UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MATHEUS DIAS GALDINO SOARES

O JORNALISMO CIDADÃO, A COMUNICAÇÃO POPULAR E O HIPERLOCALISMO NAS ROTINAS DE DEZ RÁDIOS COMUNITÁRIAS DO PARANÁ: NARRATIVAS DE IMPRENSA, BUSCA DE IDENTIDADE E CONTINGÊNCIAS DA FRONTALIDADE

CURITIBA

2022

MATHEUS DIAS GALDINO SOARES

O JORNALISMO CIDADÃO, A COMUNICAÇÃO POPULAR E O HIPERLOCALISMO NAS ROTINAS DE DEZ RÁDIOS COMUNITÁRIAS DO PARANÁ: NARRATIVAS DE IMPRENSA, BUSCA DE IDENTIDADE E CONTINGÊNCIAS DA FRONTALIDADE

Dissertação apresentada ao mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Setor de Artes Comunicação e Design, da Universidade Federal do Paraná como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Fernandes

CURITIBA

2022

Catalogação na publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Batel
(Elaborado por: Karolayne Costa Rodrigues de Lima CRB 9-1638)

Soares, Matheus Dias Galdino
O jornalismo cidadão, a comunicação popular e o hiperlocalismo nas rotinas de dez rádios comunitárias do Paraná: narrativas de imprensa, busca de identidade e contingências da frontalidade / Matheus Dias Galdino Soares. – Curitiba, 2022.
140 f. : il. color.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Fernandes.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

1.Rádios comunitárias - Paraná. 2. Radiodifusão. 3. Radiojornalismo. I. Título.

CDD 070.194098162

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **MATHEUS DIAS GALDINO SOARES** intitulada: **O jornalismo cidadão, a comunicação popular e o hiperlocalismo nas rotinas de dez rádios comunitárias do Paraná: narrativas de imprensa, busca de identidade e contingências da frontalidade**, sob orientação do Prof. Dr. JOSÉ CARLOS FERNANDES, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 19 de Julho de 2022.

Assinatura Eletrônica
21/07/2022 12:30:48.0
JOSÉ CARLOS FERNANDES
Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica
20/07/2022 16:12:53.0
SÉRGIO LUIZ GADINI
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA)

Assinatura Eletrônica
20/07/2022 17:41:48.0
VALQUIRIA MICHELA JOHN
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.
Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 207861
Para autenticar este documento/assinatura, acesse https://www.prppg.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp e insira o codigo 207861

AGRADECIMENTOS

concluir este trabalho. Diante disso, o autor tem imenso prazer em agradecer diversas pessoas sem as quais esta pesquisa não teria sido concluída.

Em primeiro lugar, quero agradecer a meus pais, Amarildo e Cleusa. Desde 1995 eles têm me dado o apoio, o amor, a força e o estímulo necessários para perseguir meus sonhos, não desistir e trilhar caminhos felizes. Eu sou grato, também, por todo o suporte recebido nestes dois anos desafiadores. Eu amo vocês.

Preciso também agradecer com grande carinho ao meu orientador, José Carlos Fernandes. Zeca, você foi a luz, a base e a estrutura deste trabalho. Eu não sei o que teria feito sem o seu acompanhamento. Nunca me esquecerei, não apenas das orientações, mas também das dicas para a vida e para a carreira. Agradeço aos dez radialistas que gentilmente me cederam seu tempo e me contaram suas histórias. Vocês são o cerne e a razão de ser deste trabalho.

Aproveito para agradecer à UFPR e todo o pessoal do PPGCOM, bem como do Sacod. Em especial, os docentes Valquíria, Rodrigo, Hertz, João, Myrian e Regiane. Também sou grato aos colegas da AE, Chirlei e Antônio. Ainda no PPGCOM, queria agradecer aos colegas, especialmente, André, May, Amanda, Sionelly, Camila, Maíra, Cléber, Juliana e Carol. Queria agradecer especialmente ao Crys. Sem você, meu amigo, eu não teria nem entrado no PPGCOM.

Falando sobre amigos, sou grato a todos. Mas, principalmente, a Maria Emília, João Vitor, Bafo, Renan, Leps, Ricardo, Carlos, Millena, Adriane, Mari, Kamila, Vitor, Douras, Gustavo, Brunna, Clara, Andressa, David e Afonso. Vocês foram respiros de felicidade nestes dois anos. Agradeço também à Cecília por toda a paciência, o auxílio, a força e a tranquilidade que me prestou ao fim desta jornada. Também sou grato à Julya por todo o apoio e o suporte prestado em boa parte deste projeto.

Por fim, não poderia deixar de agradecer aos nobres membros desta banca. O velho amigo Gadini e uma de minhas maiores referências, Valquíria. Vocês certamente tornaram este trabalho muito melhor desde a qualificação. Também agradeço ao professor Meditsch por ter auxiliado durante o seminário. Sou grato também aos professores da UEPG que até hoje me servem como referência: Karina, Rafael, Manoel, Cintia e Kevin, meu primeiro orientador.

RESUMO

Este projeto propõe uma pesquisa exploratória com o objetivo geral de investigar a percepção dos radialistas comunitários sobre a natureza de suas práticas. Objetiva também, em específico, entender como esses tensionamentos se refletem nas rotinas de produção, na edição e nas interações com o público, tendo como cenário a realidade das rádios comunitárias do Paraná, estado que possui cerca de 300 emissoras ativas. A pesquisa se justifica pela potencialidade em gerar relatos de experiência e *feedbacks* técnico-teóricos para estudos futuros. Toma como base teórica o jornalismo cidadão, em Targino (2009), Traquina e Mesquita (2003); estudos sobre mídia fora dos grandes centros, por Lobato (2017); novos arranjos do jornalismo em Fígaro (2018); comunicação popular e comunitária por Peruzzo (2008) e a ideia do hiperlocalismo estudada por Magnoni e Miranda (2018). Utiliza metodologia qualitativa e usa entrevistas semiestruturadas com dez comunicadores de emissoras de diferentes macrorregiões do Paraná, por telefone, gravadas e transcritas. As entrevistas são compostas por cinco blocos de perguntas e o instrumental utilizado é a análise de conteúdo segundo Bardin (2006) e Fonseca Júnior (2006).Testamos a hipótese de que emissoras sofrem com pressões políticas, limitações econômicas e a frontalidade do público. Como resultados, a pesquisa logrou êxito ao entrevistar os dez comunicadores, todos de atividade voluntária, e realizar três categorias de análises de conteúdo: práticas alternativas de comunicação; impactos da tecnologia sobre a radiodifusão comunitária e as contingências do hiperlocalismo e da frontalidade, desenvolvendo este último conceito e trazendo importantes detalhes sobre a rotina de trabalho de comunicadores comunitários no estado.

Palavras-chave: Comunicação Popular. Jornalismo Cidadão. Frontalidade. Radiodifusão Comunitária. Comunicação Comunitária no Paraná.

ABSTRACT

The project is presented as exploratory research with the main objective of investigating the perception of community broadcasters about the nature of their practices. It is justified by the potential of generating experience reports and technical-theoretical feedback for future research. It specifically aims to understand how these tensions are reflected in the routines of production, editing and interactions with the public, observing the reality of community radio stations in Paraná, which has around 300 active stations in the capital and in the interior. It takes as its theoretical basis citizen journalism in Targino (2009), Traquina and Mesquita (2003), studies on media outside large cities by Lobato (2017), new arrangements of journalism in Fígaro (2018), popular and community communication by Peruzzo (2008) and the idea of hyperlocalism studied by Magnoni and Miranda (2018). The interviews and their respective content analysis is based on Bardin (2006) and Fonseca Junior (2006). It uses qualitative methodology and uses semi-structured interviews with 10 community communicators from radio stations from different macro-regions of Paraná, by telephone, recorded and transcribed. The interviews will consist of five blocks of questions. We test the hypothesis that broadcasters suffer from political pressures, economic limitations and public directness. The project brought results such as the complete interviews with the communicators, all of which work in a volunteer way, and an analysis based in three categories: alternative practices of communication; the impact of technology over community radio broadcast and the contingencies of frontality and hyperlocalism. This last concept has been further developed, in which the project provided important details about work routines from communicators in the state.

Keywords: Communication. Citizen Journalism. Community Broadcasting. Community Communication in Paraná.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

IMAGEM 1 - Principais obrigações e restrições impostas pela Lei das Rádios Comunitárias de 1998..... 20
IMAGEM 2 - Notícias em destaque na homepage do Centro de Mídia Independente Brasil.. 28
IMAGEM 3 - Fluxograma descritivo da trajetória metodológica da pesquisa..... 42
IMAGEM 4 - Mapa do Paraná com as cidades cujos comunicadores comunitários foram entrevistados para a pesquisa..... 44

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Regiões e municípios selecionados para a realização das entrevistas com comunicadores comunitários..... 40

LISTA DE SIGLAS

ABCD Paulista - região da Grande São Paulo que engloba os municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

Abraji - Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo.

ADIN - Ação Direta de Inconstitucionalidade.

Amarc - Associação Mundial de Rádios Comunitárias.

Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações.

CAAE - Certificado de Apresentação de Apreciação Ética.

CEB - Comunidades Eclesiais de Base.

CMI Brasil - Centro de Mídia Independente Brasil.

Farcom - Federação das Associações de Rádios Comunitárias.

FM - Frequência Modulada.

PL - Projeto de Lei.

PPGCOM UFPR - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná.

PUC - Pontifícia Universidade Católica.

RMC - Região Metropolitana de Curitiba.

UEPG - Universidade Estadual de Ponta Grossa.

UFPR - Universidade Federal do Paraná.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 11
2. PERCURSO TEÓRICO: RÁDIO, CIDADANIA E DESAFIOS COMUNICACIONAIS 17
2.1 RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA: UM UNIVERSO TÉCNICO DE LIMITAÇÕES LATENTES 17
2.2 JORNALISMO CIDADÃO: UMA REFERÊNCIA NO HORIZONTE 23
2.2.1 Hiperlocalismo: cobertura local com gancho multiterritorial 29
2.3 COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNITÁRIA: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS 32
2.4 FRONTALIDADE: O JORNALISTA NA RUA 34
2.4.1 Distanciamento tecnológico, riscos pessoais e jurídicos 37
3. TRAJETÓRIA METODOLÓGICA 38
3.1 SELEÇÃO DE EMISSORAS E ENTREVISTADOS 39
3.2 ESTADO DA ARTE 44
3.2.1 Entrevista semiestruturada 47
3.3 DEFINIÇÃO DE EIXOS, PERGUNTAS, CONTATO COM PROFSSIONAIS DA ÁREA E CATEGORIAS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO 56
4. ANÁLISE E RESULTADOS 60
4.1 PERCEPÇÕES PRELIMINARES ACERCA DOS ENTREVISTADOS E SUAS FALAS 61
4.1.1 Idade e tempo de atuação na radiodifusão comunitária 61
4.1.2 Opinião sobre a legislação de rádios comunitárias e outras limitações 62
4.1.3 Perspectivas de futuro e impactos da pandemia 63
4.2 ADERÊNCIA DAS FALAS ÀS CATEGORIAS DE ANÁLISE 63
4.3 SÚMULA DE RESULTADOS 70
CONSIDERAÇÕES FINAIS 73
REFERÊNCIAS 76
APÊNDICES 80
APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTAS DA ENTREVISTA 80
APÊNDICE B - Transcrição das entrevistas com os comunicadores comunitários 82
ANEXO 132
ANEXO A - LEI Nº 9.612, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998: Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências 132

1.INTRODUÇÃO

As rádios comunitárias têm a missão legal de fornecer aos públicos de suas localidades conteúdo plural, de utilidade pública, com caráter educativo, de fomento cultural e informações relevantes para a comunidade em que estão instaladas (BRASIL, 1998). Contudo, diferentes realidades e um universo de precariedades financeiras, políticas e operacionais impõem a estas emissoras todo tipo de limitação, o que acaba por influenciar na forma como as organizações comunitárias e não-lucrativas de comunicação atuam, desde as rotinas de produção até as mensagens que emitem. A despeito disso, muitas dessas emissoras se empenham para manter uma atuação jornalística cidadã, popular e hiperlocal, que se apresenta como uma alternativa à informação vinda da mídia institucionalizada, não raro servindo até mesmo de fonte para os grandes veículos da comunicação.

A entrada irreversível da internet, das redes sociais digitais e dos aplicativos de mensagens instantâneas nesta equação trouxe efeitos práticos, efeitos que ultrapassam a possibilidade das emissoras em atingir públicos que estão para além do alcance de suas antenas. O saldo é que esses veículos comunitários ganharam uma dimensão não prevista inicialmente, permitindo uma participação maior do público na programação diária das emissoras por meio do contato com os radialistas, bem como do ganho de alcance do sinal da rádio a partir da transmissão ao vivo pela internet, tecnologias muito bem vistas pelos comunicadores entrevistados nesta pesquisa[1].

Com mais de 300 outorgas para entidades mantenedoras de emissoras de radiodifusão comunitária espalhadas em 399 municípios, o Paraná ostenta diferentes contextos socioeconômicos ao longo de seu território, o que também acaba por influenciar na forma como os veículos comunitários trabalham na capital do estado, na região metropolitana, nas cidades médias do interior e/ou nos municípios pouco populosos espalhados nas diversas regiões do estado. É em tal contexto que se insere este trabalho, cujo objeto é o jornalismo praticado nas rádios comunitárias paranaenses, especialmente, no que essas práticas tangenciam as expressões do jornalismo cidadão (TRAQUINA, 2009), da comunicação comunitária, da comunicação popular (PERUZZO, 2008) e do jornalismo hiperlocal (FERNANDES et al., 2019). Para tanto, fez-se um recorte de dez emissoras de radiodifusão comunitária espalhadas pelas macrorregiões do Paraná e escolhidas de forma aleatória,

[1] O conteúdo integral das entrevistas está disponível no Apêndice B.

usando-se como régua o engajamento dos grupos contatados, na fase preliminar da pesquisa, ao serem informados das intenções do estudo.

Considera-se importante a investigação deste tema, objeto e recorte geográfico, uma vez que a profissão de jornalistas e comunicadores sociais sofre mudanças diante da implantação veloz de um modelo de negócio cada vez mais enxuto, pela tecnologia digital e online, e que exige profissionais multitarefas. Entender os arranjos financeiros e organizacionais dos pequenos veículos justifica o esforço de pesquisar estas manifestações profissionais, no sentido de perceber cenários em que o exercício profissional do jornalismo se diferencia do praticado nas corporações e que podem, de algum modo, acenar alternativas para este ramo de atividade. Além disso, o estudo se empenha em associar o conhecimento teórico gerado e organizado pela academia à percepção, aos relatos e às experiências dos agentes que estão todos os dias lidando com uma realidade peculiar: além de lidar com as precariedades típicas de veículos de comunicação com baixo financiamento, os comunicadores populares vivenciam um contexto no qual a proximidade geográfica com o seu público gera "frontalidades" que interferem, para o bem e para o mal, nas rotinas de trabalho. A proximidade entre comunicador, público e fonte, na esfera de uma rádio comunitária, entende-se aqui, representa um interessante observatório do jornalismo praticado fora da esfera industrial. Vale ressaltar que boa parte destes comunicadores possuem atuação totalmente voluntária, como é o caso de todos os entrevistados desta pesquisa, sendo estes agentes profissionais que têm outras atividades como principal fonte de renda.

É neste contexto que a pesquisa questiona como a interação com os públicos, via *WhatsApp*, e a "frontalidade", conceito que esta pesquisa propõe, com fontes comunitárias e hiperlocais, alteram rotinas das rádios comunitárias, moldam a produção jornalística e se cruzam com as grandes narrativas, a exemplo das produzidas pelas grandes corporações.

Com o intuito de responder a este questionamento, o objetivo geral da dissertação é investigar a visão dos atores do jornalismo em rádios comunitárias sobre as características de suas próprias práticas profissionais; e a potencialidade deste trabalho comunicacional em gerar e fortalecer a cidadania. Os objetivos específicos que servem de norte para os esforços da pesquisa são, primeiramente, identificar as matrizes do jornalismo cidadão, alternativo, comunitário e hiperlocal nas rotinas elementares das rádios comunitárias estudadas. Em segundo lugar, busca-se mapear, de maneira preliminar, as interações que ocorrem entre radialista e ouvintes via *WhatsApp*, com a finalidade de entender se estes contatos impõem ou não alterações às rotinas destes profissionais, de modo a entender se esta ferramenta serve

como um potencializador do contato entre público e comunicadores. Por fim, o terceiro objetivo específico trata de observar as características das interações frontais, leia-se presenciais, entre produtores e ouvintes buscando compreender seus impactos sobre as rotinas produtivas das emissoras comunitárias de radiodifusão.

É extensa a produção de conhecimento sobre o universo das rádios comunitárias na academia. Por isso, o projeto aqui empreendido busca acrescentar informações úteis acerca da realidade paranaense, realizando um recorte de dez emissoras comunitárias que estão em diferentes regiões do estado, de modo a lançar luz sobre o todo por meio das partes.

A sustentação teórica do trabalho, que auxilia no contato com os profissionais comunicadores e permite a reflexão acerca da atuação das emissoras comunitárias, é baseada nas Teorias do Jornalismo, principalmente os estudos de Felipe Pena (2007), Michael Schudson (2010), Nelson Traquina (2015), Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003). O trabalho também trata das mediações e do consumo na comunicação em Nestor García Canclini (2015). Dá especial atenção ao conceito de jornalismo cidadão, estudado pelos teóricos Nelson Traquina (2015), Maria das Graças Targino (2009), Kovach e Rosenstiel (2003).

Ainda tratando de manifestações alternativas de Jornalismo e Comunicação, a pesquisa se baseia nos estudos sobre comunicação comunitária de Cicília Peruzzo (2008) e nos arranjos organizacionais das entidades comunicadoras estudados por Roseli Fígaro (2018), além dos estudos sobre mídia alternativa em José Marques de Melo (2008) e Elvira Lobato (2017), autora a partir da qual o presente projeto se orienta para refletir sobre a comunicação e o jornalismo realizados fora dos grandes centros urbanos, com poucos recursos financeiros e severas limitações operacionais.

A presente dissertação leva em conta os estudos sobre a crise do jornalismo hegemônico realizados por Ciro Marcondes Filho (1993) e Philipp Meyer (2007), cujos estudos nortearão as reflexões do trabalho acerca dos conceitos de jornalismo local e do jornalismo hiperlocal, ideia fundamental para entender a relevância da radiodifusão comunitária para as localidades onde estão inseridas. Os estudos de Cilto José Rosembach (2006) serviram de fundamental referência para entender como o jornalismo é praticado nas rádios comunitárias, apesar de ter se baseado em um recorte do estado de São Paulo. Paralelo, o retrato coordenado por Bergamo, Mick e Lima (2012) foi útil para compreender a realidade socioeconômica e as características dos jornalistas brasileiros, um fator que se soma no entendimento dos diversos fenômenos sociais que se impõem sobre os comunicadores comunitários e o seu trabalho nas emissoras de radiodifusão.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa se estrutura como um esforço de caráter exploratório, no qual se busca compreender a realidade dos agentes estudados, a forma pelas quais as teorias estudadas se aplicam à realidade e às rotinas da comunicação comunitária por rádio, bem como a forma tomada pelas interações de frontalidade por *WhatsApp*.

O primeiro passo da pesquisa consistiu em um levantamento bibliográfico e uma leitura aprofundada dos temas essenciais para a construção da pesquisa, de forma a nortear o andamento do projeto e orientar os passos seguintes de maneira lógica e que atendesse aos objetivos definidos. Dada a quantidade expressiva de emissoras comunitárias no estado e a impossibilidade logística e cronológica de contemplar a todas as rádios comunitárias do Paraná ao longo da pesquisa, a segunda etapa consistiu na realização de um recorte de *corpus* que levou em conta as especificidades apresentadas pelo estado do ponto de vista geográfico e socioeconômico.

Após refletir sobre as características destacadas acima e levar em consideração o mapa do estado, foram selecionados como amostragem dez comunicadores, cujas emissoras comunitárias estão localizadas em diferentes regiões da unidade federativa, de forma que possam formar um panorama amplo e plural sobre as experiências vivenciadas pelos agentes da radiodifusão comunitária em diferentes cidades paranaenses.

Na etapa posterior, a pesquisa continuou a ser executada por meio de um procedimento de radioescuta das emissoras selecionadas, de forma a permitir ao autor uma familiaridade maior com as rádios estudadas, sua grade de programação, a atuação prática de seus profissionais e a detecção de algumas características gerais e específicas destes veículos de comunicação. A radioescuta concentrou-se principalmente sobre a programação de jornalismo destas rádios. Ainda que as emissoras não veiculem conteúdo de caráter informativo apenas nos programas jornalísticos, ouvir aos jornais dá à pesquisa os parâmetros e referências necessárias para que a pesquisa tenha sido encaminhada de maneira mais assertiva.

Em princípio, a radioescuta em si não compreende parte integrante do *corpus* da pesquisa, visto que o presente trabalho não se propõe a ser um estudo de mensagem ou de recepção, por isso, a experiência da escuta não está sistematicamente documentada nesta dissertação. Entretanto, o procedimento foi realizado com vistas a orientar o pesquisador e prepará-lo melhor para a etapa seguinte: as entrevistas com os comunicadores que efetivamente serviram de base para as reflexões do trabalho aqui apresentado.

Ao longo da realização da pesquisa, o tema foi recortado e apresentado à comunidade acadêmica em dois eventos[2], nos quais os *feedbacks* dos participantes ajudaram a delimitar e selecionar técnicas, referências e diretrizes. Durante estes eventos, foi possível ter contatos preliminares com os profissionais das rádios comunitárias em entrevistas específicas, que acabaram por solidificar as técnicas a serem utilizadas efetivamente nas entrevistas que virariam o *corpus* do presente projeto.

Procederam-se então às entrevistas com os dez profissionais selecionados para a realização do trabalho. As entrevistas semiestruturadas do tipo qualitativa como procedimento de pesquisa junto a estes agentes foram designadas de acordo com a formatação proposta por Jean Poupart (2014), Ana Carolina Escosteguy (2004) e Rosália Duarte (2004). A primeira parte desta etapa foi a definição do roteiro a ser apresentado aos entrevistados. Foram definidos cinco eixos de perguntas que buscam contemplar: a compreensão dos profissionais sobre os conceitos tensionados nesta pesquisa, a saber, o jornalismo cidadão, a comunicação popular e o jornalismo hiperlocal. O segundo eixo que o roteiro da entrevista semiestruturada contemplou diz respeito às práticas destes profissionais, a fim de saber se esta atuação pode ser compreendida nos conceitos do cidadão, do popular e do hiperlocal. Em caso positivo, investiga-se se esta filiação aos conceitos é convicta (quando o profissional tem conhecimento do conceito e busca aplicá-lo ao máximo possível), consciente (o profissional tem conhecimento do conceito, mas não se preocupa diretamente em aplicá-lo à sua atuação), ou ingênua (o profissional não tem ciência do conceito, mas acaba aplicando-o parcialmente em sua rotina de trabalho a despeito disso).

O terceiro eixo de questões da entrevista trata especificamente da relação que o comunicador comunitário do rádio tem com os seus ouvintes pelo *WhatsApp*[3], de modo a compreender se essas interações digitais influenciam as rotinas de produção e edição, sejam positivas ou negativas e se manifestem como parte da cultura da profissão e do uso da ferramenta, algo que também se verifica no jornalismo, como um todo. O quarto eixo de questões do contato direto com o radialista trata, por sua vez, do que estamos de chamando frontalidade, ou seja, a proximidade geográfica e física que estes profissionais podem ter com o seu público, uma vez que rádios comunitárias possuem um alcance de sinal reduzido, logo, emissores e receptores compartilham em boa parte a mesma comunidade. Este eixo tenta

[2] Recortes da pesquisa foram apresentados no VII Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo (Abraji) e no XXII Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação (UEPG).

[3] O aplicativo de mensagens instantâneas mais utilizado do Brasil, com cerca de cinco bilhões de downloads, segundo levantamento Emizen Tech disponível em: https://www.meupositivo.com.br/doseujeito/dicas/aplicativos/apps-mais-baixados-brasil-2021/. Acesso em 12 set. 2022.

explorar que tipos de oportunidades e ameaças os profissionais ouvidos julgam enfrentar devido à proximidade local que possuem com seus ouvintes, além de outros grupos como políticos, empresários e fazendeiros locais.

Por fim, o quinto eixo de questões tem um caráter documental, no qual a pesquisa quer entender melhor quem é o radialista que foi entrevistado, como é a sua realidade profissional e sua formação, as características da emissora em que trabalha, seja do ponto de vista operacional, bem como do ponto de vista socioeconômico, aspectos que se relacionam diretamente com o conceito de frontalidade que estamos propondo e discutindo neste trabalho.

A elaboração, a formatação e a realização destas entrevistas, além do referencial específico sobre técnicas de entrevista semiestruturada, também levaram em conta as reflexões teóricas já mencionadas sobre os conceitos mais amplos e mais específicos no que toca ao tema deste estudo. Apesar de se basear em técnicas de entrevista semiestruturada, o diálogo com os radialistas também permitiu livres trocas de informações que, a princípio, não entram no *corpus* da pesquisa, mas também orientam as reflexões sobre o tema que vieram a sustentar os resultados e as conclusões encontradas.

A etapa seguinte consistiu da análise das entrevistas realizadas com os radialistas. Para realizar este passo, foram utilizadas técnicas de Análise de Conteúdo, como descritas por Laurence Bardin (2016), as quais determinam que a pesquisa capte as informações do seu *corpus* de análise e as observe de acordo com categorias pré-determinadas que estejam adequadas à realidade estudada e aos objetivos do estudo. A técnica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), também serviu de referência já na definição das perguntas da entrevista semiestruturada, uma vez que se adotou como categorias de análise as atuações "Convicta", "Consciente" e "Ingênua" para tratar do trabalho dos radialistas comunitários em comparação aos conceitos do popular, do cidadão e do hiperlocal, apresentando um caráter qualitativo. Da mesma forma, as categorias "Interação por WhatsApp" e "Frontalidade" serviram como referência para a análise dos eixos específicos de questões presentes na entrevista.

Por fim, a última etapa deste projeto consiste na consolidação da análise e na apresentação dos resultados e das conclusões obtidas a partir das entrevistas e da respectiva submissão aos critérios de análise designados, respondendo aos objetivos propostos e à hipótese de que os comunicadores comunitários são em boa parte conscientes dos conceitos que orientam suas profissões, além de ser atravessados por frontalidades e pelas interações digitais das mensagens instantâneas do *WhatsApp*.

2. PERCURSO TEÓRICO: RÁDIO, CIDADANIA E DESAFIOS COMUNICACIONAIS

Neste capítulo, iremos abordar o percurso das reflexões teóricas acerca dos temas mais caros à pesquisa. O primeiro subcapítulo trata das rádios comunitárias, seus aspectos legais e suas limitações. Segue o "jornalismo cidadão" e como esse conceito teórico-prático foi pensado por diferentes teóricos da área da comunicação. Trabalhamos posteriormente a noção de "hiperlocalismo" e como essa questão se reflete nas rotinas das rádios comunitárias, permitindo uma comunicação que é local, mas pautada por problemas que são globais. Destacamos, então, as proximidades e os distanciamentos que estes conceitos possuem em relação à comunicação popular e comunitária. Encerrando o capítulo, discute-se a ideia de "frontalidade", mostrando como o comunicador comunitário está sujeito às vantagens e desafios de estar tão fisicamente próximo e acessível do público. Dentre os autores que regem essa etapa da dissertação, destacamos Targino (2009), Traquina e Mesquita (2003); Lobato (2017); Fígaro (2018); Peruzzo (2008) Magnoni e Miranda (2018) e Meyer (2007).

2.1 RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA: UM UNIVERSO TÉCNICO DE LIMITAÇÕES LATENTES

O Brasil possui rádios comunitárias em todas as suas Unidades Federativas. São emissoras que fazem parte da vida e do cotidiano de milhões de pessoas, espalhadas em todo o país. Contudo, essas iniciativas de radiodifusão comunitária sofrem com limitações latentes, tanto do ponto de vista técnico, bem como humano, legal e político. Em que pese algumas das teorias da Comunicação Comunitária e do Rádio mostrarem as rádios comunitárias como exemplo de espaços de emancipação e liberdade de discursos, esses espaços comunicacionais sobrevivem diariamente a uma série de pressões e restrições que influenciam diretamente na qualidade e potencialidade do trabalho em criar conteúdo de qualidade e uma relação cidadã junto ao público.

Do ponto de vista legal, segundo a Lei n.º 9612 de 19 de fevereiro de 1998 (BRASIL, 1998; ANEXO A), uma antena de rádio comunitária não pode ter mais de 25 Watts[4] de potência, tampouco possuir uma altura superior a 30 metros. Assim, define-se como um sistema de baixa potência, cujo alcance nominal de sinal dificilmente supera o raio de um

[4] Em terreno pouco acidentado e em boas condições meteorológicas, o raio de alcance desta potência é de aproximadamente um quilômetro.

quilômetro. O alcance é razoável quando se leva em conta que, conforme o parágrafo segundo do Art 1.º, a rádio comunitária tem a função de atender a uma comunidade ou a uma vila (BRASIL, 1998). É necessário refletir se essas limitações técnicas ainda fazem sentido para o cenário da comunicação da segunda década do século XXI, bem como se atendem às demandas comunicacionais de um país vasto e difuso como o Brasil. Um país no qual mesmo dentro dos 26 estados e do Distrito Federal existem realidades muito distintas. É importante, entretanto, reafirmar que a legislação responsável pelo reconhecimento e pela outorga das rádios comunitárias é muito bem vinda e extremamente necessária ao bom funcionamento deste tipo de emissora. A lei veio para sanar, nos anos 1990, uma demanda que era absolutamente necessária à comunicação comunitária e às iniciativas de radiodifusão feitas no interior, na zona rural e na periferia do Brasil.

> Antes dessa lei, todas as rádios não comerciais e que operavam sobre a nomenclatura de comunitárias ou livres (balizadas principalmente em grupos sociais), eram consideradas ilegais e profundamente perseguidas no país. Eram chamadas pejorativamente de "piratas" ou "criminosas". São inúmeros os relatos sobre prisões e arbitrariedades promovidos contra apenas quem queria promover uma comunicação diferencial via ondas sonoras no Brasil (BERTI, 2019, p. 151).

Até mesmo porque, ainda depois de mais de 20 anos do estabelecimento da lei que reconhece as rádios comunitárias, há um sem número de emissoras que ainda operam em caráter informal, atingindo os mais distantes rincões do país, chegando a um público que não raro dispõe apenas deste meio para se informar com agilidade.

> Diariamente dezenas de rádios comunitárias são abertas e outras fechadas no país, existindo quase uma metáfora de gato e de rato, sendo os ratos as emissoras e o gato, que corre atrás, o governo, que tenta fechá-las, inclusive processando criminalmente seus fundadores e operadores (BERTI, 2019, p. 152).

Esta é outra dentre as dificuldades legais que se impõem sobre as esferas do cotidiano de uma rádio comunitária no Brasil: abrir, manter e prestar contas sobre a atuação de uma emissora desta natureza não é uma tarefa simplificada. A burocracia sobre a gestão de concessões não é uma exclusividade das rádios comunitárias. Contudo, é necessário considerar que estas emissoras contam com recursos ainda mais escassos, administradas por associações beneficentes que só existem pró-forma, servindo de CNPJ para manter a rádio ativa, como bem descrito nos artigos 7.º a 10.º da Lei de rádios comunitárias (BRASIL, 1998).

Para além das limitações de natureza legal e burocrática, percebe-se que tais restrições acabam impondo dificuldades adicionais à operação diária da rádio e à geração de conteúdo por parte de seus agentes sociais. A limitação de alcance, por exemplo, é uma das principais responsáveis pela incapacidade de muitas emissoras em manter uma boa saúde financeira, necessária para propiciar equipamentos de qualidade e justa remuneração aos profissionais que atuam nas rádios, com dedicação parcial ou exclusiva. A insolvência financeira vem principalmente de itens na legislação que restringe legalmente a capitalização da emissora na forma de apoio cultural, sem permitir menção direta ao anúncio de produtos e serviços. A lei assim determina, pois rádios comunitárias são iniciativas sem fins lucrativos e, por isso, não devem fazer propaganda, *merchandising* ou discursos de proselitismo político e/ou religioso que possam resultar em receita direta para a emissora e seus promotores – ou, pelo menos, não deveriam. A realidade que se verifica aponta infrações recorrentes à legislação, aproximando as rádios comunitárias, em muitos casos, de emissoras comerciais comuns ou empresas de comunicação com fins religiosos (SOARES; WOITOWICZ, 2016).

A crítica pura à legislação de radiodifusão comunitária, contudo, pode parecer leviana quando levamos em conta as intencionalidades que tal lei buscou implementar sobre as emissoras que coordena. Os pilares da legislação apontam para uma comunicação efetivamente comunitária e cidadã (BRASIL, 1998), que dá real valor à cidadania, à pluralidade de ideias, à ampla possibilidade da participação popular e do acesso facilitado aos membros da comunidade em quaisquer condições socioeconômicas. Aliás, a lei das rádios comunitárias têm a finalidade de posicionar estas emissoras como defensoras dos interesses da população local, dando-lhes oportunidade do protagonismo de sua própria comunicação.

> Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:
> I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
> II – promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
> III – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
> IV – não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias (BRASIL, 1998).

Do ponto de vista legal, uma legislação cuja intenção inicial seria a regulamentação de um serviço de comunicação em plena existência acabou por incentivar, indiretamente, um posicionamento emancipador e progressista nas manifestações comunitárias de radiodifusão (BERTI, 2019). Se considerarmos apenas a lei, podemos observar com facilidade diversas

aproximações de mérito entre o que a legislação determina e as teorias que discorrem sobre a comunicação comunitária, o jornalismo cidadão, a mídia alternativa e até mesmo o jornalismo hiperlocal. Ao longo deste trabalho, trataremos destas aproximações tanto no que diz respeito à legislação, como à prática em si, por meio dos depoimentos cedidos por agentes sociais atuantes nas rádios comunitárias do Paraná.

Contudo, a lei, na prática, tem um caráter muito mais regulatório do que prático ou conceitual, indicando as exigências técnicas, formais e burocráticas que as emissoras precisam seguir, mas sem efetivamente providenciar condições reais para que essas iniciativas de comunicação realmente cumpram com seu papel social e legal. É neste contexto que as limitações de ordem técnica, documental, econômica e política atuam para restringir a capacidade destes veículos em realmente exercer uma comunicação comunitária e cidadã.

Imagem 1 - Principais obrigações e restrições impostas pela Lei das Rádios Comunitárias de 1998.



Fonte: o autor (2022).

Em resumo, os desafios impostos pela legislação possuem três esferas: técnica, econômica e gerencial. Do ponto de vista técnico, rádios comunitárias têm alcance limitado, mas precisam operar em frequência modulada (FM), o que pode aumentar seus custos operacionais consideravelmente. Sob a perspectiva econômica, as emissoras têm dificuldades em captar patrocínios, uma vez que segundo a lei, os conteúdos patrocinados devem acontecer apenas na forma de apoio cultural e com patrocinadores que estejam nos limites geográficos da emissora em questão. Em que pese esta medida ser importante para barrar eventuais pretensões de lucratividade sobre a emissora, o efeito colateral dificulta a justa remuneração pelos serviços dos comunicadores, segundo dirigentes de emissoras ouvidas na pesquisa.

Sob a ótica gerencial, há definições bastante específicas sobre como as entidades mantenedoras devem ser formadas, além de suas relações com outros entes da sociedade civil organizada. Há, até mesmo, infrações determinadas pelo Artigo 21º da Lei, no qual permanecer mais de 30 dias sem atividades pode levar a emissora a sofrer sanções, tais como suspensão ou revogação da outorga de funcionamento. Limitações como esta foram sentidas ainda mais durante a pandemia da Covid-19 no Brasil, quando muitas dessas emissoras passaram a ter ainda mais dificuldades na captação de patrocínios. Chegou a ser analisado pela Câmara dos Deputados um Projeto de Lei (PL 2750/20) que permitia às rádios comunitárias a obtenção de uma nova licença temporária de funcionamento. Licença essa concedida a emissoras que, em decorrência dos obstáculos trazidos pela pandemia do Coronavírus, acabaram por ficar longos períodos de tempo inativas e foram punidas com a perda da outorga[5].

Outra medida do Poder Legislativo que teve a finalidade de prover apoio às rádios comunitárias durante este período de operações limitadas foi a aprovação de um auxílio emergencial no valor de R$ 10 mil às emissoras, cuja difusão foi afetada pelas circunstâncias relacionadas à pandemia e seus impactos sobre o público, bem como sobre os patrocinadores das emissoras[6].

Com todas as dificuldades que enfrentam, entretanto, as rádios comunitárias representam de maneira legítima um espaço de voz popular, no qual pessoas da comunidade têm a chance de expor ideias, serem protagonistas da própria comunicação e empreender

[5]Funcionamento das rádios comunitárias durante a pandemia. Acesso em: 4 ago. 2021. Disponível em < https://www.camara.leg.br/tv/750216-funcionamento-das-radios-comunitarias-durante-a-pandemia >

[6]Comissão aprova benefício emergencial de R$ 10 mil para rádios comunitárias durante a pandemia. Acesso em: 4 ago. 2021. < Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/784019-comissao-aprova-beneficio-emergencial-de-r-10-mil-para-radios-comunitarias-durante-pandemia >

lutas por melhorias de vida e de serviços públicos em suas realidades locais ou comunitárias sob um ponto de vista menos atrelado ao geográfico, como discute Rodembusch (2018). O autor traz uma perspectiva de que o comunitário, na verdade, não depende do local em que as pessoas vivem, necessariamente.

A ideia de comunidade se manifesta nas relações que as pessoas constroem umas com as outras. Embora a proximidade geográfica possa interferir nesta equação, ela não é um determinante direto para a existência de comunidades. Com a internet e os streams de sinais radiofônicos, o público de diferentes locais do mundo pode integrar a mesma comunidade sob a ótica de uma comunicação que atende a interesses semelhantes. É também por isso que, a despeito de restrições, às rádios comunitárias mantêm sua relevância e, com as devidas ressalvas, ainda atende a seus propósitos de concepção e podem ter grande contribuição ao debate público, à geração de cidadania e até mesmo à defesa da democracia.

É o que apontam afirmações de agentes sociais atuantes nestes espaços de comunicação (SOARES; FERNANDES, 2020), bem como o trabalho realizado por Modesto e Kischinhevsky (2014). Aqui, encontramos exemplos e reflexões sobre como rádios comunitárias do interior e das periferias resistem a diferentes pressões de diversas naturezas e ainda se posicionam como esteios de resistência e emancipação. Todo este contexto também está conectado à ideia de Rádio Expandido[7] (OLIVEIRA, 2016). Ou seja, uma experiência radiofônica na qual as emissoras e os profissionais prepararam o seu trabalho de acordo com a interação entre várias mídias aplicadas ao rádio (OLIVEIRA, 2016). Apesar de ainda ter as ondas sonoras do *dial* como o principal meio de difusão de mensagens, o Rádio Expandido está constantemente ligado à internet, às mídias sociais, aos portais de notícias, ao canal do *Youtube* da emissora, às mensagens de *WhatsApp* dos ouvintes e ao site da organização que pode fazer o *stream* do sinal radiofônico para todo o mundo por meio da internet.

