém estava sabendo responder – e

outro (um chaveiro) presenteava o público com uma tetra chave colocada e um alicate para quem respondesse uma charada.

3.5 A presença da religião

A Rádio Cidade Nova é uma emissora comunitária legalizada, em conformidade com a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro 1998. No entanto, quando se refere ao Art. 11, observam-se algumas falhas. Ele afirma que “a entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, *religiosas*, familiares, político-partidárias ou comerciais”.

A primeira observação é quanto ao próprio local onde a emissora está situada. A Rádio Cidade Nova localiza-se dentro da Igreja Católica Santa Luzía, tendo como seu representante legal o padre responsável pela paróquia, João de Deus Dantas. Este participa de todas as reuniões da associação do bairro (como afirma Fernando Lanza no programa do dia 13/05), tem momento dedicado a mensagens ao final do *Cidade Nova em comunidade* e transmite a celebração da missa aos domingos. Essas características confirmam a declaração de Raquel Paiva (1998, p. 84), quando a autora diz que “falar de comunidade significa ter sempre que entrar no campo religioso”. Neste caso, refere-se principalmente ao cristianismo por implicar conceitos de fraternidade, igualdade e confiança.

No programa *Cidade Nova em comunidade*, apresentado por Fernando Lanza (diretor da Rádio Cidade Nova), percebe-se facilmente a presença da religiosidade. O programa em análise já inicia todas as transmissões com uma mensagem gravada do apresentador incentivando à gratidão, um dos princípios bíblicos:

Tenha sempre como norma de vida a gratidão para quem um dia te fez um favor. Nunca dê razão a alguém por lhe atribuir aquela dura verdade de que o benefício é a véspera da ingratidão. De todos os grandes defeitos que o homem possa ter, esse é o maior, é o mais abominável de todos. O ingrato despreza, ofende e fere aquele a quem um dia estendeu a sua mão e a trouxe de volta com um benefício alcançado. Se hoje você não puder falar com o seu benfeitor de sua gratidão, então peça ao Senhor que o recompense em seu nome.

Essa é apenas uma das mensagens que Lanza cita ao longo das duas horas de duração do programa, relacionada aos princípios do cristianismo. Há momentos em que o *catolicismo* fica evidente. No *Cidade Nova em comunidade* do dia 13/05 houve informações que mostraram o envolvimento e influência da igreja católica nas atividades do bairro Cidade Nova e na programação da rádio de modo geral, tendo em vista que a paróquia é citada em vários momentos na emissora. Após uma série de ligações de ouvintes, divulgação de parcerias realizadas pelo veículo e discussão sobre o *Comentário do dia* (Dia das mães), há a participação da responsável pela quadra do bairro. Nesse momento, o apresentador esclarece ao público as formas de utilização do local e conta sobre a ajuda, sempre prestada, à Paróquia de Santa Luzía, no sentido de não cobrar pela utilização do espaço.

Outro aspecto curioso é quando Fernando Lanza, em meio a uma série de comentários, explica e corrige uma das respostas dadas pelos fiéis às palavras proferidas pelo padre, durante a missa:

Eu vou fazer uma correção aqui que minha prima me corrigiu uma vez...Quando o padre tá terminando a missa quê que ele fala lá? Você tá lembrado? 'Graça e louvor recebei a todo momento'...Nós respondemos assim: 'Ao santíssimo e diviníssimo sacramento'. Mas a maioria tá falando 'ao santíssimo e digníssimo sacramento'. Digno é juiz. É di-vi-no. Eu fico ouvindo toda hora isso lá, sabe...Eu fui corrigido pela Terezinha, minha prima – graças a Deus tem quem tem coragem de falar e corrigir a gente, né – é diviníssimo. Divino. Digníssimo é autoridade, esse é divino, coisa superior. Então lembrem-se disso...Quando o padre João falar: 'Graça e louvor recebei a todo momento', você responde: 'Ao santíssimo e diviníssimo sacramento'. Divino. D-I-V-I.

Também no dia 13/05 é mencionado o *santo do dia*, que não é um momento pré-definido de veiculação. Os santos foram lembrados nos programas dos dias 13 e 27/05; 03 e 17/06 e 01/07.

