

## Participação e cidadania na mídia local: o caso de Pirajuí/SP

Marcelo de Oliveira Volpato<sup>1</sup>

### Resumo

A participação social nos meios de comunicação requer investigação haja vista a ligação desta com a promoção da cidadania, principalmente em meio a processos midiáticos excludentes e autoritários. Desta forma, partimos de conceitos de participação, cidadania e apresentamos – ainda que preliminarmente – as configurações do município de Pirajuí/SP e dos cinco veículos que integram a mídia local. Baseando-se em pesquisa bibliográfica e documental, entrevistas e observação assistemática de conteúdo, o estudo buscou levantar elementos para compreender os espaços destinados ao desenvolvimento da cidadania e como se dá a participação do(s) público(s) na mídia local. Conclui-se que estes meios configuram-se como espaço propício à participação e ao exercício da cidadania, entretanto, devido a comprometimentos políticos, econômicos e limitações tecnológicas e profissionais a participação torna-se limitada.

**Palavras-chave:** Participação; Cidadania; Mídia Local; Pirajuí.

### Abstract

Popular involvement in the communication media deserves investigation due to its relation with the citizenship promotion. Therefore, starting from concepts like "participation" and "citizenship" we present the Pirajuí-SP city setup and the two radio stations and three newspapers that compose the local media. By using bibliographic and documental research, interviews and non-systematic observation of contents, this study intended to understand how is the popular involvement in the local media. We conclude that this environment supplies suitable opportunities to popular participation and to the practice of citizenship, although, due to political and economical affairs, and to professional and technological limitations the popular participation becomes limited.

**Keywords:** Popular Participation; Citizenship; Local Media; Pirajuí.

### Resumen

La participación social en los medios de comunicación requiere investigación, debido a la relación de esta con la promoción de la ciudadanía, principalmente en medio de los procesos mediáticos excluyentes y autoritarios. De este modo, partimos de conceptos de participación, ciudadanía y presentamos – aun siendo preliminarmente – las configuraciones de la ciudad de Pirajuí/SP y de los cinco vehículos de comunicación que componen los *mass media* locales. Este estudio se basa en investigación bibliográfica y documental, entrevistas y observación asistemática de contenido. Ha buscado obtener elementos para comprender los espacios destinados al desarrollo de la ciudadanía y cómo se da la participación del(de los) público(s) en los *mass media* locales. Se concluye que estos medios se configuran como espacio propicio a la participación y al ejercicio de la ciudadanía, sin embargo, por causa de los comprometimientos políticos, económicos y las limitaciones tecnológicas y profesionales, estos espacios se vuelven cada vez más escasos.

**Palavras Ilave:** *Mass Media* Ciudadano; Ciudadanía; Participación; *Mass Media* Local; Pirajuí.

### Introdução

Este artigo procura, de forma preliminar, descrever as configurações da mídia local do município de Pirajuí/SP e tenta identificar os espaços cidadãos nestes veículos. Consideramos que a relação entre participação na comunicação e a questão da cidadania dá-se de forma diretamente proporcional, desta forma, quanto maior a participação popular nos veículos maior a possibilidade de espaços destinados ao exercício da cidadania.

#### 1. Pirajuí

Pirajuí, localizada na Região Administrativa de Bauru, tem população de 20.095 habitantes (IBGE, 2000). Localizado no centro geográfico do Estado de São Paulo, próximo ao maior entroncamento rodo-hidro-ferroviário do interior de América Latina (localizado no município de Bauru),

tem área de 819,432 km<sup>2</sup>. Segundo dados da Fundação Seade/IPRS o rendimento médio do emprego formal foi registrado em 544 reais no ano de 2002 (IBGE/Seade, 2002).

Estudo (IBGE/Seade, 2000) das condições de vida de seus habitantes mostrou que os responsáveis pelos domicílios auferiram, em média, 623 reais, sendo que 62% recebiam no máximo três salários mínimos mensais. Esses tinham, em média, 5,9 anos de estudo, 35,4% deles completaram o ensino fundamental, e 11,6% eram analfabetos. A idade média dos chefes de domicílios era de 48 anos. O IPVS – Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - indica que 51,2% da população encontra-se no Grupo de Vulnerabilidade Alta (Grupo 5) – a classificação varia de 1 a 6.

O setor agropecuário apresentou valor adicionado de 31.245 reais<sup>2</sup>, seguido pelo industrial com 26.510 reais. Os

principais produtos agrícolas do município em 2005 foram cana-de-açúcar (157.174 toneladas, 5.501 mil reais); laranja (11.249 toneladas, 2.250 mil reais); soja (2.020 toneladas, 1.111 mil reais); milho (2000 toneladas, 480 mil reais), e outros como café, banana, manga, borracha, mandioca, maracujá (IBGE, 2005). No ano-base 2005 as quatro instituições financeiras de Pirajuí registraram operações de crédito no valor de 24.786.622,04 reais.

Em 2004 a cidade contava com 489 unidades de comércio, 9 unidades agropecuárias, 73 indústrias, 12 de educação, 10 de saúde, 2 unidades prisionais, entre outras de menor representatividade.