Embora a dissertação (OLIVEIRA, 2016) aqui mencionada tenha centrado o seu olhar sobre os impactos que a gravação e transmissão ao vivo de imagens do estúdio pode trazer para o trabalho de produção e transmissão de duas rádios populares do Rio de Janeiro, o trabalho contribui ao trazer a ideia do Rádio Expandido como uma evolução conceitual no contexto da teoria da convergência (JENKINS, 2009), adaptada à realidade do rádio no Brasil por Modesto e Kischinhevsky (2014). Nesta realidade midiática, o rádio não se limita a estímulos sonoros e a sua relação com o ouvinte se insere em um cenário de convergência com a internet e com outros meios de comunicação. O rádio está no receptor analógico ou

[7] Grafia reproduzida tal qual a escrita do autor referenciado.

digital, mas também está na TV por assinatura, na internet, no celular, no tablet ou no notebook.

> A ideia de remediação pode ser uma porta de entrada para a apreensão do rádio expandido, em que novos elementos embaralham a caracterização estabelecida exclusivamente a partir da sonoridade. Textos de apoio, hiper-links, espaços para comentários, webcams em estúdios, fotos ilustrando chamadas de áudios em páginas na web são apenas alguns destes elementos, que vão engendrar diferentes parâmetros de análise, complexificando o entendimento das interações comunicacionais que se dão em torno da radiofonia (MODESTO, KISCHINHEVSKY, 2014, p. 13)

Com esta perspectiva, o Rádio Expandido ganha um universo de possibilidades antes inexistentes diante das restrições naturais do suporte auditivo tradicional. Para os autores, é a adaptação que permite ao rádio se manter relevante mesmo diante da quase onipotência das redes sociais.

2.2 JORNALISMO CIDADÃO: UMA REFERÊNCIA NO HORIZONTE

Por ser um conceito difuso, complexo e auto explicativo ao mesmo tempo, o chamado "jornalismo cidadão" é sobretudo uma ideia em formação. E, como ideia em formação, ganhou forma de, com perdão ao cliché, "tábua de salvação". Em meio à implosão do modelo de negócios dos jornais (MEYER, 2007), provocada pelos avanços velozes da internet, parte da mídia tradicional, em especial a ligada aos "jornalões", enxergou no jornalismo cidadão uma maneira de recuperar o público que julgava ter, mas na verdade nunca teve (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). A primeira impressão, um tanto primária, era a de que o leitor/espectador/radiouvinte, participaria da notícia com sugestões. Logo se percebeu que não bastava – a cidadania na esfera da notícia implicava em vínculos com comunidades/cidades/instituições, busca de fontes e notícias invisíveis. Provocou fascínio, mas o modelo "cidadão" é oneroso, exige repórteres, tempo, e a internet, devoradora, não esperou a imprensa aprender a fazer jornalismo cidadão, atropelando o que poderia ser uma virada de jogo. A ideia do jornalismo cidadão como comunicação cidadã é legítima e se consolidou, via WhatsApp, principalmente, de modo que a utopia do jornalismo cidadão permanece no horizonte. E permanece em formação, porque a compreensão do público na web ainda é uma tarefa inconclusa. O que trouxe o jornalismo cidadão para uma pesquisa de rádios comunitárias foram as crenças de que há algo na concepção da rádio comunitária que dialoga com a natureza do jornalismo cidadão. Pode-se deduzir que as rádios comunitárias estão distantes da realidade web 2.0, uma vez que difundem seu conteúdo em ondas eletromagnéticas de frequência FM. Contudo, é justamente a internet que remodelou as

formas como as rádios comunitárias produzem notícias, relacionam-se com o seu público e otimizam o seu alcance por meio de plataformas de streaming. Desta forma, ainda é possível estabelecer aproximações entre estes dois universos.

Quando o presente projeto começou a ser preparado, baseava-se essencialmente na relação entre o jornalismo praticado em rádios comunitárias e o chamado "jornalismo cidadão", conceito explorado por diferentes teóricos do campo da Comunicação. Embora o escopo do projeto tenha ganhado outros conceitos para a realização de aproximações e distanciamentos em relação ao objeto, o jornalismo cidadão se mantém como uma referência no horizonte para comparações e aplicações de conceito.

No campo da comunicação, a definição de jornalismo cidadão não é totalmente consensual, tampouco plenamente pacificada entre os estudiosos da área, cujas perspectivas podem apresentar diferenças substanciais. Vamos apresentar com um pouco mais de detalhamento algumas destas visões do jornalismo cidadão (e nomenclaturas correlatas, como jornalismo cívico, jornalismo de fonte aberta, *citizen journalism*, e similares). Cumpre dizer de antemão que todas estas definições têm uma semelhança de base: para todos os estudiosos, nesta prática de jornalismo, o cidadão desempenha um papel de protagonismo e/ou de foco de atuação. A matriz do jornalismo cidadão é captar, para além da esfera estrita da notícia, que elementos gravitam em torno do fato, o que lhe dá um caráter sociológico e fenomenológico; paralelo, observa entre os atores ligados ao fato, os mais engajados, atuantes politizados, cuja opinião possa ser representativa do grupo e não apenas uma trágica repetição do senso comum.

Traquina (2015) mostra que as raízes desta perspectiva do olhar cidadão no processo de produção jornalística são originárias dos Estados Unidos ao final da década de 1980. À época, os movimentos difusos buscavam criar um "novo jornalismo", que foi de onde se multiplicaram nomenclaturas como "comunitário", "de serviço público", "público" e "cívico" – termo que Traquina (2015) considera o mais adequado para definir o movimento. Em boa parte, esta reação cidadã nasceu naquele país em decorrência de um período no qual a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais estava em franca decadência.

> Uma sondagem nacional realizada nos Estados Unidos em 1994 indica que somente 25 por cento das pessoas inquiridas concordam com a afirmação que os media ajudam a sociedade a resolver os seus problemas. Outros números são inquietantes: enquanto, em 1973, 23 por cento das pessoas inquiridas indicaram que tinham "muita" confiança nos media, a percentagem desceu para 14 por cento em 1983 e apenas 10 por cento em 1994. Igualmente, em 1994, 63 por cento das pessoas inquiridas indicaram que as empresas jornalísticas são frequentemente influenciadas por pessoas e organizações poderosas (TRAQUINA, 2015, p. 4).

Traquina (2015) recupera as reflexões de um dos fundadores do movimento pelo novo jornalismo, David Merritt (1995 *apud* TRAQUINA, 2015), para contextualizar que, além da baixa credibilidade da imprensa tradicional, as pessoas públicas dos Estados Unidos também estavam mal vistas, especialmente após a Guerra do Vietnã e após os episódios que levaram à deposição do ex-presidente Richard Nixon, em 1974. Também relembrou na mesma linha o argumento defendido pelo professor Jay Rosen (1994 *apud* TRAQUINA, 2015), de que o jornalismo pode e deve reforçar a cidadania a fim de dar mais vigor ao debate público.

Do ponto de vista prático, é curioso perceber que o jornalismo cívico, em Traquina (2015), foi criado dentro de veículos tradicionais de imprensa, tendo como estopim a insatisfação do público em relação às práticas de cobertura à corrida presidencial estadunidense de 1988, nas quais concorreram ao final George Bush e Michael Dukakis. Foi no diário *Columbus Ledger Enquirer,* da rede Knight-Ridder do Estado da Geórgia, que, segundo Traquina (2015), foi iniciada a primeira experiência do jornalismo cívico, conforme o próprio autor descreve:

> O jornal abandonou o seu papel tradicional de observador desligado e assumiu um papel de ativista na tentativa de melhorar a qualidade de vida na comunidade. O jornal encomendou uma sondagem para identificar os problemas que preocupavam a comunidade. Na sequência da sondagem, 85 cidadãos influentes responderam a um inquérito escrito e jornalistas realizaram entrevistas aprofundadas com residentes na comunidade. Com base nos dados recolhidos, o jornal elaborou um relatório intitulado "Columbus Para Além de 2000" (TRAQUINA, 2015, p. 5).

Ou seja, na perspectiva do autor americano, o que determinou a definição da iniciativa como "cívica" foi a mudança de postura: de observador a ativista. Esta mudança de postura, segundo Merritt (1995 *apud* TRAQUINA, 2015), pode colocar em xeque uma das características pétreas das práticas jornalísticas americanas a partir do século XX: o imperativo da objetividade. "A separação decidida conduz a um tipo de cegueira acerca de coisas específicas, uma incapacidade instruída para compreender uma parte do nosso ambiente e as pessoas envolvidas nele" (MERRITT, 1995 *apud* TRAQUINA, 2015, p. 298). Seguindo nesta linha, os autores mostram que a busca incondicional pela objetividade pode levar os jornalistas a narrarem fatos de maneira viciada e se pautar por um equilíbrio que, na verdade, não se aplica universalmente na vida pública.

Contudo, o jornalismo cívico ainda é praticado por jornalistas de profissão – mesmo que boa parte dos *inputs* do conteúdo jornalístico tenha sido gerado a partir da participação

direta dos cidadãos. Esta é uma característica que destoa do que dizem outros pesquisadores que se debruçaram sobre esta temática a fim de delimitar o que é o jornalismo cidadão. Aqui, o jornalismo cidadão é uma expressão clara da relação simbiótica que o jornalismo precisa manter com a democracia – em especial, da democracia participativa praticada amplamente nos países ocidentais.

Para Targino (2009), o jornalismo cidadão é um conceito bastante difuso, enxergado de maneiras distintas por diferentes pesquisadores. Contudo, a autora aponta algumas características em comum para que este tipo de jornalismo possa ser exercido. A primeira delas é a participação direta dos cidadãos na construção da notícia, "propenso/aberto a quaisquer indivíduos e grupos sociais para que externem opiniões sobre quaisquer temas" (TARGINO, 2009, p. 58). Outra característica fundamental para Targino (2009) é o uso da *web* para que estas manifestações jornalísticas possam acontecer. À época, a autora deixava claro que esta *web* que serve de suporte ao jornalismo cidadão era a "*web* 2.0", um conceito de internet muito mais integrado em comparação à rede que existia anteriormente.

A *web* 2.0 se desenvolveu como um ambiente no qual a interação entre pessoas e grupos era muito mais relevante do que na sua antecessora, uma internet mais estática e voltada à navegação de informações. É interessante observar a didática comparação que a autora utilizou para entender as principais diferenças entre o jornalismo cidadão e a prática comercial de jornalismo. "Em lugar de anunciantes, voluntários; em lugar de empresários; pessoas comuns no gerenciamento dos espaços virtuais; em lugar do discurso oficial, a voz das coletividades; em lugar de lucro (exorbitante ou não), justiça" (TARGINO, 2009, p. 59). Quando observamos o excerto anterior e o comparamos com a legislação da radiodifusão comunitária no Brasil, ficam evidentes as semelhanças. Especialmente no que diz respeito à participação de membros da comunidade ("pessoas comuns"), a ausência de lucro, a liberdade de temas, a busca por Justiça e a disponibilização de voz e força às coletividades. Apesar da menção direta ao trabalho voluntário, convém lembrar também que a pesquisadora não descarta ou desconsidera trabalhos remunerados de jornalismo cidadão.

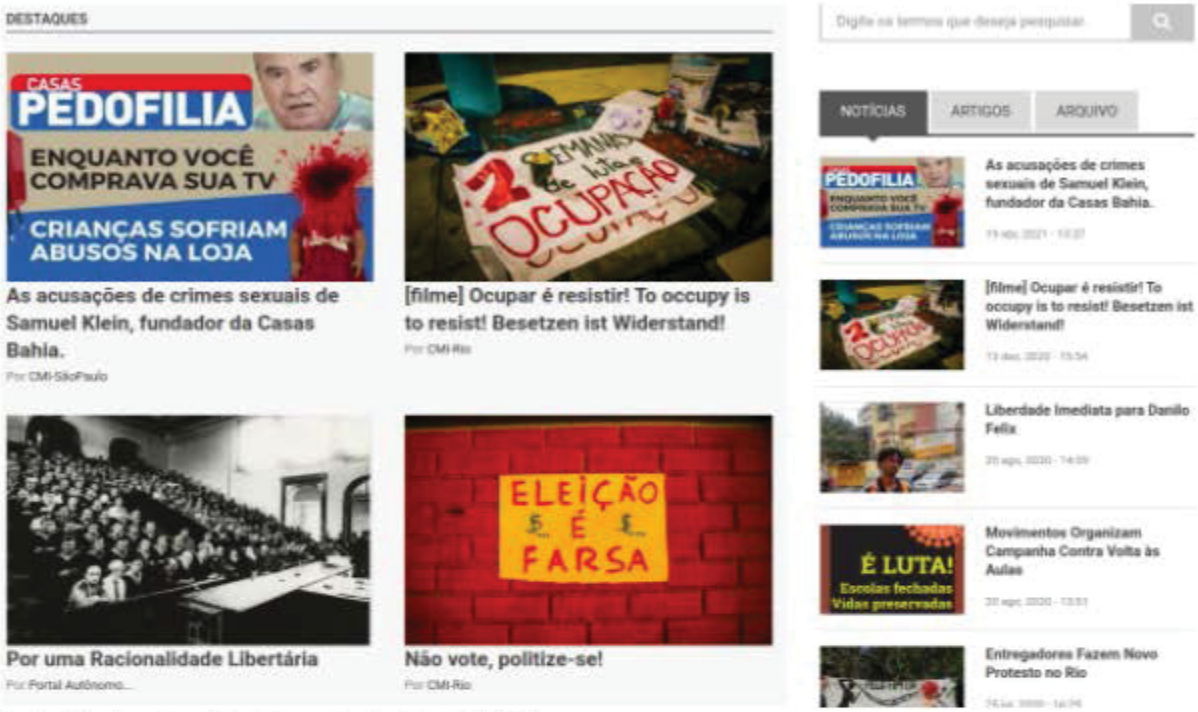
> De fato, o pagamento em si não afeta a cidadania, mas ao contrário. Em se tratando da web social, a partir do momento em que há negociação, os valores-notícia ressurgem dentro da lógica de mercado capitalista e ameaçam a filosofia central de funcionamento do jornalismo de fonte aberta, que se apóia na colaboração e no compartilhamento dos recursos tecnológicos disponíveis, de forma igualitária e descentralizada, sem trâmites mercadológicos (TARGINO, 2009, p. 60).

Contudo, quando voltamos a analisar as semelhanças e as diferenças entre a legislação das rádios comunitárias e a definição que Targino (2009) faz sobre esta prática, também encontramos divergências bastante relevantes. Para a autora (2009), o jornalismo cidadão não precisa de vínculo geográfico local entre as pessoas que promovem a comunicação cidadã e a sede do veículo – algo que é mandatório na legislação de rádios comunitárias e, devido ao alcance da antena, também é uma obrigação técnica. Targino (2009) realizou suas reflexões a partir do estudo de caso do Centro de Mídia Independente Brasil (CMI Brasil), um portal de notícias independente, subsidiário de uma iniciativa-mãe americana, o *Independent Media Center*. Ambos os portais publicaram notícias e outras produções jornalísticas realizadas por cidadãos comuns, localizados em qualquer ponto do país. Logo, segundo a autora, o que tornava estas iniciativas cidadãs era, principalmente, o fato de o autor ser uma pessoa não-jornalista e as pautas serem de interesse público (TARGINO, 2009).

Na mesma linha, outra iniciativa semelhante bastante conhecida no Brasil é a Mídia Ninja[8], uma rede descentralizada de produção de jornalismo alternativo que nasceu em 2011, mas que ganhou maior projeção após os protestos ocorridos em diversas cidades do Brasil principalmente no mês de junho de 2013 (ALMEIDA, 2013). Contudo, o interesse público também é parte dos fatores-notícia do jornalismo convencional mercantil. Portanto, o que fazia desta iniciativa diferente de um jornal comercial? A ideia para a autora, aqui, é justamente que o CMI Brasil oferecesse um contraponto à cobertura realizada pela mídia tradicional. A oportunidade de o cidadão comum aplicar a sua linha editorial de acordo com os interesses coletivos cidadãos, e não linhas e interesses políticos majoritários, como é muito comum nos veículos de comunicação comerciais.

[8] https://midianinja.org/

Imagem 2 - Notícias em destaque na homepage do Centro de Mídia Independente Brasil.



Fonte: Centro de mídia independente Brasil (2021).

Parcialmente alinhadas com estas visões, na década de 2000 começaram a surgir iniciativas autônomas de jornalismo cidadão online – esforços que tiraram proveito da popularização da internet e da facilidade na criação de espaços de publicação, tais como blogs e o surgimento das redes sociais. Em 2006, por exemplo, os jornalistas Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei escreveram uma série de *e-books* de domínio público chamada "Conquiste a Rede". Uma destas publicações foi intitulada *Jornalismo cidadão* e tinha a intenção de instruir pessoas comuns sobre como produzir conteúdo jornalístico de maneira independente. Apesar de muito breve, o livro digital trazia dicas sobre teoria, prática e ética jornalística, além de tentar posicionar a todo o tempo o produtor de conteúdo como um "cidadão jornalista".

> A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio da colaboração. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p. 9).

Fica bastante claro nesta publicação que o jornalismo cidadão pode, de fato, ser visto de diversas maneiras. Aqui, o jornalismo cidadão pode ser feito por qualquer pessoa, tal

como defende Targino (2009). Porém, nada se fala sobre iniciativas de ativismo, mas sim, um esforço de ensinar a leigos informações básicas sobre a teoria e a técnica do Jornalismo, a fim de permitir a estas pessoas produzir conteúdo com alguma credibilidade. A iniciativa não tem nenhuma sofisticação, tais como os exemplos trazidos por Traquina (2015) dos experimentos realizados por jornais de porte médio dos Estados Unidos. Porém, por mais singelas que possam parecer, publicações como a de Foschini e Taddei (2006) têm como norte uma ideia de jornalismo cidadão. Esta afirmação ganha ainda mais sentido quando tomamos conhecimento que os autores, à época, tinham envolvimento direto com o projeto Creative Commons Brasil, uma das primeiras iniciativas a nível nacional de estímulo à produção e a divulgação de conteúdo com licença de domínio público on-line.

2.2.1 Hiperlocalismo: cobertura local com gancho multiterritorial

Dentre os conceitos e debates que circunscrevem o universo da radiodifusão comunitária faz parte o hiperlocalismo. O termo – e seu sentido – serve como um horizonte de reflexões para esta pesquisa, uma vez que se associa diretamente ao tipo de atividade jornalística desempenhada nas rádios comunitárias do Paraná e também de outros estados. O conceito de hiperlocalismo associado ao jornalismo descreve a ideia de uma produção jornalística voltada totalmente a uma determinada localidade geográfica. Assim, tanto produtores como consumidores desta comunicação estão diretamente interessados na cobertura dos problemas locais e dos debates que compreendem a vida da população de uma cidade, de um bairro ou até mesmo de uma rua, conforme apontam as reflexões de Meyer (2007).

A literatura mostra que o hiperlocal está ganhando fôlego na prática jornalística contemporânea (FERNANDES *et al.*, 2019), especialmente com a crise do jornalismo comercial de grande imprensa (MEYER, 2007) e com o desenvolvimento exponencial de possibilidades comunicacionais proporcionadas pelo ambiente *web*. Esforços hiperlocais se manifestam no cenário do jornalismo nacional como portais locais de notícias, emissoras de rádio comunitárias ou não, canais de *Youtube*, *blogs, podcasts*, jornais impressos locais pagos ou não e até mesmo no redesenho de editorias de cotidiano e/ou cidades dos grandes jornais das capitais. A liquidez do modelo digital apontou para as possibilidades do hiperlocalismo, um termo preciso e atual para definir o interesse e a conduta dos veículos de comunicação em concentrar a produção de conteúdo no local, mas com vistas ao universal.

> Observe-se que são muitas as variantes desse revival em torno do localismo/hiperlocalismo/bairrismo, modelo de imprensa que sai do estágio de "degrau" para se tornar um campo epifânico de possibilidades. Essa mudança de perspectiva se dá na esteira do fechamento de jornais, seguida de migração expressiva para o suporte online, redução de postos de trabalho e pulverização de equipes profissionais em sites e portais cuja marca pode ser a inovação, mas também a precarização – entre outros elementos que inferem diretamente na qualidade da notícia e na representação social do jornalismo (FERNANDES *et. al.*, 2019, p. 2).

Antes de tratar da relação entre hiperlocalismo e rádios comunitárias, convém dar destaque a outros aspectos das discussões que permeiam o tema do jornalismo hiperlocal na produção acadêmica. A primeira delas é a relação entre o "glocal" e o "hiperlocal", organizada por Fernandes *et al.* (2019). Aqui, discute-se que – em que pese este tipo de cobertura tomar como base eventos, incidentes e circunstâncias eminentemente locais – existe um gancho destas pautas com assuntos que são motivo para discussões de nível global. Uma discussão jornalística clássica, o "buraco da rua" sai da esfera do "localismo", em geral ingênuo e estéril, e se projeta como parte da discussão global sobre o futuro das grandes cidades. Uma reportagem sobre congestionamento ganha status de discussão sobre mobilidade – um problema global. A página policial sai da constatação do crime para a promoção de políticas de segurança pública.

O jornalismo hiperlocal, portanto, faria a cobertura de problemas e pautas globais que, em menor escala, também acabariam por afetar a vida e o cotidiano dos cidadãos de comunidades locais.

> A cobertura de trânsito, por exemplo, sai do pontual e efêmero e se conecta ao debate mundial da "mobilidade". A conexão dos interesses imediatos da comunidade com os grandes debates globais tem seu maior ganho na superação da baixa potencialidade do jornalismo presentificado, dando-lhe participação concreta nos grandes impasses mundiais sem perder o laço com o cotidiano. (FERNANDES *et al.*, 2019, p. 10).

Esta relação global x local – também chamado de "glocal" – acaba por se manifestar de maneira corriqueira nas coberturas de caráter hiperlocal, ainda que de maneira inconsciente. Haja vista que as mídias mais estruturadas se distanciaram da cobertura urbana clássica, seduzidas pela audiência na internet e seus lucros - um exemplo é a própria Gazeta do Povo, de Curitiba, que desde a extinção de sua versão impressa tem buscado realizar coberturas nacionais, dando menor importância às pautas locais. Nessa mudança de eixo,

deduz-se que as rádios comunitárias, por natureza e por estrutura, "herdam" a cobertura local, agora desassistida.

Ressalte-se que, seja por força de lei, seja por características inerentes à prática já recorrente do jornalismo no rádio, as emissoras comunitárias também compartilham algumas características deste contexto de jornalismo hiperlocal. Diferentemente de emissoras comerciais tradicionais, as rádios comunitárias não podem se associar para amplificar o alcance de suas antenas, também não podem utilizar equipamentos mais potentes do que o permitido por lei para fazer com que seu conteúdo chegue mais longe. Ou seja, fora dos *streamings* da internet, o alcance de uma rádio comunitária dificilmente irá ultrapassar um raio de dois quilômetros. Convém, inclusive, mencionar um exemplo vivenciado pelo autor deste trabalho, mas que também pode ser verificado por outros ouvintes interessados.

Jacarezinho é uma cidade de 40 mil habitantes aproximadamente, segundo o IBGE. Na cidade mencionada existe uma outorga de concessão para emissora de radiodifusão comunitária, ocupada pela Rádio Cidade FM, cuja frequência é 104.9 MHz. A sede da emissora se localiza à Rua Paraná, na parte mais central de Jacarezinho, e a emissora possui programação 24 horas por dia. Contudo, sua antena não é capaz de chegar com plena qualidade de áudio aos bairros mais distantes da cidade. Teste de audição feito pelo autor mostrou que a emissora chega com ruídos consideráveis ao Bairro Aeroporto, um dos bairros mais distantes que ainda compõem o perímetro urbano.

Ao mesmo tempo, outras emissoras de caráter comercial que ocupam o *dial* da cidade ainda obtêm boa qualidade de som no mesmo receptor, sendo situadas a poucos metros de distância em relação à emissora comunitária. Ou seja, mesmo em uma pequena cidade do interior do Paraná, a potencialidade técnica de uma rádio comunitária pode não ser suficiente para fazer com que seu alcance chegue a todo o seu potencial de audiência, ainda que o público em questão integre uma comunidade local por sua municipalidade. O exemplo empírico aqui relatado não faz juízo de valor sobre o trabalho da emissora em si, tendo apenas a intenção de afirmar que, mesmo no interior, a categoria da emissora de rádio pode interferir diretamente em seu alcance.

Se o alcance da antena é tão reduzido, torna-se corriqueiro que o conteúdo próprio produzido pelas emissoras comunitárias também tenha um foco voltado à localidade para onde as ondas são difundidas diretamente. Mais uma vez, não só por prática recorrente na radiodifusão, mas também por força de lei (BRASIL, 1998). Contudo, as notícias difundidas por este tipo de emissora também se conectam com um universo de contextos sociopolíticos e econômicos registrado Brasil afora.

Como verificado em uma experiência de levantamento anterior do autor (SOARES; FERNANDES, 2020), ouvintes, que também são cidadãos, procuram as emissoras comunitárias locais para denunciar problemas. Se uma ouvinte denuncia à rádio a falta de vagas na creche do bairro ou o mau atendimento na Unidade Básica de Saúde local, sua denúncia, a respectiva apuração e a difusão da notícia no noticiário da rádio comunitária também podem ter conexão direta com a má qualidade nos serviços públicos de educação do país ou na ingerência da saúde pública a nível nacional (LIMA; FERNANDES, 2017). A precária rádio comunitária, logo, pauta a mídia.

Presenciamos, portanto, um momento no jornalismo no qual a grande mídia volta parcialmente suas atenções para o interior e o hiperlocal, também mirando em uma audiência conectada pela internet e que pode gerar receita por meio de anúncios automáticos do Google Ads, ao passo em que uma produção de mídia eminentemente local também faz conexões com contextos regionais, estaduais e até nacionais por meio de sua própria produção localizada – aproveitando-se das próprias potencialidades que a internet, as redes sociais e o *streaming* de áudio de alta qualidade proporciona às suas antenas de alcance reduzido por força de lei.

2.3 COMUNICAÇÃO POPULAR E COMUNITÁRIA: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS

A discussão sobre radiodifusão comunitária, implica em explorar, paralelo, o conceito de comunicação comunitária, bem como suas aproximações e distanciamentos em relação a outras denominações de comunicação em caráter popular e/ou alternativo que foram estudadas por teóricos nos períodos recentes. Destaque-se que a percepção sobre estes tipos de comunicação e suas características sofreram severas alterações ao longo dos últimos anos, em especial com a consolidação da internet e das mídias sociais no Brasil, quando comparadas às comunicações populares, alternativas e comunitárias praticadas e percebidas ao longo das décadas de 1970 e 1980 (PERUZZO, 2008).

Segundo a mesma autora (PERUZZO, 2008), foi a comunicação popular que originou as demais nomenclaturas subsequentes, a partir da atuação de movimentos populares no Brasil e em outros países da América Latina.

> Ela [a comunicação popular] não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e

> organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação (PERUZZO, 2008, p. 3).

Nesta perspectiva, Peruzzo (2008) destaca que a comunicação popular acabou por ser destrinchada em outras nomenclaturas, tais como alternativa, participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica e radical. Afirma do mesmo modo que o desenvolvimento destas nomenclaturas dependeu muito dos contextos e das circunstâncias socioeconômicas e de produção destas diferentes comunicações. Contudo, o sentido político destas comunicações é o mesmo "uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social" (PERUZZO, 2008, p. 3).

Apesar de todas estas denominações terem uma relação indissociável com ativismos e movimentos sociais, a pesquisadora ressalta que no Brasil o uso da definição de comunicação comunitária também é muito utilizada para conceituar manifestações menos politizadas de comunicação. Isso se aplica, em alguma medida, às rádios comunitárias. O uso do termo em si tem muito mais um caráter de especificidade técnica sobre o veículo do que um juízo de valor sobre intencionalidades e posturas políticas do conteúdo difundido. A discussão sobre o uso do termo "comunitário" pode ainda ser mais problemática quando, por exemplo, até mesmo grupos hegemônicos de comunicação, por vezes, utilizam o termo para definir pautas locais ou iniciativas similares.

Peruzzo (2008) afirma que, apesar de serem recorrentemente confundidos, os conceitos de "comunicação popular" e "comunicação comunitária" possuem matizes distintas. Ou seja, quando se fala em "comunicação popular", via de regra está se referindo a uma comunicação "do povo para o povo", necessariamente atrelada a movimentos populares. Já a "comunicação comunitária" acaba por ser utilizada em outros contextos nos quais o ativismo político não é um imperativo, dando maior ênfase e importância à relação entre os membros da comunidade, sejam eles produtores ou consumidores desta comunicação. A maioria dos autores que se debruçaram em realizar definições para a comunicação popular também possuíam clara influência freireana, o que levou estes estudiosos a associar o conceito da "comunicação popular" a uma ideia de libertação, emancipação e resistência a opressões de diferentes origens (PERUZZO, 2008).

Com a transformação dos meios de comunicação vivida a partir das décadas de 2000, a comunicação comunitária ganha novas características que passaram a distanciá-la parcialmente da ideia original do popular, tal como descrita nos anos 1960, 1970 e 1980, em

que esta comunicação era particularmente ligada a movimentos sociais como, por exemplo, às Comunidades Eclesiais de Base (Cebs), como mostra a própria autora:

> O comunitário se torna mais plural ao atuar num bairro, numa cidade ou região onde há diversidade de atores sociais, e em cuja realidade certas características comunitaristas (ação conjunta, participação na gestão, propriedade coletiva) se diluem, mas outras permanecem, como o sentido orgânico do vínculo local, participação na programação e a transmissão de conteúdos de interesse público (PERUZZO, 2008, p. 375).

Deliberador e Vieira (2005 *apud* PERUZZO, 2008) partem para uma perspectiva da comunicação comunitária mais contemporânea, sujeita às transformações já impostas pela internet e com menor dependência em relação à comunidade no seu sentido de local geográfico. Aqui, define-se que a comunicação comunitária possui algumas de orientação: a expressão da comunidade (sem qualquer dependência com local ou classe socioeconômica), com espaço para que os indivíduos manifestem seus próprios interesses e necessidades. Deve ser uma ferramenta para a prestação de serviços em sintonia com a realidade comunitária (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005 *apud* PERUZZO, 2008). Pode-se reafirmar:

> Por tudo o analisado, a comunicação comunitária –que por vezes é denominada popular, alternativa ou participativa– se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter –preferencialmente– propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania (PERUZZO, 2008, p. 375)

Em síntese, a comunicação comunitária não envolve apenas as mensagens ou suas intencionalidades, mas também compreende os canais e os meios tecnológicos utilizados por associações comunitárias e outras entidades responsáveis pela emissão destas mensagens. Uma perspectiva totalmente alinhada com a visão de radiodifusão comunitária que aqui praticamos e que está em total consonância com a legislação vigente no setor.

2.4 FRONTALIDADE: O JORNALISTA NA RUA

Qual é o lugar do jornalista diante da notícia? Estudiosos do jornalismo costumam dizer que lugar de repórter é na rua. É da rua que acompanha os acontecimentos do cotidiano e os relata para o público. Como esta realidade se aplica ao contexto do agente social que atua como produtor de conteúdo em uma rádio comunitária? Convém definir estes comunicadores, a princípio, como atores sociais pois não raro são profissionais com apenas a formação

educacional fundamental ou ainda trabalhadores com capacitação em outros setores do conhecimento. Portanto, não-jornalistas de formação. Ainda assim, comunicadores comunitários. Qual o lugar destes agentes?

O conceito de frontalidade é uma ideia que buscamos entender justamente como o posicionamento geográfico e de engajamento do comunicador em relação à notícia. Nas rádios comunitárias, refletimos, o agente de comunicação está geograficamente próximo à notícia e também é membro integrante da comunidade interessada naquelas informações. Ao mesmo tempo, como já percebido em contatos anteriores com este universo (SOARES; FERNANDES, 2020), tal proximidade geográfica possui uma série de efeitos sobre a atuação e até mesmo sobre a vida pessoal destes próprios agentes. Ao passo em que a frontalidade (uma referência à ideia de *front* de batalha; o de fronte – com a "testa" exposta) aproxima os comunicadores da notícia e simplifica a sua rotina de apuração, edição e divulgação das informações, esta mesma característica expõe estes profissionais a riscos que jornalistas da mídia institucionalizada são menos submetidos.

Em pequenas cidades do Paraná ou nas periferias dos grandes municípios, a mesma frontalidade que aproxima comunicadores do fato também os torna mais próximos das pressões de elites econômicas locais – sejam elas rurais, industriais ou comerciais; além dos assédios advindos de figuras políticas da região, bem como da influência que pode surgir de autoridades públicas locais, tais quais membros das forças de segurança civil e militar, fontes oficiais e outros agentes do serviço público que podem interferir diretamente no trabalho e também no cotidiano destes cidadãos empenhados em comunicar novas aos espectadores.

Porém, dando um passo atrás, por que a proximidade geográfica se posiciona como um fator relevante para a produção de notícias e para a divulgação de conteúdos ao público? Para tanto, é preciso compreender que o jornalismo se desenvolveu tendo o local como uma de suas referências, servindo ainda como critério de noticiabilidade (TRAQUINA, 2005), ou seja, um dos fatores que ajuda a posicionar um fato do universo de acontecimentos dentro de um rol de motivos que faça dele digno de ser noticiado. Ora, se o fato acontece no local e pode interessar diretamente aos concidadãos de dada localidade, é lógico que tal cenário sirva de um fator orgânico para hierarquizar este fato e colocá-lo em evidência nos suportes de mídia. Adaptando a localidade ao universo das rádios comunitárias, temos que este veículo possui, por natureza técnica, construção histórica e práticas profissionais, um vínculo muito forte com o local (FERRARETTO, 2014).

Mesmo em tempos de internet, este suporte ainda conta com características técnicas e tecnológicas que permitem a ele o acesso instantâneo aos fatos. Hoje, certamente, muito

desta capacidade se utiliza também das facilidades e das potencialidades que a tecnologia digital proporciona aos profissionais e aos ouvintes deste suporte o qual resiste ao tempo com um público relevante. Associada à ideia do Rádio Expandido (OLIVEIRA, 2016), um repórter pode se conectar ao estúdio via *WhatsApp* e transmitir instantaneamente informações à emissora, que leva o conteúdo da internet para as ondas do rádio e novamente à internet, por meio do streaming do sinal ao vivo da emissora, hoje comum à grande maioria das rádios - até mesmo comunitárias - no cenário paranaense (SOARES; WOITOWICZ, 2016).

Faz sentido compreender que o local do comunicador de rádio comunitária ainda é a rua (JÚNIOR; PONTE, 2010). Mas não apenas a rua, enquanto local físico. É o estúdio, é o bairro, é a prefeitura da cidade e, além disso, é o não-lugar comunitário: é o *WhatsApp* e seus grupos de notícias ou banalidades, é o Facebook e suas interações quase sem moderação de qualquer natureza, é o site da prefeitura do Município. Em um cenário pandêmico, são as atualizações sobre mortes, internados e vacinados, é a visita diária à delegacia para saber das ocorrências (ou a mensagem direta entre o delegado e o comunicador). São os locais públicos que se relacionam no dia a dia com a comunidade: a praça, a igreja, o boteco, a padaria e muitos outros.

Em relação à natureza e ao desenvolvimento do termo em si, podemos explorar diversas facetas. Em primeiro lugar, a ideia de frontalidade tem uma natureza filosófica. Em uma perspectiva aristotélica, ela diz respeito à natureza mais profunda das coisas, à sua essência, uma estrutura que determina relações de causa e efeito. Não obstante, o termo também guarda uma natureza imagética. Ela remete à construção moderna da figura do jornalista passa como o *flâneur*, um sujeito que observa o movimento das ruas e retira dali matéria-prima para descrever o cenário da vida, no qual a vida acontece (BERMAN, 2007). Esse imaginário passa por Baudelaire, Dickens e, no nosso caso, por João do Rio. Além disso, o termo também possui uma natureza técnica. Os manuais de redação – em especial o de Mário Erbolato, muito usado ainda hoje no Brasil, afirma a proximidade geográfica como um dos critérios para discernir o que é notícia ou não, baseando-se não só pela facilidade na obtenção de dados, como também no próprio ganho de interesse do público em obter informações que sejam frontais, presentes à sua realidade, ou seja, o jornalista na rua. Este termo também denota um conflito. O desenvolvimento da internet mudou a relação de proximidade geográfica e, logo, expandiu os lugares possíveis para o repórter. Houve uma desterritorialização. Pode remeter também à própria ideia do fronte de batalha, uma natureza belicista (CHARRON; BONVILLE, 2016).

Por fim, o termo guarda em si uma contradição. Na esfera do jornalismo comunitário e cidadão, a proximidade é um princípio – é diálogo com a tradição, condição para produzir vínculo, diferencial. Mas se dá de forma híbrida, como num duplo "ataque". É virtual, pelo WhatsApp e outras redes sociais, e frontal, pode-se bater à porta da rádio comunitária ou até mesmo à casa do comunicador ou da comunicadora. A "frontalidade" se propõe como um termo capaz de dar conta dessa relação híbrida, mediada pelo contato e pela web, e uma comunicação que pode e tende a se tornar violenta (CHAPARRO, 2007).

2.4.1 Distanciamento tecnológico, riscos pessoais e jurídicos

Se o hiperlocalismo tem a característica de aproximar o comunicador de sua comunidade, criando uma relação mais sinérgica entre emissor e receptor, pode-se dizer que as contingências da frontalidade também expõem este comunicador comunitário a riscos, limitações e cenários negativos para a produção de conteúdo tecnicamente apurado e eticamente alinhado. Haja vista, por exemplo, as limitações tecnológicas vivenciadas por estes profissionais. Em exploração prévia da presente pesquisa ao universo observado (SOARES; FERNANDES, 2020), a dois terços dos agentes comunicadores ouvidos mencionaram algum tipo de limitação de natureza financeira, técnica, tecnológica ou de pessoal. Mencionaram também tentativas de censura, cerceamento de fala e orientação religiosa-política ao seu trabalho sem respeito à pluralidade exigida por lei.

Sob a ótica da frontalidade, percebemos que estes profissionais não gozam de algumas proteções e garantias que boa parte dos jornalistas formais de redação ainda dispõem, em alguma medida. É sabido que mesmo em grandes redações assédios e limitações são parte da rotina cotidiana dos profissionais, contudo, há um aparato jurídico, econômico e até mesmo físico (a redação) que protege e, relativamente, distancia o repórter das pessoas cujo conteúdo eventualmente possa atingir. Na comunidade, o comunicador está a quarteirões de distância e possivelmente não conta com recursos suficientes para contratar um advogado que faça a sua defesa no caso de uma ação por injúria, calúnia, difamação, danos morais ou outros delitos que a parte contrária possa querer impetrar. O veículo que o emprega, por sua vez, não vive situação muito diferente. Quando problemas de ordem jurídica, política, religiosa ou moral vem a causar atrito entre membros da comunidade e o veículo de radiodifusão comunitária, é comum que o comunicador simplesmente abra mão e se dê por vencido, ou arque com sua própria defesa caso a ocorrência vá parar na Justiça (SOARES; FERNANDES, 2020). Há que se reiterar que a legislação das rádios comunitárias (BRASIL,

1998), equipara o serviço de radiodifusão comunitária às obrigações e prerrogativas legais que o jornalismo profissional também tem, deixando claro que estas emissoras devem fomentar a produção de notícias, conteúdo jornalístico e o direito à pluralidade de opiniões. Além disso, radialistas comunitários não precisam ter registro profissional emitido pela Delegacia Regional do Trabalho (DRT), como radialistas profissionais cuja atuação é regulamentada. A legislação permite a qualquer indivíduo residente na comunidade a possibilidade de atuar na emissora.

