

## A Relação entre o Sentimento de Pertencimento e o Ato de Ouvir Rádio pela Internet<sup>1</sup>

Lidia Paula TRENTIN<sup>2</sup>  
Álvaro Nunes LARANGEIRA<sup>3</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### RESUMO

O presente estudo visa compreender a relação entre o ato de ouvir a programação da Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul, por meio do *site* e o sentimento de pertencimento à comunidade Frederiquense. A metodologia utilizada para a realização da pesquisa foi de entrevistas em profundidade com ouvintes da Rádio Comunitária FM que ouvem a programação pela internet. Para embasar o estudo, foram utilizados e fundamentados os conceitos de rádio *online*, radiodifusão comunitária e entrevistas em profundidade. Com o estudo verificou-se que há realmente um fortalecimento no sentimento de pertencimento à comunidade Frederiquense ao ouvir a Rádio Comunitária 87.9 FM por meio do *site*.

**PALAVRAS-CHAVE:** rádio; rádio *online*; radiodifusão comunitária; sentimento de pertencimento.

### INTRODUÇÃO

A internet está cada vez mais acessível no Brasil, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – PBM 2015, que estuda os hábitos de consumo de mídia pelos brasileiros, realizada em 2014, ela é utilizada por 42% dos entrevistados. A facilidade de se acessar a internet atualmente deve tornar cada vez mais frequente a adaptação dos meios de comunicação tradicionais à convergência tecnológica, especialmente quando se trata das novas mídias, que são, de acordo com Manovich (2005, p. 27), “objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição”, como por exemplo: internet, *sites*, a linguagem multimídia e os jogos dos computadores, realidades virtuais, DVDs, CD-ROM, efeitos especiais criados por meio de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. Integrante dos Grupos de Pesquisa: Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais – INCOM e Jornalismo no Século XXI – JOR XXI, da UTP. E-mail: lidiapaulatrentin@gmail.com

<sup>3</sup> Professor Doutor na UTP. Coordenador dos cursos de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens na UTP. Coordenador do Grupo de Pesquisa JOR XXI. E-mail: alvaro.larangeira@utp.br

computadores, e também pode-se incluir nas novas mídias os aplicativos e as redes sociais, visto que ambos fazem uso das tecnologias computacionais.

O rádio, com o intuito de “acompanhar o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação e seus potenciais para a apuração e a difusão de informação”, vem se ajustando a essas novas ferramentas de comunicação (LOPEZ, 2011, p. 125).

Levando isso em consideração, a presente pesquisa tem como objetivo geral compreender a relação entre o ato de ouvir rádio *online*, utilizando a Rádio Comunitária 87.9 FM como objeto empírico, e o se sentir pertencente à comunidade de Frederico Westphalen, mesmo estando distante do município.

Como objetivos específicos têm-se:

- a) Verificar se os entrevistados ouvem a Rádio como forma de se manter próximo a Frederico Westphalen ou a alguma pessoa querida que mora no município ou região e que também ouça a Rádio e como esse processo se dá;
- b) Averiguar se a proximidade da emissora com os ouvintes reforça neles o sentimento de pertencimento à comunidade de Frederico Westphalen e como isso ocorre;
- c) Apurar com o Diretor da Rádio Comunitária 87.9 FM se e como ele percebe um reforço no sentimento de pertencimento à Frederico Westphalen por parte dos ouvintes que vivem em outros municípios e estados e que ouvem a emissora por meio do *site*.
- d) Entender a importância da inserção das emissoras de rádio na internet, principalmente no que diz respeito à Rádio Comunitária 87.9 FM para os ouvintes entrevistados.

Para realizar o estudo, o método de pesquisa utilizado foi de entrevistas em profundidade com ouvintes que acompanham a programação da Rádio Comunitária FM por meio do *site* da emissora, uma vez que os entrevistados selecionados vivem em outros municípios e estados, e também com o Diretor da Rádio.

A Rádio Comunitária 87.9 FM foi escolhida para a presente pesquisa por ser uma emissora comunitária, sendo assim próxima da comunidade na qual está inserida e também da cultura local, características estas previstas na Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Isto posto, a seguir serão apresentados conceitos relevantes para esse estudo, como rádio *online* – o que é, quais suas características e no que diverge e se assemelha com o rádio tradicional<sup>4</sup> –; rádios comunitárias – sua regulamentação e o que as caracteriza –; o histórico da Rádio Comunitária 87.9 FM; além de entrevistas em profundidade, buscando, dessa forma, responder aos objetivos da pesquisa.