Pirajuí é cortada pelo gasoduto Brasil-Bolívia. Também conhecido como Gasbol, transporta gás natural entre Bolívia e Brasil com mais de 3 mil km de extensão. O trajeto estaria estrategicamente traçado para atender áreas de grande consumo energético do país, como Campinas, Araraquara, São Carlos, no interior de São Paulo, além de cidades do Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Desta forma, Pirajuí apresenta-se como uma área industrial em potencial devido à possibilidade de aproveitamento deste recurso como fonte de energia.

O município conta com um aeroporto municipal construído no início da década de 50 e com uma estação ferroviária inaugurada na década de 20. Ambos foram amplamente utilizados na época do auge do café na qual Pirajuí chegou a ocupar a posição de maior município cafeeiro do mundo, confirmada pelos seus 35 milhões de cafeeiros.

### 1.1 A imprensa Pirajuiense

Em 1915, o jornalista João Ladeira Guimarães fundava o semanário “O Pirajuhy”, primeiro jornal do município e da região e que encerrava suas edições em 1935. Jornais como “A Comarca”, “A Comarca de Pirajuí”, “Pirajuí-Jornal”, “A Vanguarda”, “Correio de Pirajuí”, “O Ibirapitinga”, “A Tribuna”, “O Almofadinha”, “A Mosca” dentre

outros deram sua contribuição à imprensa do município (WELTMANN, 1985).

No final da década de 40 entrava no ar, em caráter definitivo, a emissora ZYT – 6 Rádio Pirajuí, integrante das emissoras unidas. Segundo a edição de dezembro de 1950 do Jornal “Correio de Pirajuí” sete rádios integravam a rede “Emissoras Unidas”, dentre elas a Rádio Pirajuí que teve seu embrião no serviço de alto-falantes criado pelo cantor e compositor Tito Madi.

De 1957 a 1959 circulou “A Tribuna de Pirajuí”, de Basílio Altran, ícone da imprensa pirajuiense e, em 1961 passou a editar “A Folha da Comarca” e em 1973 o “Jornal de Pirajuí”.

Jota Rodrigues, um dos funcionários do Jornal de Pirajuí, objetivando aumentar sua renda, cria o “Cine Jornal”. Distribuído aos sábados, nas sessões do cinema “Cine São Salvador”, trazia fofocas, piadas, notícias do meio artístico e a programação do cinema.

No final da década de 70 Chico Vilela dá seqüência às edições com o nome de “Cine Revista”, editado até a década de 90. Outros semanários também foram lançados na mesma linha editorial como “Flashes” e “Fu-Shicos”.

Na década de 80, Marcos Antonio L. Ferreira e Orlando Moreira lançam o “Correio da Noroeste” que, anos depois, passa a ser dirigido apenas pelo segundo, com o título “Gazeta de Pirajuí”. Na mesma década, com idéia de Basílio Altran, Paulo Roberto Alves Vilela funda o “O Alfinete”.

Hoje, o município conta com três jornais impressos: “Gazeta de Pirajuí”, de Orlando Aparecido Moreira, “Gazeta Regional” de Rita de Cássia Romani Moreira, esposa de Orlando e “O Alfinete”, de Fátima Aparecida Guermandi; além da “Pirajuí Rádio Clube”, antiga “Rádio Pirajuí”, integrante da Rede Católica de Rádio e “Rádio Jornal FM”, Rádio Comunitária registrada para Associação Cultural Comunitária de Pirajuí, regida pela Lei 9.612/98.

### 2. Mídia Cidadã

Segundo a Declaração Universal dos Direitos Humanos todas as pessoas têm direito à liberdade de opinião e expressão o que inclui a liberdade de receber e transmitir informações e idéias. Entendemos que, desta forma, os meios de comunicação assumem papel decisivo na

promoção da cidadania uma vez que "a comunicação implica em informação disseminada que desenvolve a cultura política ou democrática instalada e, em uma conseqüência quase necessária e inevitável, realiza a cidadania". (RUBIM, 2003, p. 100)

Mas, que é cidadania?

Sabemos que a cidadania relaciona-se diretamente ao processo histórico-social. Desta forma, esta pode ser compreendida de diversas maneiras. Pode relacionar-se ao direito de pertencer a uma nação, igualdade perante a lei, liberdade de ir e vir, de liberdade de pensamento, expressão, crenças, etc; pode-se também ligar-se ao direito de participação, de se manifestar e de ser ouvido. (PERUZZO, 2002)

Vinculam-se, ainda, à cidadania os direitos civis (séc. XVIII) políticos (séc. XIX), sociais (séc. XX), culturais (séc. XXI). A conquista dos direitos impulsiona-se quando os cidadãos criam a consciência do direito de ter direitos, o que, certamente, implica em deveres.

