



## A Comunidade no Ar<sup>1</sup>

Renata Arteiro da SILVA<sup>2</sup>  
Mônica Bortolotti dos SANTOS<sup>3</sup>  
Aline AZEVEDO<sup>4</sup>  
Caroline Delevati COLPO<sup>5</sup>  
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

### RESUMO

Este trabalho fala sobre Projeto de Extensão Café Comunitário, realizado na Universidade Feevale, que ocorre através do programa de rádio e TV Café Comunitário. O principal objetivo do projeto é promover a comunicação comunitária, realizado por acadêmicos de jornalismo através de programas de rádio e TV sobre assuntos pertinentes a vida das comunidades de Novo Hamburgo e região. Todas as sextas-feiras, entre às 16h e às 17h, o programa é transmitido ao vivo na Rádio ABC 900 AM e uma vez ao mês um dos programas é produzido e gravado também para TV, onde fica no ar durante o mês, com a participação direta de cidadãos das comunidades convidados para entrevistas e debates, e com repórteres nas ruas, trazendo novas opiniões e anseios das comunidades através de reportagens.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; comunidade; mídia; informação.

### INTRODUÇÃO

A comunicação comunitária ou popular<sup>6</sup> em como protagonistas o próprio povo e/ou as organizações e pessoas a ele ligadas organicamente (PERUZZO, 1998, p. 127). Pensando nisso, que foi lançado em 2003, o Projeto de Extensão Café Comunitário, que é um programa de rádio e TV, feito nos estúdios da Universidade Feevale e transmitido ao vivo, no caso do rádio, pela Rádio ABC 900 AM<sup>7</sup> para a região do Vale do Sinos e Paranhana, e gravado para a TV Feevale<sup>6</sup> uma vez ao mês. Os programas acontecem

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Expocom de 2011, na categoria de Jornalismo, modalidade: Programa Laboratorial de Radiojornalismo.

<sup>2</sup> Aluna Líder do grupo e Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo, email: renataarteiro@feevale.br

<sup>3</sup> Estudante do 6º Semestre do Curso de Jornalismo, email: monicabs@feevale.br

<sup>4</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo, email: alineazevedo@feevale.br

<sup>5</sup> Orientadora do Trabalho, Professora do Curso de Comunicação Social, email: carolcolpo@feevale.br

<sup>6</sup> Neste trabalho a comunicação comunitária e popular são entendidas como sinônimos.

<sup>7</sup> A Rádio ABC 900 AM do Grupo Editorial Sinos possui, hoje, uma abrangência de 48 cidades da região, tornando assim o público vasto e diversificado. O uso da TV Feevale, para a veiculação mensal de um dos programas produzidos, se dá pela necessidade de trabalhar com temas comunitários na grade de programação de uma TV de uma universidade comunitária.



semanalmente, todas as sextas-feiras, entre às 16h e às 17 horas. Nele, são debatidos temas como saúde pública, educação, economia, segurança pública, cultura, entre outros de cunho social, tendo como ponto de partida as comunidades locais, e sempre que necessário, se relacionando com outros pontos de vista, inclusive de relevância nacional, que possam atingir regionalmente a população. Os programas são realizados com a atuação direta de estudantes do curso de Jornalismo da Feevale, que exercitam as técnicas relacionadas ao seu aprendizado teórico nas três disciplinas presentes no currículo, de Radiojornalismo I e II e de Telejornalismo I. Além de colocar em prática a teoria que aprendem em sala de aula, os acadêmicos participantes do projeto passam a entender melhor o tema da comunicação popular, e como devem e podem ser inseridas pessoas da comunidade dentro de mídias como o rádio e a TV, tornando-os espaços de democracia, como afirma Cicilia Peruzzo.