No que diz respeito às limitações e distanciamentos tecnológicos, a radiodifusão comunitária no interior e nas periferias das grandes cidades possui severas restrições estruturais. Para além da limitação no alcance da antena, o que por si só já não é um grande problema dado o alcance que a internet proporciona, faltam recursos financeiros. Recursos que seriam úteis para a contratação dos serviços de mais comunicadores, ou para a substituição dos equipamentos de captação, edição e transmissão. Boa parte das emissoras se utilizam de equipamentos obsoletos, incompletos ou sobrecarregados, prejudicando a qualidade do som e da produção, como um todo. Se muitos dos comunicadores comunitários não têm formação na Comunicação ou em áreas correlatas, todas as limitações aqui mencionadas podem prejudicar ainda mais o seu trabalho, fazendo com que estes agentes sociais atuem em uma lógica de profunda resistência aos obstáculos internos e externos à natureza do veículo.

3. TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

A presente pesquisa possui natureza exploratória e uma abordagem de cunho qualitativo. Não se propõe a estabelecer indicadores ou estatísticas, ainda que uma referência numérica tenha sido escolhida para a delimitação da amostragem. No início das reflexões sobre um projeto de pesquisa de mestrado, optou-se por tomar como objeto as rádios comunitárias do estado do Paraná, uma vez que o autor já possuía familiaridade com o tema, tendo realizado por mais de dois anos pesquisas na área durante a graduação, como bolsista de iniciação científica.

À época, buscava-se, a princípio, lançar um olhar mais técnico sobre as emissoras do estado e, posteriormente, analisar a relação de proximidade das emissoras comunitárias do estado com a religião, em especial as vertentes neopentecostais. Para a continuidade da pesquisa, já no mestrado, a primeira proposição relacionava a radiodifusão comunitária do Paraná estritamente com os conceitos do jornalismo cidadão. Contudo, reflexões e leituras

posteriores, além do processo de diálogo proporcionado pelas disciplinas cursadas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM UFPR) e os contatos com o orientador mostraram que esta delimitação poderia não ser suficiente para lançar um olhar mais apurado sobre os motes, as circunstâncias e as características da produção desta comunicação comunitária.

Desta forma, foram inseridas as aproximações com o popular, o comunitário, a frontalidade e o hiperlocalismo. Em que pese a adição destes conceitos exigirem reflexões mais complexas sobre conceituação e teorias, a sintonia entre estes princípios se sintetiza de maneira bastante clara na realidade da radiodifusão comunitária do Paraná. Ou seja, ao adicionarmos mais conceitos adjacentes à discussão, cercamos melhor o nosso objeto e delimitamos de forma mais contundente o esforço do trabalho, deixando-o menos disperso.

3.1 SELEÇÃO DE EMISSORAS E ENTREVISTADOS

Um dos esforços iniciais da presente pesquisa, sob o ponto de vista metodológico e procedimental, foi delimitar critérios para selecionar emissoras e comunicadores comunitários para a realização das entrevistas semiestruturadas. Dado que o estado do Paraná possui 399 municípios e, dentre estes, cerca de 300 emissoras comunitárias com outorga ativa pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), realizar entrevistas com todos ou com a maioria destas emissoras seria inviável.

Definiu-se que dez comunicadores comunitários de rádios do Paraná seria um número satisfatório para trazer dados de relevância sobre o universo da radiodifusão comunitária no estado. Para o recorte geográfico da amostra, também foi necessário refletir sobre uma delimitação que conseguisse contemplar diferentes regiões do Paraná, recorte que foi alterado ao longo da trajetória da pesquisa. Trata-se de um estado bastante diverso econômica e culturalmente. Portanto, restringir a amostra a uma única região do Paraná poderia prejudicar a qualidade dos subsídios das nossas reflexões. Levando isso em consideração, optamos por realizar uma divisão baseada nas macrorregiões do Paraná, restringindo a dez diferentes espaços. A saber: Capital; Região Metropolitana de Curitiba (RMC), Norte, Noroeste, Centro, Campos Gerais, Sul, Oeste, Litoral e Fronteira. A escolha da cidade a representar cada uma destas divisões levou em conta a importância do município dentro desta região. Portanto, foram escolhidos municípios que se apresentassem como um polo político, cultural e socioeconômico dentro destas regiões. Portanto, chegamos à seguinte divisão:

Tabela 1 - Regiões e municípios selecionados inicialmente para a realização das entrevistas com comunicadores comunitários.

Região	Município
Capital	Curitiba
RMC	São José dos Pinhais
Campos Gerais	Ponta Grossa
Centro	Guarapuava
Sul	São Mateus do Sul
Oeste	Cascavel
Norte	Londrina
Litoral	Paranaguá
Fronteira	Foz do Iguaçu
Noroeste	Umuarama

Fonte: o autor (2022).

Para encontrar as emissoras a serem entrevistadas no processo da pesquisa, foi realizado o seguinte procedimento: como primeiro passo, gerou-se a listagem de concessões ativas no sistema da Anatel[9]. A partir desta pesquisa, o sistema gera todas as outorgas que estão em atividade na categoria "Radiodifusão Comunitária – 231", na UF Paraná. A setembro de 2021, o sistema registrava 307 outorgas ativas para o estado no dia 15 de setembro. Posteriormente, filtramos a listagem também a partir do município, restringindo o filtro às cidades selecionadas. É importante ressaltar que os resultados da pesquisa exibem os dados da entidade beneficente sem fins lucrativos responsável por administrar a rádio. Ou seja, o CNPJ no qual foi realizada a outorga da concessão.

Note-se que a pesquisa retorna os seguintes itens como resultado, ao abrir a página de uma entidade administradora: Indicativo Inicial; Indicativo Final; Sequencial; Tipo Estação; Nº Estação Inicial; Nº Estação Final; Nº de Estação; UF, Município e Bairro. Contudo, os resultados não retornam o nome fantasia da rádio. Ou seja, como a organização se identifica para seus ouvintes. No universo das rádios comunitárias, é bastante comum que o nome que a emissora utiliza em sua programação não tenha qualquer relação direta com a razão social utilizada por sua entidade mantenedora.

É igualmente recorrente que a titulação da rádio não faça menção alguma ao fato de a emissora ser comunitária. Neste caso, para o ouvinte que acompanha a programação ao vivo, não há qualquer sinal sonoro que deixe claro a quem escuta que o *dial* (ou o dispositivo online) está sintonizado em uma emissora comunitária. Em muitos casos, nem mesmo nos sites das emissoras existem menções claras ao fato de a rádio integrar o rol de difusores

[9]Recurso disponível em: https://sistemas.anatel.gov.br/easp/Novo/Consulta/Tela.asp?OP=E. Acesso em: 15 set. 2021. Os sistemas da Anatel estão passando por atualizações e integrações. Em breve, o link pode não estar mais disponível.

comunitários[10]. Entretanto, este não é um obstáculo de grandes proporções, haja vista que mesmo Curitiba, capital e a mais populosa cidade do Paraná, possui somente seis concessões ativas de radiodifusão comunitária. Ou seja, o processo de obtenção dos contatos das emissoras é obtido facilmente a partir de buscas simples em mecanismos de pesquisa.

Buscou-se pelo nome da associação mantenedora ou pelos termos "Radio Comunitária + [nome da cidade]". Nestes casos, uma vez obtido o contato da emissora, seja em um site ou nos perfis das redes sociais, foi realizada uma primeira tentativa de chamada para entender se a emissora possui produção jornalística e se havia comunicadores envolvidos com este processo. Se a emissora não possuísse qualquer tipo de produção jornalística, era descartada da amostragem. Se sim, tentou-se obter o contato do comunicador responsável pela programação. Em muitos casos, o jornal ou os boletins são feitos por um único profissional, jornalista ou não. Quando muito, conta com o apoio de um sonoplasta para auxiliá-lo na apresentação do programa ao vivo. Se houver mais de um profissional responsável pela programação, priorizamos o diálogo com o repórter.

Se não estiver disponível, vale o contato com o editor e/ou superior. A escolha tem a finalidade de fazer prevalecer a voz de quem realmente realiza a produção de notícias e tem o contato direto com fontes e ouvintes. Obtido o contato com o comunicador, mediante sua expressa e esclarecida autorização, é agendada a entrevista, cuja duração média estimada tem entre 20 e 40 minutos. Ressalte-se que não existe um critério específico para selecionar emissora A em detrimento de emissora B. O contato com estes veículos pode ser difícil e nem sempre há a disponibilidade ou o interesse dos agentes comunitários em ser entrevistados. Portanto, a primeira emissora que possui conteúdo jornalístico com uma entrevista bem sucedida já é considerada para o corpo da pesquisa.

Em caso negativo, tenta-se contato com a emissora seguinte da lista e assim sucessivamente, enquanto houver disponibilidade de emissoras na cidade escolhida para a seleção. Na impossibilidade de contato ou entrevista com as emissoras de uma cidade selecionada, tenta-se contato com outra emissora de outro município contemplado pela mesma macrorregião. Em uma primeira incursão a este universo realizada pelo autor e pelo orientador desta pesquisa, foi possível verificar que este tipo de abordagem é bastante assertiva para encontrar as fontes para as entrevistas da forma e de acordo com os critérios

[10] Este relato faz parte da experiência de pesquisas sobre o universo das rádios comunitárias realizadas pelo autor durante a Iniciação Científica, vinculado ao Grupo de Pesquisa em Jornalismo Cultural e Folkcomunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa, em 2015. Na ocasião, o autor reunia dados básicos de todas as emissoras com outorgas ativas até o momento. A pesquisa gerou uma tabela que, apesar de consolidada, não foi publicada.

que estipulamos. Este trabalho (SOARES; FERNANDES, 2020) serviu a princípio para testar a adesão da comunidade de agentes comunitários sobre as entrevistas e também realizar testes técnicos quanto à ação da entrevista em si e a respectiva gravação do áudio do diálogo, feito por telefone mediante o apoio de um aplicativo que grava automaticamente o som da chamada.

Imagem 3 - Fluxograma descritivo da trajetória metodológica da pesquisa.



Fonte: o autor (2022).

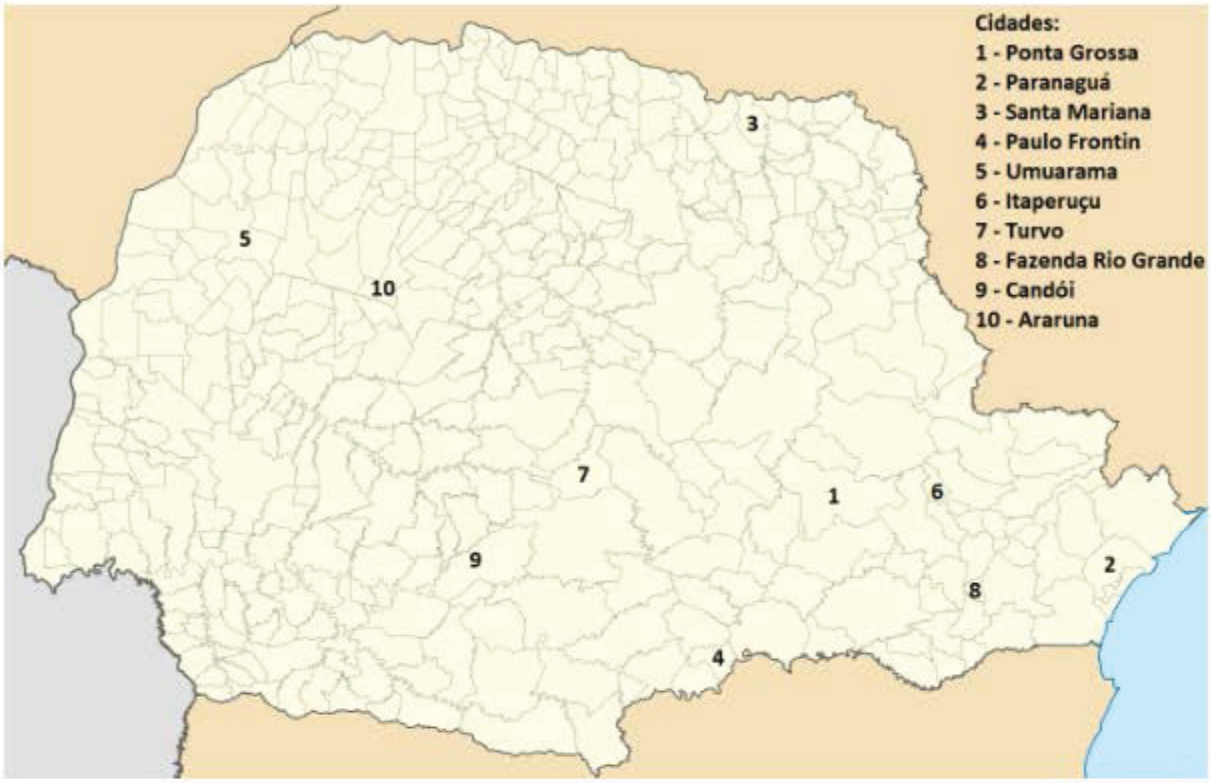
No decorrer da pesquisa, este modelo apresentou algumas dificuldades. O contato com as emissoras das cidades selecionadas, em muitos casos, era impossível. Os contatos de telefone encontrados na internet não estavam atualizados. Ou, ainda, quando o contato pode ser realizado com algum comunicador, esse deixou de responder às tentativas seguintes de entrevista, ou cancelou o contato. Houve casos também em que o comunicador contatado se recusou a participar da pesquisa. Neste momento a abordagem recebeu algumas diferenciações, embora ainda tentasse contemplar a pluralidade de municípios do estado, cultural, política e economicamente.

Diante da intenção qualitativa da pesquisa, que não tem fins estatísticos, o valor do estudo está nas informações prestadas, nas visões e opiniões dos entrevistados, bem como na narrativa de suas rotinas. A origem geográfica do comunicador entrevistado ganha uma importância secundária, haja vista que o que coloca estas pessoas em um mesmo patamar é o fato de atuarem como comunicadores de emissoras comunitárias de rádio. Neste sentido, um critério para seleção do comunicador é a própria adesão do entrevistado à participação da pesquisa.

Contatos de comunicadores de diversas emissoras do estado foram fornecidos pela direção da Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Paraná (Farcom-PR). A partir destes contatos, foi possível chegar às dez entrevistas necessárias para a realização da análise de conteúdo com um *corpus* com o volume considerado adequado para nossos esforços.

Assim, a lista dos dez municípios cujos comunicadores comunitários foram efetivamente entrevistados, aborda: Santa Mariana, Paulo Frontin, Ponta Grossa, Itaperuçu, Paranaguá, Turvo, Umuarama, Candói, Fazenda Rio Grande e Araruna. O mapa do Paraná, disponibilizado abaixo, mostra que, apesar de haver uma mudança em relação aos municípios que se pretendiam contemplar originalmente, a localização dos municípios que foram selecionados na prática também compreendem um panorama bastante plural do estado, considerando cidades do Litoral, do Norte, do Sul, dos Campos Gerais, da região Central, da Grande Curitiba e também do Noroeste do Paraná.

Imagem 4 - Mapa do Paraná com as cidades cujos comunicadores comunitários foram entrevistados para a pesquisa.



Fonte: Wikipedia, com localização das cidades inserida pelo autor (2022).

3.2 ESTADO DA ARTE

A grande maioria das rádios comunitárias do Paraná, cerca de 280[11] das 307 concessões ativas no estado, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), se encontra fora dos limites da capital e da Região Metropolitana de Curitiba. Mesmo as emissoras que se encontram nos grandes centros urbanos do estado não estão localizadas em territórios de grande poder aquisitivo. É possível dizer que suas realidades estão muito associadas a uma ideia de recursos bastante limitados e condições socioeconômicas características de ambientes nos quais impera uma lógica patrimonialista. Os trabalhos mencionados a seguir, para o levantamento do estado da arte destas temáticas, foram obtidos por meio de buscas ao portal de teses e dissertações da Capes. Em sua tese de doutorado, Sena (2017) mapeou a relação entre a pretensa legitimidade do jornalismo político online e as relações patrimonialistas que se dão em duas cidades do interior, uma do Brasil e uma de Portugal.

[11] Dados disponíveis para pesquisa no endereço https://sistemas.anatel.gov.br/easp/Novo/Consulta/Tela.asp?OP=E. Busca realizada em março de 2021.

A discussão de Sena (2017) pode ser aproveitada para o projeto do autor do presente estudo, uma vez que a ideia do patrimonialismo se relaciona diretamente com a realidade das emissoras estudadas, bem como sobre o conceito de "frontalidade", proposto para este projeto de pesquisa. Enquanto tratamos a "frontalidade" como uma ideia de que o comunicador está física e emocionalmente próximo do público, das autoridades, das elites locais e dos agentes políticos, e que isso impõe a ele condições específicas de trabalho, produção e edição de conteúdo, o patrimonialismo trata das relações de poder, confiança e subserviência aos quais membros de comunidades periféricas sustentam junto a lideranças políticas e econômicas de sua localidade. Sena (2017) percebe que estas relações de clientelismo patrimonialista também se estendem à produção midiática, ao mesmo tempo em que se inserem em uma realidade desligada, porém inspirada nas grandes mídias sediadas nas metrópoles.

> Pode-se chegar a determinação de que Patrimonialismo é um processo social, político e midiático de organização do poder como bem e direito de uma pessoa física ou jurídica – a qual tem uma existência permeada pela centralidade das mídias – e que estabelece uma determinada relação de dominação, em que não existe garantia contra o arbítrio de quem detém o controle, ou seja, abusiva (SENA, 2017, p. 96).

Enquanto levantamento realizado pelo autor durante momento preliminar da pesquisa (SOARES; FERNANDES, 2020) mostrou que a realidade da "frontalidade" por muitas vezes impõe algumas limitações ao trabalho de comunicadores comunitários, a tese mencionada nos parágrafos anteriores (SENA, 2017) levanta uma perspectiva otimista acerca de proximidade que existe entre comunicadores e público para a criação de um jornalismo que seja mais personalizado e socialmente responsável. Entretanto, o contexto político e socioeconômico das regiões interioranas do país dificulta a implementação de uma experiência mais cidadã de comunicação, à medida que emissoras e comunicadores acabam por apresentar certa dependência em relação a patrocinadores (membros da elite econômica local) e agentes políticos, que acabam por servir como os principais atores do patrimonialismo.

> O local ainda não desenvolveu uma política consistente e articulada para o desenvolvimento dessas mídias enquanto processos e produtos com linguagens e demandas diferenciadas das que exigem as grandes mídias tradicionais (leia-se aqui impressos, TVs e rádios de grande circulação e pertencentes a grandes corporações econômicas). Na verdade, os blogueiros (jornalistas ou não), de uma maneira desconecta e desordenada, mediatizam o cotidiano político da região fora do âmbito das grandes mídias, mas tentam ao mesmo tempo se incluírem no sistema corporativo midiático. É como se o sistema midiático digital e online (que poderia ser uma alternativa às demandas de deliberação dadas pela comunicação tradicional / comercial não conseguisse se sustentar fora do eixo que dá substância às outras

> plataformas midiáticas (ou por conveniência e subjetividades ideológicas que orientam os processos de escolhas dos indivíduos ou por pressões sociais ditadas pelo poder econômico, político e pela própria rotina produtiva noticiosa). O jornalismo sobre política, ou o jornalismo que tenta se fazer ao noticiar política, ao invés de esclarecer, denunciar e / ou deliberar sobre o bem comum, tensiona muito mais o mercado privado de bem individual e de relações promíscuas com os anúncios publicitários, o poder público e / ou privado (SENA, 2017, p. 16).

A dissertação de mestrado "A retomada do espetáculo radiofônico: como a webcam vem remediando a programação de emissoras populares no Rio de Janeiro", de Renata Guimarães Victor de Oliveira (2016) traz para a discussão deste tema o conceito de Rádio Expandido.

Estas mesmas reflexões oportunizam um diálogo sobre a atuação dos ouvintes das emissoras. Mais do que apenas consumidores de informação, os espectadores das Rádios Expandidas também servem como distribuidores destas informações por meio de suas redes sociais, sejam elas digitais ou presenciais. Sobre esta distribuição posterior à difusão eletromagnética, afirma a autora, a rádio já não possui mais controle do fluxo de informações e seus impactos. Ainda que isso não fosse uma novidade no universo da comunicação, a consolidação de aparatos parassonoros nas rádios (PESSOA, 2016 *apud* OLIVEIRA, 2016) e a onipresença de dispositivos online exige um olhar diferente sobre esta experiência levando em conta o empoderamento do ouvinte.

> A demanda de conteúdo fora do dial já faz parte do cotidiano, e isso inclui pensar o rádio em seu conceito expandido, de forma multimídia e convergente. O desafio é ter o áudio como carro-chefe, sem perder a oportunidade de experimentar novos formatos e possibilidades de interação. Há novas formas de escuta que demandam adaptações e formulações para atender à nova audiência, que almeja ouvir, participar, ler, assistir, curtir e compartilhar (OLIVEIRA, 2016, p. 49)

As dinâmicas propostas por Oliveira (2016) dialogam com o trabalho do autor deste levantamento de estado do conhecimento por tentar compreender impactos da Convergência de meios sobre o trabalho de radialistas. Embora os olhares em si tenham focos diferentes, a proposição do projeto do presente autor busca entender também como as mensagens de *WhatsApp* influenciam no trabalho do profissional de Rádios Comunitárias do Paraná, a fim de compreender os estímulos ou obstáculos que este fator implica sobre geração de cidadania e da comunicação popular que estes veículos promovem. Dentre os trabalhos observados no escopo da análise prévia, estas foram as pesquisas que mais dialogaram com nossas reflexões.

3.2.1 Entrevista semiestruturada

Outra semelhança entre os dois trabalhos, o de Oliveira (2016) e o do autor do presente artigo, se encontra na esfera dos procedimentos metodológicos. Tal qual o projeto de pesquisa que será subsidiado por este levantamento de estado da arte, a autora da dissertação mencionada anteriormente realizou entrevistas semiestruturadas de caráter qualitativo com profissionais das emissoras selecionadas para o recorte. Chama atenção que Oliveira (2016) realizou um "pré-teste" das entrevistas com dois dos comunicadores selecionados para a amostra, a fim de testar a confiança e o conforto dos entrevistados para falar sobre o seu trabalho. Sobre a experiência do pré-teste, a autora constatou cenários relevantes.

> Com o pré-teste foi possível observar que, para fazer a entrevista com profundidade, é preciso ter conhecimento sobre o objeto pesquisado e fazer um exercício enorme para ouvir, sem interferir na fala do outro. O primeiro planejamento foi feito com um número maior de perguntas-guia, e no pré-teste observou-se que algumas perguntas ao serem respondidas já eliminavam outras. Com isso, as perguntas guia foram reduzidas. (OLIVEIRA, 2016, p. 25).

Assim como Oliveira (2016), a pesquisa que aqui se apresenta também passou por uma etapa de entrevistas preliminares com oito profissionais de rádios comunitárias paranaenses - como forma de testar os procedimentos de entrevista. Os dados serviram para guiar passos posteriores da pesquisa, mas não integram a análise final, sendo utilizados como base para um artigo derivado do projeto em curso (SOARES; FERNANDES, 2020). Pode-se afirmar que há semelhanças procedimentais ao perceber que, ao curso das entrevistas, algumas perguntas já subentendem ou tornam questões seguintes desnecessárias. Contudo, o trabalho aqui realizado oferece um roteiro maior na entrevista definitiva do que no contato preliminar realizado com os oito comunicadores.

Tal escolha se deve a dois motivos: em primeiro lugar, pretende-se repetir os mesmos profissionais já contatados anteriormente para a entrevista definitiva (exceto para o caso das novas cidades adicionadas em relação ao esforço anterior), o que deve quebrar algumas resistências iniciais e proporcionar um diálogo mais fluido e confiante. A pesquisa conseguiu recontatar os comunicadores de Santa Mariana e de Ponta Grossa. Os demais comunicadores são de outras cidades não contempladas no primeiro esforço.

Em segundo lugar, o foco da pesquisa é consideravelmente mais abrangente do que os questionamentos levantados para o artigo parcial realizado ainda nos primeiros meses do programa. Logo, mais questionamentos devem ser necessários para contemplar todos os

aspectos sobre os quais se deseja obter informações. Entretanto, seguindo a experiência de Oliveira (2016), será feito um esforço para reduzir ao máximo possível o número de perguntas e tornar o diálogo mais sintético.

Discussão fundamental para o trabalho proposto pelo autor que aqui também é abordada trata dos procedimentos das entrevistas semiestruturadas feitas com os profissionais de de rádios comunitárias do Paraná. A dissertação de Cavalheiro (2019) traz grandes contribuições para um olhar mais meticuloso sobre como fazer e no que implicam as decisões tomadas diante da realização de uma entrevista com finalidades acadêmicas. As discussões propostas por ele levaram à reflexão sobre o procedimento e a mudança de algumas decisões tomadas pelo autor do presente estudo na condução de sua própria pesquisa. No caso, a dissertação mencionada realiza um considerável levantamento bibliográfico sobre definições, teorias e discussões acerca de entrevistas e métodos observacionais, tomando como corpus 14 artigos publicados na edição da Compós de 2017.

Os principais autores que este trabalho traz para uma comparação de perspectivas são Richardson (2012); Angrosino (2008); Thompson (1992); Braga e Gastaldo (2012); Bauer e Gaskell (2014); McCracken (1988); Duarte e Barros (2006) e Vilela (2006). Tratam da maioria dos aspectos relativos à realização de entrevistas, junto a outros estudiosos da área da comunicação e da psicologia social, cujos apontamentos foram trazidos para a discussão do autor de maneira mais pontual.

Do debate trazido por Cavalheiro (2019), alguns pontos merecem destaque preliminar. Em seu levantamento de amostragem inicial, que levou em conta um universo de 170 artigos da Compós 2017, o autor afirma que a expressiva maioria dos trabalhos possui uma abordagem eminentemente qualitativa, sendo que nenhum dos estudos avaliados no período tinham abordagem exclusivamente quantitativa. Isso demonstra uma tendência dos pesquisadores da área da Comunicação em realizar estudos cuja abordagem qualitativa permite uma perspectiva mais exploratória e interpretativa, na qual há juízo de sentido proporcionado por análises feitas sobre entrevistas semiestruturadas e abertas (CAVALHEIRO, 2019). Esta conclusão inclui este trabalho de pesquisa, uma vez que a aproximação com as rádios comunitárias e seus profissionais apresenta um caráter majoritariamente qualitativo. Embora números, estatísticas e dados oficiais gerados pela Anatel e pelos órgãos de classe das emissoras comunitárias também sejam levados em conta, estes elementos possuem uma função de cunho organizacional e de logística para a pesquisa, que ajudam o pesquisador a situar o universo político, econômico, financeiro e geográfico

destas entidades comunicacionais e tomá-los como um dos pontos de partida do projeto, das entrevistas e das análises.

> No entanto, não percebemos a presença de trabalhos que sejam inteiramente quantitativos, tampouco poderíamos destacar o protagonismo dessa abordagem, que figura como complementar nos estudos em que aparece. Além disso, as análises documentais e bibliográficas estão presentes, principalmente nos trabalhos que têm como objetivo estabelecer uma discussão a respeito de questões teóricas ou metodológicas. Nestes casos, essas técnicas são usadas com exclusividade na construção das publicações (CAVALHEIRO, 2019, p. 12)

O autor da dissertação (CAVALHEIRO, 2019) afirma que há por grande parte destes estudos relevantes dificuldades e limitações em descrever de maneira integral os procedimentos metodológicos. Sobretudo, há lacunas em ligar a metodologia proposta pelos autores com os objetivos designados na introdução dos documentos, o que leva a divergências no momento da descrição dos procedimentos e suas justificativas, bem como incongruências no momento de realizar as análises e compor as conclusões presentes nas considerações finais, de forma que os objetivos propostos e os procedimentos realizados por vezes não tenham relação concreta. No que concerne ao projeto de pesquisa do autor deste artigo, a descrição, a sistematização e a realização de procedimentos metodológicos também se apresentam como um desafio à medida que, como também mencionado por Jacks e Escosteguy (2005 *apud* CAVALHEIRO, 2019), falta densidade à expressão teórico-metodológica dos termos nas pesquisas em Comunicação, e isso pode levar à imaturidade da pesquisa.

Parte disso se deve, inclusive, à falta de consenso sobre a definição precisa de diversos procedimentos utilizados por estas pesquisas, como o de entrevista, por exemplo. Existem diferenças substanciais entre as definições, as nomenclaturas e as categorizações de procedimentos de entrevistas propostos por diferentes autores que trabalham o tema nas Ciências Sociais e na Comunicação. Quando se trata do que chamamos de entrevista semiestruturada, encontramos divergências nas conceituações propostas por diferente estudiosos, que acabam se colocando como complementares em uma experiência de diálogo que permite aprofundamento, mas ao mesmo tempo proporciona certo controle por parte do entrevistador, o que pode ou não levar à perda de liberdade de opiniões nas falas das pessoas pesquisadas.

Para Richardson (2012 *apud* CAVALHEIRO, 2019), as entrevistas semiestruturadas, também definidas como entrevistas guiadas, permitem um certo nível de liberdade e

aprofundamento à coleta de informações a partir da interação com fontes humanas. Contudo, elas exigem um guia de temas conduzido pelo entrevistador, que também deve ter amplo conhecimento sobre o assunto abordado na entrevista. Outra preocupação deste autor está na possibilidade de o entrevistador provocar algum viés na resposta do entrevistado de acordo com a maneira a qual a pergunta é realizada. Neste cenário, o ideal é fazer com que as perguntas permaneçam abertas e nunca dirigidas. Em vez de perguntar "'O sr. não pensa que…?' é melhor perguntar 'O que o Sr. pensa de …?'" (RICHARDSON, 2012 *apud* CAVALHEIRO, 2019, p. 34). Angrosino (2008 *apud* CAVALHEIRO, 2019) segue a linha de raciocínio do autor mencionado anteriormente, e também aborda um tema de fundamental importância para quem realiza pesquisas observacionais com entrevistas Guiadas ou Semiestruturadas: a quantidade de entrevistados.

O autor afirma que não existe um número pré-determinado de entrevistas obrigatórias para quem realiza projetos desta natureza e com abordagem qualitativa. O número de entrevistas deve seguir invariavelmente as exigências específicas dos objetivos da pesquisa em curso, levando também em conta as possibilidades e limitações logísticas do pesquisador. Para ele, é preferível ter um número reduzido de entrevistas com profundidade do que uma grande quantidade de diálogos realizados de maneira incompleta. McCracken (1988 *apud* CAVALHEIRO, 2019) corrobora a visão de Angrosino (2008 *apud* CAVALHEIRO, 2019), afirmando que entrevistas de cunho qualitativo não deveriam se propor a análises de natureza estatística. Contudo, o autor recomenda que sejam realizadas pelo menos dez entrevistas para que uma pesquisa que utilize este procedimento possa ter o mínimo de profundidade na coleta de respostas, adicionando riqueza à análise feita pelo pesquisador. Análise que, ainda segundo McCracken (1988 *apud* CAVALHEIRO, 2019), deve seguir quatro etapas: 1ª – Leitura das entrevistas transcritas com deslumbramento dissimulado, ou seja, o desligamento do pesquisador de suas convicções e predileções pessoais ao máximo possível; 2ª – Observação estendida, que busca encontrar ligações, divergências e padrões nas diversas falas obtidas na entrevista, sem ainda levar o roteiro de perguntas em consideração; 3ª – Refinamento das falas às categorias propostas para análise e 4ª – Julgamento das falas levando em conta os critérios de análise pré-estabelecidos e o coro das demais entrevistas.

Outras duas definições sobre entrevista semiestruturada que podem contribuir com esta discussão foram trazidas por Cavalheiro (2019) no decorrer da dissertação. O autor recuperou a perspectiva de Vilela (2006), que faz uma distinção entre entrevistas estruturadas e semiestruturadas, em oposição às entrevistas etnográficas e em profundidade. Vilela (2006 *apud* CAVALHEIRO, 2019, p. 35) afirma que entrevistas estruturadas e semiestruturadas

"implicam a irrupção do investigador com seus próprios termos e categorias no discurso do outro". Ambos tipos de entrevista buscam uma informação específica de acordo a uma hierarquia temática definida pelo pesquisador". As entrevistas etnográficas e em profundidade, por sua vez, trariam o mínimo possível de interferência do entrevistador, permitindo uma expressão mais livre de sentidos e mensagens por parte do entrevistado (VILELA, 2006 *apud* CAVALHEIRO, 2019).

A definição de entrevistas que parece mais adequada ao trabalho proposto pelo autor do presente levantamento corresponde à elaborada por Duarte e Barros (2006 *apud* CAVALHEIRO, 2019). Nesta reflexão, os autores vão além da mera definição do procedimento, estabelecendo nomenclaturas tanto para a forma de elaboração das questões, como para a forma na qual a entrevista em si – o contato com a fonte – é realizada. Para o formato de elaboração das questões, os autores estabelecem duas possibilidades: semiestruturada (questões pré-elaboradas em roteiro) e não estruturada (perguntas livres). Quanto à forma da entrevista, pode ser aberta (fonte fala livremente com o mínimo de intervenção) ou semiaberta (fonte segue o roteiro de perguntas do entrevistador). Tomando esta conceituação como referência (DUARTE; BARROS, 2006 *apud* CAVALHEIRO, 2019), pode-se afirmar que o procedimento mais adequado aos objetivos deste autor seria o de entrevista semiestruturada e semiaberta.

Para finalizar as discussões acerca do procedimento de entrevista, convém tratar brevemente sobre os impactos que a pandemia trouxe a esta etapa da pesquisa. Tanto pelas medidas de isolamento que têm sido adotadas desde 2020, como por limitações logísticas e financeiras do autor deste trabalho, os comunicadores das rádios comunitárias do Paraná foram entrevistados por videoconferência. O Paraná é um estado extenso, e algumas emissoras ficam a mais de 600 quilômetros de distância da residência do pesquisador. Embora no tempo de Cavalheiro (2019), a pandemia da Covid-19 ainda não fosse uma realidade, o autor abordou a questão dos impactos que entrevistas remotas podem ter sobre o resultado do diálogo. Segundo Braga e Gastaldo (2012 *apud* CAVALHEIRO, 2019), a realização de entrevistas a distância não representa necessariamente uma perda considerável de qualidade nas informações. Contudo, eles recomendam que as entrevistas sejam feitas por videoconferência se disponível, uma vez que o vídeo pode proporcionar uma experiência de diálogo mais completa entre entrevistador e entrevistado do que o áudio telefônico ou o texto do e-mail fariam.

> Além disso, para eles, o vídeo garante o acesso constante do pesquisador não só à fala e as questões de prosódia que podem denotar peculiaridades para análise, mas também ter à disposição os trejeitos, caretas e toda sorte de linguagem corporal que colabora para a construção de sentido naquilo que os sujeitos pesquisados expressam (CAVALHEIRO, 2019, p. 44).

Das 25 teses e dissertações que foram consideradas pelo levantamento preliminar, três trabalhos apresentam particular contribuição à proposta do autor por trabalharem especificamente com rádios comunitárias, especialmente por terem focos de olhar diferentes sobre esta realidade. Rodembusch (2018) faz um alinhamento teórico-metodológico sobre o conceito de Cidadania Comunicativa, tendo como base a ideia de sujeitos comunicantes e midiatização digital observando emissoras do Rio Grande do Sul. Vaz Filho (2016), por sua vez, toma como *corpus* de pesquisa o trabalho de emissoras comunitárias do ABCD Paulista, observando a promoção da cidadania trazida pelas emissoras e os enfrentamentos políticos, bem como os desafios que estas organizações comunicacionais enfrentam diariamente. Malerba (2016) testa a hipótese de que existe uma crise estrutural nas rádios comunitárias do Brasil de acordo com quatro categorias: ontológico-político; político-social; político-estatal, e; tecnopolítico a partir de dez estudos de caso qualitativos e cem formulários de caráter quantitativo. Apesar de diferentes em abordagem e perspectiva, estes três recentes trabalhos possuem algumas características em comum. Todos reconhecem que há desafios de diversas origens aos veículos comunitários – ou crise – no caso de Malerba (2016), assim como os três percebem um aspecto relacionado à geração de cidadania por meio do trabalho das rádios comunitárias - ou pelo menos no trabalho que elas deveriam desempenhar por lei e princípio, algo que nem sempre se verifica.

Em Rodembusch (2018), podemos nos apropriar das discussões sobre novos desenhos e definições acerca da ideia de Comunidade, um conceito que é complexo, mutável e que, segundo o autor, nem sempre é compreendido em profundidade até mesmo por pesquisadores da área. Esta Comunidade, que nunca foi estanque, experimenta um novo paradigma de vivência e de acesso à comunicação a partir da midiatização digital possibilitada por dispositivos móveis online e redes sociais digitais. A partir da definição de Esposito (2007 *apud* RODEMBUSCH, 2018), de que a comunidade não é um sujeito coletivo, tampouco um coletivo de sujeitos, a discussão mostra que a comunidade reside, na verdade, sobre a relação que existe entre os sujeitos. É ela o fator decisivo para que estes indivíduos coexistam e compartilhem de contextos de vida.

> A própria relação que se estabelece em torno da rádio comunitária é um elemento constituinte da comunidade. Em outras palavras, é compreender nas possibilidades do ambiente digital que os processos comunicacionais de uma *radcom* com seu público são constitutivos do sentido de comunidade (RODEMBUSCH, 2018, p. 75).

Após recuperar algumas definições clássicas de comunidade, baseadas em ligações por localidade, laços sanguíneos, espiritualidade, interesses e sentimentos estabelecidos por Peruzzo (2008 *apud* RODEMBUSCH, 2018) e Hjarvard (2013 *apud* RODEMBUSCH, 2018), o autor afirma que a ideia de comunidade não pode estar apenas atrelada ao fator espacial, principalmente quando associamos este conceito à comunicação, sendo necessário a este grupo de pessoas que compartilhem interesses e/ou objetivos. Por isso, segundo este estudo, existem espaços com coexistência de pessoas que não formam comunidades, ao passo em que existem comunidades de indivíduos que não moram próximos uns aos outros, cujo potencial de engajamento foi possibilitado e ampliado pela internet, concepção que está em sintonia com o jornalismo hiperlocal, ao tratar de problemas que são locais espacialmente, mas que também se ligam diretamente com pautas que dizem respeito à toda a sociedade.

Esta ideia de comunidade baseada em interesses compartilhados também está em sintonia com o que afirma a Associação Mundial das Rádios Comunitárias (Amarc) em sua página na internet: "Grandes ou pequenas, com muita ou pouca potência, com autorização ou sem ela, as rádios comunitárias não fazem referência a um 'lugarejo', mas sim a um espaço de interesses compartilhados"[12].