Por uma atualização da noção de cidadania, Rubim salienta que na atual condição social, a existência física apresenta-se como necessária, mas insuficiente para a existência pública. Para o autor, "*Além da existência física em espaços geográficos torna-se imprescindível, para um ente adquirir existência pública, que ele tenha acesso, que ele circule e mesmo que ele habite cotidianamente o espaço eletrônico em rede*". (2003, p. 110)

Para ele, desta forma pode ser assegurada a existência pública aos entes sociais. Não com o objetivo de afligir a noção de cidadania nem de abrandar o alento dos utópicos, mas pela grave situação do panorama mundial, o que deduzir quando as estatísticas mostram o quase nulo acesso à internet pelas classes com menor rendimento salarial (IBGE, 2005)? "*Com a globalidade a produção do público está associada, mais do que nunca, a existência virtual dos atores sociais em redes eletrônicas mundiais*" (RUBIM, 2003, p.110). O mesmo é válido para o acesso aos meios de comunicação de massa, mas não apenas na passividade de receptores e sim, também, como emissores.

Desta forma, devido à atual configuração social, talvez devamos pensar em uma nova faceta da cidadania: a digital. Por uma ação dialógica, observa-se que

(...) educadores e comunicadores poderão ver que já não mais trabalham com massa, mas com sujeitos sociais no exercício do conhecimento. A nova ação dialógica dos oprimidos pela exclusão da sociedade informática pode ser a premissa para todos os nossos métodos de alfabetização digital. (ALVES, 2003, p. 215)

Não é sem razão que Paulo Freire aborda a ausência de participação e vivência comunitária do homem brasileiro:

O Brasil nasceu e cresceu sem experiência de diálogo. De cabeça para baixo, com receio da Coroa. Sem imprensa. Sem relações. Sem escolas. Doente. Sem fala autêntica. (...) Entre nós (...) o que predominou foi o mutismo do homem brasileiro. Foi a sua não-participação na solução dos problemas comuns. Faltou-nos, na verdade (...), vivência comunitária. (Apud MARQUES DE MELO, 2006, p. 22)

Segundo Marques de Melo, trata-se do embrião da mídia cidadã. Desprovido de suportes midiáticos e referentes simbólicos, o povo brasileiro foi criando sua própria mídia (artesanal, artilosa, criativa).

Por fim, ressaltamos que

(...) ser cidadão significa ter os direitos civis respeitados; participar do exercício do poder político; usufruir de um modo de vida digno (...) e ter acesso ao conhecimento, mas também comunicar-se através dos meios tecnológicos que a humanidade desenvolveu e colocou a serviço de todos. (PERUZZO, 2002, p. 85)

Registramos ainda a contribuição da "Carta de São Bernardo"<sup>3</sup>. Trata-se de um mapeamento da mídia cidadã brasileira que tem a finalidade de contribuir para a ampliação da cidadania. Para esta pesquisa a cartografia intelectual de São Bernardo assume premente colaboração quando discute a questão da potencialidade da mídia local no desenvolvimento da cidadania:

A mídia local/regional ocupa papel-chave no desenvolvimento da cidadania, possuindo interfaces com as questões sociais, econômicas, políticas e culturais. Apesar do crescimento e diversidade da mídia local, persiste a reprodução dos padrões da grande mídia nacional/global, com pouco espaço para novos formatos, linguagens e mesmo conteúdos apropriados. (Apud MARQUES DE MELO, 2006, p. 32)

Buscando entender as relações entre a mídia local e a cidadania na imprensa pirajuiense discutiremos questões acerca da “participação”, pois, consideramos que a relação entre participação e cidadania dá-se de forma diretamente proporcional, ou seja, quanto mais efetiva a participação popular nos meios de comunicação maior a possibilidade do exercício da cidadania.

## 2.1 Participação popular

Para que os alicerces da mídia estejam cravados nos princípios da cidadania e democracia, entendemos que se torna imprescindível a participação do cidadão como sujeito e protagonista na comunicação social efetivando, assim, maiores níveis de participação e, por fim, colocando as potencialidades da comunicação a serviço do cidadão.

Tomamos por base os apontamentos de Peruzzo (2004) que utiliza conceitos de vários autores significando o acesso, o tomar parte, o partilhar, os conceitos de co-gestão e de autogestão e engloba em três as diferentes modalidades de participação popular: participação passiva, participação controlada e a participação-poder. Salienta-se que estas podem concretizar-se dialeticamente (2004).

Na participação passiva o indivíduo desenvolve “*uma postura de espectador e de conformismo, (...) ela consente, se objetiva, se submete e simplesmente delega o poder a outra*”. Aqui o exercício do poder é do tipo autoritário.

Com seu início podendo ser em “*decorrência de pressão das próprias bases, como uma conquista, ou ser concedida de cima para baixo*”, a participação controlada recebe este denominação por evidenciar algumas restrições à participação popular. “*A participação controlada é limitada, ou seja, é favorecida e possível somente nos aspectos ou até o ponto que as instâncias detentoras do poder permitirem. (...) Manipula-se a comunidade para adequar suas demandas aos interesses de quem detém o poder*” (p. 79-80). Por fim, a participação-poder favorece a “*participação democrática, ativa e autônoma, propiciando, de modo mais completo, o crescimento das pessoas ou das organizações coletivas enquanto sujeito*” (p. 81). Expressões como co-gestão e autogestão adquirem aqui visibilidade.

A co-gestão implica em co-participação ativa na gestão de uma instituição. Delegam-se parcelas do poder, mas as decisões centrais permanecem sob responsabilidade da cúpula hierárquica.