Ela (a comunicação comunitária) é um espaço de comunicação democrática, vinculada aos interesses dos segmentos subalternos da população, tanto em sua metodologia quanto em sua forma e em seu conteúdo. Isto evidencia-se nos fatos de ela: significar a abertura de novos canais para segmentos sociais sem garantia de acesso aos meios massivos para expor suas ideias e suas reivindicações; (PERUZZO, 1998, p. 126)

A escolha do uso do rádio e da TV para transmitir o programa Café Comunitário não foi por acaso. Qualquer um desses meios tem características específicas que contribuem para o objetivo do programa, de alcançar as comunidades e trazê-las para participar do debate. A TV é um meio singular, que capta os telespectadores pela imagem, e pode ser assistida por qualquer tipo de público, pois hoje, no Brasil, 94% dos domicílios tem uma TV<sup>8</sup>. Ela influencia as pessoas, segundo Cathrine Kellison.

A TV está em nosso lares e é uma faceta do nosso dia-a-dia que podemos desfrutar sozinhos ou em grupo. Sua presença pode ser uma fonte de contato humano e, devido ao seu imediatismo, ela é a principal fonte de informações para muitas pessoas. (KELLISON, 2007, p. 26)

Assim como a TV, o rádio, onde o programa surgiu primeiramente, é uma mídia de fácil acesso pelas comunidades. Além de ter uma linguagem fácil, de uso coloquial, fazendo com que qualquer tipo de público possa entender o que está sendo dito. O rádio contribui para que o programa possa ser ouvido e compreendido por diferentes públicos,

---

<sup>8</sup> A TV Feevale, onde é transmitido o programa, é uma TV a cabo. Estas foram as condições que se tinha para produzir o programa e veiculá-lo, mas sabe-se que o ideal seria transmiti-lo em uma TV aberta.



o que acontece conforme o autor Emílio Prado, (1989, p. 18) “por não exigir conhecimento especializado para a decodificação e a recepção nas condições mais diversas, todas elas favorecidas pela autonomia concedida ao aparelho receptor”. O autor Eduardo Meditsch fala do rádio como um meio que pode ser alcançado por todos.

Aprofunda e contrapõe ideias e opiniões com facilidade e orienta as massas - urbanas como o cão de um cego. Põe em contato os mais remotos sítios do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio. É um serviço quase sempre gratuito, que não toma tempo, nem monopoliza a atenção do público. E é assim, mesmo sem a palavra escrita e sem as imagens, suportes que, para muitos, parecem esgotar todo o mundo da informação de nosso tempo. (MEDITSCH, 1999, p. 21)

Além disso, o rádio é de grande facilidade, permitindo que se façam programas de locais diferentes e longe de estúdios de rádio convencionais. Exatamente como foi feito em um dos programas apresentados nesta Exposição, onde foram levados equipamentos para que um estúdio alternativo fosse montado em um abrigo de crianças carentes, e o programa foi realizado diretamente do local, tornando mais próximo ainda a mídia da comunidade.

## **OBJETIVO**

O objetivo principal do projeto é trabalhar com a geração e difusão da informação para as comunidades de Novo Hamburgo e região, através do espaço radiofônico e televisivo. Usando das características citadas acima, que o programa Café Comunitário, quer alcançar as comunidades, e mais do que isso, atualmente faz com que elas sejam uma das fontes de informação do programa, que é feito em forma de debate, com convidados presentes no estúdio. Além disso, outro principal objetivo é dar voz a comunidade e transformar essas pessoas de ouvintes a participantes dentro das mídias, como por exemplo, de uma rádio comercial como é a Rádio ABC 900 AM<sup>9</sup>. Esse tipo de veículo não é considerado errado por não ser comunitário, pelo contrário, ao abrir o espaço de uma hora por semana, dentro de sua programação para o Café Comunitário, ele mostra que tenta fazer a sua parte, e assim como, a comunicação comunitária

---

<sup>9</sup> A Rádio ABC 900 é uma rádio comercial, que não possui em sua grade de programação, programas voltados à comunidade. O vínculo entre o Projeto e a Rádio é estabelecido nas condições de ceder uma hora semanalmente de sua programação para o Café Comunitário, sem que haja qualquer interferência da Rádio na escolha das pautas do programa.



também deve e pode permitir programas diferentes e informativos dentro de sua grade de programação.