Nota-se que não só o apresentador oficial, Fernando Lanza, evidencia o catolicismo e a presença forte da igreja no veículo, como também os demais presentes no estúdio ao longo do *Cidade Nova em Comunidade*. No programa do dia 27/05, Francina Lúcia anuncia a missa de sétimo dia que será celebrada na paróquia de Santa Luzía. Ainda merece evidência a crítica que Lanza tece ao autor do livro *O Código Da Vinci*, Dan Brown. O apresentador friza que a obra é “uma besteira, uma bobagem”. Isso por se tratar de uma publicação que vai contra o que diz a Bíblia.

No programa *Cidade Nova em comunidade* o público ouve mensagens sobre valores cristãos, como o perdão, não ter inveja dos outros, orgulho, etc e, eles mesmos, intervêm na programação. O programa do dia 17/06 exemplifica essa situação, quando a ouvinte Mônica liga para contar de um congresso religioso que participou em Florianópolis. Vale ressaltar, além disso, o *Cidade Nova em comunidade* referente ao dia 24/06. Nele, o *Comentário do dia* tratou sobre a neta recém-nascida de Fernando Lanza levando-o a citar a passagem bíblica em que Jesus disse: “Vinde a mim as criancinhas...”. No mesmo dia, Lanza elogia uma das moradoras do bairro com uma ouvinte que estava na linha. A moradora cantou na missa do domingo anterior e coroou o “sagrado coração de Jesus”: “*A Terezinha ontem, gente, não foi coruja, não...foi a criança outra vez...Ela cantou bonito, lá, coroando nosso ‘sagrado coração de Jesus’, ontem...Foi bonito ela lá em cima no altar...Ela chorou bastante lá em cima e isso tocou na gente*”. A ouvinte, por sua vez, concordava com o apresentador.

Por fim, há a veiculação do *Momento da Paróquia*. O quadro transmite todo tipo de informações sobre as realizações da Igreja Santa Luzía. Alguns exemplos são a divulgação do chá beneficente promovido por voluntários da paróquia (13/05), o 21º Encontro de Jovens

com Cristo (20/05), abertura das inscrições para o Encontro de Casais com Cristo, convite para rezar o terço com informações sobre dias e horários das missas (03/06), curso para noivos e missa para a benção das gestantes (24/06), o cancelamento da missa das 18h do sábado, em virtude dos jogos da copa (01/07), entre outros assuntos.

3.6 O senso comum e a informalidade da programação

O tom informal presente, o tempo todo, no *Cidade Nova em comunidade* torna-se uma característica marcante do programa. Mesmo com a existência do roteiro, o apresentador Fernando Lanza conversa com o ouvinte sem demonstrar preocupação com o tempo de duração de cada bloco e faz da locução uma conversa com o público.

No início da programação, por exemplo, ao invés de fazer os cumprimentos e passar, em seguida, para o *Comentário do dia* (crônica) – seguindo o roteiro –, Lanza começa a pontuar tudo que será retratado no *Cidade Nova em comunidade* como se estivesse conversando com uma pessoa em especial e explicando o que será abordado no programa. Observa-se que Lanza vai e volta nos assuntos, sem seguir uma linha de raciocínio. É como se fosse uma conversa qualquer, quando quem fala lembra de outro assunto, no meio da conversa, a passa a falar sobre ele repentinamente:

A rádio Cidade Nova lançou um programa hoje e ele merece nota 10, mas depois eu falto sobre isso...Bom dia, Wilson...(...). Estamos aqui para alegrar sua manhã de domingo, quero dizer, de sábado...Aliás, eu falei certo, nós vamos conversar com o presidente, ele autorizou, viu Wilson!...Nós vamos reprisar o nosso programa aos domingos, depois das 11h...vamos jogar um programa resumido...Nós vamos jogar no ar também um programa de músicas clássicas, Clássicos da Noite, né?! Talvez no mês que vem...Depois nós vamos falar com o presidente sobre isso....