Já a autogestão refere-se à participação direta da população, no que se refere à tomada de decisões. “*Desta forma, as decisões que dizem respeito aos trabalhadores de uma oficina devem ser tomadas pelos trabalhadores dessa oficina*” (apud PERUZZO, 2004, p. 85). Supõe-se, então, que o exercício da decisão partilhada requer a existência de “*canais desobstruídos, informações abundantes, autonomia, co-responsabilidade e representatividade*” (p. 87).

Os níveis de participação nos meios de comunicação populares ou comunitários também são classificados por Peruzzo (p. 144) da seguinte forma:

- Mensagens: participação nas entrevistas, depoimentos, denúncias, avisos, etc;
- Produção: participação na produção de notícias, artigos, poesias e desenhos transmitidos pelo meio de comunicação, além da preparação (linha política, objetivos, estrutura, conteúdo), elaboração (textos, roteiros, locução) e edição (seleção, cortes) de materiais midiáticos;
- Planejamento dos meios: participação na política editorial, objetivos, formatação dos programas, gestão, formas de sustentação financeira;
- Gestão dos meios: participação no processo de administração e controle do veículo.

No contexto sócio-histórico brasileiro observamos que a realização de uma participação efetiva deverá acontecer de modo lento devido a diversos fatores como os valores autoritários difundidos na sociedade e à falta de conscientização política. “*Pretender alcançar um grau de participação mais elevado é algo de difícil concretização*” (p. 73). Entretanto, a realização da ampliação da cidadania e da participação na comunicação social nos parece possível. Disto divergem os líderes de conglomerados midiáticos que lutam a qualquer custo para uma ampliação da centralização do poder e do autoritarismo. Ainda assim,

(...) a participação e a comunicação representam uma necessidade no processo de constituição de uma cultura democrática, de ampliação dos direitos de

cidadania e da conquista da hegemonia, na construção de uma sociedade que veja o ser humano como força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do desenvolvimento histórico. (p. 296)

Através destes conceitos apresentados e de uma observação assistemática de conteúdo da mídia local tentaremos entender o espaço reservado ao exercício da cidadania na mídia local, através dos níveis e modalidades de participação popular.

### 3. Pirajuí Rádio Clube

A Pirajuí Rádio Clube integra a Rede Católica de Rádio (RCR). Dessa forma a programação local vai ao ar das 5 às 18 h quando entra no ar a programação da Rede. A RCR é uma associação de emissoras vinculadas à Igreja Católica que, além de veicular programas religiosos, contribui para um processo de cooperação entre as emissoras integrantes seja pela possibilidade da troca de experiências, de aperfeiçoamento profissional, de captação de informações, de partilha de recursos, além de se configurar como um canal para o pronunciamento da Igreja.

Com uma potência de 1000 watts a Clube atinge um raio de cobertura de 60 km chegando a 11 cidades da micro-região de Pirajuí.

A grade de programação da emissora fica assim basicamente distribuída: **Clube Sertanejo**: um programa de “músicas sertanejas de raiz” que tem como público alvo os produtores rurais e o homem do campo; **Amigos pela fé**: programação religiosa direcionada a evangelização; conta com participação do Padre local; **Momento de fé**: retransmitido através da Rádio Globo e Rede Milícia Sat, é apresentado pelo Padre Marcelo Rossi; **Experiência de Deus**: retransmitido pela Rádio Clube B2 de Curitiba, apresentado pelo Padre Reginaldo Manzotti; **Clube Notícias**: noticiário com informações locais, regionais, nacionais e internacionais. Além da produção local conta com repórteres da rede RCR; **Programa Maria Lúcia**: programa feminino que apresenta receitas, dicas de culinária, dicas de beleza e saúde, além de participação do Padre Zezinho; **Programa José Antônio**: programação musical, notícias do mundo artístico, mensagens. Conta ainda com a “Consagração à Nossa Senhora Aparecida”, veiculada pela rede RCR;

**Encontro Sertanejo**: musical sertanejo; apresenta músicas sertanejas da atualidade.

A emissora conta ainda com boletins informativos locais, regionais e nacionais durante a programação.

Na tentativa de driblar a crise financeira por que a emissora vem passando foi criado o projeto “Amigos pela Fé”, grupo de associados que contribui mensalmente com quantias de em dinheiro. 90% do total arrecadado destinam-se à manutenção da emissora enquanto que 10% são reservados para auxílio às gestantes carentes. O projeto veste uma roupagem de “evangelização social”. Consideramos que o projeto promove auxílio a algumas necessidades, entretanto, como nos mostra Peruzzo, a mídia local “*tem interesse em contribuir para a ampliação da cidadania desde que as estratégias adotadas para tanto ajudem na consecução dos interesses empresariais*” (2003, p. 11). O mesmo acontece com “programetes” veiculados durante a programação com dicas de saúde, reclamações de moradores sobre a precariedade de recursos na comunidade.

Anualmente é promovido pela emissora o “Evangeliza-Show” onde cantores religiosos são contratados para um show musical, geralmente próximo ao feriado de 12 de outubro. Estes eventos servem como ajuda para manter a credibilidade junto aos ouvintes, através de uma interação na vida da comunidade e, ao mesmo tempo, aumentar a arrecadação financeira local.