Os veículos de comunicação massiva não são, portanto, necessariamente, “perversos” com relação aos interesses populares. Eles, enquanto meios técnicos, permitem diversas formas de emprego, como já disse Brecht há muitos anos. Muitas experiências, principalmente no setor da radiofonia, tem demonstrado sua potencialidade quanto a um trabalho educativo na perspectiva emancipadora. O fato é que a comunicação popular também pode valer-se deles. Do rádio, por exemplo, divulgando mensagens de interesse dos setores subalternos dentro da programação convencional, conseguindo espaço para iniciativas próprias, obtendo a concessão de emissoras ou constituindo canais livres. (PERUZZO, 1998, p. 131 e 132).

O projeto quer disseminar informação, mas quer também saber a opinião das pessoas das comunidades sobre assuntos pertinentes a elas. Assim como em um dos programas apresentados, no qual falou-se sobre o Direito dos Idosos. Não se poderia falar sobre isso, sem trazer um idoso ao estúdio, que usa de transporte público coletivo, e que precisa usufruir desses direitos para ter mais dignidade. Muitas vezes, o programa torna-se um espaço de reivindicação sobre a precariedade de alguns setores públicos, como a saúde, por exemplo. Neste sentido, o programa quer abrir um espaço para discutir esses assuntos, e além disso, saber a opinião de quem usa diariamente esses serviços. E para informar a população, sempre se traz para o programa, pessoas do setor público ou privado que saibam explicar e dar informações importantes sobre o tema que está em debate. Com isto pretende-se que a comunidade possa, cada vez mais, desenvolver seu pensamento crítico sobre a situação em que vive e que perceba no programa um espaço para expor seus ideais.

## **JUSTIFICATIVA**

O projeto de caráter experimental se justifica, em um primeiro momento, por disponibilizar aos estudantes de Comunicação Social, em especial do Curso de Jornalismo, um espaço para a produção jornalística de caráter comunitário, no qual toda a produção de informação possa ser de valor reflexivo tanto para a comunidade receptora do projeto como para os próprios estudantes, que necessitam desenvolver uma formação social no decorrer da vivência universitária. Em um segundo momento, também de extrema relevância, percebe-se que a produção do programa possibilita a contribuição da Universidade Feevale nos espaços comunitários estimulando a população a promover um debate e um aprimoramento do espírito crítico sobre o papel



da mídia em termos de informação e entretenimento. Dentro das Universidades, existem diversos projetos que beneficiam as comunidades, ensinando cursos, fazendo atendimentos de saúde, etc. O Café Comunitário, apresenta às comunidades, a comunicação popular.

As abordagens sobre a comunicação participativa, na América Latina, revelam uma diversidade de interpretações. No fundo, ela tem sido vista como toda e qualquer forma de interferência popular nos meios. E, por se tratar, na maioria, de estudos de casos, ela é encontrada tanto em experiências rudimentares quanto em outras mais elaboradas, como na produção de programas radiofônicos, por exemplo. A participação tem sido efetivada em vários casos concretos de comunicação popular na América Latina. Parece mesmo ser uma meta já colocada desde a opção inicial por “dar voz aos que não a tem”. (PERUZZO, 1998, p. 141)

Com isto pode-se fomentar um avanço nos modos de percepção da realidade, promovendo a discussão própria das vivências de cada grupo social, aproveitando a mídia como um suporte de suas reivindicações, e não apenas, como um elemento de cultura da atualidade. Este projeto tende a ser uma brecha de reflexão para a população, na medida em que esta população se sente inserida no espaço midiático (rádio e TV), através do programa, e com isto passa a se sentir parte da discussão social, deixando de ver os produtos midiáticos apenas como massificantes e generalistas.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Como o programa é transmitido nas sextas-feiras, todas as segundas-feiras ocorrem reuniões de pauta, nas quais o assunto do programa daquela semana é desenvolvido. As pautas dos programas são pensadas com base na geração de informações, que possam agregar valor para comunidade contribuindo para a reflexão das atividades do dia-a-dia dos cidadãos. Além disso, muito dos assuntos debatidos nos programas vem diretamente das comunidades, através de questionários de avaliação aplicados no final de cada programa, com os representantes que participam do debate. Recolhendo essas informações, a equipe do programa constrói uma pauta que seja de grande repercussão social e que possa interessar às comunidades de Novo Hamburgo e região. Após a decisão da pauta, fazem-se contatos com os possíveis entrevistados, normalmente líderes e/ou participantes de outros projetos comunitários, e de setores das diversas comunidades, engajados em alguma atividade que se aproxime do tema principal das pautas e acertam-se os horários com os entrevistados. Dentro do espaço de uma hora,