Ainda nesta tese, chama a atenção o autor sempre se referir ao receptor das rádios comunitárias como "comunicador ouvinte". A partir desta nomenclatura, Rodembusch (2018, p. 17) busca atribuir à pessoa que ouve estas emissoras um papel de maior protagonismo, uma vez que segundo ele, "os serviços de radiodifusão comunitária, que têm no comunicador ouvinte sua razão de existir, precisam ser problematizadas quanto às possibilidades de participação que oferecem a seu público". A nível de definição de limites entre os conceitos de popular, alternativo e comunitário, o autor destaca com base em Peruzzo (2008 *apud* RODEMBUSCH, 2018) e Cogo (2005 *apud* RODEMBUSCH, 2018) que estes conceitos se atravessam e se complementam com suas diferenças e especificidades. Entretanto, é a comunicação comunitária que se posiciona principalmente no interior, na mídia local e na mídia de bairro. Enquanto todas estas nomenclaturas, segundo os teóricos, assumem uma ideia de resistência à grande mídia e emancipação de povos subalternos, apenas a

[12]Conceito de Comunidade pela Amarc. Disponível em: http://amarcbrasil.org/conceito/. Acesso em: 13 mar. 2021.

comunicação comunitária efetivamente se liga obrigatoriamente a uma determinada comunidade, em que se busca valorizar a tradição, a história e a cultura deste grupo de pessoas. Outra característica definidora da comunicação comunitária (PERUZZO, 2008 *apud* RODEMBUSCH, 2018) é ter o cidadão como sujeito dessa ação, e não como objeto: a comunicação é feita pelo e para o cidadão.

Neste cenário, entra em evidência a cidadania comunicativa proporcionada pelo protagonismo do cidadão na midiatização digital. O processo naturalmente passa pela definição do que significa ser cidadão. O autor toma alguns conceitos trazidos por Peruzzo (2002 *apud* RODEMBUSCH, 2018) e Mata (2006 *apud* RODEMBUSCH, 2018) para definir o cidadão a partir de suas prerrogativas legais definidas pela Constituição, mas também como um ser ativo politicamente que goza de liberdade e igualdade, características que o permitem atuar como comunicador ouvinte em um contexto de cidadania comunicativa. Para que a cidadania comunicativa possa se verificar na prática, é preciso que os direitos civis, a liberdade de expressão, o direito à informação e a possibilidade de exigir a publicação de assuntos de utilidade pública sejam assegurados via estatuto jurídico e incentivados por meio de ações concretas - das quais as rádios comunitárias fazem parte (MATA, 2006 *apud* RODEMBUSCH, 2018).

Contudo, há severos desafios que as rádios comunitárias precisam enfrentar para promover a cidadania conforme se espera a partir da lei e de seus princípios. Vaz Filho (2016) realizou relevante levantamento sobre a realidade das rádios comunitárias da região do ABCD Paulista (Santo André, São Bernardo, São Caetano do Sul, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra e Diadema). Ele chegou à conclusão de que as emissoras comunitárias sofrem sobremaneira com limitações técnicas e financeiras, causadas em boa parte pela própria legislação de radiodifusão comunitária que limita a capacidade das entidades em receber aportes e patrocínios, uma realidade também detectada em levantamento parcial realizada pelo autor deste artigo no primeiro semestre de 2020[13].

Esta conclusão foi percebida por Vaz Filho (2016) a partir da observação participante junto às emissoras, mas principalmente por meio de entrevistas semiestruturadas com os radialistas da Grande São Paulo, alguns dos quais são bastante pessimistas quanto ao futuro deste tipo de emissora no país (VAZ FILHO, 2016). A tese do referido autor vai além: em suas conclusões, sugere ações que podem ser implementadas para dar sobrevida a estas

[13] Artigo apresentado no VII Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo. Disponível em: https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/publication_info/details_file/8b1a2278-1d76-4e37-84e9-9dd1e77b081e/Artigo_Pronto.pdf. Acesso em: 14 mar. 2021.

emissoras e permitir a produção da Cidadania Comunicativa. Dentre as sugestões, recomenda o aprimoramento do trabalho de observação e planejamento da programação, de forma que as emissoras se diferenciem das rádios comerciais, cujos programas são majoritariamente musicais. Vaz Filho (2016) acredita que membros da comunidade, incluindo os próprios radialistas, podem contribuir com crônicas de suas experiências pessoais para difusão nas ondas do rádio, uma vez que este gênero pode explorar histórias de vida de grande riqueza em comunidades que participaram de episódios relevantes da história recente, tais como as greves metalúrgicas que fortaleceram o movimento trabalhista do país nas décadas de 1970 e 1980. Programas baseados em crônicas e diálogos similares, segundo as conclusões do autor, podem ter um engajamento interessante por parte do público ouvinte, que se torna produtor e receptor de sua própria tradição contada no rádio.

Por sua vez, Malerba (2016) posiciona o grande problema das rádios comunitárias do Brasil na esfera política. Para ele, é na política que surgiram as crises que desencadeiam dificuldades financeiras e os consequentes obstáculos estruturais experimentados por estas emissoras. Um contexto no qual a convergência midiática proporcionada pela internet age a fim de trazer novos caminhos. A tese de Malerba (2016, p. 535) afirma que as rádios comunitárias não estão em extinção.

> Ainda que atravessadas por muitos desafios e por vezes atadas a estruturas ineficientes, estão vivas, são sujeitos ativos de suas comunidades e agora se manifestam de muitos modos, com estratégias diversas, quase na fronteira de não serem mais rádios comunitárias.

A "fronteira de não serem mais rádios comunitárias" têm natureza política e características que se impõem sobre a programação das emissoras. Para o autor, existe uma crise de representatividade em curso nas rádios comunitárias, sintomática de uma sociedade que está em constante modificação. Segundo Malerba (2016), quando as emissoras comunitárias foram desenvolvidas, ainda no período pré-lei de regulamentação, verificou-se o desenvolvimento das comunidades por meio de uma estrutura hierárquica socialista, cujos trabalhos se aproximaram também da Igreja Católica e suas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), em um esforço de pulverização de poder, de representação e de informação que mobilizasse as comunidades.

Com relevantes contribuições, o autor afirma que as emissoras comunitárias foram agentes importantes para que um governo progressista vencesse as eleições e chegasse a assumir o Executivo federal em 2002. Entretanto, as modificações na esfera política

rearranjaram o ecossistema social, com interferências diretas sobre a mídia. Mudanças estas que, associadas às inovações tecnológicas, passaram a reduzir a mobilização política do público a partir dos veículos comunitários de comunicação. O autor ainda afirma que a formalização trazida pela Lei das Rádios Comunitárias – Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998 – trouxe proteção e segurança jurídica às emissoras em um primeiro momento, mas também impôs limitações técnicas, o que facilitou a cooptação política das rádios comunitárias por parte de outros agentes cujas intencionalidades não necessariamente estavam alinhadas ao engajamento comunitário - a figura do guardião de princípios.

> Para ser realmente vigorosa, uma rádio (ou uma associação, um movimento, uma rede) precisa poder prescindir de qualquer um de seus indivíduos: sua institucionalidade deve ser sua história, suas histórias, suas conquistas e seus princípios: enfim, é o próprio projeto político que deve ser o vinculador dos que já não estão, dos que permanecem e o que seduzirá os próximos ativistas. Uma vez mais, talvez por um tempo seja inevitável a ação orientadora e vinculativa de uma, duas pessoas. Mas não se pode perder de vista que a possibilidade de autonomia de um projeto político depende da descentralização e despersonificação do seu devir (MALERBA, 2016, p. 544).

Na visão de Malerba (2016), quanto mais sólido é o projeto político de uma emissora de radiodifusão comunitária hoje, maiores serão as pressões para que esta rádio deixe de lado o seu guardião de princípios em prol do próprio coletivo, ou seja, que ela deixe de estar sob as mãos de um ou dois indivíduos para ser gerida pela comunidade efetivamente.

Todos estes trabalhos foram de grande utilidade para guiar as reflexões da pesquisa acerca de temas caros aos objetivos e à metodologia adotada para a realização deste esforço. Especialmente no que tange à realidade das emissoras de radiodifusão comunitária, as características políticas de sua atuação e a experiência anterior que outros pesquisadores de outras partes do Brasil já tiveram em realizar entrevistas semiestruturadas com comunicadores oriundos destas mídias.

3.3 DEFINIÇÃO DE EIXOS, PERGUNTAS, CONTATO COM PROFISSIONAIS DA ÁREA E CATEGORIAS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Parte da metodologia desta pesquisa também se deu em torno da definição dos eixos de perguntas a serem realizadas no momento da entrevista com os comunicadores comunitários das rádios do Paraná. É relevante ressaltar que a definição destes eixos está diretamente conectada com os objetivos da pesquisa e com os conceitos que o presente esforço busca problematizar, a saber, o jornalismo cidadão e popular, a comunicação

comunitária, a frontalidade e a realidade de precariedades às quais os agentes sociais da radiodifusão comunitária estão constantemente sujeitos em seu cotidiano.

Para tanto, definimos cinco eixos de perguntas, com cinco perguntas cada. No momento da entrevista, é explicitado ao entrevistado que cada eixo possui perguntas distintas e se concentra sobre diferentes aspectos da atuação comunicacional do sujeito entrevistado. Logo, há plena consciência das mudanças de assunto propostas durante o diálogo entre o entrevistado e o entrevistador. As perguntas estão dispostas ao fim do trabalho, no **Anexo A**, porém o princípio norteador das perguntas está relacionado aos objetivos do trabalho e a um formato que se propõe a ser mais amigável às respostas, sem submeter os entrevistados a constrangimentos ou induzir respostas orientadas pelos interesses do próprio pesquisador.

Acrescente-se que o roteiro de perguntas aqui mencionado foi aprimorado após o contato preliminar que os pesquisadores tiveram com este universo durante o artigo apresentado ao Simpósio Nacional de Pesquisa em Jornalismo Investigativo da Abraji. (SOARES; FERNANDES, 2020). À época, algumas das perguntas do presente questionário foram realizadas. Porém, o foco do roteiro de entrevista foi alterado de acordo com o escopo dos diferentes trabalhos e os *feedbacks* obtidos dos entrevistados durante este esforço inicial. Os eixos selecionados para a entrevista seguem um caminho lógico do diálogo, a saber: Perguntas gerais (nome, idade, dados, formação, tempo de profissão); conhecimentos específicos na área do rádio (técnicas do rádio, jornalismo cidadão); o trabalho do profissional e a geração de cidadania; impactos da frontalidade e rádios comunitárias e *WhatsApp*.

Para analisar as respostas fornecidas pelos comunicadores entrevistados, o presente projeto recorre à análise de conteúdo de Bardin (2016), método de análise entendido como o mais adequado ao tipo de pesquisa exploratória qualitativa em questão. A partir da análise de conteúdo conseguimos entender padrões comportamentais ou inferir intencionalidades ou ter mais indícios sobre as circunstâncias em que as informações são emitidas. Além disso, a análise de conteúdo tem o benefício de nos permitir a elaboração de categorias de análise pelas quais orientamos de forma mais assertiva o olhar sobre as informações transmitidas durante a entrevista. Desta forma, buscando se alinhar aos objetivos propostos para a pesquisa, foram estabelecidas algumas categorias de análise de conteúdo:

Em relação às práticas alternativas de comunicação, as perguntas e a posterior análise de conteúdo busca compreender qual é a visão e a definição que estes comunicadores carregam acerca dos conceitos de jornalismo cidadão, comunicação popular e comunicação comunitária. Além de captar a sua perspectiva em conceituar estas ideias, as perguntas e as

categorias de análise também visaram compreender se o comunicador considera a sua atuação filiada ou sintonizada em alguma medida com os conceitos questionados.

No que tange às contingências da frontalidade, nossas categorias de análise pretendem entender nas respostas fornecidas com as entrevistas se o profissional enxerga a frontalidade em seu trabalho como um aspecto majoritariamente positivo, neutro ou negativo. Desta forma, as perguntas buscam compreender se os benefícios proporcionados pela proximidade geográfica e a acessibilidade do público são vistas de forma mais relevante do que os desafios que esta mesma aproximação gera. Nos casos em que o profissional relatar não dar grande importância ao aspecto do hiperlocalismo, iremos considerar o seu posicionamento neutro.

A análise de conteúdo desenvolvida por Bardin (2016) se mostra como a metodologia de análise mais adequada para a forma como esta pesquisa foi designada. Embora se valha de aspectos estatísticos na análise do *corpus* selecionado, as etapas de interpretação e inferências dão uma abertura de reflexões que se conecta melhor com os objetivos exploratórios e com a abordagem qualitativa escolhida para este esforço. Segundo a autora (2016), a análise de conteúdo é executada a partir de três principais momentos distintos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados e interpretações, passos que, a rigor, também foram seguidos nesta pesquisa.

Durante a **pré-análise**, o primeiro passo foi uma leitura flutuante dos documentos disponíveis, em que se realizou a escolha do de documentos, a constituição do *corpus* e a preparação do material, conforme Bardin (2016). Neste aspecto, os documentos são as transcrições das dez entrevistas realizadas com os radialistas comunitários, considerando especialmente os blocos que tratam de frontalidade e contato com o público, WhatsApp e outras tecnologias, bem como comunicações alternativas e cidadania. O material foi preparado em documentos de Google Docs para ser analisado mediante busca e cálculos com auxílio de ferramentas do software mencionado. Ainda na pré-análise, são formuladas hipóteses e objetivos, dimensões e direções que a análise deve tomar. Nesta etapa, por fim, são feitas as elaborações de indicadores, as regras de recorte e o teste das técnicas.

A exploração do material é o momento em que, efetivamente, as técnicas selecionadas na pré análise são aplicadas ao *corpus,* segundo Bardin (2016). Os resultados foram tratados e interpretados de acordo com as seguintes etapas: realização das operações estatísticas sobre as informações selecionadas no *corpus* a partir da comparação de menções a termos e assuntos relacionados às categorias de pesquisa, síntese e seleção dos resultados a ser divulgados, de acordo com as hipóteses e objetivos da pesquisa, realização de inferências e a

interpretação dos resultados. Como conclusão, os *outputs* da análise podem ser usados como orientações para outras análises posteriores, ou utilizadas para fins teóricos ou pragmáticos.

Neste sentido, a pesquisa buscou se orientar a partir de três categorias de análise de conteúdo (BARDIN, 2016), definidas a partir dos objetivos da pesquisa, da construção teórica e bibliográfica deste esforço e também do contato prévio realizado com comunicadores comunitários antes da execução das entrevistas titulares nesta dissertação. As três categorias são, portanto, 1- **práticas alternativas de comunicação**; 2- **WhatsApp e suas influências** e, por fim, 3- **contingências da frontalidade e do hiperlocalismo**.

Quando tratamos de práticas alternativas de comunicação, nos referimos especialmente ao jornalismo cidadão, à comunicação popular e à comunicação comunitária, conceitos que foram discutidos neste trabalho a partir da página 23. Desta forma, ao discorrermos sobre as teorias e as diferentes visões de autores sobre estes temas, a pesquisa também buscou entender as opiniões e perspectivas dos comunicadores comunitários acerca destes conceitos. A entrevista também foi conduzida a fim de se compreender o grau de familiaridade e sintonia dos comunicadores comunitários com os conceitos no cotidiano de sua atuação. A entrevista buscou compreender se os radialistas estabeleciam graus de semelhança ou diferenças entre os conceitos, ou até mesmo se o comunicador não possuía sequer opinião sobre jornalismo cidadão, comunicação popular e comunicação comunitária.

O uso e as influências do WhatsApp também se tornaram uma categoria para a análise de conteúdo desta pesquisa, não por ser importante em si só, mas por influenciar diretamente tanto nas práticas exercidas pelos comunicadores comunitários entrevistados, bem como por ter impacto direto em outros conceitos que são caros para este esforço, tal como o conceito de comunidade, de hiperlocalismo e de frontalidade. A entrevista também buscou observar se os comunicadores das rádios comunitárias encontram algum tipo de limitação ou enxergam com restrição alguns dos impactos que o uso do WhatsApp trouxe para a prática comunicacional, especialmente em comparação a períodos em que esta ferramenta ainda não era popular entre emissoras e sua respectiva audiência.

Por fim, a frontalidade é um categoria de análise por ser este um conceito que a pesquisa busca desenvolver e problematizar, estando conectado diretamente com as rotinas de profissionais que não contam com o mesmo grau de suporte e proteção institucional e financeira encontrado em emissoras da imprensa institucionalizada. Contudo, naturalmente, a palavra "frontalidade" não foi usada no momento das entrevistas em si, haja vista que este é um conceito marcado por diversos aspectos palpáveis do dia a dia dos comunicadores, tal

qual o contato presencial com ouvintes, autoridades, apoiadores culturais, colegas radialistas e similares.

Diante destas três categorias foram observadas e analisadas as transcrições das entrevistas, de forma a observar as semelhanças e disparidades entre as visões e relatos dos entrevistados. Os principais padrões e as informações que denotam divergências observadas foram sintetizadas e relatadas no item 3.3. No item 3.4 foram realizadas as interpretações dos resultados e suas aproximações com os objetivos da pesquisa, em que concluímos este esforço.

No que diz respeito aos aspectos éticos da pesquisa, o projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, coordenado pelas Ciências da Saúde da UFPR e tramitado por meio da Plataforma Brasil (Número CAAE 46507321.7.0000.0102, aprovado em 22 de setembro de 2021). O trabalho retornou apenas uma vez para breves alterações textuais, correções de cunho documental e esclarecimentos sobre o armazenamento dos arquivos de áudio gravados durante as entrevistas. Portanto, aprovado sem grandes recomendações sobre riscos, benefícios e sobre o mérito do trabalho.

Embora seja impossível realizar pesquisas com seres humanos sem algum tipo de risco, todas as medidas foram tomadas para que os comunicadores não pudessem ser identificados. Algumas das cidades cujos comunicadores foram entrevistados são bastante pequenas e mesmo menções a espaços e terceiros podem denunciar quem é o autor da fala. Neste sentido, toda menção a locais, empresas e pessoas (exceto pessoas públicas ou de notória popularidade, como o governador do estado ou redes de veículos de comunicação conhecidos em todo o Paraná) foram suprimidos. As entrevistas, feitas por telefone, foram transcritas pelo autor em apêndice que acompanha o trabalho. Na transcrição, além das informações supracitadas, também foram suprimidas marcas de linguagem e/ou vícios de fala que não pudessem representar qualquer informações valiosas, mas que apenas denotam marcação de ritmo de fala, deixando apenas as afirmações dos entrevistados sem prejuízo de sentido para a compreensão das declarações.

4. ANÁLISE E RESULTADOS

Após a realização das entrevistas e sua respectiva transcrição, foi realizada a análise de conteúdo com base no método desenvolvido por Bardin (2016). Contudo, cabe destacar alguns aspectos que, embora não se encaixem diretamente às categorias formais de análise

que utilizamos, ainda são informações que dão *insights* sobre quem são as pessoas entrevistadas, quais suas percepções, rotinas e opiniões.

4.1 PERCEPÇÕES PRELIMINARES ACERCA DOS ENTREVISTADOS E SUAS FALAS

Serão destacados neste subcapítulo idade, formação, posicionamento político. Informa o que vamos ver adiante. Um dos primeiros aspectos que chamam a atenção nas dez entrevistas realizadas é o fato de que todos os comunicadores entrevistados desenvolvem atuação voluntária. Quando muito, recebem da emissora uma mínima ajuda de custo para alimento ou deslocamento durante as atividades relacionadas à emissora. Todos possuem outras fontes de renda e atividades profissionais, muitas vezes totalmente distintas da atuação na radiodifusão.

4.1.1 Idade e tempo de atuação na radiodifusão comunitária

A idade dos entrevistados oscila em diversas faixas etárias, sendo que o entrevistado mais jovem tem 25 anos e o mais velho, 72. Dois destes comunicadores têm diploma em Jornalismo, os demais são de outras áreas do conhecimento ou não chegaram a concluir o ensino superior. Para estes, a lida com a radiodifusão aconteceu de uma forma autodidata ou por influência de familiares ou pessoas próximas que já atuavam na radiodifusão comercial ou comunitária. Os entrevistados, quando citados no texto, serão numerados de 1 a 10 para identificação anônima. Os números foram atribuídos de acordo com a ordem cronológica da realização das entrevistas e não denotam qualquer tipo de hierarquização ou classificação de importância entre si.

Todos os comunicadores, exceto o mais jovem, estão atuando na radiodifusão comunitária há mais de uma década, muitos atuando como diretores e/ou fundadores das emissoras em que operam. São engajados com a causa da comunicação comunitária e com os interesses da comunidade em que estão inseridos, mas muitos, seis deles, especificamente, se declararam isentos do ponto de vista político-partidário, sob a justificativa de que isso traria ao trabalho deles mais credibilidade e evitaria problemas com terceiros.

> "A gente tem por princípio aqui na emissora não atuar de forma política, porque isso gera um desconforto e uma desconfiança por parte do ouvinte. Quando você claramente gera uma pauta pensando numa questão política você está direcionando

> este conteúdo, as pessoas percebem isso e você acaba tirando o crédito do veículo" (ENTREVISTADO 9, 2022).

4.1.2 Opinião sobre a legislação de rádios comunitárias e outras limitações

Um aspecto comum a todos os entrevistados desta pesquisa foi a discordância, parcial ou total, em relação à legislação que rege a radiodifusão comunitária. Para oito dos radialistas ouvidos, a legislação é obsoleta e limita sobremaneira nas emissoras a capacidade de atuar com qualidade, rigor técnico e o devido reconhecimento ao trabalho dos comunicadores e sua equipe. Um caso interessante é o do entrevistado citado a seguir, em que ele menciona detalhes técnicos e especificidades regionais que a legislação federal acaba por não levar em conta, prejudicando entes de diversos locais do país.

> "A nossa legislação de rádios comunitárias compreende o Brasil inteiro. Mas queira ou não, algumas regiões são mais peculiares. Por exemplo, aqui a gente pode atingir 25W de potência. Para a nossa região às vezes é mais do que deveria, porque temos dois municípios muito próximos e duas emissoras estão na mesma frequência. Embora o nosso raio seja de 1 km, você não tem como limitar o alcance da potência exatamente a esta distância, tem lugares que pega 2km, tem lugares que pega mais. Agora, em outros lugares, algumas rádios deveriam ter maior alcance. Para mim, as rádios comunitárias deveriam ter 200, 250W de potência. Também deveriam ter mais frequências, não só a 87,9 Mhz. Assim as rádios conseguem atender todo o município e também chegar em comunidades que não tem rádio comunitária" (ENTREVISTADO 8, 2022, APÊNDICE B).

No geral, os comunicadores ouvidos pela pesquisa se sentem inviabilizados tanto por fatores legais, como por fatores relacionados à legislação. Entretanto, os radialistas são bastante engajados com a comunicação comunitária, demonstrando real afeição pela atividade. Apenas dois radialistas, quando questionados, disseram ter a intenção de parar de trabalhar com comunicação comunitária no futuro. Um destes, com idade avançada, deseja "fazer outras coisas da vida", o outro, de fato, pretende deixar a radiodifusão comunitária em razão das dificuldades encontradas na atuação cotidiana. É notório, inclusive, como mostra a citação abaixo, o garbo e a paixão com as quais alguns comunicadores comunitários descrevem o seu trabalho.

> "Eu sempre penso que a comunicação é essencial para o ser humano como o alimento, a água e o ar. Sem a comunicação o ser humano vai morrer. O papel que nós temos enquanto comunicadores comunitários é garantir a comunicação. A gente sabe que a comunicação comercial acaba sendo um negócio e ela perde o foco na plenitude da comunicação para o público. A rádio acaba se convertendo a uma linha de pensamento, uma linha econômica. O papel da gente enquanto comunicador

> comunitário é não desistir nunca. Algumas pessoas vão desistir, mas o papel do debate não pode ser abandonado" (ENTREVISTADO 1, 2022, APÊNDICE B).

4.1.3 Perspectivas de futuro e impactos da pandemia

Questionados sobre perspectivas de futuro, a maioria – sete dos dez – dos comunicadores de rádios comunitárias ouvidos durante a pesquisa demonstra otimismo em relação aos rumos da comunicação comunitária a nível nacional. Eles acreditam firmemente nos propósitos das emissoras e na capacidade dos agentes que se envolvem com este trabalho. Contudo, para que a radiodifusão comunitária ainda possa prosperar, os comunicadores apontam que ainda falta união entre a classe e engajamento político por parte dos comunicadores para levar a questão dos direitos das rádios comunitárias para serem discutidos no Congresso.

Em relação à pandemia, todos os comunicadores relataram o aumento das dificuldades financeiras para manter as emissoras no ar. Rádios reduziram o valor das cotas de apoio cultural e muitos comerciantes apoiadores, segundo os radialistas, tiveram de encerrar seu apoio ou até mesmo fecharam as portas. Contudo, seis radialistas apontaram para uma consequência interessante da pandemia: o público das rádios comunitárias não foi reduzido e, como apontaram algumas falas, o engajamento e a proximidade dos ouvintes com a emissora se tornou ainda maior, uma vez que as emissoras comunitárias se tornaram um centro de informações sobre a situação local da pandemia, números de casos, internações e óbitos, bem como notícias sobre a vacinação a nível municipal. O próprio fato da população ficar mais tempo em casa também foi um fator que levou ao aumento da audiência das emissoras comunitárias, como afirmam os comunicadores.

4.2 ADERÊNCIA DAS FALAS ÀS CATEGORIAS DE ANÁLISE

Na categoria "práticas alternativas de comunicação, a entrevista se deu no sentido de captar qual a percepção dos radialistas comunitários sobre os conceitos de jornalismo cidadão, comunicação comunitária e comunicação popular, bem como sobre seu grau de aderência com tais práticas e conceitos ao longo de sua atuação enquanto comunicador. Como a entrevista foi realizada de forma semiestruturada, é comum que duas ou mais perguntas, originalmente pensadas para serem feitas de maneira separada, acabam sendo respondidas em um único questionamento de maneira espontânea pelo entrevistado. O que acaba por poupar a

necessidade da sua posterior realização a fim de evitar redundâncias. Isso poderá ser visto na transcrição das entrevistas, disponibilizadas em apêndices ao fim deste documento.

A visão dos radialistas sobre as práticas de jornalismo cidadão, comunicação comunitária e comunicação popular se mostrou bastante heterogênea, sendo que houve casos em que o entrevistado não tinha qualquer ideia sobre como definir tais conceitos, solicitando ao autor mais informações ou contextos de uso para emitir uma opinião. No caso do jornalismo cidadão, algumas falas se aproximam mais dos conceitos que trabalhamos ao longo de nossa problematização teórica.

> "Eu acho que o termo jornalismo cidadão pode ser o jornalismo dentro do bairro com a participação do próprio morador. Como a gente faz o rádio aqui dentro do estúdio, o cidadão tem a oportunidade de vir até a rádio e participar também" (ENTREVISTADO 2, 2022, APÊNDICE B).

A fala aqui mencionada encontra maior conexão com a perspectiva de Targino (2008), conforme discutida a partir da página 26 deste trabalho, em que cidadãos comuns atuam diretamente na produção de conteúdo e na participação da comunicação. O **Entrevistado 3** tem uma perspectiva diferente, que condiciona o jornalismo cidadão às pautas que ele cobre e, não necessariamente, a quem está produzindo o conteúdo. Podemos encontrar certa sinergia desta fala com as ideias de jornalismo cívico em Traquina (2015) quando se atrela o jornalismo cívico às pautas que se conectem diretamente com os supostos interesses dos cidadãos.

> "Em nossa rádio não passamos informação de morte. Que tenha sangue ou tragédia. Essa é a nossa filosofia. O jornalismo cidadão é aquele que é sem sensacionalismo. É um jornalismo voltado de maneira real para o interesse do ouvinte. Que não seja uma revista midiática, com fofoca, mas com informações de interesse do ouvinte, que tenha diversas pautas. A parte educativa, parte do agronegócio, do social, do religioso sem ser doutrinário, essa é minha percepção" (ENTREVISTADO 3, 2022, APÊNDICE B).

Nesta resposta também fica evidente o interesse do comunicador em não só definir o conceito, mas mostrar que sua atuação na emissora busca seguir os mesmos preceitos enquanto filosofia de trabalho, mostrando total adesão ou, pelo menos, tomando como diretriz práticas cidadãs.

Em relação aos conceitos de comunicação comunitária e comunicação popular, também foram encontrados resultados bastante diversos. Cinco entrevistados enxergam estas práticas como muito similares, cruzadas ou até mesmo iguais. Os demais comunicadores,

porém, atribuem a diferenciação entre os conceitos principalmente à ideia do local geográfico, que se aplicaria à comunicação comunitária, mas não à popular. O primeiro entrevistado, que é jornalista de formação, desconstrói a ideia de que uma comunidade precisa estar geograficamente próxima.

> "Partindo do princípio de comunidade, não só no aspecto geográfico, mas de grupos a fim de um determinado tema, a comunicação comunitária é importante na medida que ela aborda temas de interesse para este determinado público, seja geográfico ou de pautas afins. A comunicação popular está mais voltada à população menos possuída. A população mais pobre, que corre atrás de ganhar o dinheiro suado para poder sobreviver, ainda mais nos dias de hoje. A comunicação popular está mais neste sentido. Esta população precisa ter mais espaço para poder conhecer melhor para que ela possa lutar por seus direitos e por sua vida e conseguir ter uma cidadania. Algumas destas pessoas não tem nem noção do que significa isso e batalhar para ter acesso a ela" (ENTREVISTADO 1, 2022, APÊNDICE B).

Sua fala se aproxima bastante às ideias de Peruzzo (2008), em que o conceito de comunidade é mais pensado a partir de interesses e características em comum em diferentes grupos de pessoas, sem necessariamente estarem concentradas em um mesmo espaço geográfico, ao passo que a comunicação popular é mais voltada à população excluída ou que esteja engajada com movimentos sociais e causas bem definidas. O **Entrevistado 3**, por sua vez, não enxerga desta forma. Para ele, os conceitos são muito próximos e dizem, em síntese, exatamente o que as palavras "comunitário" e "popular" denotam: "esses termos têm uma proximidade muito grande. A comunicação comunitária é o local, é a comunidade. A comunicação popular é aquilo que é do povo. Ou seja, o que é interesse do povo localizado dentro da comunidade abrangida pela emissora" (ENTREVISTADO 3, 2022, APÊNDICE B). Encontramos respostas ainda mais diversas ao longo das entrevistas. O quarto entrevistado tocou em um aspecto mais prático ao atrelar os conceitos de comunicação comunitária e popular: a programação da emissora.

> "Temos que ver a diferença entre comunitária e popular. Eu acho que no final da linha elas se encontram. Mas a popular seria mais promover no sentido de músicas. A comunicação comunitária trabalha para atender um povo que, além de escutar músicas, gosta de estar informado sobre os assuntos da comunidade" (ENTREVISTADO 4, 2022, APÊNDICE B).

Acaba ficando evidente que, devido ao fato da atuação de muitos destes comunicadores serem agentes de formação autodidata, não parece haver um esforço de reflexões teóricas ou conceituais acerca das suas práticas. Contudo, as respostas, como um todo, denotam que todos estes radialistas têm apreço pelas ideias de cidadania, comunidade e

popular, ainda que suas visões acerca destes conceitos sejam divergentes e, por vezes, também pouco claras.

> "Eu acho que a nossa comunicação comunitária é a comunicação popular. Hoje nós temos grandes mídias que existem que jamais falam, anunciam uma nota de falecimento, da Dona Maria do Bairro X, que residiu durante 40 anos. Esse é o trabalho do seu Joaquim, que tem um armazém, que vai lá e conta essa história. Que mora aqui há 40 anos e nunca a imprensa foi lá falar com ele, mostrar o trabalho que ele já fez pela cidade. Então a comunicação popular é aquela que está no dia a dia com o povo da cidade" (ENTREVISTADO 5, 2022, APÊNDICE B).

Se a categoria de análise "práticas alternativas de comunicação" apresentou resultados diversos e com bastantes dissidências, a análise sobre "WhatsApp e suas interferências" mostra um panorama muito mais homogêneo entre as opiniões e perspectivas dos radialistas de emissoras comunitárias. De maneira geral, todos eles enxergam esta ferramenta sob uma perspectiva extremamente positiva. Inclusive, é interessante perceber que metade dos radialistas entrevistados usam palavras superlativas para definir a importância do aplicativo, tais como "incrível", "indispensável", "fundamental" e "imprescindível", denotando real dependência do software de mensagens, especialmente em tempos de pandemia.

Os radialistas, como um todo, afirmam que o WhatsApp solucionou uma série de problemas e dificuldades que antes atrapalhavam o dia a dia e a rotina da radiodifusão. Alguns destes problemas se mostravam, por exemplo, a dificuldade de lidar com gravadores de fita e, posteriormente, digitais que, mesmo sendo mais práticos, não possuem a mesma praticidade de receber uma sonora diretamente no celular e já reproduzi-la rapidamente no sinal da emissora. A ferramenta é vista pela totalidade dos comunicadores como um fator de aproximação entre a comunidade e a emissora, além de um instrumento facilitador para o trabalho como um todo, a obtenção de informações e a manutenção de um relacionamento saudável e de mútuos benefícios com outros comunicadores de emissoras comunitárias e também comerciais. Houve quatro menções a grupos de radialistas no WhatsApp, contendo diversos agentes de emissoras da cidade e/ou da região, nos quais os radialistas prestavam favores e forneciam informações uns aos outros.

> "A gente montou um grupo de WhatsApp em que um acaba ajudando o outro e está funcionando. Quando acontece alguma coisa nos municípios vizinhos eles acabam cedendo áudios que eles fazem lá para soltarmos também aqui na rádio comunitária. São municípios próximos e as pessoas daqui acabam se movendo para estas cidades também. Então antes de sair daqui eles também precisam saber o que está acontecendo nas cidades vizinhas. Questões de trânsito, rodovias interditadas. Mesma coisa que acontece aqui, acabamos mandando áudios e matérias para rádios

> da região. Estou bem satisfeito com a nossa parceria" (ENTREVISTADO 10, 2022, APÊNDICE B).

Todos os radialistas entrevistados com experiência suficiente para ter vivenciado a transição entre os períodos pré e pós WhatsApp afirmam que, no geral, houve grandes avanços para a radiodifusão e suas práticas, especialmente quando comparado ao uso de telefone e até mesmo correspondências escritas para a comunicação entre emissora e público. Há quatro menções a redução de custos, otimização de tempo de trabalho e um contato mais próximo com o público, principalmente nos momentos em que a pandemia reduziu consideravelmente a capacidade dos comunicadores em estar presencialmente próximos de ouvintes, fontes e apoiadores. O quarto entrevistado, ao comparar os períodos pré e pós WhatsApp, relatou um tipo de incidente bastante inusitado, mas normal para boa parte das cidades agrárias do interior do Paraná: "Antes tinha que fazer ligação, o telefone estava ocupado. Além disso, aqui é comum que os caminhões de madeira arrebentam os fios, deixando a comunidade sem telefone, era bem complicado" (ENTREVISTADO 4, 2022, APÊNDICE B).

Em geral, não há ressalvas em si quanto ao uso do WhatsApp e também relatam que reproduzem áudios de ouvintes diretamente na programação, muitas vezes de forma estimulada durante o próprio programa: pedidos de músicas, recados para amigos ou familiares, solicitação de informações sobre problemas do bairro ou da rua, opiniões sobre a pauta em discussão, entre outros temas. Contudo, três radialistas apontaram para um fato curioso: diversos ouvintes enviam mensagens de áudio que, por diversos motivos, não podem ser reproduzidas ao vivo, quase sempre piadas inadequadas ou até mesmo palavras de baixo calão.

> "Nós temos os programas musicais e os programas de jornalismo. Por exemplo, tem um assunto polêmico no jornal, como uma obra no bairro. A população manda os áudios, a gente ouve primeiro, porque às vezes a pessoa xinga, fala palavrão. A gente tira essas partes e isso não é censura. É porque não vai resolver nada a população xingando. O objetivo é a gente ouvir as opiniões das pessoas. A gente corta essas partes e solta no rádio no mesmo instante. Chegou, não tem palavrão, vai para o ar. A gente nunca vai censurar a fala das pessoas. Nos programas musicais a pessoa pede música, a gente escuta e vai para o ar na mesma hora" (ENTREVISTADO 10, 2022, APÊNDICE B).

A participação via WhatsApp já está totalmente enraizada dentro da programação de diversas emissoras comunitárias. O grau de adesão é tão alto que os comunicadores orientam à população sobre como deve ser gravada a mensagem de áudio para que ela possa ser reproduzida no ar e se encaixar com o restante da programação da rádio. "Há o estímulo para

que o ouvinte mande áudio pra gente. Mas pedimos áudios de até um minuto, para não prejudicar a programação. Todos os programas têm a participação do WhatsApp" (ENTREVISTADO 2, 2022, APÊNDICE B).

A terceira categoria de análise, que diz respeito ao conceito de "frontalidade", que estamos propondo, é diferente das duas categorias anteriores, pois não há menção direta ao conceito que estamos analisando durante a realização das entrevistas. Há, sim, a inferência da aplicação desta ideia aos relatos de situações cotidianas vivenciadas pelos comunicadores. Por isso, a frontalidade aqui se apresenta, em resumo, como os impactos positivos e negativos de se estar tão próximo fisicamente do público ouvinte e também das fontes e demais agentes sociais da comunidade. Para recordar, estamos testando a hipótese de que estar tão próximo do público traz benefícios, como a facilidade da obtenção das informações, a agilidade em realizar apurações presenciais e outros ganhos. Mas expõe os comunicadores a alguns riscos que se tornam mais intensos quando consideramos que o radialista, muitas vezes, está a quadras de distância de pessoas que podem oferecer ameaças ou promover achaques, ofensas ou cancelamentos. Sem a proteção física, financeira e judicial de uma redação bem consolidada, o comunicador comunitário está em um local de frontalidade.

Durante a realização das entrevistas, foi possível encontrar os indícios da existência de situações de frontalidade em diversas falas, comprovando que os aspectos propostos pelas reflexões desta pesquisa se verificam, de fato, na realidade. Podemos perceber estes indicativos em diversos assuntos que circundam a ideia de frontalidade, tais como: eventos de censura ou imposição de dificuldades oriunda da relação presencial com fontes, autoridades locais, membros da elite política e econômica, fazendeiros, religiosos e outras figuras de poder na comunidade. Há casos em que as situações problemáticas entre comunicadores e membros da comunidade acabam sendo judicializadas.

> "Por lideranças políticas já. Inclusive já fui responder no tribunal 3 vezes. Em uma delas foi em relação ao Conselho Tutelar. Eu falava sobre crianças, sobre juventude. Que era muito melhor estar trabalhando do que estar ocioso na rua, se encaminhando ao tráfico ou à prostituição. Que não tinha crime nenhum a criança trabalhar. Por isso fui levado ao tribunal. A outra foi quando falei de um secretário municipal e ele me chamou no tribunal e eu tive que pagar uma indenização de R$ 1000" (ENTREVISTADO 6, 2022, APÊNDICE B).

Contudo, neste sentido, há comunicadores que atribuem a culpa deste tipo de situação ao próprio radialista que sofre a situação limitadora. Eventos como este seriam causados por momentos em que o radialista não toma cuidado com o que fala, atua de forma irresponsável

ou de maneira tendenciosa, mesmo que haja um trabalho de cobertura jornalística com cobranças.