## **RÁDIO ONLINE**

A internet abriu novas possibilidades para os meios de comunicação, inclusive para o rádio tradicional, isso acontece porque a internet permite a utilização de áudios, vídeos, textos, infográficos e imagens. O rádio *online*, ou seja, que está inserido na internet, é um novo rádio, chamado por Lopez (2009, p. 12) de “rádio hipermediático”, uma vez que ele “fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco”, e de “rádio expandido” por Kischinhevsky (2012, p.137), esse rádio que “transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos”.

Emissoras de rádio que buscam ampliar seu público e manter os ouvintes que, por motivos de distância geográfica, não conseguem ouvir a emissora via *dial*, estão se adaptando e utilizando as ferramentas disponíveis na internet (como por exemplo *sites*, redes sociais e aplicativos) para divulgar conteúdos e até mesmo a programação ao vivo.

É um novo rádio, que pode ser acessado por meio de diversos dispositivos, como *notebooks*, *smartphones*, *tablets*, e que é fruto da convergência tecnológica, ou convergência das mídias como explicam Almeida e Magnoni:

A multimídia, ou convergência de mídias, consiste na união de todos os meios de comunicação em um único. A internet é capaz de usar imagens, vídeos, textos e sons para transmitir uma mesma mensagem. Assim, tanto a imprensa, a televisão e o rádio poderiam ser encontrados na internet. A hipertextualidade da internet permite que o usuário, ao navegar, faça a interligação e o aprofundamento de assuntos, com o uso dos hiper-vínculos (links). Dessa forma, a estrutura dos textos e das mensagens audiovisuais da rede deixa de ser linear e passa a ser rizomática. Ou seja, o interesse e a percepção do próprio usuário organizam uma teia particular de informações (ALMEIDA; MAGNONI, 2010, p. 433).

---

<sup>4</sup> Nesse estudo utilizamos o termo “tradicional” para descrever o rádio hertziano ou via *dial*.

---

Ou seja, esse novo rádio demanda uma estrutura midiática multiplataforma e também multimidiática, visando ampliar e complementar os conteúdos veiculados, pois, desse modo, há a possibilidade de ouvir as informações, e também as encontrar em formato de texto, vídeos, fotografias, desenhos, hipertexto:

O rádio hipermidiático, em ambiente de convergência, pode utilizar a narrativa multimídia e a produção multiplataforma para ampliar sua eficácia informativa, para permitir a si e ao ouvinte ir além e ampliar os espaços de diálogos e as possibilidades de interatividade, aproximando-se de um público rejuvenescido, os chamados nativos digitais (LOPEZ, 2011, p. 133).

Como o rádio tradicional possui algumas limitações como unisensorialidade, uma vez que só emite sons; ausência do interlocutor, que não pode intervir e nem ver a reação do público; fugacidade, não há como voltar atrás e rever o que não se conseguiu entender; público condicionado, o nível de concentração e atenção das mensagens é baixo (MEDITSCH; ZUCULOTO, 2008), a não utilização das novas mídias pelas emissoras de rádio pode causar uma perda de audiência e de reconhecimento do público, uma vez que estas trouxeram consigo diversas possibilidades para os meios de comunicação.

Conforme Prata (2009) o rádio na internet por vezes repete conceitos e fórmulas tradicionais, visto que os ouvintes se reconhecem na repetição, porém, ele também deixa de ter algumas características do rádio hertziano e passa a ter outras exclusivas, reconfigurando antigos elementos em uma combinação que modifica o rádio em signos sonoros, textuais e imagéticos. Apesar de não determinar o entendimento das informações, explica Prata (2009), esses novos elementos passam a fazer parte da radiofonia pela internet de uma forma que já não é mais imaginável fazer rádio sem as novas possibilidades de interação e de gêneros.