Nota-se um reduzido quadro de funcionários na emissora que, atualmente, opera com um consultor, um jornalista e locutor, um administrador e locutor, três técnicos de som, além dois locutores que trabalham por comissão.

O “Clube Notícias”, com uma hora de duração, apresenta, em sua maior parte, informações nacionais e internacionais, benefício gerado pela participação na rede RCR, além da facilidade gerada pelas notícias disponibilizadas em sites de notícia. Uma pequena parte do radiojornal fica reservada às informações locais e regionais.

Importante, talvez, seria destacar o quadro “Tribuna do Povo” destinado às reclamações da população. É um espaço reservado às reivindicações da comunidade e que vai ao ar em algumas poucas edições do radiojornal. Apesar de um canal aberto de participação, salientamos suas limitações

devido à existência de uma espécie de contrato entre a comunidade, as autoridades e a emissora onde os interesses da primeira não podem se chocar com os dos órgãos do poder e da emissora.

Em relação aos conteúdos, acatamos na íntegra os apontamentos de Peruzzo:

Os conteúdos tendem a ser, majoritariamente, parte daqueles tratados pela grande mídia, mas com enfoque local e regional, como por exemplo: CPI numa Câmara Municipal, informações sobre clima-tempo, programas de cunho social bem sucedidos na região, prisão de pessoas por delitos cometidos, catástrofes, entrevistas com prefeitos e outros membros do poder executivo municipal, entrevista com vereadores, cobertura de fatos relacionados a hospitais e escolas da região, notas ou campanhas de interesse público, questões de meio ambiente, problemas sociais e escolas da região, notas ou campanhas de interesse público, questões de meio ambiente, problemas sociais, esporte local, etc. (2003, p. 11)

Devido às restrições no quadro profissional as informações locais são, muitas vezes, gravadas pelo telefone enquanto que as regionais são garimpadas nos sites de jornais impressos da região (Jornal da Cidade, de Bauru, e Jornal Debate, de Lins). “*Em geral a imprensa do Interior não dispõe de infra-estrutura moderna, nem de mão-de-obra qualificada em quantidade suficiente para cobrir os acontecimentos em nível local*”. (PERUZZO, 2003a, p. 73)

A participação ocorre, em sua maioria, no pedido de músicas, de orações nos programas religiosos, através de cartas, telefonemas, depoimentos em reportagens, e alguns poucos espaços reservados aos reclames da comunidade, como o “Tribuna do Povo”.

A gestão da emissora reserva-se aos funcionários e técnicos contratados, inexistindo mecanismos de representatividade<sup>4</sup>. A relação destes com a emissora e, conseqüentemente, com os cidadãos parece-nos apenas comercial.

Ressaltamos o fato da configuração da emissora tender para um veículo comercial. Assim ressaltamos a possibilidade da participação ser controlada e se restringir ao nível das mensagens.

#### 4. Rádio Jornal FM

A Associação Cultural Comunitária de Pirajuí foi fundada em 1996. A nosso ver, e conforme depoimento de Américo Pereira, membro da diretoria, a finalidade da criação desta encontra-se desvinculada aos interesses comuns e aos movimentos sociais e comunitários:

A fundação da Rádio Jornal FM aconteceu gradativamente. Primeiro foi fundada a Assoc. Cult. Comunitária de Pirajuí em 1996, quando foi reunido um grupo que constituiu um estatuto social. A partir daí foi formada uma diretoria, conselho deliberativo e realizada a primeira reunião registrada em Ata tratando da fundação de uma emissora de rádio.<sup>5</sup>

Através desta fala de Pereira, percebemos que a finalidade principal da criação da Associação era o pedido da concessão de uma Rádio Comunitária. É de conhecimento comum que as “RadCom” são concessões feitas pelo Governo Federal e regidas pela Lei 9.612/98.

Atualmente, a emissora cumpre uma jornada de 18 horas de programação: **Som da Terra**: programação musical sertaneja; **Conecsom**: programação musical e algumas informações de entretenimento; **Jornal 105**: informações internacionais, nacionais, regionais e locais. Conta com produção local, e áudios de notícias de sítios da internet; **Visão Cristã**: programa da Igreja Batista Cristã Missionária; **Frequência Máxima**: participação do ouvinte no ar com pedidos musicais e notícias de entretenimento; **Caravana 105**: programação sertaneja; **A hora da Ave-Maria**: orações católicas; **Pau na Máquina**: musical.

Veiculam-se ainda boletins informativos de hora em hora com áudios, em sua maioria, retirados do portal da Central de Radiojornalismo, disponível em <http://www.radiojornalismo.com.br/>.

Ao observarmos a programação desta emissora observamos o predomínio de espaços destinados à música, selecionadas seja através pedidos por carta, telefone, correio eletrônico ou pela própria equipe responsável pela produção e gestão<sup>6</sup>.

Destacamos ainda o fato de a programação ser muito parecida com a da Pirajuí Rádio Clube. A razão estaria ligada a uma tentativa da emissora em disputar uma fatia da audiência local e, principalmente, uma fatia do mercado local. A Clube faz parte da comunidade desde a década de 40,

enquanto que a Rádio Jornal iniciou efetivamente sua transmissão em 2004.