> "Nunca passei por isso. Nunca recebi oficiais da Justiça requerendo algum programa e eu tenho um programa aqui há 14 anos. Nem advogado requerendo programa, uma censura, ou na rede social. Por quê? Eu acho que quando acontece isso, eu acredito que também o apresentador ou apresentadora não toma cuidado com o que fala. Então é preciso ter responsabilidade com a câmera ou com o microfone na mão. Hoje é um outro mundo. É preciso ter cuidado com o que vai falar. Segurança e responsabilidade naquilo que fala, você nunca terá problema algum. Eu nunca fui intimidado por PM, Polícia Civil ou qualquer classe trabalhadora querendo direito de resposta. Nem mesmo políticos. E veja, há quantos anos a gente cobra as autoridades, vereadores, prefeitos, vice, secretários e nunca precisou. A gente tem segurança naquilo que fala e responsabilidade dentro da lei" (ENTREVISTADO 5, 2022, APÊNDICE B).

O **Entrevistado 10**, entretanto, traz uma perspectiva totalmente distinta do mencionado acima. Para ele, justamente quem realiza um bom trabalho de cobertura jornalística acaba sofrendo com tentativas de censura e cerceamento de opinião. Sua fala é interessante porque menciona explicitamente quem são os principais causadores de problemas à atuação da emissora, incluindo membros do poder Judiciário. Sua fala também destaca um exemplo de como se produz algumas das pautas em sua emissora: a partir de uma denúncia de um morador da comunidade, a rádio apura a situação e abre voz para as autoridades. Aqui, as autoridades tomam duas posturas ofensivas: desqualificar o morador autor da denúncia e tentar impedir a publicação do conteúdo pela emissora.

> "Quando a gente faz um trabalho correto, a gente sempre vai acabar atingindo alguém, digamos assim, respingar em alguém. Quando a gente coloca a situação, mesmo abrindo espaço para eles falarem, eles não querem que a gente coloque isso no rádio. Eles perguntam 'por que você está ouvindo esta pessoa? Esse ouvinte é louco. Não deve abrir espaço para ele'. Então mesmo que a pessoa tenha algum problema, a gente tem que estar sempre abrindo espaço, a pessoa precisa ter o direito de falar. Muitas vezes as autoridades não entendem dessa forma e querem evitar que a gente coloque isso no rádio, às vezes com ameaças, isso sempre acontece. Geralmente quem realiza os ataques são prefeitos, secretários de saúde, de obras, promotores, quando a gente fala sobre assuntos de impunidade. Promotor de Justiça pede cópias para a rádio dizendo que a gente está atacando a Justiça. Quem deveria defender a democracia acaba se incomodando com os assuntos que são levados ao ar (ENTREVISTADO 10, 2022, APÊNDICE B).

As entrevistas com também mostraram que a maioria – sete dos dez dos radialistas – acredita que comunicadores de emissoras comunitárias estão mais expostos a situações de censura, achaque ou cancelamento do que profissionais de grandes veículos de comunicação. Para além da evidente discrepância de recursos disponíveis, apontada como um fator decisivo em diversas falas, os radialistas também acreditam que o contato eminentemente local seja

uma fonte adicional de riscos, tal como mostra a analogia entre deputados e vereadores feita pelo **Entrevistado 6** para esta pesquisa, quando perguntado se radialistas comunitários estão mais expostos do que jornalistas da mídia institucional:

> "Eu acredito que sim, porque estamos muito mais próximos. É a mesma coisa entre deputado e vereador. O vereador está aqui na cidade, o deputado está lá nos palácios. A mesma coisa acontece conosco. Na rádio comunitária as pessoas têm acesso à rádio, vem até a rádio. E muitas vezes as rádios não tem secretária. Nós mesmos atendemos as pessoas" (ENTREVISTADO 6, 2022, APÊNDICE B).

O **Entrevistado 9**, por sua vez, traz à tona a questão de que os comunicadores comunitários são voluntários e, muitas, não têm a rádio como atividade profissional principal, algo que restringe ainda mais seus recursos. A fala também faz menção direta à uma grande rede comercial de radiodifusão e às condições consideravelmente superiores que os repórteres. Chama atenção a relação que o entrevistado faz entre comunicadores que criticam o poder público e a possibilidade de sofrer retaliações até mesmo durante um tratamento na saúde pública do município:

> "Estas pessoas, muitas delas, não têm a emissora como atividade principal, então elas acabam sofrendo pressão, retaliação. Vamos pensar no poder público municipal. Você depende da saúde pública do município. Se você for muito incisivo nas críticas ao prefeito, ao vereador, ao município. Aí você no outro dia fica doente e você depende do serviço público, não pode pagar pela saúde privada. Isso acontece. Tem pessoas que às vezes se privam de prestar uma opinião ou levar uma informação adiante para evitar algum tipo de constrangimento, perseguição, retaliação. Isso acontece sim. E com certeza este pessoal das emissoras comunitárias estão muito mais expostos do que um cara que está sentado na sede da Jovem Pan na Avenida Paulista ganhando melhor, enfim, é uma outra realidade. O cara está sentadinho no ar condicionado, é outra estrutura, existe todo um suporte para estes comunicadores que vêm da empresa, de um cara que paga milhões em uma concessão para estruturar uma emissora, logicamente que ele tem condições de dar uma condição melhor aos seus funcionários, sem dúvida" (ENTREVISTADO 9, 2022).

Esta é uma fala que sintetiza bem a ideia de frontalidade desenvolvida ao longo desta pesquisa: proximidade presencial com os agentes do público e recursos limitados que deixam o comunicador desguarnecido diante de diferentes interesses que lideranças, elites e membros proeminentes da localidade podem tentar impor sobre o trabalho e, até mesmo, sobre a integridade física e moral dos comunicadores

4.3 SÚMULA DE RESULTADOS

As categorias de análise e o roteiro de perguntas para a entrevista semiestruturada se mostraram satisfatórias para as informações às quais a pesquisa tinha o objetivo de obter. As respostas dos radialistas trouxeram algumas afirmações que já eram esperadas pela pesquisa, mas também proporcionaram nuances e reflexões que não haviam sido previstas nos objetivos e nas definições de roteiro. A pandemia da Covid-19, por exemplo, uma variável que sequer era levada em conta quando da estruturação do desenho da pesquisa, mostrou duas principais tendências que nos levam a refletir sobre a natureza do meio e da comunicação, em si. Em primeiro lugar, ela mostra que o rádio ainda tem forças. Em momentos de vulnerabilidade, em que o público tem incertezas e busca por informações qualificadas, o rádio - mesmo que em emissoras comunitárias - se mostra como um aliado de valor que ganha forças e se reconecta com o público em um sentido mais profundo. Por outro lado, as restrições de circulação presencial e a evidente recessão econômica causada pela pandemia tornaram ainda mais claro que o modelo de negócio da comunicação (MEYER, 2007) permanece em crise - e ela não será solucionada tão cedo - em especial para entes comunicacionais com recursos extremamente limitados, o caso das emissoras comunitárias. Toda instabilidade econômica que prejudica a capacidade de empresas privadas em anunciar nas emissoras de comunicação impacta imediata e intensamente a operação destes agentes. Nas rádios comunitárias, em que há ainda mais barreiras legais para a capitalização e para o financiamento das iniciativas de comunicação, a crise causa efeitos catastróficos, ainda que as emissoras demonstrem resiliência - haja vista o exemplo do Entrevistado 10, que desde 2021 tem operado totalmente sozinho a emissora comunitária em que trabalha. Possivelmente, a resiliência vem da própria dedicação dos comunicadores em desempenhar suas atividades. Pouco reconhecidos, sem dinheiro, com limitações técnicas e riscos oriundos de diversas esferas, estes agentes levam todos os dias ao público conteúdos, música, notícias e entretenimento que, apesar do autodidatismo vigente na operação da maioria dos comunicadores, demonstra entrega e verdadeira boa vontade no que se faz. Embora essa afirmação pareça indulgente aos erros e falhas que muitos destes comunicadores também cometem, é inegável que sua atuação possui grande relevância para trazer voz e acesso à informação a comunidades que, em boa parte, possuem a rádio comunitária como único veículo de comunicação local, feita por membros do bairro ou de cidades com menos de cinco mil habitantes, por exemplo - haja vista o fato de, apesar das dificuldades e do pouco financiamento, oito de dez comunicadores afirmarem taxativamente que não deixam seus postos na emissora de jeito algum.

No que tange à discussão sobre frontalidade, as entrevistas confirmaram muitas das suposições que os pesquisadores possuíam desde o momento da designação dos objetivos, da metodologia e dos procedimentos empregados para a realização deste esforço. A proximidade física traz riscos financeiros, políticos, judiciais e até mesmo físicos. Contudo, como a maioria dos comunicadores afirmaram, as desvantagens da proximidade com o público são, em boa parte, superadas pelos benefícios que a imersão física na comunidade proporcionam, a saber: a possibilidade de apurar mais rápida e precisamente as pautas locais, o bom relacionamento com os ouvintes, a facilidade de acessar, negociar e coletar o apoio de patrocinadores e o bom contato com colegas de comunicação. Os riscos, como apontado pelos radialistas, levam a novas orientações de trabalho. Mesmo comunicadores sem formação teórica e técnica na comunicação inferem, instintiva e empiricamente, que uma postura supostamente isenta politicamente associada à oportunidade de voz ao contraditório levam a uma comunicação mais ética e que mitiga riscos relacionados a ameaças, acusações e cancelamentos. As entrevistas também evidenciaram que, apesar de se inspirar em práticas da mídia institucionalizada, é comum que as práticas dos comunicadores atuem em negação ao trabalho que realizam os veículos convencionais. Ao citar Jovem Pan, RPC, Rádio T e outros grupos de comunicação com uma conotação negativa, os radialistas reafirmam a sua atuação hiperlocal e rejeitam um trabalho de comunicação voltado mais a interesses comerciais do que cidadãos. Isso não evita, entretanto, que rádios comunitárias, por meio de sua atuação hiper localizada, pautem veículos da grande imprensa: elas chegam primeiro e preparam a pauta. Há casos de contato direto entre comunicador comunitário e jornalista de grande veículos.

No geral, o WhatsApp é visto como um grande aliado operacional. Pouco se reflete acerca de seu uso e de como a sua estrutura de dados interfere nos hábitos de trabalho e na relação entre o público e o veículo. Isso não é uma realidade negativa, entretanto. A ferramenta de mensagens instantâneas é citada com louvor por comunicadores que estavam acostumados com altos custos de telefonia fixa ou planos de celular proibitivos - ou, até mesmo, a incidentes envolvendo caminhões que rompem cabos de telefone. Os principais pontos negativos apontados pelos comunicadores dizem respeito à má-fé ou à jocosidade de certos ouvintes que, buscando viralizar ou fazer uma piada, enviam conteúdos por mensagens de áudio que não podem ir ao ar. Há menções, entretanto, a ouvintes que fazem críticas pertinentes à programação, mas que se exaltam durante a fala e acabam inviabilizando a divulgação das mensagens.

As entrevistas mostraram também que o esforço de refletir e conceituar de maneira teórica a própria atuação pode apresentar como um desafio para comunicadores comunitários que estão acostumados com a lida diária do microfone, mas que não foram incentivados a entender profundamente os impactos, as implicações, os princípios e os objetivos de seu trabalho. Aqui, não se esperava ou exigia que os comunicadores entrevistados tivessem grande familiaridade com conceitos que até mesmo no universo acadêmico não são totalmente unânimes. Mas o estímulo à reflexão acerca de conceitos que se relacionam diretamente com a atuação diária dos radialistas mostrou que o senso comum é menos coeso do que as expectativas dos pesquisadores, tendo em vista as respostas heterogêneas apresentadas na entrevista.

Falando sobre cidadania, também fica claro que os comunicadores comunitários a enxergam como uma diretriz norteadora, bem como creem que a sua atuação, apesar das limitações, representa uma contribuição para que um público com baixo acesso à voz possa também perseguir seus direitos e sua cidadania. Conforme levantamentos anteriores do próprio autor (SOARES, 2016), diversas faixas de radiodifusão comunitária se tornaram um reduto de manifestações religiosas em um claro desrespeito à legislação e aos princípios da comunicação comunitária. No entanto, os comunicadores que se dedicam à atividade de maneira séria, mesmo que tenham relações com religiosos, prestam um serviço de grande relevância aos seus ouvintes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Paraná é um estado brasileiro com grande penetração, aceitação e volume de emissoras de radiodifusão comunitária, haja vista que o número de rádios representa praticamente 80% do total de municípios paranaenses, o que atribui grande relevância a esta pesquisa e, ao mesmo tempo, demanda que a academia olhe de maneira recorrente para este universo a fim de conhecer sua realidade, entender seu futuro e compreender sua atuação. Neste sentido, os autores acreditam que os objetivos da pesquisa foram alcançados em sua amplitude. Contudo, o esforço é delimitado e novos recortes podem ser adotados para lançar uma perspectiva ainda mais satisfatória acerca do cotidiano, do contexto e das movimentações destes atores. Um caminho muito interessante que outras pesquisas podem empreender em esforços futuros diz respeito à legislação de rádios comunitárias e como as emissoras e comunicadores têm agido para driblar suas limitações ao mesmo tempo em que mantém uma atuação relevante no cenário comunicacional.

Os comunicadores são insatisfeitos com a lei e seus efeitos em diversas instâncias, mas se organizam para fortalecer o setor e se apoiar mutuamente diante de desafios de natureza econômica, política, técnica, operacional e de pessoal. Neste sentido, outra via de grande valor para próximas pesquisas neste segmento diz respeito à organização dos comunicadores em associações e federações, bem como às ações destas entidades para fortalecer as rádios comunitárias e engajar seus agentes a um nível regional, estadual e nacional. Convém também compreender as ações que emissoras comunitárias e seus apoiadores empreendem para angariar apoio político à sua atuação, aglutinando em seu favor membros do executivo e do legislativo para que trabalhem em prol das emissoras comunitárias nas câmaras, assembleias legislativas e no Congresso Nacional.

Além de trabalhar conceitos, cruzar opiniões e discutir diferentes formas de realizar comunicação comunitária, cidadã, popular e hiperlocal, os autores acreditam que esta pesquisa também mostra grande valia ao mergulhar no contato com os comunicadores, as pessoas que se envolvem diretamente com a radiodifusão comunitária. Embora as categorias de análise e as inferências discutidas nos resultados das pesquisas sejam guiadas pelos objetivos e pelo roteiro definido na delimitação do trabalho, as entrevistas reuniram relatos, opiniões e dados relevantes para qualquer pessoa que busque entender melhor como vivem e como trabalham os comunicadores comunitários do estado do Paraná - sejam estes indivíduos pesquisadores ou não. São histórias que mostram o dia a dia, as realizações pessoais, as dúvidas, os medos e os anseios de agentes da comunicação que voluntariamente se submetem a erros, riscos, experiências e aprendizados para levar aos ouvintes informação, entretenimento, serviço e acolhimento por meio das ondas do rádio, tanto no FM, como no streaming de internet. Acredita-se, com isso, que a pesquisa tem contribuição relevante para entender e observar com esforços positivos a relação de proximidade que os comunicadores possuem, por força de lei, por decisão própria e por engajamento com a comunidade, em relação ao local, ao bairro onde se vive.

A pesquisa, contudo, também enfrentou desafios. Foi um equívoco delimitar formalmente a busca por entrevistados de acordo com uma divisão relativamente homogênea do mapa do Paraná. Especialmente considerando que, em muitas emissoras, o trabalho de comunicação comunitária não é realizado como preconiza a lei, e isso pode dificultar o contato com comunicadores pouco engajados com os princípios da comunicação comunitária. Aspectos técnicos, como a falta de meios de contato e o distanciamento geográfico entre pesquisador e possíveis entrevistados também dificultaram a execução de entrevistas como planejadas originalmente, considerando os grandes e médios centros urbanos no Paraná.

Novas pesquisas, mais voltadas e regiões em específico, ou até mesmo às grandes cidades do estado, podem empreender maior êxito em abordar o trabalho destes comunicadores, uma vez que concentram seus esforços em um escopo mais específico de radialistas e emissoras. A despeito disso, como dito na discussão metodológica, a abordagem qualitativa da pesquisa e o grau de engajamento que os comunicadores entrevistados mostraram em relação à sua atuação e também à própria pesquisa asseguraram a relevância das informações prestadas e o grau de profundidade desejado para a análise com base nas categorias definidas nos objetivos.

A discussão sobre os efeitos do WhatsApp no trabalho dos comunicadores, apesar de contribuir sobremaneira com as interações de frontalidade e com os conceitos de atuações alternativas de comunicação, encontrou menos críticas do que planejavam os autores durante o delineamento da pesquisa. A pouca rejeição que a ferramenta, como um todo, recebeu, diz respeito ao mal comportamento de alguns ouvintes quanto ao cotidiano de um programa feito ao vivo. Isso não representa um problema ou uma frustração para a pesquisa, mas apenas um indício de que as problematizações realizadas em âmbito hipotético nem sempre encontram respaldo na pesquisa de campo.

Por fim, uma das maiores contribuições que os pesquisadores julgam entregar com este esforço diz respeito ao conceito de frontalidade. Um conceito discutido nesta pesquisa, mas que certamente não se encerra com os argumentos, referenciais e relatos trazidos no presente esforço. Novas pesquisas podem apontar nuances diferentes acerca desta ideia, especialmente ao se observar realidades de outras localidades do Brasil e até mesmo de outros países, haja vista que a radiodifusão comunitária não é uma exclusividade brasileira. Este trabalho se insere em um rol de pesquisas que se dedicaram a compreender a fundo a realidade, os princípios, o futuro e a atuação das rádios comunitárias em todo o Brasil.

Neste sentido, seguimos passos similares a pesquisadores de outras localidades, mas também buscamos contribuir com novos olhares sobre o dia a dia de comunicadores e emissoras, pautados pela realidade paranaense. Assim, os autores acreditam que o esforço foi bem sucedido e que contribui para uma discussão que merece atenção e engajamento político e acadêmico para os próximos tempos. A comunicação comunitária precisa ser observada e estudada recorrentemente. Assim, podemos entender suas mudanças e o que permanece igual à medida que novas tecnologias emergem, novos usos são estabelecidos para tecnologias já bem conhecidas e novas condições de vida ressurgem, como a iminente redução do impacto da pandemia da Covid-19 sobre a vida das pessoas.

REFERÊNCIAS

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

BERMAN, Marshall. **Tudo o que é sólido desmancha no ar.** São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. Vinte e um anos da lei das rádios comunitárias no Brasil: Pontos e contrapontos. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana – MG, v. 10, n. 02, p. 150-171, jul./dez. 2019. Disponível em: https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/1862/3108. Acesso em: 30 ago. 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998**. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da república. Casa Civil. Subchefia para assuntos jurídicos. [1998]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9612.htm. Acesso em: 30 ago. 2021.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8. ed. Rio de Janeiro: Edições UFRJ, 2015.

CAVALHEIRO, Glauco Fernando. **O protagonismo da técnica de entrevista nas pesquisas observacionais com interação de sujeitos publicadas nos artigos da Compós 2017**. Orientadora: Elisa Reinhardt Piedras. 2019. 112f. [Dissertação] (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/195795. Acesso em: 11 set. 2021.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo.** São Paulo: Summus Editorial, 2007.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2016.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em Revista – UFPR**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Disponível em: https://www.scielo.br/j/er/a/QPr8CLhy4XhdJsChj7YW7jh/abstract/?lang=pt. Acesso em: 23 jul. 2021.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Representações, mediações e práticas comunicativas. *In*: PEREIRA; GOMES; FIGUEIREDO. **Comunicação, representação e práticas sociais**. RJ: Aparecida, Ideias e Letras, 2004, p. 13-26.

FERNANDES. José Carlos. *et al*. Jornal Plural: o hiperlocalismo contra a desfronteirização online. *In:* XVII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17., 2019, Goiânia. **Anais** [...]. Goiânia: UFG, 2019. Disponível em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2110/1049. Acesso em: 12 ago. 2021.

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

FÍGARO, Roseli. (Org.). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de Conteúdo.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo cidadão**. [S.l.]: Coleção Conquiste a Rede, 2006. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ea000098.pdf. Acesso em: 13 ago. 2021.
JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. **Questões Transversais**, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, v. 2, n. 3, p. 12-20, jan.-jun. 2014. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/8557/PDF. Acesso em: 15 jun. 2021.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Elementos do jornalismo:** o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

JÚNIOR, Mauro; PONTE, José Roberto de. **Lugar de repórter ainda é na rua.** O jornalismo de Ricardo Kotscho. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2010.

LIMA, Myrian Regina Del Vecchio de; FERNANDES, José Carlos. Conexões entre o hiperlocal e o jornalismo investigativo: algumas reflexões e observações. **Comunicação & inovação,** São Caetano do Sul, v. 18, n. 36, p. 45-61, jan./abr. 2017. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/3873/2153. Acesso em: 11 set. 2021.

LOBATO, Elvira. **Antenas da floresta:** a saga das TVs da Amazônia. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. Jornalismo hiperlocal e internet: a comunicação hiperlocal cidadã como possibilidade na arena pública. **Comunicação e Informação**, Goiânia – Goiás, v. 21, n. 3, p. 166–184, 2018. Disponível em: https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/52742. Acesso em: 12 out. 2021.

MALERBA, João Paulo. **Rádios comunitárias no limite**: crise na política e disputa pelo comum na era da convergência midiática. Orientadora: Raquel Paiva de Araujo Soares. 2016. 723f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=4128433#. Acesso em: 12 set. 2021.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo: Scritta Editorial, 1993.

MELO, José Marques de**. Mídia e cultura popular:** história, taxonomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?**: como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007.

MICK, Jacques. **Detalhamento metodológico da pesquisa "Perfil profissional do jornalismo brasileiro"**. Florianópolis: UFSC, 2012. Disponível em: < https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2012/04/PerfilJornal_Metodologia.pdf >. Acesso em 20 de outubro de 2021.

OLIVEIRA, Renata Guimarães Victor de. **A retomada do espetáculo radiofônico: como a webcam vem remediando a programação de emissoras populares no Rio de Janeiro**. Orientador: Marcelo Kischinhevsky. 2016. 151f. [Dissertação] (Mestrado em Comunicação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: https://www.bdtd.uerj.br:8443/bitstream/1/9010/1/Dissert_Renata%20G%20Victor%20de%20Oliveira.pdf. Acesso em: 13 set. 2021.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2007.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados: reelaborações no setor. **Palabra Clave**, Bogotá – Colômbia, v. 11, n. 2, p. 367-379, dez. 2008. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/649/64911214.pdf. Acesso em: 04 set. 2021.

POUPART, Jean. **Pesquisa qualitativa**: Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2014.

RODEMBUSCH, Rodrigo Severo. **Rádio comunitária e cidadania comunicativa**: interações entre comunicadores locutores e ouvintes das Rádios Comunitárias Lomba do Pinheiro e a Voz do Morro. Orientadora: Jiani Adriana Bonin. 2018. 320f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2018. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/7149/Rodrigo%20Severo%20Rodembusch_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 set. 2021.

ROSEMBACH, Cilto José. **O Jornalismo nas rádios comunitárias**. Orientador: José Luiz Aidar Prado. 2006. 173 f. [Dissertação] (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/4840/1/COS%20-%20Cilto%20Jose%20Rosembach.pdf. Acesso em: 10 set. 2021.

SCHUDSON, Michael. **Descobrindo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010

SENA, Patrícia Rakel de Castro. **Jornalismo online e política:** Mapeando uma relação entre a pretensão da legitimidade do discurso e o patrimonialismo. Orientador: Heitor Costa da Rocha. 2017. 219f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/25561/1/TESE%20Patr%c3%adcia%20Rakel%20de%20Castro%20Sena.pdf. Acesso em 02 set. 2021.

SOARES, Mateus Dias Galdino; FERNANDES, José Carlos. Invisíveis e Solitários: o jornalismo investigativo praticado por jornalistas de rádios comunitárias no interior do Brasil. *In:* VII Seminário de pesquisa em Jornalismo Investigativo, 7., 2020, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: ABRAJI, 2020, p. 1-18. Disponível em: https://abraji-bucket-001.s3.sa-east-1.amazonaws.com/uploads/publication_info/details_file/8b1a2278-1d76-4e37-84e9-9dd1e77b081e/Artigo_Pronto.pdf. Acesso em 06 set. 2021.

SOARES, Matheus Dias Galdino; WOITOWICZ, Karina Janz. A forte relação entre rádios comunitárias e religião: um olhar sobre a realidade paranaense. In: XIX Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação, 19., 2016, Ponta Grossa. **Anais** [...]. Ponta Grossa: UEPG, 2016. 1 CD-ROM.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão:** informa ou deforma? Brasília: IBCT; UNESCO, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo cívico**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2015.

TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário. **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

VAZ FILHO, Pedro Serico. **Promoção da cidadania pelas rádios comunitárias do ABCD Paulista, sob desafios e enfrentamentos políticos**. Orientador: Cicilia Maria Krohling Peruzzo. 2016. 300f. Tese (Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016. Disponível em: http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1553. Acesso em: 13 ago. 2021.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE PERGUNTAS DA ENTREVISTA

1 - Questões gerais

Nome, idade, veículo em que trabalha.
Formação superior ou autodidata. Declarar área de formação.
Tempo que trabalha na radiodifusão. Tempo na mesma emissora.
Quantidade de profissionais que formam a equipe da sua emissora.
Tempo em que a emissora opera de maneira ininterrupta.

2 - Sobre rotinas numa rádio comunitária

Você "concorda, discorda ou concorda em parte" com a legislação das rádios comunitárias? Justifique.
Como as emissoras comunitárias poderiam atuar de forma mais eficiente?
Sua equipe entende a natureza das rádios comunitárias?
Seu público entende a natureza das rádios comunitárias?
Se há falta de compreensão, o que isso impacta no seu trabalho?
Quais pautas locais são mais recorrentes na emissora em que você atua?
Você acredita que o seu trabalho se reflete em pautas de outros comunicadores em outros locais? OU: as rádios comunitárias pautam a grande mídia?
Descreva suas rotinas de produção da informação.
Descreva suas rotinas de trabalho.
Você se sente injustiçado, isolado ou inviabilizado em meio aos demais profissionais e/ou meios de comunicação?

3 – Radiodifusão e cidadania

Em que aspecto seu trabalho mais se aproxima e em que aspecto mais se afasta dos princípios de uma rádio comunitária?
Tem contato com profissionais de rádios comunitárias que atuam longe de você?
Qual seu grau de proximidade com o termo "jornalismo cidadão"?Como o definiria?
Qual sua percepção dos termos "comunicação comunitária" e "comunicação popular"? Qual seu grau de engajamento nessas práticas?
Você acredita que seu trabalho contribui para a geração de cidadania, democracia ou direito à informação? Por quê?
Qual seu grau de otimismo/pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no país?

4 – Relacionamento com o público

Qual sua percepção do público atingido pela emissora na qual trabalha? [classe social, nível de escolaridade, engajamento político e social...]
Tem contato direto/presencial com membros da comunidade atingida pela rádio em que atua? Destaque aspectos positivos e negativos dessa proximidade com o público atingido.
Já se sentiu ameaçado, ou censurado por lideranças políticas, religiosas, comunitárias e econômicas locais?
Você diria que profissionais de rádios comunitárias estão mais expostos do que outros profissionais de comunicação a críticas, achaques, cancelamentos e demais formas de isolamento social?
Em que medida a proximidade com o público – mesmo que mediado por tecnologia – é prejudicial aos radialistas?
A agressividade do público ou de fontes específicas, de forma pontual ou rotineira, já o levou a pensar em desistir da atividade?
Qual o efeito da pandemia em sua relação com a comunidade atingida pela rádio em que trabalha?

5- Rádios comunitárias, tecnologia e redes sociais

Que redes sociais, hoje, auxiliam e/ou participam de sua rotina profissional de radiodifusão comunitária?
Qual sua avaliação sobre o uso do WhatsApp para relacionamento com o público em rádios comunitárias?
Sente diferença entre seu trabalho pré e pós-WhatsApp? Foi um ganho? Em que medida?
Em que proporção você usa o WhatsApp? O Whats alterou suas rotinas produtivas e as rotinas da emissora em que trabalha? Elabore.
A partir de sua experiência, de que maneira o WhatsApp deveria ser utilizado por radialistas? Percebe um caminho para uso produtivo desse suporte?
Você reproduz áudios de ouvintes no sinal da rádio? Em quais circunstâncias o uso desse recurso é permitido?

APÊNDICE B - Transcrição das entrevistas com os comunicadores comunitários

Entrevistado 1

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: xxxxxxx, 72 anos, jornalista, responsável pela rádio xxxxx FM.

Pesquisador: você fundou a rádio?
Entrevistado: a discussão da rádio começou bem antes. Em 98 foi encaminhado ao Ministério das Comunicações o pedido da outorga da rádio comunitária. Nesta época eu tinha outra atividade como jornalista. Quando o Ministério exigiu a presença de um jornalista responsável pela emissora, aí eles colocaram esse projeto na minha mão (risos). Desde então eu comecei a participar das discussões com o grupo que fundou a rádio sobre os formatos, a programação e a linha editorial da emissora.

Pesquisador: Desde que você entrou a rádio tem operado de forma ininterrupta?
Entrevistado: Isso. Nós começamos com a programação inicial das 7h às 19h. Depois ampliamos até às 0h. Depois ficamos 24 horas, há mais ou menos 10 anos.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: a nossa equipe é bem reduzida e todos são voluntários. As pessoas têm outras atividades e dedicam um tempo de sua semana para poder atuar em nossa programação. Somos em torno de 7 pessoas que atuam na emissora hoje.

Entrevistado: vamos iniciar agora outro bloco, para falar sobre rádios comunitárias, em geral. Você concorda, discorda ou concorda parcialmente com a legislação de rádios comunitárias?
Entrevistado: discordo totalmente. Em primeiro lugar, do jeito que a lei foi feita, lá em 1998, porque o governo brasileiro foi pressionado pela ONU por ser o último país da América Latina sem lei para regulamentar rádios comunitárias. Aí eles fizeram uma lei que é impossível. Obviamente depois a lei foi modificada com algumas portarias que acabaram dando certa abertura. Mas ela, na sua origem, ela não permite funcionar uma rádio comunitária. A rádio com 25W de potência, para pegar um raio de 1km, como era inicialmente. Ou seja, um bairro como o nosso, ele tem muito mais que um raio de 1 km. Isto é, ela não alcançaria nem mesmo todo o bairro para o qual ela foi criada. Esse é um ponto. Outro ponto é a questão financeira. Você tem todas as obrigações que uma rádio comercial tem e você só pode captar apoio cultural dentro do raio de alcance da emissora, agora 3,5 km, isso em uma cidade que dá 14 km de uma ponta a outra. Ou seja, é complicado. Agora imagine uma cidade pequena, como XXXXX. Se ela for viver só de apoio cultural, ela não consegue funcionar. Até algum tempo atrás as rádios comunitárias também eram proibidas de receber verba pública e estatais e isso é um absurdo. A cidade só tem uma rádio comunitária e ela não consegue sobreviver só com o comércio local. E o interesse da população em ter acesso a informação sobre os órgãos e campanhas públicas, a emissora não consegue receber

essa verba, que vai toda para as rádios comerciais. Por isso e outras coisas mais essa legislação não funciona.

Pesquisador: você acredita que o público entende a natureza de uma rádio comunitária?
Olha, primeiro o seguinte: para a rádio comunitária, conforme a malfadada lei que criou as rádios, ela já peca na sua origem. Ela entende a comunidade apenas no seu aspecto geográfico. Isso dificulta um pouco porque você pode ter rádios de comunidades diversas dentro de um espaço. Você pode ter uma rádio voltada à luta contra o racismo, por exemplo. O grupo de pessoas que está em torno deste tema é uma comunidade. Só que ela não está restrita a um bairro, cidade ou região. Às vezes é difícil para a população entender uma rádio comunitária voltada apenas para um bairro. O que essa rádio vai fazer apenas em um bairro de uma cidade? O que diferencia um pouco a rádio comunitária é que as pessoas têm acesso à emissora de forma livre, para debater. Inclusive, as pessoas podem falar se o que a rádio está veiculando está legal ou não está legal, existe um conselho comunitário que é indicado por entidades onde a rádio comunitária atua, então estas entidades também têm uma participação direta na programação da rádio. De certa forma, existe o entendimento do que é uma rádio comunitária dentro desta participação. Mas há uma certa confusão, pois uma rádio comunitária não necessariamente precisa estar presente apenas em uma determinada região geográfica.

Pesquisador: quais são as pautas mais recorrentes dentro da programação da rádio?
Entrevistado: nós, pela falta de verba, nós não temos jornalistas. Nós temos, entretanto, uma facilidade pela proximidade com o curso de jornalismo da Universidade XXXX. Então acaba que sempre demanda um recurso, pelo menos para pagar passagem, um lanche para o colaborador fazer uma falta. Em função disso, nossas pautas locais são produzidas a partir de informações captadas via Câmara de Vereadores, pois a gente acha interessante divulgar as ações dos vereadores, também tiramos informações da prefeitura, através de sites de entidades. Não veiculamos fatos policiais da cidade ou do bairro. Eventualmente a gente pauta algum tema deste, como uma desgraça, mas para servir como reflexão educativa para a comunidade de alguns procedimentos que as pessoas devem mudar para evitar que aconteçam problemas como desastres, crimes e coisas dessa natureza. Nós entendemos que a comunidade, embora seja uma comunidade geográfica, ela está inserida na cidade. Então não é só o que ocorre no bairro, mas é o que ocorre na cidade. Temos que estar antenados e conectados a tudo o que ocorre no planeta.

Pesquisador: você acredita que as pautas que você trabalha e de outras rádios comunitárias pautam a grande imprensa?
Entrevistado: eu acredito que em boa parte sim. Em especial jornais impressos, sites e outros veículos. Especialmente pela dificuldade que essas mídias têm em trabalhar conteúdo local. Poderia ser bem melhor trabalhado se as rádios tivessem condição financeira para auxiliar nisso.

Pesquisador: em que aspecto o seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu acredito que a nossa rádio, que está em uma cidade média, atinge uma população de aproximadamente 100 mil pessoas dentro da cidade. Veja que não é apenas um pequeno local. Nesse sentido, ela se distancia um pouco do que seria uma rádio comunitária. Ela seria mais conveniente se ela atingisse uma comunidade com outro perfil, e não só geográfico. Neste sentido ela funcionaria mais, pois aí ela não atende apenas a comunidade do bairro, mas de toda a cidade.

Pesquisador: Como é o seu contato com comunicadores de outras rádios comunitárias?
Entrevistado: a gente tem contato diário com os comunicadores pela Federação. Nós temos o jornal diário de segunda a sexta, produzido pela Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Paraná (FARCOM) e a cada dia rádios comunitárias de diversas regiões do estado mandam notícias de seu local.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão e como você o definiria?
Entrevistado: a questão do jornalismo cidadão eu acho que é um pouco utópica. Eu prefiro o jornalismo segmentado. O jornalismo que fale mais com a classe trabalhadora, com pessoas que às vezes não tem sequer noção do que significa cidadania. Então o jornalismo cidadão acaba não ocorrendo muito em nossa emissora comunitária, pois somos mais voltados à classe trabalhadora. Este jornalismo tem a perspectiva de permitir às pessoas desenvolver a sua cidadania de maneira mais consciente, mas existe muito caminho a percorrer pela frente.

Pesquisador: qual a sua percepção sobre os termos comunicação popular e comunicação comunitária?
Entrevistado: partindo do princípio de comunidade, não só no aspecto geográfico, mas de grupos a fim de um determinado tema, a comunicação comunitária é importante na medida que ela aborda temas de interesse para este determinado público, seja geográfico ou de pautas afins. A comunicação popular está mais voltada à população menos possuída. A população mais pobre, que corre atrás de ganhar o dinheiro suado para poder sobreviver, ainda mais nos dias de hoje. A comunicação popular está mais neste sentido. Esta população precisa ter mais espaço para poder conhecer melhor para que ela possa lutar por seus direitos e por sua vida e conseguir ter uma cidadania. Algumas destas pessoas não tem nem noção do que significa isso e batalhar para ter acesso à ela.

Pesquisador: e como é que você acredita que a rádio contribui para a geração de cidadania.
Entrevistado: de várias formas. Primeiro pelas campanhas que a gente realiza. Por exemplo, na pandemia nós fizemos um trabalho grande em relação à importância da vacinação. Tudo o que vinha do Governo Federal era contrário a isso. Por isso nós tivemos o trabalho de debater com pessoas entendidas da área, com spots para mostrar a importância de se vacinar. E eu acredito também que no jornalismo a gente passa uma outra visão, pegando por exemplo agora o exemplo dos combustíveis. Por que está nesse patamar? Por que você não vê a

imprensa debater a causa raiz do aumento? 'Ah, a gasolina está cara porque o dólar está caro'. Tudo bem. Mas quem está ganhando com isso? Você recebe em dólar o seu salário? Então porque dolarizaram isso? No passado, a Petrobras produzia em real. Desta forma a gente proporciona um outro enfoque no debate dos temas que a grande imprensa aborda, mas não vai à raiz do assunto.

Pesquisador: sobre perspectivas para o futuro. Qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo em relação à atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: se não houver uma mudança na legislação, e não só a das rádios comunitárias. Porque a lei das comunicações é lá da Ditadura Militar, da época que o rádio era de válvula. Tem que mudar tudo para democratizar efetivamente a comunicação no país. Se não houver uma mudança radical para dar fôlego à comunicação comunitária como um todo, não só a rádio, para se fortalecer e trabalhar como precisa, nós não temos futuro. No decorrer do tempo, as emissoras comunitárias vão ficar cada vez mais na mão de algumas pessoas, pastores, políticos e ela não vai atender totalmente ao seu caráter.

Pesquisador: qual é a sua percepção sobre o público que ouve a emissora?
Entrevistado: nós não temos grana para fazer uma pesquisa de audiência. Mas, pelos contatos que temos e que chegam até a rádio, o nosso público é sobretudo um público universitário. A cidade tem muitas universidades e a partir do curso de Jornalismo, com quem temos um bom contato, inclusive com a contribuição direta de alguns alunos, a gente vê que nosso público está nessa faixa jovem e também uma faixa de 40 a 50 anos, por meio do tipo de música que nós tocamos. Temos um padrão musical que foge do escracho, mas toca música de qualidade, seja antiga ou seja nova. Mesmo os programas mais populares, inclusive um que tem um apresentador bem popular mesmo. Ele é pedreiro, bem popularzão. As músicas que ele toca são músicas que tem um padrão que você não ouve em outras rádios por aí. Gaiteiros, músicos, duplas daqui da cidade. Nesse horário é um público mais velho, voltado à música sertaneja e à música gaúcha.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com o público da emissora?
Entrevistado: olha, a gente tinha. Mas depois da pandemia ficamos reclusos e ainda não retornamos. Eu continuo tendo, eventualmente, contato com as pessoas, principalmente quando faço minhas corridas para receber os apoios culturais. Então temos contato, não só nas empresas, mas também com as pessoas que estão comprando, passando por ali. Não temos contato como antes da pandemia, mas ainda há um pouco, sim.