Além das características e do conteúdo, os profissionais do rádio e o público mudaram. Já que é necessário que os profissionais revisem sua rotina de trabalho e produção investindo “em novas habilidades e competências” (LOPEZ, 2009, p. 12), para atender a demanda por conteúdos multimidiáticos e também para responder à participação do público, que se tornou mais ativo com as novas possibilidades proporcionadas pelas novas mídias. Esse público, que por muito tempo se acostumou a apenas receber informações, pode, de acordo com Prata (2009), com a internet, tornar-se até mesmo produtor de conteúdo, invertendo os papéis. Do mesmo modo, está nas mãos

de cada ouvinte decidir quais conteúdos acessar e quais deixar de lado, se ele acreditar que precisa de mais informações sobre um acontecimento, pode, com facilidade, procurá-las por meio de *sites* de busca disponíveis na internet.

Há nessa nova relação entre emissora e público, segundo Cattani e Lopez (2012), uma via de mão dupla onde o ouvinte quer acompanhar o processo de produção, carecendo de um espaço para que possa ser ouvido. Isso pode ser explorado por meio das novas mídias, por exemplo, que facilitam a interação do público com as emissoras de rádio.

Essa proximidade entre emissora e público, que acontece tanto no rádio tradicional quanto no novo rádio pode auxiliar na criação de um sentimento de pertencimento à comunidade pelos ouvintes, como explica Kischinhevsky (2009, p. 224), “o rádio teve papel-chave na construção de sentimentos de pertença, seja a um Estado-nação, seja a regiões ou localidades específicas”. Para o autor (2009, p. 225-226), “ao ouvir rádio, nos reconhecemos como indivíduos pertencentes a coletividades, em diversas esferas da vida cotidiana”, como moradores de uma determinada comunidade, município, estado ou país, como torcedores de determinado time de futebol etc. “Estes conteúdos nos ajudam a estabelecer sentimentos de pertença e a marcar diferenças frente ao ‘Outro’”.

Atualmente o rádio contribui de forma mais intensa com o se sentir pertencente à uma comunidade, pois com as possibilidades geradas pela internet, o público que está distante geograficamente pode continuar ouvindo a programação das emissoras (daquelas que possuem transmissão da programação por meio de *sites*) se aproximando assim da comunidade que é querida.

## **EMISSORAS DE RÁDIO COMUNITÁRIAS**

Apesar de as emissoras de rádio comunitárias terem surgido no Brasil na década de 90, segundo Lorenzon (2009), já na década de 80 foram colocadas no ar, por entidades sem fins lucrativos, emissoras com propostas educativas e culturais, entretanto, sem a autorização do governo, uma vez que a Lei que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária ( Lei nº 9.612) data de 19 de fevereiro de 1998.

Conforme o primeiro artigo da Lei, para que seja um serviço de Radiodifusão Comunitária, se deve operar com frequência modulada, de baixa potência – até 25 watts

– e altura do sistema irradiante não superior a 30 metros, com cobertura restrita, atendendo somente a comunidade de um bairro ou vila, sem fins lucrativos e com sede na localidade onde presta serviço.

Atender a comunidade na qual está inserida é o objetivo principal de uma emissora comunitária. Conforme o artigo terceiro da Lei nº 9.612, esse tipo de radiodifusão visa: I - dar oportunidade à difusão de ideias, 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.

A Lei também regulamenta a programação das emissoras comunitárias. De acordo com o artigo quarto elas devem: I – dar 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.

Ainda conforme a Lei, qualquer cidadão da comunidade em que a emissora comunitária está inserida, tem o direito de emitir opiniões, manifestar ideias, sugestões, propostas, fazer reclamações ou reivindicações, observando apenas o momento apropriado da programação, por meio de um pedido encaminhado à Direção responsável pela emissora.

Essa proximidade com o público, de acordo com Ferraretto (2001, p. 38), “representa a adoção de uma linha de trabalho afinada com os interesses dos ouvintes, servindo de canal aos seus anseios e buscando, deste modo, a resolução de problemas do bairro ou grupo de bairros de sua abrangência”, ou seja, para os ouvintes, as emissoras comunitárias podem ser vistas como um meio rápido e confiável onde podem fazer reivindicações e reclamações.