além do debate, o programa conta com blocos especiais, como o Alô Comunidade. Este bloco permite os estudantes-repórteres irem até as comunidades e desenvolverem uma reportagem nas ruas, ligada ao assunto do programa. Em um dos programas enviados para este Congresso, no programa que falou sobre os Direitos dos Idosos, o Alô Comunidade foi até um Lar de Idosos, para saber se eles conheciam os seus direitos. Para finalizar, monta-se um roteiro que organiza falas dos locutores-apresentadores, com entradas de entrevistados ao vivo, ou em gravações, as trilhas sonoras e os blocos que por ventura podem agregar mais alguma informação ao programa. O roteiro existe somente para a apresentação do programa e dos convidados, pois os apresentadores acompanham as inovações do rádio, citadas por Milton Jung (2005, p. 32) “O apresentador deixa de ser um leitor de notícias, precisa ter uma visão histórica dos acontecimentos, capacidade de analisar as origens e conseqüências dos fatos”. E isto ocorre, porque durante a semana, há uma grande pesquisa por parte dos acadêmicos que vão apresentar o programa sobre o tema que vai ser debatido naquela semana.

Para a produção do programa que é televisionado pela TV Feevale, a pauta é definida com um mês de antecedência, uma vez que para a execução do bloco Alô Comunidade necessita-se captar imagens nas comunidades e editá-las<sup>10</sup>. A decisão da inserção do programa Café Comunitário na TV, veio da necessidade de trabalhar com temas comunitários na grade de programação de uma TV de uma universidade comunitária. Além de ser mais um espaço de disseminação do projeto é um espaço singular, como cita a autora Cathrine Kellison ,(2007, p.25) “A televisão como meio de comunicação teve um impacto singular na vida de milhões de pessoas em todo o mundo, exercendo uma influência impressionante no modo como percebemos a nossa cultura”.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Depois de todos os processos realizados durante a semana, na sexta-feira, entra no ar, ao vivo, o programa, no formato de mesa redonda, com um grupo de convidados diversos, entre eles representantes de diferentes setores da sociedade civil: instituições públicas e privadas, representantes de associações de moradores locais e pessoas da comunidade que de alguma forma tem relação com o tema abordado na pauta. Assim, a comunidade

---

<sup>10</sup> Desde a produção do programa até a captação das imagens é feita pelos acadêmicos de Jornalismo participantes do Projeto, com o auxílio de funcionários da TV Feevale, do Professore Colaborador Guilherme Schneider e da Professora Líder, Caroline Colpo.



tem voz na mídia através de entrevistas e debates. Dar voz a comunidade e transformar essas pessoas de ouvintes a participantes dentro de uma rádio comercial como é a Rádio ABC 900 insere uma programação similar à das rádios comunitárias que Cicilia Peruzzo comenta.

Favorece uma programação interativa com a participação direta da população ao microfone. Portanto, é garantido o acesso público ao veículo de comunicação. Aliás, é nesse tipo de experiência de comunicação, desde os alto-falantes e outros veículos, nos anos recentes, que tem sido concretizadas as mais completas formas de interatividade nos meios de comunicação, recentemente descoberta e ensaiada, com grandes limitações, pela grande mídia. (PERUZZO, 1998, p. 10)

Nesta perspectiva, o Café Comunitário abre espaço para a comunicação popular, que “refere-se ao modo de expressão das classes populares de acordo com a sua capacidade de atuar sobre o contexto social da qual ela reproduz”, como cita Peruzzo, (1998, p.125). E o meio de comunicação, como a rádio e a TV, tornam-se “meio de conscientização, mobilização educação política, informação e manifestação cultural do povo”, (1998, p.125), segundo a autora.