Endossamos os dizeres de Peruzzo (2006) quando considera que a apropriação do espectro de radiodifusão comunitária por indivíduos e instituições com interesses outros que não os comunitários e sociais gera distorções no seu uso. Mesmo autorizadas a funcionar sob o código legal das comunitárias essas trabalham por interesses particulares, ou seja, não deveriam receber o rótulo de “rádio comunitária”.

Os indivíduos e instituições têm o direito de usufruírem das ondas do rádio de baixa potência, seja com finalidades comerciais, políticas e/ou evangelizadoras, mas não no espectro da radiodifusão comunitária. Por que não criar uma legislação específica de rádio local que permita estes outros tipos de emissoras? (2006, p. 185)

Poderíamos justificar estas distorções nas “limitações de financiamento que levam algumas emissoras a uma maior dependência [do mercado e] do poder público local, com o conseqüente risco de condicionamento de conteúdos” (SILVA, 2007, p. 167), entretanto, se observarmos a principal finalidade da criação da Associação perceberemos o escopo da centralização da gestão e produção. A gestão desta emissora restringe-se à cúpula organizacional, aos poucos funcionários e aos interessados e possibilitados em adquirir um horário na programação.

Por vezes, a emissora estabelece contratos com locutores interessados em participar na programação. Todo o lucro angariado através dos anúncios publicitários para o programa é destinado aos locutores e uma quantia fixa é repassada à diretoria da Associação.

Nesta perspectiva, distancia-se da potencialidade de uma “rádio comunitária” proporcionar a democratização da informação, a participação, o exercício da cidadania e a educação informal e não-formal.

A emissora, que transmite a um raio maior que o autorizado pela legislação, disponibiliza um portal na internet com um histórico, músicas mais tocadas, promoções, publicidade, canal para participação através do “Mural de recados”, enquetes, programação, galeria de fotos e um recurso que possibilita o internauta ouvir conteúdos através da internet<sup>7</sup>.

Além da ausência do termo comunitário ou comunidade, seja no nome fantasia da emissora, seja no texto de apresentação, o *site* disponibiliza o *link* “Anuncie aqui” que anuncia:

Nossa emissora tem grande dimensão no território regional, com abrangência em diversas cidades que compõe nossa região. Fazendo sua publicidade aqui seu trabalho e esforço será levado a que possa desconhecer seus trabalhos.

Desenvolvemos e produzimos todos os estilos de spots, comerciais, jingles para qualquer tipo de comércio ou instituição que seja.

(...)

Será uma satisfação ter você como cliente!  
(Documento eletrônico. Acesso em 28/08/2007).

Resta-nos apontar para a configuração desta rádio comunitária como uma micro-empresa, característica de veículos que

Operam o sistema de som enquanto meio para veiculação de anúncios e outras formas de patrocínio visando o lucro particular. Claro que acabam prestando algum serviço de utilidade para o local, chegando às vezes até mesmo a transmitir notícias das associações de moradores. (PERUZZO, 1998, p. 6)

## 5. O Alfinete

Com idéia de Basílio Altran e fundação de Paulo Vilela, no final da década de 80 nascia este semanário. Através de “recadinhos” e notícias rápidas – *drops*, o jornal pretendia “alfinetar” as autoridades a população. Em 2001, com a morte de Vilela, Marcelo Pavanato assume a direção do jornal que é substituído por sua esposa, Fátima Guermandi, a partir de 2004, ano de seu falecimento.

Desde a fundação o “O Alfinete” passou por três formatos: “um oitavo” até 2006, quando passa ao formato “standart” e 2007, quando é editado em formato “berlinner”. Nestes últimos anos, o semanário passou da linha editorial de entretenimento, com “recadinhos” e *drops*, para um estilo de notícias e colunas.

Com uma pretensão micro-regional o jornal circula aos sábados em Pirajuí ao preço de R\$ 1,50 e, posteriormente, é entregue nas cidades vizinhas.

O jornal compõe-se de informações locais e regionais, além de colunas, publicação de editais dos órgãos do poder da região, horóscopo, aniversariantes da semana,

datas comemorativas, nota de falecimento, nascimentos ocorridos no município, palavras cruzadas e curiosidades. Segundo informação publicada nas edições, tem tiragem de 1.500 exemplares.

Procuramos levantar a centimetragem das informações publicadas na edição do dia 4 de agosto de 2007 ao que obtivemos o seguinte resultado: a) **notícias:** 29,2%; b) **colunas:** 29,6%; **anúncios publicitários:** 29%; **editais:** 1,5%; **outros:**<sup>8</sup> 10,6%.

Observamos os altos números de anúncios publicitários e colunas. Desta forma, consideramos que a mídia local possui características peculiares que vão desde uma abrangência maior do que a comunitária até suas finalidades mercadológicas.

A grande incidência de colunas, apesar da pluralidade que proporciona, a nosso ver, denota as limitações de ordem econômica do veículo que precisa recorrer às contribuições de profissionais locais. As colunas são escritas por advogado, fisioterapeuta, sociólogo, historiador, líderes de igrejas, estudante e músico.