---

Lorenzon (2009) corrobora com essa afirmação e coloca ainda que as rádios comunitárias são mais democráticas que as emissoras comerciais, visto que elas dão espaço às vozes que compõe a comunidade, isso significa que as rádios comunitárias dão a oportunidade de os cidadãos participarem da programação, opinando sobre os programas e as pautas da emissora e, por vezes, até ajudando a produzir conteúdos, exercendo, dessa forma, sua condição de cidadão dessa comunidade.

### **A Rádio Comunitária 87.9 FM de Frederico Westphalen**

A criação da Associação Frederiquense de Radiodifusão Comunitária ocorreu no dia 22 de março de 2003<sup>5</sup> e em 15 de maio do mesmo ano foi ao ar, pela primeira vez, a programação da Rádio Comunitária, nome escolhido em uma assembleia geral da associação, que na época contava com 84 associados. Em 2006, a rádio disponibilizou sua programação ao vivo para a internet através do *site*, atingindo assim um público maior, visto que a emissora via *dial* abrange apenas o município de Frederico Westphalen.

A emissora conta atualmente com 18 (dezoito) locutores e a sua diretoria é composta por 11 (onze) pessoas, além disso, a emissora conta com 100 (cem) sócios, que colaboram mensalmente com uma taxa no valor simbólico de R\$ 5,00 (cinco reais), sendo que a manutenção se dá essencialmente da contribuição de empresas apoiadoras para as despesas da rádio.

Os ouvintes podem participar da programação da Rádio de forma indireta ou direta pelo telefone, o que é corroborado por Souza e Freire (2010, p. 10), que explicam que a Rádio Comunitária 87.9 FM tem como objetivo veicular uma programação feita pela e para a comunidade, como o slogan da emissora “A comunicação feita por você” destaca.

---

<sup>5</sup> Informações encontradas no *site* da Rádio Comunitária 87.9 FM. Disponível em: <<http://www.comunitaria.com.br/>>. Acesso em: mar. de 2017.



## METODOLOGIA

Para a realização do presente estudo, foram realizadas entrevistas em profundidade com dez ouvintes<sup>6</sup> da Rádio Comunitária 87.9 FM que escutam a emissora por meio do *site*, eles foram encontrados com o auxílio de três locutores e através de comentários no *popup player* do *site* da rádio e na sua página no *Facebook*. Os critérios para a seleção dos entrevistados foram: ter um vínculo com o município de Frederico Westphalen (ter nascido ou vivido no município, ter familiares ou amigos na cidade, ou mesmo um laço criado por meio da própria emissora), uma vez que esse vínculo poderia fazer com que os ouvintes se sentissem pertencentes à comunidade frederiquense; e escutar a Rádio Comunitária por meio do *site*.

Como os entrevistados estavam vivendo em diversos municípios e estados do país, as entrevistas não foram realizadas pessoalmente, e sim por meio de áudios no aplicativo de mensagens *WhatsApp*.

O Diretor da Rádio Comunitária 87.9 FM também foi entrevistado – nesse caso a entrevista em profundidade ocorreu pessoalmente – para que ele explicasse se e como ele percebe nos ouvintes que entram em contato com a emissora o sentimento de pertencimento à comunidade de Frederico Westphalen.

A opção por entrevistas em profundidade se deu pelo fato de ser um método qualitativo, que é utilizado para investigar determinado tema com base em indivíduos que tenham alguma relação com o assunto, a fim de captar informações, entendimentos e experiências destas pessoas, analisar os dados obtidos e os apresentar como resultado da pesquisa.

Como é uma metodologia flexível, de acordo com Duarte (2009, p. 62), o entrevistado é livre para responder o que desejar e o pesquisador pode adaptar as questões da maneira que acredita ser melhor para o estudo, “este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística”. Ou seja, conforme o autor, esta técnica tem o intuito de levantar respostas com base nas práticas e conhecimentos de cada entrevistado, que é selecionado justamente por possuir informações relevantes para a pesquisa, baseado nos pressupostos determinados pelo pesquisador.

---

<sup>6</sup> Os nomes dos ouvintes entrevistados não serão divulgados para preservar a privacidade, desse modo, para os identificar serão utilizados números (de 01 a 10).