Lanza conta detalhes e situações que não são convencionais em emissoras comerciais. No início do programa do dia 10/06, por exemplo, ele falou sobre seus filhos e netos que moram no exterior expressando a saudade que sente deles. No mesmo programa, o

apresentador comentava sobre o aniversário da Polícia Militar e a falta de segurança da cidade de Belo Horizonte dizendo que começou a tratar do assunto porque, no caminho para a rádio, “mais de cinco pessoas comentaram comigo sobre isso”. Ele ainda compartilha com os ouvintes a tristeza por ter perdido amigos ao longo da semana (03/06) e brinca com as situações e momentos diversos da programação. É o caso, entre outros, do programa que tratava sobre a Festa Junina, no *Comentário do dia* (17/06). Durante a veiculação de uma das músicas relacionadas ao tema, Lanza comporta-se como o narrador de uma quadrilha: “*Olha a chuva...lá vem a cobra...é mentira...*”.

Ao contrário do que se observa em rádios comerciais, o apresentador da Rádio Comunitária Cidade Nova não mostra preocupação em ser imparcial no tratamento com os ouvintes ou aspectos relacionados. No programa do dia 17/06, durante conversa com uma ouvinte que contava sobre um evento que participou na academia do bairro, Lanza comenta que a dona do estabelecimento é sua afilhada e faz uma série de elogios ao local. Ele conta ainda que, no dia anterior, foi à casa de uma moradora – e cita o nome – para comemorar o jogo do Brasil, na copa:

No jogo do Brasil eu tava assistindo missa, vi gente...Eu tava assistindo missa lá com o padre João, aqui na Santa Luzia, depois eu fui pra casa da Priscila...afilhada da Marlene...fui num festão lá...comi canjica lá, viu Francina...Tava deliciosa. Parabéns vii Deise, vii Vaninho... Parabéns pra vocês!.

O *Cidade Nova em comunidade* é absolutamente informal. No bloco 2, do programa transmitido em 03/06, Lanza começou a falar sobre o *Mercado Financeiro*, mas sentiu a falta da vinheta própria do quadro. Ele mesmo, ao vivo, pediu ao Wilson De Luca para colocá-la no ar.

Também se evidencia o jeito descontraído de Fernando Lanza em conversar com o ouvinte. Ele demonstra conhecê-los há bastante tempo. Em diversos momentos, o apresentador fala o nome do ouvinte antes que ele se identifique, demonstrando reconhecer a voz da maioria deles. No dia 13/05, Wilson anuncia que há ouvinte na linha. Quando esta diz

“alô”, Fernando festeja: “ÔÔÔ, Terezinha...eu tava precisando falar com você mesmo...parece até telepatia, menina...que bom! Eu te respondi aquela pergunta, daquela vez? (referindo-se a uma charada que a ouvinte fez em programa anterior, mas que na ocasião Lanza não soube a resposta).

_ Não!

_ Até hoje?

_ Até hoje...e eu quero saber!

_ (risos) Ah, Terezinha, eu vou te contar, viu...

Com outra ouvinte, no mesmo programa, ele diz: “Ô, minha querida...cê tá meio roquinha hoje?”

Pode-se dizer que há formas específicas de tratamento, de acordo com o ouvinte.

Quando se trata de uma senhora/mulher, Fernando Lanza costuma chamá-las de flor:

_ Quem está falando?

_ É a Jane, Fernando!

_ Ah, mais eu não acredito!!! Que bom te ouvir, minha flor. Tudo bem com você minha querida? Que bom te ouvir, viu...Como é que está a família, o marido, o filinho?.

Quando é um homem, chama-o de meu grande amigo (“ÔÔÔ, fulano de tal, meu grande amigo, como está a família?”). Até mesmo as crianças têm um tratamento especial. Após um tempo de conversa com uma criança, Fernando prossegue:

_ Quer falar mais alguma coisa florzinha? Vai mandar abraço pra alguém?

_ Como você está? (pergunta a menina)

_ Eu não posso me queixar de nada, não...Depois de falar com você eu fico numa felicidade danada...É muito bom ouvir você.

O bate-papo é tão descontraído que o apresentador corta o ouvinte, que está no ar, ao lembrar de um assunto relacionado ao que o outro estava dizendo, mostrando-se bastante à

vontade. Ao contrário dos veículos comerciais, Lanza também “não se preocupa com o tempo”; quem liga para participar tem toda a liberdade de expressar-se enquanto quiser, até mesmo porque Fernando comporta-se com toda a atenção possível à fala do ouvinte. Os sinais de concordância exemplificam a situação: *Ãhhã...sei...é verdade...com certeza...sem dúvida*, etc. No programa do dia 13/05 uma ouvinte chegou a falar durante quatro minutos e vinte segundos.