Pesquisador: quais você acha que são os aspectos positivos e negativos desta proximidade com o público?
Entrevistado: o ponto positivo é que você tem o feedback daquilo que o pessoal está ouvindo e você tem o retorno do que eles acham legal ou não. Não vejo que haja nada de negativo no contato com o público pois ele é o objetivo da comunicação. Tudo o que vem do público, seja uma crítica construtiva, sempre precisa ser encarada de uma forma legal para você melhorar a sua comunicação com o público.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: diretamente, não. Indiretamente sim. A partir do jornalismo que a gente produz, houve algumas empresas que discordaram da linha e retiraram o apoio cultural, não voltaram nunca mais. Foi esta a única perseguição que tivemos. O camarada caiu fora por não concordar com o posicionamento da rádio em relação ao jornalismo.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: até onde eu tenho conhecimento, as ameaças são menores para nós, especialmente aqui no Paraná. Lá em São Paulo já muda um pouco. Tem rádios lá, soube de uma em Campinas, um camarada foi pedir proteção na Justiça porque estava sendo duramente ameaçado. Mas aqui a gente não tem conhecimento de nenhum comunicador comunitário que tenha tido ameaça mais grave assim. Ou seja, os profissionais da grande mídia tem mais problemas com o público do que os profissionais comunitários.

Pesquisador: essas situações já fizeram com que você pensasse em desistir da comunicação comunitária.
Entrevistado: jamais. Eu sempre penso que a comunicação é essencial para o ser humano como o alimento, a água e o ar. Sem a comunicação o ser humano vai morrer. O papel que nós temos enquanto comunicadores comunitários é garantir a comunicação. A gente sabe que a comunicação comercial acaba sendo um negócio e ela perde o foco na plenitude da comunicação para o público. A rádio acaba se convertendo a uma linha de pensamento, uma linha econômica. O papel da gente enquanto comunicador comunitário é não desistir nunca. Algumas pessoas vão desistir, mas o papel do debate não pode ser abandonado.

Pesquisador: quais foram os efeitos da pandemia sobre a relação entre a emissora e a comunidade?
Pesquisador: a relação ficou restrita ao WhatsApp, Facebook e Instagram. A gente conseguiu manter algum contato com o pessoal via e-mail também. Pessoalmente, houve uma redução gigante do contato com a equipe. A pandemia, efetivamente, no tete a tete ela prejudicou muito.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: ele é interessante, não só o WhatsApp, mas também o aplicativo. Com isso, a rádio pode ser ouvida no mundo inteiro. Nós temos ouvintes no Canadá, nos EUA e na Alemanha. Elas contam que estão nos ouvindo por recadinhos. Ele se tornou importante para receber as mensagens, a divulgação de alguma coisa. Neste sentido ele é importante, além das entrevistas, uma vez que não estamos encontrando pessoas presencialmente. Mandamos as perguntas ao entrevistado, ele grava as respostas, editamos e jogamos no ar.

Pesquisador: você sente diferença entre a era pré e pós WhatsApp?

Entrevistado: eu acredito que houve um grande ganho pela agilidade com a qual você consegue fazer uma entrevista. Por exemplo: tem um fato agora que ocorreu com a Copel. Como eu poderia fazer para entrevistar um deputado estadual? Pelo WhatsApp eu consigo fazer isso na hora. Eu mando as perguntas, ele me responde na hora. Se fosse antes do Whats, eu teria que fazer pelo telefone da rádio lá na mesa (editora). Claro que tem problemas. Se você usar qualquer coisa tem lado positivo e negativo. No caso do WhatsApp, para nós da comunicação comunitária ele ajuda e muito. No entanto, você acaba recebendo algumas chacotas no WhatsApp e se você responder o camarada te bloqueia. Ele nem sempre te dá a oportunidade de fazer o debate aberto se o cara quiser tirar um sarro da sua cara.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: nós temos apenas dois programas ao vivo, em função da pandemia. Nestes dois programas são usados os áudios, tudo é feito com o WhatsApp. A gente só usa o telefone fixo eventualmente. Pessoal manda recados, pede uma divulgação e a gente coloca no ar.

Entrevistado 2

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: xxxxxxx, 25 anos, cursando ensino superior em Gestão Pública, responsável pela rádio xxxxx FM.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: trabalho com rádio há 7 anos. Comecei minha trajetória em outra emissora, mas estou aqui há 4 anos.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: hoje duas pessoas.

Pesquisador: desde quando existe a emissora?
Entrevistado: a associação foi fundada em 2008. A outorga da emissora saiu em 2011.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: Discordo. A rádio comunitária não serve só à comunidade, mas também serve ao comércio local e às políticas públicas locais. Ela deveria ser mais incluída nos apoios do governo municipal, estadual e federal para que essas entidades funcionem. E eu digo apoio na questão financeira mesmo, porque é muito difícil você trabalhar de uma forma comercial, porém ela precisa funcionar. Ela tem custo de aluguel, tem custo de aparelhagem, ela tem custos altos para permanecer ativa. A gente não pode fazer propaganda ou publicidade, apenas apoio cultural. É bem difícil.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?

Entrevistado: eu acho que o público não entende. Porque o público ouve rádio e a diferença para ele é o AM e FM. Quando eu digo que uma rádio comunitária não pode fazer a mesma coisa que uma rádio comercial, me refiro à questão de cobrança financeira. Entretanto, nós fazemos programas bem bacanas diariamente. Por isso as pessoas nem sempre conseguem diferenciar a nossa rádio de uma rádio comercial.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: serviços públicos prestados à comunidade, como serviços de saúde, por exemplo. Essas pautas são as mais recorrentes na nossa rádio porque o público mesmo pede para que a gente comente sobre isso.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: eu acredito que sim. Fatos que acontecem dentro da comunidade, às vezes a imprensa não consegue chegar tão rápido assim. Então a gente cobre. Neste caso a imprensa local acaba tendo uma cobertura melhor.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: eu chego à emissora às 7h da manhã. Saio ao meio-dia, volto para a emissora às 15h e às 18h já tem outra pessoa para assumir a programação até as 22h. O nosso trabalho aqui é voluntário, mas recebemos apoio cultural.

Pesquisador: em que aspectos o seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: nós nos aproximamos a partir da nossa programação da manhã. Das 9h ao meio-dia acontece o Show da Manhã, que tem um bloco chamado "Comunidade em Ação". É um bloco no qual o povo fala, totalmente comunitário. Do meio dia às 15h é o momento religioso. Depois das 15h nós temos um comunicador que toca a programação.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: nós temos o contato via WhatsApp com comunicadores de toda a cidade. E, sempre que necessário, damos algum apoio. Fazer uma cobertura, verificar uma informação, etc.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: eu acho que o termo jornalismo cidadão pode ser o jornalismo dentro do bairro com a participação do próprio morador. Como a gente faz o rádio aqui dentro do estúdio, o cidadão tem a oportunidade de vir até a rádio e participar também.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?

Entrevistado: comunicação comunitária é aquilo que está disponível para o povo dentro de um perímetro geográfico. Já a comunicação popular não tem limites físicos, especialmente graças às redes sociais. E a comunicação popular é muito forte.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: acredito que sim. Damos voz à comunidade. Ela traz a oportunidade para aquele que não tinha voz, aquele que não tinha vez de falar no microfone. Trouxemos essa possibilidade para muitas pessoas.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: eu acho que as rádios comunitárias deveriam abrir mais o leque de extensão em alcance. Uma rádio com uma potência de 25W ela vai abranger um rádio pequeno. Aqui, por exemplo, nós temos várias colônias em um perímetro mais distante, fica difícil chegar até estas pessoas. A minha perspectiva para daqui a algum tempo é que os legisladores vão olhar para isso. Mudas as características das rádios comunitárias para que elas possam atender mais ao público.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: como a nossa rádio está em uma região periférica, de baixa renda, as pessoas que ouvem a rádio ganham em média um salário mínimo. As pessoas que nos ouvem moram em bairros sem saneamento básico, sem esgoto. Elas não têm escolaridade ou ensino superior. A maioria dos ouvintes tem mais de 40 anos, maioria mulheres.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: sim, diariamente.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: de positivos, a gente está sempre trocando informações com o público diretamente. É ainda mais positivo porque o público tem diversas oportunidades de estar na rádio. Além disso, temos como aspecto positivo prestar serviços públicos, como agendamento de RG, título eleitoral, serviços que prestamos dentro da rádio. Como aspecto negativo, eu não acho que exista nenhum. A emissora trouxe muita alegria para o povo da região.

Pesquisador: Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: mais política. O que eles querem é que a gente inclua os políticos dentro da rádio e a gente não faz isso. O governo municipal tem uma verba para apoiar as rádios comunitárias. No entanto, ele não investe o dinheiro. Houve uma época, em outra gestão, que o governo dava um apoio financeiro para colocar os spots do governo e hoje isso não existe mais.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: com certeza. O cara da comunitária fala e vai pra casa. A casa dele é na região da rádio. Ele faz este serviço sem ser pago. Se ele faz uma crítica ele pode sofrer uma represália, como todo profissional. Porém, como o profissional da rádio comunitária não é pago ele sofre com isso, no caso de ser processado, por exemplo.

Pesquisador: essas situações já fizeram com que você pensasse em desistir da comunicação comunitária?
Entrevistado: Sim. Porque é difícil manter uma rádio comunitária quando não há o apoio financeiro do público. O público, em si, não ajuda a rádio a se sustentar. Um ou outro contribui, mas o público em geral não.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: nossa emissora serviu muito à comunidade durante a pandemia. Eles queriam saber notícias sobre a pandemia. O povo ligou mais o rádio para saber como está a saúde, a vacinação e outros segmentos. Trouxe mais proximidade.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: Instagram, Facebook e Youtube. Temos transmissão ao vivo em ocasiões especiais. Entrevistas, etc. Também temos um site com player.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: o WhatsApp veio para inovar e ajudar muito. Você manda um áudio e já consegue falar com o seu público.

Pesquisador: você sente diferença entre a era pré e pós WhatsApp?
Entrevistado: com certeza. Ele ajudou muito para trazer mais proximidade além do rádio. Antes o contato não era tão próximo. Com ele é muito melhor.

Pesquisador: como você acha que o WhatsApp deve ser usado por radialistas?
Entrevistado: nós acreditamos que o telefone fixo uma hora vai deixar de existir. O WhatsApp permite a comunicação com áudio com seus ouvintes.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: sim. Nos momentos em que a gente chama o público para falar conosco. "Mande seu áudio", e aí a gente coloca para ouvir no microfone.

Entrevistado 3

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha

Entrevistado: xxxxxxx, 47 anos, ensino superior em Processos Gerenciais, Licenciado em História, responsável pela rádio xxxxx FM.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: trabalho com rádio há 17 anos. Todos na mesma emissora.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: de forma registrada 3 pessoas. 4 voluntários.

Pesquisador: desde quando existe a emissora de maneira ininterrupta?
Entrevistado: entramos no ar em setembro de 2001.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: concordo em partes. Principalmente na questão da captação de recursos, somos proibidos de fazer propaganda. Nós sabemos do nosso tamanho e também a questão da potência da rádio, apenas 25W. É uma baixa potência, para sintonizar apenas na localidade onde está instalada. Isso dificulta a propagação das ondas do nosso sinal. Outra situação é a questão da propaganda em si. Nós não podemos fazer propaganda, nós apenas podemos divulgar o apoio cultural. Desta forma nossa concorrência com a rádio comercial tem um disparate muito grande. Pela potência já não conseguimos competir, e também não conseguimos captar recursos da mesma forma. Não podemos divulgar preços e formas de pagamento, como as rádios comerciais, nós ficamos muito restritos. O preço do nosso spot acaba sendo muito pequeno. Temos que 'matar um leão por dia' financeiramente para manter a emissora no ar.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?
Entrevistado: a minha equipe entende. O público nem sempre. Bom número do público entende a missão da rádio comunitária. A rádio comunitária depende do apoio cultural, mas ela também pode captar pequenas doações vindas da própria comunidade. Muitas vezes uma pessoa quer fazer um classificado, que nós não fazemos na rádio, e a pessoa quer exigir que a gente faça. Então explicamos que justamente por sermos uma rádio comunitária não podemos divulgar esse tipo de informação. E se fossemos fazer, deveria ser cobrado. Por isso, a rádio é da comunidade, mas ela também precisa de uma contrapartida. Nós damos, mas precisamos receber.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: por ser rádio comunitária, é onde o povo tem a voz e o serviço. Nós anunciamos a prestação de serviços que a gente faz. Notas de falecimentos, documentos perdidos, anúncios de animais perdidos, todo tipo de coisa. Reuniões de associações de moradores, agricultores, tudo isso anunciamos sem custo algum. E também divulgamos anúncios da da divulgação cultural local. Eventos em escolas, lançamentos de livros.

Fazemos entrevistas com esses agentes, um espaço que eles não teriam em outras rádios. Apresentações de artistas locais e outras informações de cunho local que não seriam divulgadas em outras rádios por não ter relevância regional. São pautas realmente locais.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: tenha certeza que sim. Nem toda informação é de nível nacional ou estadual. Mas muitas informações locais têm pautas regionais, podendo ter inclusive relevância estadual. Darei um exemplo prático. A secretaria municipal de agricultura lançou um programa inédito no estado de recuperação de nascentes de rios e córregos. Na atual conjuntura de preservação ambiental, dentro da escassez de recursos hídricos pelo qual passamos. Este é um programa precursor de grande relevância. O pessoal da antiga Emater veio até a rádio, fizemos a entrevista. Divulgamos o programa e essa pauta se tornou regional. Tem grande importância muitas informações que divulgamos.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: o comunicador de rádio comunitária, para sobreviver, não pode ter só a rádio como trabalho. Quem é pai e tem família não dá conta apenas com salário de rádio comunitária. É preciso conciliar outro serviço. Eu também tenho outro serviço. Na parte da manhã eu trabalho em um escritório e na parte da tarde atuo na rádio. De manhã eu tenho alguma flexibilidade, desde que eu cumpra com o meu serviço. Então eu consigo fazer alguma entrevista, visita ou compromisso relacionado à rádio. Na parte da tarde, então, tenho horário fixo das 14h30 às 19h. Como sou diretor da rádio, todos os dias estou na emissora. Faço meu serviço de rua, visito apoiadores, faço a captação do apoio cultural e tento fidelizá-los. Pois, com eles sabendo da nossa preocupação da participação da empresa dele, nós temos um relacionamento não apenas comercial, mas também um relacionamento de intimidade que gera fidelização com esse parceiro da rádio. Sou responsável na rádio por toda a programação e também pela parte administrativa e financeira. Eu não tenho programa diário. Mas eu vou pro ar quando tem entrevistas, participações externas, etc. Aos sábados e domingos eu também substituo algum outro colaborador ou gerencio os programetes gravados da rádio.

Pesquisador: em que aspectos o seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: posso dizer que se aproxima totalmente. Nós estamos inseridos, que é algo que cobro da equipe, sempre nos envolvemos socialmente. Sempre estamos engajados em alguma campanha social, seja campanha do agasalho ou outro tipo de campanha na qual a rádio esteja envolvida. Inaugurações de prédios públicos ou até mesmo de comércios privados, sempre enviamos alguém da rádio. Por ser rádio comunitária, se não tivermos um envolvimento dentro da sociedade, nós não estamos cumprindo com o nosso papel.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: as rádios comunitárias do Estado são federadas à Farcom. Nós temos dois grupos, um da regional de Umuarama com pelo menos um representante de cada rádio e um

grupo da Farcom do Paraná, com contato de todos os federados do estado. Sou uma pessoa comunicativa e também tenho bastante contato com comunicadores de rádios comerciais. Trocamos figurinhas, informações. É uma grande rede.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: por exemplo. Em nossa rádio não passamos informação de morte. Que tenha sangue ou tragédia. Essa é a nossa filosofia. O jornalismo cidadão é aquele que é sem sensacionalismo. É um jornalismo voltado de maneira real para o interesse do ouvinte. Que não seja uma revista midiática, com fofoca, mas com informações de interesse do ouvinte, que tenha diversas pautas. A parte educativa, parte do agronegócio, do social, do religioso sem ser doutrinário, essa é minha percepção.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: Esses termos têm uma proximidade muito grande. A comunicação comunitária é o local, é a comunidade. A comunicação popular é aquilo que é do povo. Ou seja, o que é interesse do povo localizado dentro da comunidade abrangida pela emissora.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: pode ter certeza que sim. Acima de tudo, a rádio é uma formadora de opinião. Principalmente as pessoas mais simples, que infelizmente hoje nossa sociedade está sendo muito formada a opinião pela internet, redes sociais, Youtube. Mas principalmente nas pequenas localidades, as rádios comunitárias continuam sendo as principais formadoras de opinião. Por isso a gente tem que primar pela qualidade deste jornalismo, destas informações, sem fake news, inverdades e sempre com princípios.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: eu penso que a rádio é pioneira na comunicação mundial. Quando surgiu a TV há 50 anos, havia a perspectiva de que o rádio iria sumir e não sumiu. Depois veio o apogeu da internet, a rádio também não acabou. Agora em 2020, no início da pandemia, foi feita uma pesquisa a nível de Brasil e constatou-se que a rádio teve um ganho de 70% de credibilidade em relação às informações em geral, pois nós temos uma mídia muito sensacionalista, que passa as informações sem, intenção de informar, mas de transmitir e propagar o medo. A rádio comunitária tem os princípios de passar informações verdadeiras, pautadas pela verdade. Obviamente vai ser cada vez mais difícil para a rádio comunitária se manter no ar por causa da captação de recursos. Hoje em dia, o próprio comércio acaba preferindo divulgar no marketing digital, que vai atingir todas as redes sociais, do que no rádio. Essa é a nossa dificuldade. Mas nós ainda teremos ouvintes fiéis e fidedignos porque a nossa credibilidade é maior do que outros meios de comunicação.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?

Entrevistado: a rádio comunitária, falando pela nossa, somos de uma cidade pequena com grande espaço de zona rural. O nosso ouvinte são as pessoas mais simples, com grau educacional menor e uma classe econômica mais simples. Nós temos pesquisas de que na zona rural praticamente 100% das pessoas ouvem rádio. Pessoas de mais idade, mais adultas, ouvem a nossa rádio. Os jovens, infelizmente, estão mais ligados nas plataformas digitais. O jovem ouve pouca rádio.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: tenho. Eu sou envolvido com a sociedade, então eu visito as pessoas. Obviamente não consigo visitar todo mundo, mas eu faço visitas diariamente, coleto este feedback com os ouvintes.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: Não sei dizer se tem negativos. O positivo é que nós temos o feedback. Obviamente não conseguimos agradar a gregos e troianos, mas as críticas são bem vindas. Até mesmo sobre as músicas. Às vezes ouvintes me dizem 'poxa, tinha que trocar outros tipos de música', às vezes falam 'olha como a programação tá boa'. Mas gosto não se discute. Gosto é que nem nariz, cada um tem o seu. A questão do feedback faz com que tenhamos um norte, mas eu entendo que nós não vamos agradar todo mundo. Uma música não agrada a todos. Por isso tentamos ser o máximo eclético possível.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: não. Eu procuro, embora agora eu esteja atuando como vereador pela primeira vez após um longo tempo de discernimento. Mas em nossa emissora as nossas pautas políticas não são partidárias. Nós sabemos que recentemente a nossa política se polarizou muito e, especialmente em cidades pequenas, sempre houve dois polos. Então eu tenho uma proximidade com todas as alas políticas e não procuro defender nenhuma bandeira de maneira ferrenha. Procuramos uma criticidade política, mas não uma criticidade partidária. Portanto, não houve nenhuma restrição neste sentido, nenhuma retaliação.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: o que acontece é o seguinte. Quem está na rádio comunitária é porque realmente gosta do que faz. A minha equipe é uma equipe comprometida que está ali realmente porque gosta. Infelizmente, na grande mídia, no rádio comercial, há muita a questão do interesse financeiro e pessoal. Nós sabemos disso e nós selecionamos muito bem quem vai trabalhar na rádio. Toda semana alguém nos procura querendo trabalhar na emissora, mas nós sabemos que muitas destas pessoas têm interesse próprio, por exemplo, se candidatar politicamente daqui a algum tempo. Nossa equipe está comprometida. Não há um segundo interesse em estar na rádio.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?

Entrevistado: a princípio houve um efeito financeiro. Um êxodo muito grande dos parceiros de apoio cultural. O comércio sentiu muito, especialmente em cidade pequena. O comércio tem uma concorrência muito grande da internet, da qual está em desvantagem. Então eles reduziram gastos. Infelizmente para muitos comerciantes a primeira despesa que eles cortam é o marketing e, assim, retiram o apoio da rádio. Se antes a gente matava um leão por dia para manter a rádio no ar, agora estamos matando um leão e meio. Mas na questão da fidelização do ouvinte, sentimos que ela ficou muito maior durante a pandemia.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: Instagram e Facebook.
Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: é fundamental. Num passado recente havia muito o uso do telefone fixo. Hoje não tem mais porque todo mundo tem celular e, independentemente da idade, todo mundo tem WhatsApp. Em um passado recente, vamos falar sobre um programa de duas horas. Havia 30 participações. 28 por telefone fixo, 2 por celular. Hoje, desses 30, 2 são de fixo e 28 são de celular, a maioria por áudio de WhatsApp.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: Há o estímulo para que o ouvinte mande áudio pra gente. Mas pedimos áudios de até um minuto, para não prejudicar a programação. Todos os programas têm a participação do WhatsApp.

Entrevistado 4

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: xxxxxxx, 56 anos, ensino médio técnico em contábeis.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: 20 anos (desde 2002). Todo o tempo na mesma emissora.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: Cerca de 30 pessoas, todos voluntários. Cada programador tem seu horário e seu dia para levar a comunicação dentro do que foi planejado. Parte religiosa, cultura, informativa, etc.

Pesquisador: desde quando existe a emissora de maneira ininterrupta?
Entrevistado: outubro de 2002

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: eu não concordo totalmente, há coisas que têm que ser mudadas e nós estamos pleiteando para que elas mudem. Principalmente o alcance das ondas, que é só de 1 km, eu

acredito que deveria abranger mais. Já que a rádio é do município, ela deveria ter a capacidade de atender todos os munícipes. Além da questão do apoio cultural, que é restrito e nós não podemos falar muita coisa. A gente não pode falar muitas coisas que os comerciantes nos pedem. Fica bem restrito.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?
Entrevistado: sim. Grande parcela sabe da proposta e do alcance dela. Assim como tem os leigos, que acham que a rádio serve apenas para atender determinados grupos. Principalmente em época de eleição, algumas pessoas e agremiações acham que devemos atendê-las. Tem os dois polos.

Você acredita que esta falta de compreensão interfere no seu trabalho?
Entrevistado: eu acredito que não. Porque a gente tenta fazer o esclarecimento da melhor forma, lembrando sempre a parte comunitária da rádio.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: as questões da municipalidade. Questão do lixo, da água, assuntos relacionados às queixas das pessoas.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: podem sim. Tem capacidade para isso. Aqui nós batemos de frente com algumas rádios comerciais e, por incrível que pareça, colocaram outra emissora numa mesma frequência que a nossa. Mas a nossa audiência aqui bate de frente com a (grande rede de rádios).

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: não estou mais como programadora. Eu faço cuidados com a rádio, papelada. Mas eu tinha um programa que era todo sábado, das 18h às 20h, chamado Palavra de Mulher. Devido ao meu outro trabalho, eu tive que deixar. Era um programa que sempre tinha uma entrevistada mulher que fazia parte de alguma atividade dentro da nossa cidade. Depois da entrevista vinha a parte em que passávamos algumas receitas, bate papo com ouvinte. As duas horas de programa até acabaram sendo pouco tempo. Até os nossos apoios culturais, agora não tanto, mas nós colocávamos dicas. A Anatel, devido a uma denúncia, veio solicitar as nossas cópias, eles nos disseram 'nossa, que maneira diferente de fazer apoio cultural'. Por exemplo, apoio cultural da borracharia X. Dica cultural: não deixe seu pneu furar. Faça sempre a manutenção e o balanceamento. Ainda assim fomos denunciados. Mas nem teve o que falar. Nós nunca fomos penalizados por nada.

Pesquisador: em que aspectos o seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?

Entrevistado: ele me aproximava mais porque sempre fui de comunidade. Tanto no meu trabalho profissional, como enquanto voluntária na igreja. Agora me aposentei do trabalho, eu era escriturária, então eu tinha a ligação do povo com a lei. Isso foi fazendo com que a nossa emissora fosse se aprimorando mais de acordo com as leis, realizando nossa programação de uma forma mais informativa. Não acho que haja distanciamento do nosso trabalho com os princípios comunitários.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: tem algumas rádios que nós temos distanciamento. Não sei se é por ego dos outros comunicadores. Temos a rádio vizinha de X. Nós temos a FARCOM e eles nunca quiseram fazer parte. Há um bloqueio. Eu não sei o porquê. Mas em geral o contato é sempre muito bom. Sempre trocamos ideias com outros colegas. Não vejo dificuldade.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: eu acho que é uma coisa que é preciso ter na rádio esse informativo, A rádio é voltada para o povo. Se nós comunicadores não fizermos a rádio com essa cidadania na característica. De nada vai resolver para nós. Eu defino o jornalismo cidadão como uma das prioridades, com essa globalização, uma prioridade.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: temos que ver a diferença entre comunitária e popular. Eu acho que no final da linha elas se encontram. Mas a popular seria mais promover no sentido de músicas. A comunicação comunitária trabalha para atender um povo que, além de escutar músicas, gosta de estar informado sobre os assuntos da comunidade.

Pesquisador: qual o seu grau de engajamento com estes três conceitos?
Entrevistada: Nós, os comunicadores, tentamos fazer isso acontecer todos os dias. Às 10h30 nós temos o programa Comunidade, que tem jornalismo e informação. Já tem um canal aberto para o ouvinte.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: eu acredito que sim. Trabalhamos para isso. Não posso dizer que 100% pois nem todos têm o mesmo comportamento. Rádio comunitária sempre diverge. Mas acreditamos que pelo menos 75% tentamos fazer.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: até conversamos sobre isso esses dias, com os colegas. Um deles disse 'vamos fechar a rádio?'. Depois de vinte anos, foi muito triste ouvir isso. Estamos com pouco apoio cultural, o Covid nos atrapalhou mais ainda. Que a rádio ia acabar. Mas, fazendo o relato: pode acabar tudo, pode acabar a energia, mas a rádio vai continuar. A rádio é dos primórdios.

Ela que tem feito a nossa alegria. Ela não pode ficar aquém do mundo digital. Não podemos ficar estacionados, temos que ir além buscando alternativas.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: nós temos observado que as pessoas que nos ouvem são aqueles tiozinhos de mais idade. Até mesmo pelas dificuldades de locomoção, são essas pessoas que ficam mais ligadas ao rádio, pessoas que estão em casa. Mas também tem muitos ouvintes que nos ouvem no carro. É um misto. Não temos o engajamento do jovem. Temos que achar uma forma de o jovem apreciar a interação do rádio e comunidade. O jovem está deixando de ser ouvinte. É um desafio.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: Tenho.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: negativos são as cobranças. Se tem uma falha, o apoio cultural já não acontece. Ouvinte reclama 'ah, você não mandou o meu abraço'. O positivo é quando a gente recebe o feedback e percebe que o nosso trabalho resultou em algo de bom.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: eu pessoalmente não. Mas algumas outras pessoas que estavam atuando na rádio deixaram de trabalhar por essa questão de ameaças em outros tempos. O que me aconteceu na eleição passada, durante a cobertura da contagem de votos. Uma chapa colocou uma bateria de fogos pra estourar ao lado da rádio. Alguns fogos vieram parar dentro da rádio. Mas acho que foi um acidente durante o auge da comemoração.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: eu acho que sim. Até por ter as pessoas mais próximas. Por já conhecer, por andar na rua. Mas você tem que ter moral para falar alguma coisa. Um jornalista ele já tem mais um peso. A pessoa precisa ter responsabilidade. Precisa saber o que vai falar e por que vai falar.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: já sim. Às vezes passamos um sufoco e você pensa que não vai conseguir ir até o fim. Mas sempre tem alguém que te levanta a moral e vamos em frente.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: foi difícil. Várias pessoas deixaram de ir porque tiveram que se recolher devido à idade. Vários apoiadores nos deixaram, comerciantes que fecharam. Mas seguramos as pontas. Nenhum dia a rádio deixou de fazer o seu trabalho.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: não temos páginas em nome da rádio. Mas cada comunicador transmite os programas com sua conta pessoal. A pessoa que gerenciava nossa rede perdeu a senha. Nós também temos o aplicativo que faz a transmissão ao vivo do sinal na internet.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: eu acho que é uma ferramenta a qual não sabemos mais viver. Ela é imprescindível.

Pesquisador: você pode fazer uma comparação entre o trabalho em eras pré e pós-WhatsApp:
Entrevistado: mudou da água para o vinho. Antes tinha que fazer ligação, o telefone estava ocupado. Além disso, aqui é comum que os caminhões de madeira arrebentam os fios, deixando a comunidade sem telefone, era bem complicado. Agora é uma linha direta.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: só quando é autorizado. Nós temos uma pré-censura. Mas é bem raro. O programador entra com a sua programação. Os universitários da UFPR tinham um programa aqui no sábado à tarde. Eles sempre vinham, traziam promotores de Justiça e outras autoridades. Aquelas a gente reproduzia durante a semana porque eram entrevistas muito boas.

Entrevistado 5

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: xxxxxxx, 41 anos, ensino médio.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: Eu cresci dentro de uma rádio. Meu pai é apresentador e radialista. Através do pioneirismo dele eu sempre atuei. Fui cinegrafista, produtor de imagens e sempre morei na rádio. A gente morava anexo à rádio. Minha mãe ligava os transmissores e a gente sempre esteve ligado com isso. Até os meus 20 anos eu nunca estive interessado a isso, para o microfone ou para uma câmera. Com 20 anos acabei me interessando em participar com meu pai de participar de um programa. Claro que sem experiência nenhuma em apresentar um programa. Com os amigos, com o dia a dia, com palestras, fui aprendendo como apresentar e como conduzir um programa. Depois me aperfeiçoei. A gente nunca sabe tudo. Estou sempre buscando me aperfeiçoar no dia a dia para atuar na área. Na XXX FM estou desde junho de 2009.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: a nossa programação tem diversos colaboradores. Hoje nós temos 15 programas em nossa grade. São empresários, pessoas que gostam de estar participando de

uma rádio. Quem nunca sequer entrou em uma rádio mas faz o que gosta, busca o apoio cultural que ajuda a gente a pagar luz, água e assim por diante. Então nós temos 15 pessoas que apresentam programas e mais quatro auxiliares de sonoplastia. Além de outras duas pessoas, com 4 horas de jornada, uma em cada turno, para que a gente possa passar uma colaboração pelo tempo em que ela nos dedica.

Pesquisador: desde quando existe a emissora de maneira ininterrupta?
Entrevistado: A nossa rádio tem cerca de 20 anos. Um pouquinho mais.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: eu não concordo com a lei das rádios comunitárias porque justamente hoje este é o único meio de imprensa que faz prestação de serviços no dia a dia. Sempre, no nosso dia a dia, tentamos estar à disposição da Justiça Eleitoral, as campanhas federais, municipais e até mesmo auxiliando as prefeituras em todas as campanhas de utilidade pública. Porém, as rádios comunitárias sofrem um grande problema pela arrecadação financeira para manter uma rádio. Porque muitas pessoas acham que a rádio comunitária é só chegar, apresentar o programa e ir embora. E quem vai pagar pela estrutura? Como você vai fazer a manutenção de uma rádio se não envolver dinheiro? Porque o Governo Federal não dá um centavo para as rádios comunitárias. A gente paga alvará, paga o Corpo de Bombeiros, CNPJ, Ecad, contador e etc. Paga tudo. Qual é o retorno do Governo? Nenhum. E lembrando que a gente tá sempre prestando serviços no dia a dia Então, a manutenção de uma rádio tem água, luz, internet, equipamentos, programadores, colaboradores. Exige uma receita alta para poder suprir. Então se a gente não achar uns bons parceiros para tocar a rádio, a gente não toca. Vejo vários colegas aí sem um talão de luz para pagar, por quê? Porque todo mundo acha que a rádio comunitária é de graça, é do governo e não é. Então nós precisamos de uma legislação que favoreça hoje as rádios comunitárias.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitaria?
Entrevistado: todas as pessoas que estão conosco aqui hoje entendem. Todos os colaboradores, antes de qualquer participação, até mesmo de alguém que queira dar um apoio cultural para ajudar a rádio, a gente explica certinho como funciona. Desde o sonoplasta, até o empresário que ajuda a rádio.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: a gente faz uma cobertura geral. Nós acompanhamos 24h, mas damos prioridade para a utilidade pública. Vacinação, acompanhamento da gestante, primeira coisa é a utilidade pública. Alguma pessoa que está atrás de casa para alugar, alguma pessoa que perdeu os documentos. A nossa referência é sempre a utilidade pública em geral. Aí tem as questões a nível de estado e a nível de Brasil: salário…tudo o que envolve o dia a dia para a pessoa. Nós não abordamos tanto assuntos que alguns ouvintes tem aquela dificuldade para

entender e que não tratam do dia a dia. Não que a gente despreze essas outras notícias, mas a nossa prioridade é utilidade pública, campanhas do dia a dia e serviços que a gente sempre acaba precisando. Detran, prefeitura, estado, as novas leis, tanto para aposentando, quanto Lei Maria da Penha, esse é o nosso leque.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: com certeza. Eu acho válido. A gente vê hoje inúmeras situações de notícias em que as rádios comunitárias, e também as comerciais, possam compartilhar sim as informações. Eu não vejo problema algum, desde que a fonte seja de uma base real. No entanto, tenho visto isso acontecer muito pouco. A gente sabe que tem rádios comunitárias que trabalham melhor que outras. Tem gerenciamento e direção melhores que as outras. Acabam trabalhando diferente.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: eu, como sou diretor e presidente da rádio, sou a pessoa que mais acompanha a programação. Eu acordo às 4h30 da manhã. Tem um programador que vem cedo e coloca a rádio no ar e apresenta o seu programa bem cedo. Mas eu sempre preciso estar em ativa para, caso aconteça algum problema técnico, eu que vou correr atrás. Hoje eu acompanho a rádio das 5h à meia-noite, até o fim da programação. Em relação à obtenção de informações, temos que acompanhar. Como a gente vive na cidade, mora na cidade. Eu moro na cidade há 20 anos. Eu conheço todos os presidentes de entidades que estão em ativa, eu conheço todos os que trabalham na imprensa local e a gente tem muito contato regionalmente e até mesmo dentro do estado. Tentamos estar por dentro das informações do dia. Então a gente conversa com a Dona Maria lá do bairro x, a gente conhece as dificuldades dela lá. A gente entrevista ela. Nós temos a Dona Helena, onde o ônibus escolar não passa lá. A gente busca a matéria. A gente não espera apenas pautas de outros órgãos de imprensa. A gente busca a pauta.

Pesquisador: você acredita que os profissionais de rádios comunitárias são injustiçados, isolados ou inviabilizados quando comparados com veiculos comerciais?
Entrevistado: eu acredito que sim. Falta um certo respeito pelos profissionais das rádios comunitárias. Eu não posso reclamar porque nunca fui injustiçado, nunca me impediram de entrar em qualquer lugar com o devido credenciamento. Não poderia acontecer com alguma pessoa que não vive daquilo, não trabalha com aquilo e não tem o conhecimento necessário para estar ali e dizer que é jornalista. Por isso eu nunca digo que sou jornalista e não sou jornalista. Eu sou um simples comunicador, não que vivo da rádio, mas vivo dentro da rádio também. Mas, assim, eu não posso reclamar de coisas que aconteceram comigo. Mas eu já vi muitos casos de amigos da imprensa que são prejudicados, são tratados de forma diferente.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu acho que a gente não se distancia de maneira alguma. A rádio comunitária busca profissionais para falar de cada assunto. Nós temos hoje advogados, parceria com a

OAB, que sempre tem nos atendido justamente para levar informação correta aos ouvintes, à população. Por isso não vejo mal algum.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: existe sim. Hoje eu sou coordenador da Região X pela FARCOM. Há pouco somos uma federação, éramos um sindicato. Há muitos anos as rádios comunitárias não eram organizadas justamente para a gente se alinhar e se fortalecer. Hoje eu sou coordenador. Nós somos mais de 200 rádios com as quais temos contato dentro deste grupo. Até formando encontros, assembleias, discutindo sempre, pelas reuniões. Sempre estar falando sobre os passos para a nossa Federação, como para as rádios comunitárias. O leque da comunicação é muito grande. Além disso, eu tenho bastantes amizades, sempre tive através do meu pai, com grandes comunicadores até mesmo de televisão que fazem parte do meu dia a dia também.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: cada jornalista tem um segmento. O jornalismo cidadão é aquele que realmente acompanha o dia a dia do povo. Vendo, acompanhando, assistindo tudo o que acontece no cotidiano do cidadão. Agora, não dá para discriminar jamais o jornalista que não faz a notícia, não faz a informação, trabalha em outra área. É diferente a atuação dele. Não se pode julgar o grau de conhecimento da pessoa. Mas o jornalismo cidadão é aquele do dia a dia, que está vendo todos os acontecimentos que afetam a nossa sociedade.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: eu acho que a nossa comunicação comunitária é a comunicação popular. Hoje nós temos grandes mídias que existem que jamais falam, anunciam uma nota de falecimento, da Dona Maria do Bairro X, que residiu durante 40 anos. Esse é o trabalho do seu Joaquim, que tem um armazém, que vai lá e conta essa história. Que mora aqui há 40 anos e nunca a imprensa foi lá falar com ele, mostrar o trabalho que ele já fez pela cidade. Então a comunicação popular é aquela que está no dia a dia com o povo da cidade.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: com certeza. Não só como confio que todos os comunicadores de rádios comunitárias que têm uma programação igual à que fazemos aqui. Porque nós temos advogados, temos médicos, cientistas políticos e todos os profissionais que estão no dia a dia. E que estão deixando o seu recado lá para aquele jovem, podendo falar com a professora, podendo falar com a diretora. Chegando na escola e falando 'diretora, o que acha do colégio apresentar um programa lá na rádio? Para que outros alunos possam ouvir, gostar, se interessar e fazer parte da comunicação'.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: para falar bem a verdade, se a gente não tiver um leque maior de reconhecimento pela prestação de serviço o qual a gente já faz, vai ser muito difícil. O custo

para manter uma rádio é difícil, a batalha é dura. Tem que gostar do que faz, tem que ter vocação. Mas, assim, pelo Governo a gente está sendo bem pessimista porque não estamos tendo apoio nenhum para as rádios comunitárias. Isso nos entristece porque a gente tenta entender o porque o Governo Federal e Estadual não abre um leque maior para as rádios comunitárias. Hoje eu não vejo com bons olhos o futuro. Se a gente não tiver um apoio, não sei como vai ser para as rádios comunitárias. Porque muitas estão estabilizadas, mas as que não estão estabilizadas, qual é o futuro delas? Ninguém sabe. E a gente sabe: por que não temos uma parceria com o Governo Estadual hoje? Porque a legislação não permite. Tem que passar pela Câmara, tem que passar pelo Tribunal de Contas, o Governador tem que sancionar. E tem muitos políticos que têm rádios comerciais. Será que não é este o problema? Como é que ficam as rádios comerciais e a cobrança em cima do Ecad sobre a associação das rádios comerciais? Isso me preocupa bastante futuramente.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: hoje a nossa programação não tem a juventude, o que tá rolando mais hoje, o estilo jovem, mudou um pouquinho o estilo musical. Hoje a nossa maior programação são as donas de casa, os homens acima de 30 anos, nós temos um público um pouco mais jovem, mas é pouca coisa. O rádio hoje, quem já nasceu ouvindo rádio vai ter o rádio ao lado dele a vida toda. Já os jovens de hoje, 'ah, uma música saiu no Youtube, ou qualquer outro aplicativo, já pesquisa, baixa, ouve'. Não tem tanto acompanhamento de um público mais jovem. Mas não que a gente não tenha esse público. Até porque nós temos alguns programas aqui justamente para buscar o público mais jovem e com os programas sociais, a gente até tem uma inclusão das escolas à rádio. Essa é a nossa audiência.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: com certeza. Todos os membros, desde a Associação Comercial, as entidades, as igrejas, católica, evangélica, a gente sempre está recebendo todos os presidentes de associações. A gente tem contato diretamente com essas pessoas que representam a nossa comunidade.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: no aspecto positivo, a melhor coisa que nos engrandece, deixa a gente muito feliz, uma cidade como a nossa, aproximadamente X mil pessoas. Aí você está fazendo uma compra em determinados materiais de construção. Aí você está comprando a mercadoria, fazendo o pagamento com o vendedor, aí o vendedor 'espera aí, mas eu conheço essa voz. Você não é da rádio?'. Esse é o tipo de coisa que não tem preço, deixa a gente muito feliz. É no mercado, é na lotérica, na fila do banco. Isso não tem preço maior. E quando você chega na casa do ouvinte, para levar um brinde, ele ou ela ficam te esperando com um café na mesa. E isso é um preço maior ainda. A questão negativa é que às vezes a gente fica chateado, não pelas pessoas que acompanham a rádio, mas justamente pelas autoridades que, não que falte respeito, mas que não tem um reconhecimento pelo que a gente faz. Então isso não acontece em todos os órgãos, mas sempre tem alguém que deixa a gente chateado nessa questão.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: não. Nunca passei por isso. Nunca recebi oficiais da Justiça requerendo algum programa e eu tenho um programa aqui há 14 anos. Nem advogado requerendo programa, uma censura, ou na rede social. Por quê? Eu acho que quando acontece isso, eu acredito que também o apresentador ou apresentadora não toma cuidado com o que fala. Então é preciso ter responsabilidade com a câmera ou com o microfone na mão. Hoje é um outro mundo. É preciso ter cuidado com o que vai falar. Segurança e responsabilidade naquilo que fala, você nunca terá problema algum. Eu nunca fui intimidado por PM, Polícia Civil ou qualquer classe trabalhadora querendo direito de resposta. Nem mesmo políticos. E veja, há quantos anos a gente cobra as autoridades, vereadores, prefeitos, vice, secretários e nunca precisou. A gente tem segurança naquilo que fala e responsabilidade dentro da lei.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: hoje é no geral. Tanto na comunitária como na grande imprensa. Todos estão expostos. É com cada um. A gente vê inúmeros apresentadores, que não sabem o que estão falando, que com certeza pagam caro por isso nas redes sociais.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: isso afetou todos nós. De uma maneira, até em questão com as empresas que nos auxiliam. A gente teve que fazer uma programação diferente até para não ficar mais de duas pessoas dentro da emissora, pelas medidas restritivas. Afetou todo mundo, trouxe uma certa dificuldade ainda maior para a gente sobreviver enquanto rádio, afetou sim.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: nós usamos o site, o Facebook e o Instagram. O Instagram faz poucos dias que começamos a trabalhar. Mas hoje em dia qualquer empresa, qualquer armazém, vai ter que ter redes sociais. Seja para se alavancar, como para mostrar que você existe. Isso envolve a programação, como todo mundo que compartilha a grande. As redes sociais são indispensáveis hoje.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: é indispensável. Hoje o WhatsApp é uma forma rápida. Você está apresentando o programa e você quer saber como está o bairro. 'Ah, eu sou o Alisson aqui da rua X e peço para o secretário de obras que passe aqui, porque está uma valeta, uma cratera enorme'. Conte para nós então, Alisson, a gente já vai encaminhar para o secretário, fazer o pedido e verificar em seu nome para que o secretário veja o que pode ser feito. É uma ferramenta indispensável porque é na hora, tanto áudio, quanto vídeo, auxilia muito no nosso dia a dia.