Além do rádio e da TV, o projeto conta com um Blog<sup>11</sup>, onde são publicados fotos e áudios dos programas de rádio e também notícias e informações pertinentes às comunidades, toda a semana. Outra ferramenta que auxilia no processo de divulgação do projeto é o Twitter<sup>12</sup>, no qual se postam dicas e meios de contato com a produção do programa. Gerar essa proximidade é de grande importância atualmente, como cita Jung (2005, p. 24) “O rádio, interativo de nascença, fortalece a relação com o público”. Para manter essa relação, além da internet, é disponibilizado um telefone para que o público entre em contato ao vivo, durante o programa e também em outros momentos para sugerir temas que deseja ouvir. Ainda há um canal da TV Feevale no youtube<sup>13</sup>, no qual são postados os programas transmitidos pelo meio, e que a comunidade pode ter acesso através da internet. Mesmo sabendo que a internet não é uma ferramenta que todo o cidadão possui em casa, o Café Comunitário investe neste meio de comunicação por saber que cada vez mais, as comunidades tem acesso fácil à essa ferramenta através de Tele centros comunitários, por exemplo.

---

<sup>11</sup> [www.cafecomunitariofeevale.blogspot.com](http://www.cafecomunitariofeevale.blogspot.com)

<sup>12</sup> [www.twitter.com/cafecomunitario](http://www.twitter.com/cafecomunitario)

<sup>13</sup> [www.youtube.com/tvfeevale](http://www.youtube.com/tvfeevale)



## CONSIDERAÇÕES

No ano de 2010 o programa teve a participação de 37 representantes da comunidade, 35 professores da Feevale, 40 representantes de órgãos públicos e sete representantes de órgãos particulares no espaço midiático. Com base nos questionários aplicados aos participantes do programa (77) 49 deles gostariam de voltar ao programa, 47 acreditam que o tema foi suficientemente discutido e 43 acreditam que o tema é pertinente para a comunidade. Esses dados convergem para a dedução de que cada vez mais há necessidade de gerar um processo de reflexão sobre assuntos de interesses das comunidades locais. Percebe-se, também através dos dados, a necessidade de gerar a discussão e reflexão local sobre assuntos que têm relevância social com amplitude nacional ou internacional, mas que podem gerar reflexos na comunidade local, sendo estes devidamente localizados para a realidade da região.

O Café Comunitário, ao mesmo tempo em que é um local de inserção da população na mídia, é também um local de reflexão, tanto para quem participa como para quem faz o programa a cada semana. Reflexão no sentido dos cidadãos se sentirem parte de uma discussão social dentro de um programa radiofônico e televisivo, e de darem suas opiniões nessa discussão. Para quem produz e apresenta este programa, a reflexão se dá no momento em que se percebe que é necessária a participação dessas pessoas na mídia. Neste momento, percebe-se que não se pode falar de reciclagem, de catadores de lixo, sem trazer a voz desses catadores. Com isso, a visão dos ouvintes, dos participantes e dos atuantes no projeto se modifica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- PERUZZO, Cicilia M. K. *Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania*. Petropolis: Vozes, 1998.
- PERUZZO, Cicilia M. K. *Participação das Rádios Comunitárias no Brasil*. Artigo, 1998.
- KELLISON, Cathrine. *Produção e Direção para TV e Vídeo – uma abordagem prática*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2007.
- JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. [2. ed.] São Paulo, SP: Contexto, 2005.
- PRADO, Emílio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo, SP: Summus, 1989.
- MEDITSCH, Edurado. *A Rádio na era da Informação*. Coimbra: Minerva, 1999.