Os comentários que Lanza faz sobre os mais variados assuntos realmente chamam a atenção e despertam no público o desejo de interagir. Contudo, ainda que pareça opinar veementemente sobre algum tema específico, os comentários não passam do senso comum. As discussões que o apresentador traz ao ar não compreendem argumentos que permitam contradições ou polêmicas em torno do assunto.

Os principais tópicos, que poderiam suscitar debates, listados ao longo dos programas analisados são: corrupção no Brasil (foram comentadas as mazelas do governo), em 20/05; o nepotismo no governo, em 03/06; críticas a manchetes do jornal Estado de Minas do dia (terceira deflação no ano) e leis que não são cumpridas no País, em 17/06; e falta de apoio do governo às crianças (“...elas são o futuro do Brasil”). Entretanto, em seguida, Fernando Lanza elogia o estado alegando que toda criança tem acesso às escolas, em Minas.

3.7 A participação do ouvinte

O público ouvinte da Rádio Cidade Nova, especificamente do programa *Cidade Nova em comunidade* sente-se atraído a participar e realmente o faz. Estes se sentem tão à vontade que ligam, muitas vezes, só para dizerem que estão com saudades do apresentador (Fernando Lanza) ou elogiar a programação. O fato de Fernando Lanza ser um dos moradores do bairro facilita esse contato.

Logo no início do *Cidade Nova em comunidade* é anunciado o telefone da rádio. Ele não pára de tocar. Respostas aos pedidos, repreensões e chamadas de Lanza são praticamente imediatas. No programa do dia 20/05, o apresentador falava sobre famílias que eram prejudicadas por descasos e maus tratos de policiais fajutos, chamando a atenção para a responsabilidade da comunidade diante de casos como esses. Em seguida, um ouvinte liga afirmando querer fazer parte da associação do bairro e discorre sobre a corrupção no Brasil, tema do *Comentário do dia*. Já no dia 01/07, Lanza citou nomes de alguns ouvintes que costumavam ligar, mas ainda não tinham participado naquele dia. Na mesma hora uma delas ligou.

No programa de 27/05, o exemplo de destaque é uma ouvinte que ligou para discutir o tema do dia, mas, antes, opinou que a Rádio Cidade Nova estava à frente da Rádio Itatiaia, emissora consagrada no mercado radiofônico e uma das maiores de Minas Gerais: “...*essa rádio tá muito boa...Essa rádio tá até parecendo a Itatiaia, mas já passou na frente da Itatiaia. Isso aí tá bom demais...já passou na frente*”.

Também é comum o público entrar em contato pedindo para repetir as charadas ou perguntas do dia. Alguns pedem ao apresentador que fale mais devagar, pois estão anotando em um papel. Outros não só respondem as chamadas como fazem pegadinhas com Fernando Lanza. Isso mostra a liberdade de participação do ouvinte.

No *Cidade Nova em comunidade* do dia 10/06, o *Comentário do dia* foi sobre o Dia dos namorados. Na ocasião, Fernando Lanza falava sobre a esposa e, em determinado momento, começou a ler uma das mensagens que ela havia lhe enviado em 1979. A lembrança o emocionou, fazendo-o chorar. Comovido, um ouvinte ligou parabenizando o romantismo do apresentador. No mesmo programa, diversas pessoas se manifestaram com o desejo de ler mensagens sobre do Dia dos namorados, o que de fato ocorreu. A oportunidade

foi concedida a todos. No dia 17/06, uma ouvinte assídua liga convidando o público para o aniversário da mãe. A participação das crianças também é bastante valorizada.

Enfim, todos os quadros, comentários e participações são acompanhados de BGs, vinhetas e efeitos personalizados e próprios para cada momento. Estes aparatos ilustram e valorizam o programa. Apesar da simplicidade da emissora, no que diz respeito às condições financeiras, o ouvinte conta com um programa bem produzido e que remete às rádios comerciais – se levada em conta a sonoplastia. Vinhetas valorizando os seis anos de existência do *Cidade Nova em comunidade* e palavras de incentivo ao público são as mais veiculadas.