Pedro G. Pavanato, diretor do semanário salienta que “O Alfinete” publica atos oficiais da Prefeitura de Pirajuí e da Câmara Municipal de Avaí, município da micro-região. Expressa, ainda, como um dos principais objetivos do jornal, “conquistar o direito de publicar atos oficiais de outras prefeituras e câmaras municipais”<sup>9</sup>.

Para Peruzzo (2003), algo trivial em jornais do interior são as

(...) matérias pagas na forma de editais do setor público, que tendem a ocupar grande parte das páginas dos jornais do interior. No caso dos jornais de bairro da cidade de São Paulo, os anúncios publicitários enchem páginas e páginas, mais parecendo que são veículos para classificados e anúncios do que para jornalismo. (PERUZZO, 2003, p. 14)

Destacamos a fala de Dornelles quando alerta para o fato de que manter o jornal como instrumento de comunicação político-partidária pode garantir a incredibilidade junto ao público (2006, p. 101). Seguindo esta linha de produção jornalística observamos um jornalismo desvinculado dos interesses da comunidade, dos movimentos sociais, do bem comum.

Neste veículo a gestão restringe-se à proprietária, ao diretor e aos colaboradores colunistas. O maior nível de participação verifica-se nas colaborações de profissionais locais com suas colunas, além de isolados reclames, reivindicações feitos através de cartas e telefones, e na divulgação de alguns eventos populares.

O semanário mantém um portal na internet que, segundo seu diretor, é atualizado semanalmente com as informações do jornal impresso.

## 6. Gazeta de Pirajuí

Com circulação nos municípios de Pirajuí, Balbinos, Reginópolis, Pongai, Uru, Presidente Alves, Avaí, Iacanga, Arealva e Jacuba, o semanário conta com basicamente três profissionais: Orlando Moreira, proprietário; José Antônio Moreira, irmão de Orlando; Juliana Moreira, filha de Orlando e JC Moreira. Na parte do “expediente” do jornal há a indicação de filiação à ADJORI – Associação dos Diretores de Jornal do Interior e à Abrajori – Associação Brasileira dos Jornais do Interior.

Como se observa, a gestão deste *media* limita-se aos familiares do proprietário. Desta forma a participação popular dá-se por sugestões através de cartas e telefonemas. Entretanto, observa-se que se a participação é extremamente limitada devido ao comprometimento político. Conforme explicitado anteriormente a mídia local ao mesmo tempo em que se configura como potencial campo para a promoção da comunicação participativa por vezes encontra-se inserida em limitações de ordem político-econômicas.

A edição de 04 de agosto de 2007 registrou a seguinte proporção nos tipos de publicação: a) **notícia:** 31%; b) **anúncios publicitários:** 52,5%; c) **editais:** 3,63%; d) **colunas:** 13%.

Aqui consideramos que o impresso aparenta muito mais ser um caderno publicitário e/ou de publicação de atos oficiais dos órgãos políticos locais do que jornalístico.

Através de observação assistemática de conteúdo, percebeu-se uma tendência contrária ao grupo político no exercício do poder no município de Pirajuí e favorável aos grupos no exercício do poder nos outros municípios de circulação, em diversas notícias. Atentamos para o fato do contrato do executivo de Pirajuí para a publicação de atos



oficiais dar-se com o semanário “O Alfinete”. Solicitamos pessoalmente e por diversas vezes outras informações ao proprietário do semanário. Aguardamos retorno.

## 7. Gazeta Regional

Inaugurado em 2004, com circulação nas cidades da micro-região o jornal, filiado à Adjori – Associação dos Jornais do Interior de São Paulo, encontra-se registrado em nome de Rita de Cássia Romani Moreira, esposa de Orlando Moreira, proprietário do “Gazeta de Pirajuí”. Conta, ainda, com os mesmos integrantes da equipe deste outro semanário.

As configurações deste jornal assemelham-se às do “Gazeta de Pirajuí” haja vista o mesmo grupo de gerência. A participação se dá de forma controlada e limitada aos interesses político-econômicos do grupo.

Quantificamos os tipos de informações publicadas na edição de 4 de agosto de 2007 da seguinte forma: a) **notícia:** 45%; b) **anúncios:** 30,8%; c) **edital:** 11,8%, d) **coluna:** 7,8%; e) **classificados:** 4,7%.

Aqui observamos uma incidência maior às notícias, entretanto, alertamos ao fato de a maior parte deste tipo de informação publicada pelo jornal ser composta por fotos em tamanhos desproporcionais ao tamanho dos textos de cada notícia.

Da mesma forma, solicitamos outras informações. Aguardamos retorno.

## Considerações

Consideramos, a partir do caso de Pirajuí, que a participação popular nos meios de comunicação contribui para a formação do cidadão em um processo de educomunicação, onde os envolvidos desenvolvem habilidades outrora negligenciadas, como ampliação da consciência de seus direitos, capacidade de expressão verbal, experiência técnica<sup>10</sup>, etc.

A mídia local, por sua proximidade territorial, configura-se como um espaço em potencial para o desenvolvimento deste processo citado, entretanto, devido a comprometimentos políticos, econômicos e limitações tecnológicas e profissionais estes espaços tornam-se cada vez mais escassos, a participação passa a ser limitada aos interesses dos grupos midiáticos e o processo de mobilização e motivação para o exercício da cidadania acaba desvinculado.