Pesquisador: você pode fazer uma comparação entre o trabalho em eras pré e pós-WhatsApp:
Entrevistado: melhorou 80%, 90%. Porque a nossa ferramenta antes do WhatsApp era ir lá com a câmera, tirar foto, descarregar no computador e postar ou na rede social ou no site. Agora é de forma automática, é na hora. Então melhorou muito.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: a gente faz uma triagem. A gente sempre orienta os comunicadores que ouçam o rádio primeiro para entender o que o ouvinte está falando, o que ele pede, o que ele quer. Não é de uma forma direta, para jogar no ar. Isso não acontece na emissora. Nós estimulamos o ouvinte. 'mande o seu bom dia, mande o seu recado. Você que tem algum recadinho seja para quem for. Qual é o recado do seu bairro, da sua rua'. Essa é a interação com o ouvinte no ato, no momento.

Entrevistado 6

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: xxxxxxx, 64 anos, agrônomo.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: já vai fazer vinte anos que eu trabalho com rádio. Aqui quando se tornou município não tinha rádio. A gente acabou inventando essa brincadeira aí e eu era locutor. Aí chamamos uma rapaziada e criamos um grupo para tocar a rádio. Aí eu passei um período fora, de 2003 a 2005. Depois eu voltei à rádio.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: 11 pessoas. Todos voluntários. Só a faxineira que a gente paga. Os demais são por parceria.

Pesquisador: desde quando existe a emissora de maneira ininterrupta?
Entrevistado: Faz 20 anos dia 4 de maio.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: eu concordo em partes, tem muito o que melhorar. A lei é muito engessada, muito limitada em termos de abrangência. Nosso município é bastante extenso, um dos maiores do Paraná e nós não chegamos em todos os cantos do município. A outra limitação é a questão financeira. Você não pode fazer propaganda.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?

Entrevistado: eu acredito que sim. Nós temos uma boa audiência, uma boa aceitação. Somos líderes de audiência no município. Há algum tempo abriu uma rádio comercial aqui, com a qual nós convivemos muito bem, mas ainda assim mantivemos a nossa audiência.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: primeiramente música, mas também temos recados, utilidade pública. Também falamos de esporte e religiosidade. Algumas igrejas participam e fazem seus programas. É um elo de ligação para a comunidade.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: eu acredito que sim. Tem como. Nós temos grandes profissionais nas rádios comunitárias. Inclusive é o nosso caso aqui. Nós já exportamos locutores para outras emissoras. Eu mesmo já fiz serviços em outras rádios e em TV. Rádio comunitária é uma coisa agradável de fazer. A gente tem mais liberdade.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: eu chego 5h30 da manhã. Eu que abro a rádio. Fico até as 10 para as 8, porque tenho outra atividade, na prefeitura municipal. Fico antenado nas redes sociais e na imprensa para ver se tem alguma coisa. E ligado à comunidade, para ver o que está acontecendo. Para a gente poder discutir e levar os acontecimentos à população.

Pesquisador: você se sente injustiçado ou inviabilizado em relação a outros profissionais?
Entrevistado: Sim, a gente às vezes tem um alcance até maior do que as emissoras comerciais da região, mas financeiramente nós não temos reconhecimento ou meios para chegar lá em função da lei que nos proíbe.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: no que mais se aproxima é realmente a proximidade com as pessoas e com a comunicação. Praticamente conhecemos um por um dos nossos ouvintes. Aqui é comunidade, restrito ao município. O que mais nos distancia talvez seja realmente a falta de estrutura. Por exemplo, quando vamos transmitir um jogo, não temos equipamentos suficientes ou não podemos transmitir um jogo lá no interior do município. Participar de uma festa, por exemplo, que nosso link é só de 5km.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: Nosso contato é muito bom. Fazemos parte da Farcom, eu faço parte da diretoria também. Diariamente estamos em contato um com o outro e estamos conversando.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?

Entrevistado: jornalismo cidadão é você ouvir realmente o anseio e o que pensam os cidadãos e levar isso para a mídia para haver discussão. Fazer desse pensamento um tema para o nosso trabalho.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: muitas vezes eles se confundem. Não tem diferenciação. Não tem como haver comunicação comunitária sem que ela seja popular. Ela não cativa o ouvinte, até porque ele tem muitas opções. Grandes redes como Rádio T, Jovem Pan. Eles tem a grade deles com conteúdo muito mais atrativo, digamos assim. Mas a gente tem que ser popular também.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: 100%, até porque eu sou um idealista. Eu já militei na política. Eu me considero um ser político justamente por este aspecto. Mesmo não tendo um mandato, eu me considero um agente político dentro da nossa comunidade.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: otimismo é achar que vamos conseguir ampliar esta questão de alcance, abrir mais canais para a gente não bater frequência e prefixo com os vizinhos. Eu acredito que isso pode acontecer e é uma luta que estamos travando a partir da Farcom. Nós precisamos colocar pelo menos um representante no conselho do Ministério das Comunicações. O meu pessimismo é essa morosidade, e tudo isso ligado ao grande número de políticos, deputados, governadores que são donos de emissoras comerciais e agem para nos impedir. Isso é o principal problema. Não pela concorrência com a rádio, mas pelo poder político que eles têm. No caso do Paraná, o Governador é presidente da associação das rádios comerciais. Eles fecham a porta para nós.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: é bastante heterogêneo o nosso público. Desde o primeiro grau até a faculdade, o que é bacana porque a gente tem crítica. São profissionais liberais, fazendeiros e até mesmo o público do baixo clero. Empregadas domésticas, enfim. Os que menos ouvem a nossa rádio são os estudantes, que são mais ligados às redes sociais.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: tenho sim. Agora na pandemia parou um pouco, mas nas festas do interior, nas igrejas, a nossa rádio estava sempre presente. Reuniões da comunidade, associações, jogo de bola, a gente é sempre convidado. Estamos sempre presentes.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: o aspecto positivo é que você sempre vai falar a linguagem do povo, o que é aceito por ele. Por exemplo, tivemos uma rádio que abriu aqui, rádio comercial, mas a programação que ele tocava era rock, funk e samba. Completamente fora da realidade. A

gente tem que estar conectado ao gosto musical e aos assuntos da comunidade. A cidade aqui é bastante agrícola, então falamos das culturas de plantio, gado leiteiro, etc.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: por lideranças políticas já. Inclusive já fui responder no tribunal 3 vezes. Em uma delas foi em relação ao Conselho Tutelar. Eu falava sobre crianças, sobre juventude. Que era muito melhor estar trabalhando do que estar ocioso na rua, se encaminhando ao tráfico ou à prostituição. Que não tinha crime nenhum a criança trabalhar. Por isso fui levado ao tribunal. A outra foi quando falei de um secretário municipal e ele me chamou no tribunal e eu tive que pagar uma indenização de R$ 1000.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: eu acredito que sim, porque estamos muito mais próximos. É a mesma coisa entre deputado e vereador. O vereador está aqui na cidade, o deputado está lá nos palácios. A mesma coisa acontece conosco. Na rádio comunitária as pessoas têm acesso à rádio, vem até a rádio. E muitas vezes as rádios não tem secretária. Nós mesmos atendemos as pessoas.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: não desistir. Mas eu quero parar, pretendo parar esse ano. Mas não por estes motivos. Pretendo parar porque eu quero fazer outras atividades.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: o impacto inicial foi desastroso. Mas a gente sobreviveu muito bem à pandemia e inclusive nós crescemos. O pessoal ficou mais dentro de casa, né, então nós prestamos um serviço muito bacana à comunidade. A nível de companhia, relacionamento. Aquela depressão que todos nós sentimos pelo confinamento. Eu acredito que a rádio serviu como um grande apoio.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: utilizamos o hotmail, Facebook, Instagram e WhatsApp.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: é uma ferramenta indispensável. É fantástico, nota 100.

Pesquisador: você pode fazer uma comparação entre o trabalho em eras pré e pós-WhatsApp:
Entrevistado: A gente estreitou bem mais o relacionamento com o público. A interação é bem maior. Eles mandam áudios, pedidos musicais, tudo isso. Você joga o áudio direto na mesa [de edição]. Diferente do telefone fixo. O telefone fixo é limitado. Como eu disse, não temos secretária. Se o telefone toca durante um programa, você não pode atender. No

WhatsApp não. A mensagem chega na tela e você responde durante os intervalos. Praticamente não deixa de atender ninguém.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: sim, na medida do possível. A grande maioria das mensagens a gente ouve primeiro pra não soltar o que não deve. Sempre tem aqueles que querem mandar uma piadinha. É raro mas já aconteceu. A gente dá uma pré-ouvida e solta na rádio. Eu acho que isso valoriza o ouvinte e ele se sente muito bem ao se ouvir no rádio.

Entrevistado 7

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: 40 anos. Formado e mestre em Geografia.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: Trabalho há 9 anos com a rádio comunitária. Não trabalhei em rádio antes. Fundamos a associação em 2005 e desde lá estou presente.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: diariamente são 4 locutores que tocam a programação musical. Temos mais 6 de igrejas. Nos finais de semana temos mais 2 locutores que são voluntários. São mais ou menos 15 pessoas que tocam a programação da rádio. Não temos sonoplastas. Os locutores mesmo fazem e eu faço a sonoplastia para o pessoal das igrejas.

Pesquisador: desde quando existe a emissora de maneira ininterrupta?
Entrevistado: A rádio entrou no ar em 2013.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: Concordo parcialmente. Eu acho que poderiam ser melhoradas algumas questões principalmente em relação à potência da rádio e eliminar algumas limitações que existem devido à rádio ser comunitária. Questão de publicidade, se fosse liberada a publicidade, desde que bem regulamentada, ela poderia contribuir com a melhoria da manutenção e da programação da rádio. O apoio cultural é muito limitado e acaba que o orçamento fica muito pequeno para a rádio comunitária trabalhar. As despesas que uma rádio comunitária tem, fica muito difícil para fazer uma programação boa, no dia a dia da comunidade. Ela tem um custo maior, aí precisaria de um orçamento maior para você trabalhar, contratar estagiários, profissionais de comunicação. O apoio cultural acaba limitando um pouco isso. Por exemplo, aqui a gente conseguiu fazer planos mensais de apoio cultural para o comércio local. Mas faz nove anos que estamos no ar e desde o primeiro mês é o mesmo valor que as empresas pagam nestes planos. A gente não conseguiu reajustar porque o apoio cultural é como uma doação, né. A média de valor dos planos é de R$ 250 por mês.

Temos cerca de 30 parceiros com cerca de 5 inserções diárias por patrocinador. A gente só roda os apoios das 6h às 19h.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?
Entrevistado: aqui sim. Desde o começo tentamos mostrar a todos qual é a função de uma rádio comunitária. Mantendo a programação para todas as atividades da comunidade. Agora com a pandemia também acabou dificultando bastante. A gente sempre ia a todas as festas, todas as atividades que a comunidade promovia a gente sempre estava presente. Também era uma forma de complementar o orçamento. Fazíamos uma programação, por exemplo, especial para um rodeio, para uma festa no município, tinha futebol e a gente conseguia transmitir. Desde o início a gente sempre deixou aberto para todas as igrejas, para todas as comunidades, para todo o comércio. A gente conseguiu de fato mostrar o que é uma rádio comunitária. Os comerciantes investem nas rádios comunitárias em virtude do valor que eles pagam. Na verdade, este é um valor simbólico só, o apoio cultural. Na cidade não tem outras emissoras, nem comunitárias, nem comerciais. Mas como estamos próximos a dois outros municípios maiores, com redes como Rede Massa, Jovem Pan e Rádio T, além de rádios locais de grande potência, elas também atingem o nosso município.

Pesquisador: que tipos de pautas locais são mais recorrentes na programação da emissora?
Entrevistado: acaba se tornando praticamente, na questão do jornalismo, em questões de utilidade pública. O grande gerador de informações acaba sendo o poder público. A gente acaba fazendo tudo de forma voluntária. Não tem parceria com a prefeitura, nem algo assim. A própria comunidade acaba mandando mensagem, trazendo algumas questões. A gente vai atrás e traz isso para a programação.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: aqui na região acredito que não. Onde tem as rádios comunitárias não tem rádio comercial. Então a nossa pauta acaba não chegando em um município como Guarapuava e Pitanga. Nossa potência é baixa e a gente não consegue nem atingir o município inteiro. Mas esta é uma realidade aqui da nossa região. Talvez em uma cidade grande, como Ponta Grossa, Curitiba e Londrina as rádios comunitárias talvez consigam pautar alguma coisa do bairro e da comunidade para outras emissoras, tanto de TV, como rádios comerciais.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: a gente recebe informação praticamente o dia todo. Eu fico na rádio das 13h Às 15h. Nos outros horários tenho minhas atividades. Eu atuava no Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Então naquela época eu recebia muitas informações do Sindicato. Mas quando a gente sai na rua, como nas outras atividades em que trabalho. Eu visito empresas, falo com bastantes pessoas na rua. A gente acaba sempre recebendo informações. 'Ah, lá em

tal lugar tá com um problema lá na rua. Lá em tal lugar estão destruindo um banco na praça'. Essas coisas a gente acaba indo atrás e transformando em assuntos para a rádio.

Pesquisador: você se sente injustiçado ou inviabilizado em relação a outros profissionais?
Entrevistado: Sim, a gente às vezes tem um alcance até maior do que as emissoras comerciais da região, mas financeiramente nós não temos reconhecimento ou meios para chegar lá em função da lei que nos proíbe.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu acho que ela mais se aproxima nos momentos em que a gente está inserido na comunidade. Por exemplo, a associação de moradores faz um evento e a gente vai lá para fazer a cobertura. Normalmente nesta parte de reportagens na comunidade sou eu que faço. Às vezes faço ao vivo, chamando o estúdio, ou eu vou lá, gravo e depois transmito na emissora. A gente pode inserir dentro da programação musical ou mesmo dentro do jornal da rádio. Nestes momentos, em que a gente acaba colocando no ar as pautas comunitárias, a gente está bem próximo dos princípios de uma rádio comunitária. Quando a gente se distancia é quando a gente está fazendo programação musical. Hoje a programação musical é muito comercial. Sertanejo universitário, por exemplo, são músicas que precisam ser inseridas na programação. Mas isso não contribui com nada na comunidade. Hoje a programação da rádio deve ter uns 60% deste estilo.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: a relação hoje existe em virtude da Farcom. Pela federação a gente acaba conhecendo muita gente e trocando muita informação. Então, se você tem uma dúvida sobre alguma edição de algo, a gente conversa com o pessoal. Sobre um programa, em que a gente sempre troca informações sobre, por exemplo, valores de patrocínios e apoios culturais. Situações constrangedoras do dia a dia, a gente sempre conversa com o pessoal, 'o que vocês fazem nessa situação?'. Este é o contato que a gente tem em virtude da Farcom.

Pesquisador: que tipo de situação constrangedora você poderia dar de exemplo?
Entrevistado: Por exemplo, quando chega um deputado no município, ele quer dar uma entrevista na rádio. Às vezes você fica sem jeito de dizer que não pode fazer a entrevista e a gente acaba trocando uma ideia com o pessoal de outras emissoras. 'Ah, temos um deputado aqui. O que você faria? Ah, grave com ele e depois você roda a entrevista'. O pessoal acaba nos orientando. Ou chega, por exemplo, algumas empresas de fora para vender produtos na cidade, a gente se informa com o pessoal dos outros municípios. 'Será que fazemos uma parceria?'. A gente acaba até ficando sabendo que estas mesmas empresas já passaram por outros municípios dando prejuízos para outras emissoras.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?

Entrevistado: ele seria o jornalismo que está bem alinhado com as pautas que, de fato, a comunidade precisa. Sejam elas sob o aspecto cultural, seja na questão cidadã. Seria mais ou menos desta forma.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: eu considero que elas são similares. Comunicação popular seria trazer as pautas da comunidade, mas respeitando a cultura e os interesses da comunidade. E a comunicação comunitária seria o geral, cada uma das rádios adaptam a comunicação comunitária ao local. Mas todas elas são feitas pela comunidade e para a comunidade.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: eu acredito que sim. Antes da pandemia, a gente tinha muito trabalho relacionado às associações comunitárias e às escolas. A gente tinha um projeto nas escolas chamado Formação em Comunicação e Mídia. Nós íamos até as escolas e fazíamos uma formação mostrando o que é a mídia comercial, o que é a mídia comunitária, quais as diferenças. Quando a pandemia vem, acaba tudo isso. Agora que vamos tentar retomar estes projetos, já que as aulas voltaram agora. A gente está contribuindo com a comunicação local, mas não podemos ficar só nisso. Mandar abraço e tocar música qualquer emissora faz. A maioria das rádios AM e FM fazem uma programação desta forma. Eu acho que as rádios comunitárias têm que ir além. Principalmente em relação a fazer projetos mais alternativos junto a associações de bairro e escolas. Aqui no nosso município nós temos o diferencial de ter duas comunidades indígenas e comunidades quilombolas. Antes da pandemia, a gente inseria tudo isso na programação. Durante a pandemia a gente acabou se distanciando.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: eu acho que as rádios comunitárias vão continuar, independentemente das políticas e da legislação, elas vão continuar tentando sobreviver. Algumas acabam se desvirtuando, acabaram partindo pro lado da política ou extremamente para o lado comercial, mas a gente vai acabar resistindo.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: nossos ouvintes são as pessoas das rádios menos favorecidas, classes C, D e E. Fizemos algumas pesquisas, inclusive em parceria com universidades, nós temos 80% de audiência no município e basicamente o público é este. Não que os outros não ouçam, mas ouvem menos.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: temos sempre.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?

Entrevistado: o positivo é que você sempre tem informação e é pautado por aquelas informações. O negativo é que nem sempre você vai conseguir resolver todas as questões da comunidade. Tem coisas que você não pode colocar no ar sem fazer uma certa investigação, uma certa consulta e mostrar de fato as coisas. Especialmente no que diz respeito à política.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: nós não. Nós sempre tentamos ser muito transparentes e nunca tomar lado ou posição nenhuma na programação da rádio. Sempre tentamos ouvir os dois lados e fazer de uma forma que não fosse muito polêmica, evitar polêmicas e sensacionalistas. Já tivemos casos de ter que conversar com um lado, outro, sentar e resolver as coisas na mesa. Mas nada de pressão.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: depende da postura do comunicador. Se ele tiver uma postura de ouvir todos e tentar trabalhar de forma isenta, ele não estará sujeito a isso ou estará menos sujeito. Mas se ele for sensacionalista, tomar posições políticas ou tomar posições que não precisa tomar no ar, eu acho que essa é a questão.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: não porque sempre soubemos que iria ser assim. Eu e os demais programadores, todos sabíamos que seria assim. Sabíamos o que iríamos enfrentar.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: eu acho que a programação da rádio estava levando muita informação sobre a pandemia. Especialmente quando houve as restrições, a rádio comunitária tem uma função muito importante, cumprimos nossa função. Entretanto o nosso orçamento caiu muito. Muitas empresas fecharam, outras não conseguiram honrar o compromisso de pagar o apoio cultural mensal, a rádio nem cobrou mais. Outros tiveram que diminuir, pagar R$ 100 ao invés de pagar R$ 250. Mas durante a pandemia a gente focou muito mais na questão de levar informações como decretos, restrições, vacinas, coisas assim.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: basicamente WhatsApp, Facebook e Instagram, mas mais para divulgar sorteios e eventos da programação.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: para a rádio melhorou bastante. Quando a gente abriu a emissora ainda não havia WhatsApp. Então era basicamente telefone e torpedos SMS. Tinha muita gente que tinha dificuldade. Hoje até mesmo uma pessoa analfabeta consegue participar porque ela manda um áudio. Antes estas pessoas não conseguiam nem ligar, porque elas tinham

dificuldade de pegar o número e discar para a rádio. Com o WhatsApp, o telefone fixo praticamente deixou de existir. Raramente alguém liga. 99,9% usa o WhatsApp.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: essa é a coisa mais normal que acontece. A gente busca sempre ouvir o áudio antes, mas a gente manda para o ar. A gente estimula, quando tem sorteio de brindes dos parceiros. A gente fala 'hoje tem sorteio de brindes, mas é só para quem mandar áudio'. A gente pega os finais de semana, que tem bastante participação, no horário que as pessoas não trabalham. Tem em torno de 150, 200 participações em uma hora, uma hora e meia. Raramente o locutor consegue vencer de colocar todas no ar.

Entrevistado 8

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: 42 anos. Mestrado em história.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: Comecei a brigar com o negócio de rádio desde 2003. Mas a rádio aqui começou em 2011. Eu vim pra cá em 2003 e nós tivemos a ideia de criar uma rádio comunitária. Entretanto levou uns anos para conseguir a outorga.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: Tem a diretoria, da associação mantenedora, e tem pessoas que atuam semanalmente. Eu só trabalho aos sábados. No total, dá de 12 a 15 pessoas. Algumas pessoas recebem uma ajuda de custo, mas ninguém é funcionário da rádio.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: concordo em partes. A nossa legislação de rádios comunitárias compreende o Brasil inteiro. Mas queira ou não, algumas regiões são mais peculiares. Por exemplo, aqui a gente pode atingir 25W de potência. Para a nossa região às vezes é mais do que deveria, porque temos dois municípios muito próximos e duas emissoras estão na mesma frequência. Embora o nosso raio seja de 1 km, você não tem como limitar o alcance da potência exatamente a esta distância, tem lugares que pega 2km, tem lugares que pega mais. Agora, em outros lugares, algumas rádios deveriam ter maior alcance. Para mim, as rádios comunitárias deveriam ter 200, 250W de potência. Também deveriam ter mais frequências, não só a 87,9 Mhz. Assim as rádios conseguem atender todo o município e também chegar em comunidades que não tem rádio comunitária.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?

Entrevistado: Eu acho que não totalmente. Muitas pessoas têm uma percepção própria sobre rádio comunitária. Muita gente acha que rádio comunitária é uma radinha (sic), que tá no município e tem pouca potência. Outros sabem que a rádio comunitária realmente atende à população. E eu sou sincero em dizer que vejo que em algumas rádios, elas são consideradas propriedade de algumas pessoas. 'Ah, lá é a minha rádio'. E isso acaba sendo propagado para a população. Na nossa emissora isso não acontece porque sempre deixamos muito claro nossos propósitos. Temos jornalismo, programação voltada a comunidade, divulgação de artistas da comunidade. Não fugimos dos artistas nacionais, mas também divulgamos muito músicas regionalistas. Aqui tem muita imigração polonesa, ucraniana, e a gente age na propagação da cultura local. Eu acho que o público aqui até sabe. Mas em cidades maiores, as rádios comunitárias têm que disputar público com grandes emissoras comerciais.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: aqui nós temos o Fala Paraná, que é o jornal estadual. Com ele a gente tenta cumprir com esse objetivo para a grande mídia e para a população em geral. Eu acho que tem como pautar sim.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: Eu vou à emissora poucas vezes na semana. O meu trabalho é mais atender ao que os ouvintes querem. Um programa para atender os ouvintes em si. Eu tento ficar ligado no que acontece aqui por perto, na comunidade, para poder passar isso adiante.

Pesquisador: você se sente injustiçado ou inviabilizado em relação a outros profissionais?
Entrevistado: Sim, a gente às vezes tem um alcance até maior do que as emissoras comerciais da região, mas financeiramente nós não temos reconhecimento ou meios para chegar lá em função da lei que nos proíbe.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu sou muito ligado à comunidade no dia a dia. Eu tento atender o que as pessoas pedem. Eu acho que é isso que me aproxima mais do que qualquer outra rádio da região, que tem uma atuação um pouco mecânica, falando das rádios em geral.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: nós temos uma rede de contatos que, principalmente após a pandemia, começou a operar muito mais pelo WhatsApp. Como eu sou um dos coordenadores regionais da Farcom, a gente faz visitas às emissoras que fazem parte da nossa região. A gente sempre orienta politicamente, com ações a nível local, estadual e nacional, para resolver alguns problemas das rádios.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?

Entrevistado: significa fazer informações que tragam benefícios para a comunidade. Que sejam reais para a comunidade. Que sejam imparciais diga respeito à informação em geral, mas que também fomente as pessoas a pensar sobre as condições em que elas vivem.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?
Entrevistado: se for olhar pelo conceito de comunitária, você irá atender toda uma comunidade. O conceito de comunicação popular, você está trazendo informações para um público que está engajado em uma luta. Mais específica de alguma área, de algum movimento ou de alguma categoria, mas que não é uma luta da comunidade em si. No entanto, elas não diferem muito. Luta comunitária é uma coisa e luta popular é outra, mas elas estão relacionadas de alguma forma. Mesmo em uma comunidade muito heterogênea, há luta por asfalto, esgoto, iluminação, coisa assim. Mas sempre na comunidade haverá alguém que tenha um salário maior que o outro. Então são comunicações semelhantes, mas com diferentes finalidades.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho contribui para a geração de cidadania e democracia?
Entrevistado: eu acho que sim. Porque a gente aponta todos estes aspectos dentro da programação. Apesar de a gente fazer uma programação musical, em diversos momentos trazemos estes aspectos para a programação. Desde questões simples, como utilidade pública, até relações mais complexas, como questões a nível municipal, estadual, federal.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: Eu daria uma nota 7. Eu acho que algumas emissoras se desvirtuaram do real objetivo de uma rádio comunitária e acabaram caindo na mesmice das grandes mídias nacionais.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: eu acho que abrangemos todas as áreas. Desde quem ganha menos até quem ganha mais, desde quem tem acesso à educação e quem não teve. Pela população aqui da nossa cidade, atende todos os setores.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: temos bastante.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: negativo não tem. De positivo, o que mais nos auxilia é ter o conhecimento do que a comunidade quer. Eu acho que este é o principal aspecto.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?

Entrevistado: já me senti, na verdade eu não, mas a emissora em si. Esses dias a emissora foi censurada pela Câmara de Vereadores. Um dos nossos locutores que faz a parte de avisos ao meio-dia fez algumas críticas a alguns vereadores. E a resposta foi a ameaça de que se não tiver algo em dia, taxas pagas, coisas como tem que estar, vão fechar a rádio. Mas é muito mais ameaça, porque a rádio não tem problema nenhum quanto a isso. Foi muito mais por ameaça. Quem ameaçou não gosta de ser criticado.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: eu acho que sim. Como nós estamos mais ligados à comunidade, trazemos alguns aspectos mais relativos à comunidade e a rádio comunitária não sobrevive de apoios políticos ou governamentais, a pressão é grande nesse sentido. Especialmente no aspecto financeiro. Se você pega uma cidade pequena como a nossa, um tipo de censura nessa linha afeta economicamente. Você tem custo para manter a rádio comunitária no ar. E acontecem ameaças deste tipo. Na eleição de 2018 houve uma polarização muito grande e havia diferença de horários eleitorais no primeiro turno. Nós fomos ameaçados porque não colocávamos propaganda do atual presidente. Mas ele não tinha horário para isso. No segundo turno, que havia paridade, as pessoas reclamaram que no primeiro turno não foi igual. Nós temos um eleitorado aqui que faz este tipo de ação achando que eles conseguem alguma coisa.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: Em momento nenhum. Quanto mais ameaças, mais eu quero ficar neste meio.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: desde o início da pandemia, a rádio se posicionou como uma fonte informativa para a comunidade, alertando, participando de campanhas do estado, município, governo federal e associações. A população se engajou muito com a rádio, até hoje. A pandemia deu uma diminuída, mas ela continua. Nós não tivemos problema da população não nos ouvir, mesmo a emissora estando fechada para o público desde 18 de março de 2020. E a população entendeu bem isso. Como aqui é uma rádio comunitária, havia muitas carinhas dos ouvintes. A gente passou a usar mais apenas as redes sociais e a população entendeu isso. Acho que até ajudou a consolidar a relação entre rádio, administração pública e comunidade.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: hoje o maior contato é por WhatsApp. A gente ainda usa telefone fixo, temos Facebook, Instagram e Canal no Youtube. Fizemos uma live com um artista do município aqui em 2020 e tivemos mais de 30 mil acessos na live. Como a rádio comunitária tem algumas limitações no que diz respeito à propaganda, nós usamos estes canais para divulgar o comércio e completar o que a gente não divulga na rádio. A gente não pode colocar preço na rádio, mas as redes sociais não estão incluídas nisso.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: é a principal ferramenta hoje. A pandemia bloqueou alguns acessos e a saída foi encontrada por ali. Sábado eu fiz um programa das 9h ao meio dia. Tive mais de 150 mensagens em 3 horas de programa. Então a população participa. Se você consegue praticamente 1 mensagem por minuto, é uma audiência enorme, né.

Pesquisador: faça um paralelo do seu trabalho em eras pré e pós WhatsApp.
Entrevistado: antes nós tínhamos um sistema de envio de mensagens parecido com o WhatsApp, mas era via SMS. A gente aprendeu a usar o celular para este tipo de coisa. Ele funcionava muito bem. E os outros contatos eram a carta, a ligação telefônica e isso acabou se perdendo nos últimos tempos. O WhatsApp se tornou uma mão na roda para solucionar alguns problemas.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: quando o ouvinte manda mensagem de áudio a gente, em geral, se conecta pelo WhatsApp Web e a pessoa vai lá pede uma divulgação ou pede uma música. A gente coloca o áudio da pessoa direto pelo computador. No final do ano nós fizemos um programa muito divertido e a pessoa, para concorrer a brindes, tinha que cantar um pedaço da música que ela queria. Isso foi no dia 31 de dezembro. Nós tivemos em 4 horas de programação mais de 200 mensagens de áudio cantando as músicas que o pessoal queria. Tocamos todas as mensagens.

Entrevistado 9

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: 39 anos. Bacharel em Turismo, pós em Gestão Ambiental, MBA em Marketing e Comunicação.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: Faz 12 anos. Sempre nesta rádio.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: São sete pessoas. A rádio existe há 12 anos. Ela foi fundada em 2007, mas nós a assumimos em 2009. A antiga direção estava numa decrescente e eu fui convidado a assumir e fazer uma reestruturação. Mudamos o nome, modernizamos e passou a ser este nome em 2010.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: concordo parcialmente. Esta legislação trouxe, de fato, um marco e regularizou várias emissoras que atuavam de forma clandestina. Isso foi um grande avanço. Mas a gente tá falando de 24 anos atrás. De lá pra cá a lei não teve nenhuma alteração.

Imagine que em 1998 a gente não tinha internet, redes sociais, etc. O mundo evoluiu, a função social das rádios comunitárias permanece a mesma, mas a forma como ela é executada mudou radicalmente e a legislação permanece a mesma de 1998. De certa forma, tem-se cada vez mais inviabilizado técnica e economicamente o funcionamento, a manutenção e a sobrevivência das rádios comunitárias, por uma lei que tem vários empecilhos e, de certa forma, são barreiras para a gente trabalhar no dia a dia.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?
Entrevistado: a equipe eu acredito que sim, 100%. Até porque a gente trabalha isso desde a entrada de cada membro da equipe. Fazemos um trabalho de preparação e capacitação para que ele entenda quais são as regras, a essência, o objetivo da nossa emissora, que não é comercial, é comunitária. A comunidade eu acredito que em partes, não totalmente. Até porque para entender os princípios de uma rádio comunitária, hoje pulverizou demais, cada vez mais números de rádios FM por aí. O espectro está lotado. Para o público entender o que é uma rádio comunitária e uma rádio comercial, não entendem isso claramente. Mas sabem que uma rádio comunitária é uma rádio que não tem donos, que é parte de uma entidade, que não tem fins lucrativos e que presta um serviço para a comunidade. Agora não acredito que a grande maioria consiga diferenciar uma comunitária de uma comercial.

Pesquisador: você acredita que isso interfere no seu trabalho de alguma forma?
Entrevistado: eu acredito que, para a população em si não muito. Mas para o anunciante, para o comerciante, que é o nosso apoiador cultural, sim. Demora para ele entender, justamente por estas barreiras legislativas, algumas proibições para a publicidade comercial, demora para ele entender a diferença entre um e outro. Isso atrapalha bastante. Demora muito para o parceiro entender o papel de uma rádio comunitária, que a gente pode levar a marca dele, mas com algumas restrições como por exemplo falar preços, produtos e condições de pagamento. Para a população seria importante ter um conceito maior do que são rádios comunitárias. Mas isso não interfere no nosso trabalho, pelo menos não na nossa cidade. Em outros municípios sim, mas por outros fatores. A gente acompanha outras emissoras do Paraná e de todo o Brasil. Isso atrapalha porque entram fatores econômicos, políticos, comerciais e a não compreensão por parte da comunidade do que é a rádio comunitária de fato atrapalha o funcionamento, a manutenção e a sobrevivência da emissora.