CONCLUSÃO

Para entender sobre a relação entre rádio e público e como emissoras comunitárias, especificamente a Rádio Cidade Nova, se constituem, é necessário, entre outros, um estudo sobre linguagem, comunicação e comunidade. Estes são de crucial importância para alcançarmos os resultados, uma vez que são elementos que constituem o processo da transmissão radiofônica.

No primeiro capítulo, discutimos o papel da linguagem no processo de construção das relações sociais. Por meio dos autores Peter Berger & Thomas Lukhmann (1998), podemos afirmar que o mundo não só é entendido por meio da linguagem como também é transformado ao fazermos uso dela. Quando nascemos, já encontramos uma realidade objetiva, imposta, repleta de normas e precisamos aprender a respeitá-la. Mas há, também, a realidade subjetiva que é aquela apreendida pelo indivíduo ao longo de sua vida. Contudo, só é possível agirmos como agentes transformadores da vida social por meio da linguagem. Ana Paula Ribeiro (2006), por sua vez, utiliza-se de pensadores como Roland Barthes e Ferdinand Saussure – entre outros – para argumentar sobre a linguagem como forma de efetivação do poder, como possibilidade de construção da realidade e a forma como ela é pensada coletivamente.

Ainda no primeiro capítulo, estudamos Gustavo Quesada (1980) e Raquel Paiva (1998) que tratam de comunidade. Os autores abordam tanto o conceito como as relações, estruturas, crenças e normas que a constituem. A comunidade é um grupo inserido dentro da sociedade, mas com características próprias, proximidade e identificação entre os membros que a integram. Por isso a comunicação entre esse grupo é necessária. Como discutimos neste trabalho, os indivíduos pertencentes a uma comunidade tomam decisões e compartilham problemas e conquistas comuns.

Para análise da comunicação e o papel que esta desenvolve na era moderna, nos baseamos em Adriano Duarte Rodrigues (1990) e John B. Thompson (1998). Os autores rebatem a idéia de que a mídia manipula o espectador – como defendem os apocalípticos – e atribuem a ela o desenvolvimento de espírito crítico e reflexivo da população, que são aspectos imprescindíveis para a evolução da sociedade.

O segundo capítulo foi dedicado ao estudo das características radiofônicas, sem as quais não seria possível uma análise coerente do veículo a que este trabalho se propôs. Emílio Prado (1989) e Gisela Ortriwano (1985) são as principais referências. O tópico apresentou desde a história do rádio até suas especificações em termos de linguagem, estrutura e conteúdo. Ambos concordam que a linguagem oral é um dos fatores responsáveis pelo bom desenvolvimento e grande alcance do rádio. Ela exige que seu conteúdo seja sempre ágil e atual, sendo estas as principais características que diferenciam o rádio dos veículos tradicionais de comunicação.

Neste mesmo capítulo, Cecília Peruzzo (1998) traz grandes contribuições ao retratar o caso específico das emissoras de rádio comunitárias, no que se referem às dificuldades, barreiras, legislação e situação atual no Brasil. Muitos dos aspectos abordados nesse segundo tópico determinaram e conduziram o processo de análise do material empírico. A autora lista os aspectos de maior relevância para se caracterizar uma emissora comunitária, tais como não ter fins lucrativos, ser produto da comunidade, permitir participação direta dos ouvintes, a democratização do poder de informar, entre outros.

Após observar cada uma das oito edições do programa *Cidade Nova em comunidade*, da Rádio Comunitária Cidade Nova (87,9 FM), é possível afirmar que, apesar de não ser fiel a todas as regras impostas pela lei de radiodifusão comunitária, a emissora tem características marcantes e exclusivas desse tipo de veículo.

Sua linguagem é bastante popular, sem rebuscamentos, e desperta o desejo de participação dos ouvintes. É como uma conversa em sala de visitas. Como observado por Ferdinand Saussure, em artigo de Ana Paula Ribeiro (2006), o *Cidade Nova em comunidade* é transmitido através do aspecto mais dinâmico e complexo da linguagem: a fala. O apresentador Fernando Lanza trabalha com uma locução simples e autônoma, pois fala o que lhe vem à mente e considera propício para o momento. Ele sente-se extremamente à vontade para chamar a atenção dos ouvintes quando estes se mostram negligentes às atividades do bairro e comportamentos no campo da moral. Fernando Lanza ainda conta com um discurso baseado em princípios cristãos, sempre batendo na tecla da “boa conduta”. O programa apresenta um discurso que leva o ouvinte a refletir sobre suas ações, escolhas, erros e acertos. Mesmo que a comunidade perfeitamente unida e fundada em comportamentos sempre positivos seja um mito, Raquel Paiva (1998) lembra que os homens são preocupados em “manter relações fundadas na amizade e no amor”.