Neste caso, as modalidades de participação predominantes são o telefonema, as cartas, além de um diferencial que a mídia local proporciona: trata-se da participação através da presença física da população que sabe onde o veículo de comunicação está instalado e, na maioria das vezes, conhece os profissionais envolvidos. Observa-se que a mídia local, apesar das limitações acima citadas, proporciona um nível maior de participação em comparação à grande mídia. Em contrapartida, se compararmos estes aos níveis ideais para o desenvolvimento de processos educativos e do exercício da cidadania perceberemos a necessidade de uma outra comunicação, comunitária e dialógica.

## Referências Bibliográficas

- ALVES, Luiz Roberto. Cidade, Comunicação e Desenvolvimento Local. In: PERUZZO, C.M.K.; ALMEIDA, F. F. de (org.). *Comunicação para a Cidadania*. São Paulo: Intercom/Unep, 2003.
- DORNELLES, Beatriz. Imprensa Local. In: MARQUES DE MELO, J.; GOBBI, M. C.; SATHLER, L (org.). *Mídia Cidadã: Utopia Brasileira*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Documento eletrônico. Disponível em <<<http://www.ibge.gov.br>>> Acesso em 10/08/2007.
- MARQUES DE MELO, José. *Mídia Cidadã: Utopia Brasileira*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- PERUZZO, Cicilia Maria K. *Participação nas rádios comunitárias no Brasil*. Versão ampliada de Paper apresentado no GT Cultura e Comunicação Popular, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife/PE, 9 a 14/09 de 1998. Disponível em <<<http://www.bocc.ubi.pt>>> Acesso em 10 de outubro de 2008.
- \_\_\_\_\_. Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania. In: *Palestra proferida no III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación*. Bolívia, Santa Cruz de la Sierra, junho de 2002.
- \_\_\_\_\_. *Mídia Local e suas interfaces com a Mídia Comunitária*. XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, set/2003, NP Comunicação para a Cidadania.

\_\_\_\_\_. Mídia Local: uma mídia de proximidade. *Comunicação Veredas*: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília. Marília: Arte & Ciência, 2003a.

\_\_\_\_\_. *Comunicação nos movimentos populares*: a participação na construção da cidadania. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. Rádios Comunitárias: entre controvérsias, legalidade e repressão. In: MARQUES DE MELO, J.; GOBBI, M. C.; SATHLER, L (org.). *Mídia Cidadã*: Utopia Brasileira. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Cidadania, Comunicação e Cultura. In: PERUZZO, C.M.K.; ALMEIDA, F. F. de (org.). *Comunicação para a Cidadania*. São Paulo: Intercom/Uneb, 2003.

SILVA, Maria Terezinha da. Gestão e mediações nas rádios comunitárias: um diagnóstico do Estado de Santa Catarina. In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Paulus, v.30, n. 1, jan-jun 2007.

WELTMANN, Jango. *Pelos Caminhos de Pirajuí*: história e progresso da “Terra do café”. Pirajuí, 1985.

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade de Marília. Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Endereço eletrônico: volpatomarcelo@hotmail.com

<sup>2</sup> Valor Adicionado constitui-se da receita de venda deduzida dos custos dos recursos adquiridos de terceiros. Portanto, o quanto a entidade contribuiu para a formação do Produto Interno Bruto (PIB) do país.

<sup>3</sup> Convocados pela Cátedra UNESCO/METODISTA de Comunicação e pela World Association for Christian Communication (WACC – América Latina), pesquisadores e ativistas de Comunicação Social de todo país reuniram-se na Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo, em 2005, para avaliar o Mapa Brasileiro da Mídia Cidadã. Como um dos frutos deste Seminário publicou-se *Mídia Cidadã: Utopia Brasileira* (2006).

<sup>4</sup> Ver aprofundamento sobre participação e níveis de participação na comunicação em PERUZZO (2004) e em MILANI, María Teresa. La participación del público en los medios locales: un espacio configurado por vínculos. In: *Temas y problemas de comunicación*. Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto/Argentina, 2002.

<sup>5</sup> Entrevista concedida ao autor, via correio eletrônico.

<sup>6</sup> Sobre tipos de participação nas rádios comunitárias, “tipos” de rádios comunitárias ver PERUZZO (1998).

<sup>7</sup> Sobre as formas de ocupação do espaço na rede pelas rádios comunitárias ver PERUZZO, Cíclia M. Krohling. Rádio Comunitária na Internet: empoderamento social das tecnologias. In: *Revista Famecos*. nº. 30, Porto Alegre, 2006.

<sup>8</sup> Inclui-se aqui horóscopo, palavras cruzadas, datas comemorativas, nota de falecimento, nascimentos ocorridos no município, fatos históricos da cidade ou sobre pessoas de destaque, piadas, “Cat da Semana”, etc.

<sup>9</sup> Entrevista concedida ao autor, via correio eletrônico.

<sup>10</sup> Exemplos de processos de educomunicação ver PERUZZO, Cíclia M. K. Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel (org.). *O retorno da comunidade*: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.