Pesquisador: quais são as pautas locais mais recorrentes na sua emissora?
Entrevistado: nós temos o privilégio de ter uma equipe com capacidade, disponibilidade, e talento para fazer jornalismo e levar informações para a comunidade local. As principais pautas vêm das questões do serviço público, das instituições, Prefeitura Municipal, Câmara. Das entidades também. Igrejas, clubes de serviço, sindicatos, associações, escolas. Pautas e informações giram basicamente - e tem que ser mesmo - em torno dos assuntos locais, da sociedade civil organizada e do poder público, de modo geral.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: eu acredito que por este aspecto local, a gente consiga trazer o nosso público, que é a comunidade, especialmente nos pequenos e médios municípios, que é a realidade de 99% das rádios comunitárias, a gente consegue ser mais atrativo em relação à grande mídia. Estou falando na grande mídia, especialmente nas grandes redes de rádio e TV justamente por trazer um conteúdo mais local - aquelas que têm condições técnicas e humanas de produzir conteúdo local. Muitas delas não tem, porque estão em cidades muito pequenas com pouco apoio financeiro e condições estruturais, então elas não conseguem fazer jornalismo. Mas aquelas que conseguem, e realmente fazem isso da forma mais isenta possível, elas com certeza vão ter uma relevância maior, até mesmo maior do que uma emissora comercial, por conta deste caráter mais próximo da população local. Às vezes você pega uma grande rede de rádios, uma Rede Massa, uma Jovem Pan. O morador daqui da minha cidade, por exemplo, o que ele quer saber de pautas lá de Curitiba? Não. Ele quer saber em relação às questões da saúde, da educação e dos eventos que vão acontecer aqui. Ele vai ligar o rádio. Então eu vejo neste ponto uma vantagem muito grande justamente por estar limitado à comunidade onde estamos inseridos.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: como eu trabalho fora do horário comercial, como voluntário, minha rotina começa na noite anterior, procurando as notícias, as informações, os sites de prefeituras, os sites de notícias regionais, os jornais, redes sociais de alguns veículos. Temos que procurar com cuidado para termos informações confiáveis. Faço a montagem da pauta, em relação às notícias que vão para o ar no dia seguinte. E existe uma pessoa que fica à disposição - uma espécie de secretária executiva - e a gente vai coordenando as pautas com ela para que ela possa ir fazendo a agenda de entrevistas presenciais. Então o jornal se divide em notícias regionais, locais e entrevistas. As entrevistas, lógico, tem um atrativo muito maior porque são pessoas da comunidade que estão lá falando, isso gera uma repercussão. Todos os dias a gente inicia as atividades em torno das 7h15, entra às 7h30 e se encerra às 8h o jornal. Essa é a minha rotina. A rádio tem outros comunicadores de áreas específicas, que têm as rotinas deles.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: nos aspectos que mais se aproximam são os momentos que a gente consegue, de fato, pegar as informações que estão acontecendo na comunidade, levar de forma isenta para a população. A gente tem por princípio aqui na emissora não atuar de forma política, porque isso gera um desconforto e uma desconfiança por parte do ouvinte. Quando você claramente gera uma pauta pensando numa questão política você está direcionando este conteúdo, as pessoas percebem isso e você acaba tirando o crédito do veículo. Distanciamento acontece quando a gente, por falta de apoio e estrutura, a gente não consegue preencher todo o tempo com o jornalismo local. Mas por falta de estrutura mesmo. A gente precisaria ter um repórter, um jornalista que pudesse se dedicar a isso. Porém isso tem custo. A gente fala de rádio comunitária, da impressão que é um banheiro público: todo mundo pode

ir lá, usar e ninguém paga nada. Pelo contrário. Tem que pagar água, luz, telefone, direitos autorais, internet. Isso tem custos. Quando a comunidade, especialmente uma comunidade pequena e as empresas não abraçam a rádio, ela fica sem possibilidade técnica e humana de fazer o trabalho. Às vezes a gente se distancia dos princípios da rádio comunitária pelo simples fato de não ter as condições financeiras de fazer conteúdo e acompanhar mais de perto a vida da comunidade.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: eu sou um privilegiado. Eu estou bem no meio de uma grande rede, uma teia, por conta da Farcom. É uma Federação que reúne quase 200 emissoras no Paraná. Nós temos um projeto que é um programa único feito pela Farcom que chama Fala Paraná. Este projeto é veiculado em quase 200 emissoras, vai ao ar de segunda a sexta, e eu sou o coordenador deste projeto e um dos âncoras. Então eu tenho um contato, um conhecimento, uma proximidade com praticamente todas as rádios comunitárias em atividade no Paraná. Sou privilegiado por isso e é muito bom ter esse contato com os demais comunicadores.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: eu não sou da área do Jornalismo, mas deixe ver o que entendo sobre o termo. Eu acredito que a grande maioria de quem atua em rádios comunitárias, se a gente falar de jornalismo, estaremos falando de uma atuação empírica. Não tem formação, não tem instrução, vão trabalhando pela experiência, até mesmo de outros veículos antes de migrar para rádio comunitária. São poucos os que têm formação jornalística acadêmica. Essa é uma das grandes necessidades. A rádio comunitária é como um filho que foi criado e jogado no mundo, mas sem as condições para se defender. Então está aqui, foi criada a lei, mas sem mecanismos, sem políticas de incentivo. O que os governos podem oferecer a todos os níveis. Já que a gente pensou na comunicação comunitária em algo para democratizar a comunicação. Não é um negócio, não é algo que se compra, é algo que se compartilha. O que poderia ser feito para melhorar as condições de trabalho? Veja, destas 200 emissoras que estão na Farcom. 120 destas 200 possuem pelo menos uma pessoa que gera conteúdo de forma sonora e enviam para nosso programa Fala Paraná. Isso significa que em 80 delas não tem ninguém com capacidade ou disponibilidade para nos fornecer informações. Olha que dado interessante: nós estamos falando de um percentual de 30 por cento. Destes 120 comunicadores, posso apontar meia-dúzia que tenha formação. O restante é conhecimento empírico e práticas do dia a dia. Agora imagine se estes profissionais tivessem algum tipo de políticas de apoio e parcerias, por exemplo, montar cursos de jornalismo comunitário, oficinas de formação de comunicadores comunitários. Oferecer para aqueles que têm vontade, de uma forma mais facilitada, realmente um curso de jornalismo, por ele ser comunicador comunitário, talvez bolsas de estudo, enfim. Imagine o quanto você iria dar um salto de qualidade em relação ao que você iria oferecer à qualidade. O que se faz não é em critérios técnicos e formação, realmente.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?

Entrevistado: é a possibilidade que você tem, através deste meio, este instrumento que é a rádio comunitária de baixa potência, de promover uma democratização da comunicação onde eu possa dar voz especialmente às pequenas comunidade, para os pequenos empreendedores, para as instituições da sociedade civil organizada para aquela cidade que normalmente é pequena ou média, ou para aquele bairro que tem poucas oportunidades de ter voz em uma grande grande empresa de comunicação, como um conglomerado de rádios, o que está se tornando cada vez mais comum. Resumindo: o padre, para divulgar a quermesse da igreja, ele não vai chegar na Rede Massa, pedir e o cara vai dizer 'tudo bem, padre. Manda um áudio aqui, vamos gravar um spot e não vamos cobrar nada'. Ele vai na rádio comunitária. Eu acredito que essa questão de comunicação comunitária está voltada muito à democratização da comunicação. Dar oportunidade para que as comunidades tenham voz e tenham vez. Possam se ouvir e se falar ao mesmo tempo.
Quando eu falo em fazer comunicação comunitária, falo em uma comunicação de serviço. Uma comunicação que possa dar voz às pessoas. Fazer uma comunicação popular, de certa forma, dá uma identidade para esta emissora comunitária para que as pessoas possam se identificar? Eu acho que são duas coisas diferentes que podem se completar. Se a gente for pensar em rádio comunitária, ela precisa necessariamente se restringir à comunidade geográfica. Nós somos uma entidade que detemos uma concessão de baixo alcance que está condicionada à localidade. Isso para nós é o conceito de comunicação comunitária. Agora a comunicação popular, se você pensa em movimentos, e podem ser movimentos minorias, há uma linha muito tênue entre o popular e a politização dos movimentos. E no momento de ebulição política que estamos vivendo, isto atrapalha muito. Até porque há muitas pessoas que pensam que a rádio comunitária é ligada a sindicatos, partidos de esquerda. Muitos têm essa visão e isso nos atrapalha bastante. Pode até ser que esta seja a realidade de alguns casos, mas a rádio comunitária não tem a função de privilegiar sindicato, privilegiar um movimento, seja ele Sem Terra ou qualquer outro movimento. O intuito é você ter um instrumento de comunicação efetivo de uma comunidade. Uma pessoa de uma cidade pequena como a minha, como ele teria a oportunidade de se comunicar em uma grande rede? É quase impossível.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: eu acredito que se houver uma organização por parte dessas quase 5 mil emissoras comunitárias, essas mudanças precisam fatalmente passar pelo caminho político, e quando você não tem uma movimentação efetiva política, você não consegue se organizar, não consegue fazer lobby, não consegue atingir seu objetivo na legislação. Enquanto isso não acontecer eu não vejo oportunidade de nenhum tipo de avanço. Por outro lado, eu vejo que existe uma força muito grande. O que é preciso é fazer o que nós fizemos aqui no Paraná. O que era 1 virou 200. Você tem importância no cenário político para mudar aquilo que te atrapalha no sentido de sustentabilidade, limitações técnicas, humanas e financeiras.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: é difícil ter essa informação com precisão porque precisaríamos nos basear em pesquisas. A grande maioria das rádios não tem condições de fazer uma pesquisa própria.

Mas temos algumas percepções que fizemos de uma forma perceptiva mesmo. Soltamos uma matéria e temos um feedback de uma pessoa. Pessoas na rua que falam para você 'ah, eu vi isso e achei legal'. Ou as redes sociais, que são um bom termômetro também. Hoje nós temos uma boa repercussão, mas eu não posso definir se nossos ouvintes são mais novos ou mais velhos, mais ricos ou mais pobres. Eu acho que a gente tem uma boa aceitação pelo que a gente produz e veicula na rádio todos os dias. Mas, comprovadamente, não.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: com as instituições, com as entidades, com o poder público às vezes sim, às vezes não, porque tem movimentos que possuem interesses políticos que a gente acaba se afastando para não entrar no jogo e não comprometer a imagem da entidade. Mas temos contato, estamos abertos ao contato sempre, para parcerias e para tudo o que a gente puder atender à comunidade.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: eu não vejo aspectos negativos, apenas positivos. O fato de a gente estar dentro da comunidade, ter uma equipe que veio de pessoas da própria comunidade, que são profissionais, com talentos lapidados na própria comunidade. O fato de a gente conhecer a comunidade, de cidade pequena, facilita bastante. Em algum momento tem aquela história do 'santo de casa não faz milagre', mas quem está mais próximo é quem vai atender. Então eu só vejo aspectos positivos. Ao contrário, por exemplo, de uma emissora comercial que muitas vezes o cara está numa cidade pequena e ele não está lá. Ele tem uma torre instalada no município, porque a concessão é de lá, mas a produção de conteúdo está em uma cidade grande. Que tipo de contrapartida essa pessoa dá para a comunidade? Nenhuma. Ele só tem uma referência geográfica onde ele coloca a estrutura para poder atender à legislação, mas para a comunidade ele não serve para nada. Agora a gente não. Nós realmente atendemos aos interesses da nossa comunidade.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: já, políticas. De outras naturezas não, mas políticas sim e bastante. Existe, não digo uma censura, mas um boicote. Já aconteceu de, por políticas assim, o prefeito orientar secretários e vereadores da base não irem à emissora. Porque assim, eu sou um cidadão. Acima de tudo sou um cidadão. Depois, sou um profissional, terceiro, sou diretor da emissora, comunicador. Eu tenho o direito de ter um posicionamento político e, se assim entender, expressar e militar isso na medida que eu tenho a liberdade de expressar meu pensamento. Porém, numa comunidade pequena onde as pessoas, de modo geral, se conhecem, o fato de eu não concordar politicamente com você faz com que você seja meu inimigo. Mas para o político, aquele que não o apoia é seu adversário. Por vezes, isso acaba implicando em alguma perseguição, boicote, falta de apoio, isso acontece e é muito comum.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?

Entrevistado: Com certeza. Estas pessoas, muitas delas, não têm a emissora como atividade principal, então elas acabam sofrendo pressão, retaliação. Vamos pensar no poder público municipal. Você depende da saúde pública do município. Se você for muito incisivo nas críticas ao prefeito, ao vereador, ao município. Aí você no outro dia fica doente e você depende do serviço público, não pode pagar pela saúde privada. Isso acontece. Tem pessoas que às vezes se privam de prestar uma opinião ou levar uma informação adiante para evitar algum tipo de constrangimento, perseguição, retaliação. Isso acontece sim. E com certeza este pessoal das emissoras comunitárias estão muito mais expostos do que um cara que está sentado na sede da Jovem Pan na Avenida Paulista ganhando melhor, enfim, é uma outra realidade. O cara está sentadinho no ar condicionado, é outra estrutura, existe todo um suporte para estes comunicadores que vêm da empresa, de um cara que paga milhões em uma concessão para estruturar uma emissora, logicamente que ele tem condições de dar uma condição melhor aos seus funcionários, sem dúvida.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: Já sim. Por questão de sentido naquilo que você está fazendo. O que você está fazendo é pensando no bem coletivo. Mas quem realmente tem o poder só pensa no individual ou na casta política à qual ele faz parte. E isso, de fato, por vezes desanima de prosseguir no trabalho.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: para nós, durante os momentos mais fortes da pandemia, a relação se fortaleceu. Durante o período mais crítico, em meados de 2020, a nossa emissora foi uma referência de orientação na comunidade. Tínhamos uma boa relação com o poder público. Conseguimos usar do nosso poder na comunicação, diante de tanta fake news, através das redes sociais, nós demos um caráter informativo e sério em termos da informação que levávamos à comunidade. Para nós o resultado em termos de presença, engajamento, relacionamento com a comunidade foi muito bom. Em termos econômicos, assim como todo mundo, teve um abalo por causa dos efeitos da pandemia.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: temos um site com streaming da programação integral, Facebook e Instagram com uma pessoa responsável por gerar conteúdo e replicar nas redes sociais.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: hoje é uma ferramenta indispensável. Antes era o telefone. As pessoas ligavam, mandavam um SMS. Hoje, 99,9% do nosso contato é por WhatsApp. Seja por mensagem, áudios, hoje é majoritário.

Pesquisador: faça um paralelo do seu trabalho em eras pré e pós WhatsApp.
Entrevistado: assim como todo o processo de evolução tecnológica no rádio, antigamente as pessoas tinham que ir ao arquivo, pegar um disco ou uma fita e colocar para rodar. Hoje você pega no computador ou na internet um arquivo e coloca para rodar. O WhatsApp veio para

facilitar. É uma evolução gigante porque é uma comunicação instantânea que está presente praticamente por todo mundo. Quando era só telefone fixo, o cara tinha que às vezes comprar uma ficha para ir no orelhão e ligar na emissora. Depois veio o celular, o cara tinha que ter crédito. Depois não podia ligar de uma operadora para outra. Hoje o cara manda um 'oi' no WhatsApp, manda um oferecimento, um abraço, um feliz aniversário, está na palma da mão, tudo muito fácil. Foi uma evolução para aproximar os ouvintes das emissoras em tempo real.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: utilizamos. Dependendo do programa, geralmente usamos em programas musicais, de entretenimento. Geralmente ou você quer fazer oferecimento, uma data especial, um abraço para a pessoa. Ou a gente estimula, por exemplo, o programa tem um tema e a gente pede para a pessoa mandar sua opinião. Às vezes de uma forma mais descontraída, às vezes de uma forma mais séria, mas estamos sempre utilizando.

Entrevistado 10

Pesquisador: Nome, idade e veículo que trabalha
Entrevistado: 35 anos, jornalista.

Pesquisador: há quanto tempo você trabalha com rádio? Sempre na mesma emissora?
Entrevistado: Há cerca de 17 anos. Aqui nesta rádio há cerca de 12 anos. A rádio completou 20 anos em outubro de 2021.

Pesquisador: quantas pessoas atuam na emissora?
Entrevistado: No momento sou apenas eu. Tínhamos outra comunicadora, mas em razão da pandemia e das dificuldades, o comércio sentiu bastante. Em cidade pequena, isso atingiu o rádio.

Pesquisador: você concorda, discorda ou concorda em parte com a lei das rádios comunitárias e por quê?
Entrevistado: Concordo em partes. A gente entende a situação de que rádio comunitária e comercial são diferentes. Eles acabam colocando na legislação o que pode ser feito e o que não pode e até concordo com a legislação que muitas rádios comunitárias desobedecem o que tem na legislação. Só que, de certa forma, acaba desobedecendo até pela necessidade, às vezes. Lógico que não justifica, mas pelo fato de não conseguir fundos através de apoio cultural suficiente para manter a rádio. É uma legislação muito fechada que acaba não dando chances para a própria rádio sobreviver.

Pesquisador: você acredita que a sua equipe e o seu público entendem a natureza de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu diria que boa parte do público entende. A gente pega os apoios culturais aqui e em muitas cidades da região. Muitas pessoas ainda acabam confundindo o papel da

rádio comunitária com o da rádio comercial. Mesmo com a gente sempre difundindo o papel de uma rádio comunitária, eles acham que a gente pode colocar propaganda, pode falar preço, valores. Eu acredito que esta, inclusive, é uma falha das rádios comunitárias: não deixar clara a função e o fim que têm. Que não tem fins lucrativos, é um caráter educativo, mais social e não comercial. Faltam mais campanhas por parte das próprias rádios para deixar claro seu papel.

Pesquisador: você acredita que isso interfere no seu trabalho de alguma forma?
Entrevistado: pelo apoiador cultural. A gente pega o comércio. Lógico, eles têm necessidade de estar vendendo os produtos deles, então eles falam 'olha, eu quero que coloque o meu comércio, mas eu quero que fale das promoções também'. E quando a gente fala que não pode fazer isso por ser uma rádio comunitária, eles deixam de apoiar. Falam 'ah, então não quero apoiar, porque para mim não interessa'. Então eles visam o lucro e eles não entendem que a rádio não visa o lucro. De certa forma isso afeta o nosso trabalho.

Pesquisador: quais são as pautas locais mais recorrentes na sua emissora?
Entrevistado: aqui geralmente são as questões de atendimento à área da saúde, que é bem recorrente, e também os serviços públicos que a população reclama bastante, que não é ofertada da forma que deveria ser, essa assistência por parte do poder público. Questão de buracos, bueiros, são as queixas da comunidade.

Pesquisador: você acredita que sua emissora e outras emissoras comunitárias criam pautas para a grande imprensa?
Entrevistado: sem dúvidas. A gente sabe muito bem hoje em dia que a grande massa tem esse envolvimento com assuntos nacionais e a gente precisa disso, saber o que acontece lá fora. Eu vejo uma situação um pouco maçante por parte dos veículos de massa. E eu vejo que eles já estão se interessando por algo que é mais local. Muitos veículos de Londrina e até Curitiba ligam para nós aqui para saber de coisas que acontecem no município, algum fato inusitado, algo assim. A própria mídia de massa entra em contato com a gente aqui por meio de seus retransmissores. A gente acaba até pautando eles. A gente percebe isso até nas regionais, em TV, acabam focando bem mais hoje em dia no interior do estado.

Pesquisador: como é a sua rotina de trabalho e de produção?
Entrevistado: comunicador de rádio comunitária é o 'faz tudo'. A gente tem um jornal local das 7h às 9h da manhã. São duas horas e eu chego aqui Às 6h30 da manhã, saio às 17h. Tenho horário de almoço das 11h30 até as 13h, mas eu acabo ficando até o período da noite. Às vezes venho à noite. Não tem muito horário. No início da manhã a gente dá um panorama de assuntos de nível nacional, foca bastante no estado e mais ainda no local. A gente vê o que está acontecendo a nível de estado, por exemplo, e tenta jogar isso para a comunidade. Como que um posicionamento do governador influencia o município? Então a gente conversa com o prefeito, com o secretário e foca mais no local. Abrindo o leque na cidade, no município, como que interfere para a população.

Pesquisador: você se sente injustiçado ou inviabilizado em relação a comunicadores de veículos comerciais?
Entrevistado: aqui em nossa região vem melhorando isso, mas ainda tem muita coisa para acontecer. As rádios comerciais da região aqui, a assessoria de comunicação dos municípios, da polícia, etc, eles enviam mais para os veículos comerciais e deixam a rádio comunitária sem essa informação. Por exemplo: haverá uma reunião do departamento de saúde da cidade vizinha. Nem mesmo a rádio comunitária de lá fica sabendo. As assessorias repassam para as rádios comerciais e não passam para o comunitário. A gente fica isolado, sabendo por último. Parece que não há tanto interesse em informar as rádios comunitárias dos municípios.

Pesquisador: em que aspectos seu trabalho mais se aproxima e mais se distancia dos princípios de uma rádio comunitária?
Entrevistado: eu acredito que é 90% de aproximação. Pelo fato de a gente ter muita informação dos meios de comunicação de massa e trabalhar para jogar essas informações a todo momento nos boletins informativos da nossa rádio. Eu acho que a gente faz 90% de trabalho comunitário, de comunicação comunitária com a população. A população realmente sente isso, ela procura o rádio, a gente sente isso.

Pesquisador: qual é o seu contato com outros comunicadores de outras emissoras?
Entrevistado: é muito bom, 100% de satisfação com as rádios comerciais e comunitárias da região. A gente montou um grupo de WhatsApp em que um acaba ajudando o outro e está funcionando. Quando acontece alguma coisa nos municípios vizinhos eles acabam cedendo áudios que eles fazem lá para soltarmos também aqui na rádio comunitária. São municípios próximos e as pessoas daqui acabam se movendo para estas cidades também. Então antes de sair daqui eles também precisam saber o que está acontecendo nas cidades vizinhas. Questões de trânsito, rodovias interditadas. Mesma coisa que acontece aqui, acabamos mandando áudios e matérias para rádios da região. Estou bem satisfeito com a nossa parceria.

Pesquisador: qual o seu grau de familiaridade com o termo jornalismo cidadão?
Entrevistado: eu acho que estamos bem próximos porque sempre colocamos o povo para falar. Além disso, sempre ouvir os dois lados, abrir espaço realmente para o outro lado e justamente a questão de não opinar e não defender um lado. A gente jamais pode fazer isso. A população acaba respeitando a rádio, gosta bastante, e até mesmo os políticos e os departamentos respeitam a rádio também porque eles entendem que a gente tenta trabalhar da forma mais imparcial possível. Para mim o jornalismo cidadão é aquele que escuta a população, não toma partido, busca soluções e valoriza cada vez mais o que é próximo. Dar voz e vez, na teoria do jornalismo comunitário, sempre aquele que não tem. É o que tentamos fazer ao máximo.

Pesquisador: e qual a sua percepção sobre os termos comunicação comunitária e comunicação popular?

Entrevistado: esse é um assunto que até vi na faculdade. A gente tenta aliar a comunicação popular com a comunitária. Eu digo assim. Popular, entendo eu, é justamente aquele modo de falar, de se expressar, desde o mais humilde até aquele que tem mais conhecimento sobre determinados assuntos. Ou seja, colocar realmente a reivindicação da pessoa, independente da forma que ela fale e fazer realmente essa linguagem se tornar uma comunicação comunitária, algo que todos entendam. Essa é a diferença. Uma linguagem, uma dificuldade que a pessoa tem, jogar num contexto de comunicação para que todos entendam e todos possam debater aquela questão.

Pesquisador: você acredita que o seu trabalho auxilia na geração de cidadania, democracia e direito à informação? Justifique.
Entrevistado: com certeza sim. A gente percebe isso quando não tinha rádio na cidade. A população não participava muito. A comunicação comunitária leva informação e coloca o sujeito para falar. Ele tem a dúvida dele esclarecida e ele tem conhecimento para agir. Em momento de eleição ele tem outro olhar quando tem espaço e esclarecimento através do espaço que teve para refletir mais sobre os assuntos, opinar e tomar decisões. Oferecer estes caminhos e fazer acontecer, mudar a realidade da pessoa que está aqui.

Pesquisador: qual é o seu grau de otimismo ou pessimismo sobre a atuação das rádios comunitárias no Brasil?
Entrevistado: eu tenho um olhar bastante positivo. Tomara Deus que isso aconteça. São vários grupos, associações que estão se formando, indo até Brasília com deputados que estão abraçando a causa e discutindo este assunto, fazendo acontecer. Novas políticas públicas, falava-se muito sobre as questões de aumento de potência, se é ou não viável. Volta a ser colocado em pauta o assunto sobre comunicação comunitária, rádio e TV, no congresso nacional. Vem ganhando força e tem gente abraçando a causa. Eu vejo com um grau de positividade neste sentido.

Pesquisador: quem são as pessoas que ouvem a sua emissora?
Entrevistado: hoje a rádio comunitária tem que conquistar os jovens. Os nossos ouvintes hoje são pessoas de mais idade, com escolaridade mais baixa, pessoas que não conseguiam estudar. Pessoas, na maior parte, da periferia e que não têm tanto acesso aos serviços sociais, gente de 35 a 80 anos de idade. Os jovens parecem que não têm tanto interesse pelo rádio. Não só pelas rádios comunitárias, mas pelo rádio em si. Estão mais nos aplicativos, têm informação rápida, só que informação a nível global. Eles deveriam se atentar mais ao que é local. Os jovens se atentam muito ao global e pouco ao local. Os mais idosos, que ouvem mais rádio, se interessam mais pelo local, que ouvem a rádio comunitária.

Pesquisador: você tem contato direto e presencial com membros da comunidade?
Entrevistado: tenho sim. A gente está quase toda semana instigando a população a chegar até a rádio para falar sobre o que eles estão desenvolvendo. Tem associações, têm grupos de bairro. Às vezes falam 'ah, mas não tem assunto essa semana'. Mas pode ser que na próxima

tenha um evento, então vem pro rádio e vai falar sobre o assunto. A gente tem bastante contato com o público justamente porque instigamos eles a falar.

Pesquisador: quais são os aspectos positivos e negativos da proximidade com o público?
Entrevistado: positivo eu acredito que seja as pessoas passam a confiar cada vez mais na rádio, em mim, como profissional. Mas também tem a questão de que a gente tem que tomar ainda mais cuidado, a responsabilidade aumenta. A gente tem que fazer um trabalho muito bem feito porque a gente tá lidando com a população. Mesma coisa, um médico que está lidando com vidas, de certa forma a gente está lidando com a vida das pessoas aqui. Assim, é o ponto positivo: as pessoas têm na rádio comunitária uma válvula de escape, um pedido de socorro quando eles precisam de ajuda. De forma negativa, muita gente acaba chegando até a rádio e pedindo para que a gente faça uma reclamação para atingir um político. Eles acabam confundindo as coisas. A gente tem o papel de cobrar, mas não de usar aquela informação para atacar alguém. As pessoas confundem e a gente tenta explicar isso. Usar o rádio de forma democrática, mas não para atacar alguém.

Pesquisador: você já se sentiu ameaçado ou censurado por lideranças políticas, religiosas ou econômicas locais?
Entrevistado: com certeza. Quando a gente faz um trabalho correto, a gente sempre vai acabar atingindo alguém, digamos assim, respingar em alguém. Quando a gente coloca a situação, mesmo abrindo espaço para eles falarem, eles não querem que a gente coloque isso no rádio. Eles perguntam 'por que você está ouvindo esta pessoa? Esse ouvinte é louco. Não deve abrir espaço para ele'. Então mesmo que a pessoa tenha algum problema, a gente tem que estar sempre abrindo espaço, a pessoa precisa ter o direito de falar. Muitas vezes as autoridades não entendem dessa forma e querem evitar que a gente coloque isso no rádio, às vezes com ameaças, isso sempre acontece. Geralmente quem realiza os ataques são prefeitos, secretários de saúde, de obras, promotores, quando a gente fala sobre assuntos de impunidade. Promotor de justiça pede cópias para a rádio dizendo que a gente está atacando a Justiça. Quem deveria defender a democracia acaba se incomodando com os assuntos que são levados ao ar.

Pesquisador: você acredita que comunicadores comunitários estão mais expostos a achaques, ameaças, censuras e represálias do que outros comunicadores da imprensa institucionalizada?
Entrevistado: sem dúvida alguma, estamos bem mais expostos. É fácil bater em cachorro morto. Justamente porque não temos tanta força para ter influência como as rádios comerciais têm. Donos de rádios comerciais têm muita influência com políticos, com deputados. Para eles é muito mais fácil para se defender. Agora, na rádio comunitária, o pessoal sabe que não temos dinheiro para pagar um advogado. Então eles acabam atacando bem mais as rádios comunitárias do que as rádios comerciais.

Pesquisador: estes aspectos já te fizeram pensar em desistir da rádio comunitária?
Entrevistado: nunca. Desanima, às vezes, porque são muitos problemas. Questão de ataques, ameaças, mas nunca me fizeram pensar em desistir. Até porque se eu tivesse uma rádio

comercial eu também agiria da mesma maneira, abrindo espaço para a população e fazendo um jornalismo de forma comunitária mesmo sendo um veículo de massa. Eu acho que o que as pessoas querem saber é realmente sobre a realidade em que eles vivem, e não em uma realidade distante. Então eu acho que é interessante para um veículo, independentemente de ser comunitário ou comercial, é a realidade em que ele está inserido.

Pesquisador: qual foi o efeito da pandemia na relação da emissora com a comunidade?
Entrevistado: foi bem ruim porque a gente não conseguia ir para o bairro, gravar entrevistas com ouvintes, ouvir líderes das associações de bairro. Então acabamos usando os meios eletrônicos para ouvi-los, fazer entrevistas por ligação, ouvir os áudios dos ouvintes. Mas não totalmente, deu para fazer o nosso trabalho sem problemas.

Pesquisador: que redes sociais a emissora utiliza?
Entrevistado: utilizamos o Facebook, o Instagram e o WhatsApp. O nosso site está fora do ar, mas deve voltar na próxima semana. A intenção com isso também é atrair o jovem, chamar o maior número de pessoas possível.

Pesquisador: qual a sua avaliação sobre o uso do WhatsApp no relacionamento com o público das rádios comunitárias?
Entrevistado: é muito boa. Realmente é um caminho que não tem custos para a população, todo mundo tem, desde quem tem menos a quem tem mais condições. É muito bom. Um relacionamento no qual a gente pode não estar num programa, pode estar na rua, a qualquer momento do dia ou da noite. A população manda uma mensagem para a gente, avisa o que está acontecendo no bairro, a gente vai apurar, grava. A gente recebe fotos. Minha avaliação é bastante positiva.

Pesquisador: faça um paralelo do seu trabalho em eras pré e pós WhatsApp.
Entrevistado: no pré-WhatsApp a gente tinha que realmente ir atrás. Com gravadores, tanto de fita, como cartão de memória. Ir atrás pelo telefone fixo. Muita gente não tinha telefone celular para ligar para a rádio. Tinha que ir ao orelhão para ligar. A gente tinha que ir mais atrás da informação. Com o WhatsApp não, a gente consegue a todo momento muita informação. Facilitou bastante neste quesito. E a questão do tempo também. Antes tinha que vir com o gravador, descarregar os arquivos no computador, editar. Não que a gente não faça isso hoje, mas também além de gravar com a pessoa a gente também está recebendo vários áudios para complementar o que a gente está passando aqui no estúdio, ajudou muito.

Pesquisador: vocês reproduzem mensagens de áudio de ouvintes? Em quais circunstâncias?
Entrevistado: nós temos os programas musicais e os programas de jornalismo. Por exemplo, tem um assunto polêmico no jornal, como uma obra no bairro. A população manda os áudios, a gente ouve primeiro, porque às vezes a pessoa xinga, fala palavrão. A gente tira essas partes e isso não é censura. É porque não vai resolver nada a população xingando. O objetivo é a gente ouvir as opiniões das pessoas. A gente corta essas partes e solta no rádio no mesmo instante. Chegou, não tem palavrão, vai para o ar. A gente nunca vai censurar a fala das

pessoas. Nos programas musicais a pessoa pede música, a gente escuta e vai para o ar na mesma hora.

ANEXO

ANEXO A - LEI Nº 9.612, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998: Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em freqüência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.

§ 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.

§ 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.

Art. 2º O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, modificada pelo Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, e demais disposições legais.

Parágrafo único. O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição Federal.

Art. 2o O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição, aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, e demais disposições legais. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.143-32, de 2001)

Parágrafo único. Autorizada a execução do serviço, o Poder Concedente expedirá licença de funcionamento, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do ato de outorga pelo Congresso Nacional. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.143-32, de 2001)

Art. 2o O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição, aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, e demais disposições legais. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)

Parágrafo único. Autorizada a execução do serviço e, transcorrido o prazo previsto no art. 64, §§ 2o e 4o da Constituição, sem apreciação do Congresso Nacional, o Poder Concedente expedirá autorização de operação, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do

ato de outorga pelo Congresso Nacional. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)

Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

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

II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;

III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;

IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;

V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;

II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;

III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;

IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

§ 1º É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária. (Vide ADIN Nº 2566)

§ 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.

Art. 5º O Poder Concedente designará, em nível nacional, para utilização do Serviço de Radiodifusão Comunitária, um único e específico canal na faixa de frequência do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada.

Parágrafo único. Em caso de manifesta impossibilidade técnica quanto ao uso desse canal em determinada região, será indicado, em substituição, canal alternativo, para utilização exclusiva nessa região.

Art. 6º Compete ao Poder Concedente outorgar à entidade interessada autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, observados os procedimentos estabelecidos nesta Lei e normas reguladoras das condições de exploração do Serviço.

Parágrafo único. A outorga terá validade de três anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes.

Parágrafo único. A outorga terá validade de dez anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes. (Redação dada pela Lei nº 10.597, de 2002)

Art. 6o-A. A entidade autorizada a prestar serviços de radiodifusão comunitária que desejar a renovação da outorga deverá dirigir requerimento para tal finalidade ao Poder Concedente entre os doze e os dois meses anteriores ao término da vigência da outorga. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 1o Caso expire a outorga de radiodifusão sem decisão sobre o pedido de renovação, o serviço poderá ser mantido em funcionamento em caráter precário. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 2o A autorizada com funcionamento em caráter precário mantém todos os seus deveres e direitos decorrentes da prestação do serviço. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 3o Não havendo solicitação de renovação da outorga no prazo previsto no caput deste artigo e não havendo resposta tempestiva à notificação prevista no art. 6o-B, o Poder Concedente aplicará a perempção, nos termos da legislação vigente. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

Art. 6o-B. A autorizada de serviço de radiodifusão comunitária que não apresentar o pedido de renovação de outorga no prazo previsto no caput do art. 6o-A será notificada pelo Poder

Concedente, a partir do penúltimo mês da vigência da outorga, para que se manifeste em tal sentido, sendo-lhe concedido o prazo de trinta dias para resposta. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 1o Caso expire a outorga de radiodifusão sem o recebimento da notificação pela entidade ou sem decisão sobre o pedido de renovação, o serviço poderá ser mantido em funcionamento em caráter precário. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 2o A autorizada com funcionamento em caráter precário mantém todos os seus deveres e direitos decorrentes da prestação do serviço. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 3o Na hipótese prevista no caput deste artigo, em caso de resposta solicitando a renovação da outorga, a autorizada sujeitar-se-á à sanção de multa enquadrada como infração média, segundo as regras do art. 59 da Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 4o A aplicação da sanção prevista no § 3o não será decidida caso a autorizada apresente requerimento de renovação antes de receber a notificação. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 5o Não havendo resposta à notificação de renovação da outorga, ou sendo intempestiva a resposta, o Poder Concedente aplicará a perempção, nos termos da legislação vigente. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 6o Os pedidos intempestivos de renovação de autorização de serviços de radiodifusão comunitária protocolados ou postados até a data de publicação desta Lei serão conhecidos pelo órgão competente do Poder Executivo, que dará prosseguimento aos processos e avaliará a sua conformidade com os demais requisitos previstos na legislação em vigor. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 7o Também será dado prosseguimento aos processos de renovação de outorga de entidades que, por terem apresentado seus pedidos de renovação intempestivamente, tiveram suas outorgas declaradas peremptas, desde que o ato não tenha sido aprovado pelo Congresso Nacional até a data de promulgação desta Lei. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

§ 8o As entidades que se encontram com a autorização vencida e que não apresentaram nenhum requerimento de renovação, terão o prazo de sessenta dias para encaminhá-lo, contados da data de publicação desta Lei. (Incluído pela Lei nº 13.424, de 2017)

Art. 7º São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente instituídas e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

Parágrafo único. Os dirigentes das fundações e sociedades civis autorizadas a explorar o Serviço, além das exigências deste artigo, deverão manter residência na área da comunidade atendida.

Art. 8º A entidade autorizada a explorar o Serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores, desde que legalmente instituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.

Art. 9º Para outorga da autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária, as entidades interessadas deverão dirigir petição ao Poder Concedente, indicando a área onde pretendem prestar o serviço.

§ 1º Analisada a pretensão quanto a sua viabilidade técnica, o Poder Concedente publicará comunicado de habilitação e promoverá sua mais ampla divulgação para que as entidades interessadas se inscrevam.

§ 2º As entidades deverão apresentar, no prazo fixado para habilitação, os seguintes documentos: I - estatuto da entidade, devidamente registrado;

II - ata da constituição da entidade e eleição dos seus dirigentes, devidamente registrada;

Ill - prova de que seus diretores são brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;

IV - comprovação de maioridade dos diretores;

V - declaração assinada de cada diretor, comprometendo-se ao fiel cumprimento das normas estabelecidas para o serviço;

VI - manifestação em apoio à iniciativa, formulada por entidades associativas e comunitárias, legalmente constituídas e sediadas na área pretendida para a prestação do serviço, e firmada por pessoas naturais ou jurídicas que tenham residência, domicílio ou sede nessa área.

§ 3º Se apenas uma entidade se habilitar para a prestação do Serviço e estando regular a documentação apresentada, o Poder Concedente outorgará a autorização à referida entidade.

§ 4º Havendo mais de uma entidade habilitada para a prestação do Serviço, o Poder Concedente promoverá o entendimento entre elas, objetivando que se associem.

§ 5º Não alcançando êxito a iniciativa prevista no parágrafo anterior, o Poder Concedente procederá à escolha da entidade levando em consideração o critério da representatividade,

evidenciada por meio de manifestações de apoio encaminhadas por membros da comunidade a ser atendida e/ou por associações que a representem.

§ 6º Havendo igual representatividade entre as entidades, proceder-se-á à escolha por sorteio.

Art. 10. A cada entidade será outorgada apenas uma autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Parágrafo único. É vedada a outorga de autorização para entidades prestadoras de qualquer outra modalidade de Serviço de Radiodifusão ou de serviços de distribuição de sinais de televisão mediante assinatura, bem como à entidade que tenha como integrante de seus quadros de sócios e de administradores pessoas que, nestas condições, participem de outra entidade detentora de outorga para exploração de qualquer dos serviços mencionados.

Art. 11. 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.

Art. 12. É vedada a transferência, a qualquer título, das autorizações para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Art. 13. A entidade detentora de autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária pode realizar alterações em seus atos constitutivos e modificar a composição de sua diretoria, sem prévia anuência do Poder Concedente, desde que mantidos os termos e condições inicialmente exigidos para a outorga da autorização, devendo apresentar, para fins de registro e controle, os atos que caracterizam as alterações mencionadas, devidamente registrados ou averbados na repartição competente, dentro do prazo de trinta dias contados de sua efetivação.

Art. 14. Os equipamentos de transmissão utilizados no Serviço de Radiodifusão Comunitária serão pré-sintonizados na frequência de operação designada para o serviço e devem ser homologados ou certificados pelo Poder Concedente.

Art. 15. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária assegurarão, em sua programação, espaço para divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade.

Art. 16. É vedada a formação de redes na exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, excetuadas as situações de guerra, calamidade pública e epidemias, bem como as transmissões obrigatórias dos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo definidas em leis.

Art. 17. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária a ser fixado na regulamentação desta Lei.

Art. 18. 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.

Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

Art. 20. Compete ao Poder Concedente estimular o desenvolvimento de Serviço de Radiodifusão Comunitária em todo o território nacional, podendo, para tanto, elaborar Manual de Legislação, Conhecimentos e Ética para uso das rádios comunitárias e organizar cursos de treinamento, destinados aos interessados na operação de emissoras comunitárias, visando o seu aprimoramento e a melhoria na execução do serviço.

Art. 21. Constituem infrações - operação das emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária:

I - usar equipamentos fora das especificações autorizadas pelo Poder Concedente;

II - transferir a terceiros os direitos ou procedimentos de execução do Serviço;

III - permanecer fora de operação por mais de trinta dias sem motivo justificável;

IV - infringir qualquer dispositivo desta Lei ou da correspondente regulamentação;

Parágrafo único. As penalidades aplicáveis em decorrência das infrações cometidas são:

I - advertência;

Il - multa; e

III - na reincidência, revogação da autorização.

Art. 22. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária operarão sem direito a proteção contra eventuais interferências causadas por emissoras de quaisquer Serviços de Telecomunicações e Radiodifusão regularmente instaladas, condições estas que constarão do seu certificado de licença de funcionamento.

Art. 23. Estando em funcionamento a emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária, em conformidade com as prescrições desta Lei, e constatando-se interferências indesejáveis nos demais Serviços regulares de Telecomunicações e Radiodifusão, o Poder Concedente

determinará a correção da operação e, se a interferência não for eliminada, no prazo estipulado, determinará a interrupção do serviço.

Art. 24. A outorga de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária fica sujeita a pagamento de taxa simbólica, para efeito de cadastramento, cujo valor e condições serão estabelecidos pelo Poder Concedente.

Art. 25. O Poder Concedente baixará os atos complementares necessários à regulamentação do Serviço de Radiodifusão Comunitária, no prazo de cento e vinte dias, contados da publicação desta Lei.

Art. 26. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 27. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 19 de fevereiro de 1998; 177º da Independência e 110º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Sergio Motta