Emílio Prado (1989) acredita que os erros da locução são elementos que podem facilitar a cumplicidade entre apresentador e ouvinte, bem como a humanização da expressão e esses resultados estão presentes no programa *Cidade Nova em comunidade*. Lanza esquece o nome de algumas pessoas, erra frases e tropeça nas palavras, mas isso não prejudica em nada a programação.

Não há, no *Cidade Nova em comunidade*, uma preocupação em seguir critérios jornalísticos. O padrão das frases curtas e objetivas cai por terra na Rádio Cidade Nova. Também não há preocupação em ser imparcial. Na emissora, o locutor expressa saudades de ouvintes específicos e demonstra intimidade com alguns deles.

O público encontra na Rádio Cidade Nova um espaço para se expressar e se reconhecer como indivíduo participante do processo de construção da realidade. Liga para queixar das mazelas no bairro, da situação atual do País, conquistas e derrotas familiares, etc.

A programação é construída *com e para* o público. O telefone é como se fosse a campainha da casa de Fernando Lanza. Atendida a ligação, locutor e ouvinte brincam, contam piadas e relembram acontecimentos anteriores. Essa estrutura condiz com o que argumenta Gustavo Quesada: “a comunidade existe essencialmente em função do *povo* que nela reside ou se identifica” (QUESADA, 1980, p. 14).

Um dos aspectos que possibilita essa liberdade de participação são os temas abordados na Rádio Cidade Nova, por meio do *Comentário do dia*, uma vez que são sempre familiares ao público e observam os assuntos em conformidade com as datas, reafirmando sua atualização. As idéias discutidas são de senso comum (corrupção no Brasil, Dia das mães, Dia dos namorados...). Diz Raquel Paiva (1998) que o desejo comum é o que caracteriza o grupo e é isso que de fato ocorre na Rádio Cidade Nova. Sendo considerados por Adriano Duarte (1990) e John Thompson (1998) como agentes transformadores da sociedade, os meios de comunicação acabam por pautar os assuntos discutidos pela sociedade. Determinados assuntos rendem comentários ao longo de toda a programação, por várias semanas, por serem próprios dos moradores que ouvem a Rádio Cidade Nova, facilitando a aproximação e fidelização à emissora.

As notícias transmitidas ao longo do programa *Cidade Nova em comunidade* dizem respeito, em sua pluralidade, ao bairro Cidade Nova, sejam elas de denúncia ou prestação de serviços. Feita a análise do material empírico, percebemos que muitas informações veiculadas despertam o interesse dos moradores/ouvintes a ponto de eles mesmos ligarem para transmitirem informações que julgam ser de interesse. É o que Raquel Paiva (1998) chama de ‘democratização da informação’. Em emissoras radiofônicas convencionais essa participação não seria possível.

As informações na Rádio Cidade Nova não seguem uma estrutura. Prado (1989) estabelece três tipos de notícias: a que conta com entrevistas, a de citações “com voz” (com

fala das fontes) e a estrita – que contrasta a “pirâmide invertida”. No *Cidade Nova em comunidade* as notícias são uma mescla de cada uma delas, sendo a última mais freqüente.

A Rádio Cidade Nova, especificamente o programa *Cidade Nova em comunidade*, dribla o artigo 18. da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro 1998, quando levado em conta as propagandas comerciais. A legislação de rádios comunitárias, imposta pelo Ministério das Comunicações, permite apenas a veiculação de patrocínios, sob forma de apoio cultural. Entretanto, o programa analisado permite inúmeras inserções de comerciais de lojas do bairro – algumas até mesmo gravadas. Francina Lúcia é a responsável pelo quadro *Promoções* e anuncia, principalmente, produtos da Feira dos Produtores – principal da região.

A Rádio Cidade Nova ainda contradiz o artigo 11 da mesma lei, por manter vínculos explícitos com a Igreja Católica Santa Luzía. O Ministério das Comunicações impõe que a emissora comunitária que detém o direito de transmissão não deve ter vínculos que a subordinem a qualquer entidade religiosa. No entanto, a Rádio Cidade Nova está inserida dentro da igreja e o próprio padre da Paróquia, João de Deus Dantas, é o representante legal do veículo. Apesar de ferir a legislação, Raquel Paiva adianta que falar de comunidade significa ter sempre de entrar no campo religioso, principalmente cristão, por defender os conceitos de comunhão, fraternidade e reciprocidade, próprios do cristianismo.

Entre as funções e doutrinas de emissoras radiofônicas especificadas por Gisela Ortriwano, cabe ao veículo analisado a *doutrina dogmática*. Esta constitui-se elemento fundamental, segundo Ortriwano, nos critérios de escolha das informações a serem transmitidas no rádio.

De fato, não observamos, no período de análise, nenhuma participação de outras entidades religiosas que não fosse a católica. Todo e qualquer evento de caráter religioso era referente à Igreja Santa Luzía. A transmissão da missa ocorre todos os domingos e o padre tem espaço exclusivo para veiculação de mensagens ao final do programa *Cidade Nova em*

comunidade. Estes são fatos que levam ao questionamento de como é feita a fiscalização por parte do órgão responsável.

A Prefeitura de Belo Horizonte, por sua vez, é representada pela Regional Nordeste e tem quadro exclusivo em todos os programas. Nele são transmitidas informações sobre eventos, obras, encontros e iniciativas municipais que criam no ouvinte a idéia de ativismo constante do órgão. Apesar disso, a Rádio Cidade Nova não deixa de reivindicar a presença das autoridades nem de reclamar a falta de obras.

A sonoplastia utilizada no *Cidade Nova em comunidade* explora recursos técnicos que reforça a idéia que a emissora deseja transmitir. Vinhetas e BGs ilustram toda a programação e estimulam o imaginário, próprio do rádio. Essa característica exige, conforme diz Emílio Prado (1989), repensar as modalidades, recursos e tecnologias empregadas na transmissão de informações. O mesmo autor acredita que emissoras de rádio devem priorizar a atualidade e, para isso, recorrer ao uso freqüente de unidades móveis e gravações externas. Porém, essas recomendações não são acompanhadas pela Rádio Cidade Nova.

A emissora pode ser classificada, seguindo definições de Cecília Peruzzo (1998), como sendo comunitária – por não ter fins lucrativos e pertencer a uma associação local (Associação Cultural, Artística e Produção de Radiodifusão da Cidade Nova), e ao mesmo tempo religiosa, pelos motivos já apresentados. Como salientado anteriormente, o programa *Cidade Nova em comunidade* é dividido em oito blocos, mas dada sua flexibilidade, não dizem respeito a nenhuma priorização de conteúdo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATHAYDE, Phydia de. **Na onda da política**. Revista Carta Capital, São Paulo, v. 12, n. 405, p. 30-33, agosto. 2006.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1982.

CÉSAR, Cyro. **Rádio: Inspiração, Transpiração e Emoção**. São Paulo: IBRASA, 1996.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos – O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro, Forense, 1987.

MEDITSCH, Eduardo. **A rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Lisboa: Vega, 1999.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. Disponível em [www.bocc.upi.pt/ lista/tematica](http://www.bocc.upi.pt/lista/tematica). Acessado em 15 de março de 2006.

BERGER, P. & LUKHMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. Trad. Mauro Antônio de Carvalho. São Paulo: Summus, 1989.

QUESADA, Gustavo M. (Gustavo Martin). **Comunicação e comunidade: mitos da mudança social**. Sao Paulo: Loyola, 1980.

RIBEIRO, Ana Paula Gouart. **Discurso e poder: a contribuição barthesiana para os estudos de linguagem**. Artigo para a Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/ana-p.pdf>. Acesso: 16 de fevereiro de 06.

SOARES, Raquel Paiva. **O Espírito Comum – Comunidade, mídia e globalismo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, cap. 1 e 2.

SITE

Ministério das Comunicações: www.mc.gov.br