---

Assim como Duarte (2009), Gaskell (2008, p. 68) explica “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o mesmo assunto em questão”, por este motivo, não há um número exato de entrevistados e nem mesmo um número mínimo ou máximo de perguntas nas entrevistas em profundidade, cabe a cada pesquisador verificar quantas serão necessárias para que os resultados da pesquisa sejam satisfatórios e que atinjam os objetivos do estudo.

## RESULTADOS

A Rádio Comunitária 87.9 FM foi apontada pelos entrevistados como um meio que os faz se sentirem mais próximos à comunidade frederiquense, aos familiares e amigos que lá vivem, bem como relembrar experiências vividas no município. Todos afirmaram que já se sentiram pertencentes a Frederico Westphalen em algum momento da programação da emissora.

Ah, toda a minha família, todos os meus amigos moram lá, e ouvir a Comunitária é como me lembrar de quando eu trabalhava na sorveteria, quando eu atendia o pessoal, querendo ou não, numa cidade pequena todo mundo se conhece, então, quer dizer, não é tão pequena, mas também não é que nem Santa Maria que tem acho que o quádruplo de população. Então, (me mantém) me parece que me mantém próximo de casa, e me traz (um, uma) um vínculo (como) como se fosse uma lembrança (da) do tempo que eu vivi aí. (Entrevistado 01, 18 anos)

Acho que é uma maneira de se manter próximo a Frederico Westphalen e matar um pouco a saudade, dos parentes, dos amigos, tem meu pai tem minha mãe que moram aí (na) em Rodeio Bonito, e minha irmã, tem meus sobrinhos, então praticamente é as duas coisas, manter próximo da região de certa forma e (manter a saudade) matar a saudade. (Entrevistado 02, 36 anos)

Isso, eu fico escutando ela pra ficar próximo a Frederico e também pelos amigos que a gente tem lá em Frederico Westphalen, né, pessoal que trabalha e que mora lá, uns que eram daqui de Palmeira e que foram morar lá e também (ã) pela essa amiga nossa que era daqui de Palmeira e foi trabalhar na Rádio Comunitária, então é (por isso que) por esses motivos que eu fico ligado na Rádio Comunitária. (Entrevistado 03, 37 anos)

Quando eu tava em Porto Alegre sim, eu ouvia mais a rádio tipo pra matar a saudade de casa, digamos assim, né, daqui, quando eu morei lá era mais (esse era) essa era a intenção, claro que pra ficar sabendo também das coisas que

---

aconteciam aqui, mas principalmente pra matar a saudade, digamos assim, (pra) pra tentar ficar mais próximo. (Entrevistada 08, 28 anos)

Acredito que sim, (é) é uma maneira de ficar próxima (da, da) de Frederico, (do) do lugar onde eu morei por tanto tempo e de me sentir também próxima das pessoas com que eu convivi durante todo esse tempo. (Entrevistada 09, 31 anos)

O clube de futebol do município, o “União Frederiquense”, também foi mencionado como algo que faz os ouvintes se sentirem próximos a Frederico Westphalen: “Pra ficar informado das notícias daí, do time (de f) daí de Frederico que é o União e pra (mand) oferecer as músicas pros meus parentes daí”. (Entrevistado 05, 31 anos).

Exato como forma de me reaproximar do time, que eu fiz parte da fundação, participei das primeiras reuniões, então é algo (que) que ainda faz parte (da) da minha vida, é algo que eu ainda acompanho, então por isso que eu utilizo a Rádio pra me aproximar disso. (Entrevistado 10, 30 anos)

Quando se vive longe da cidade que é querida, lembrar culturas e costumes da comunidade faz com que os indivíduos se sintam ainda pertencentes a essa comunidade, e emissoras de rádio com presença na internet intensificam esse sentimento, visto que por meio delas o público pode manter contato com as tradições de fala e a cultura musical, por exemplo. Ouvir a Rádio Comunitária por meio do *site* reforça o sentimento de pertencimento dos ouvintes que estão distantes de Frederico Westphalen. “Sim, seria isso mesmo, com certeza, sou de Frederico e sempre serei de Frederico”. (Entrevistado 05, 31 anos)

Eu acredito que esse sentimento de pertencimento, né, como você fala, faz com que as pessoas se sintam em casa, na verdade, né, (é) eu vejo por nós quando morávamos em São Paulo, ficamos quinze anos lá, a gente escutava as rádios aqui da região parecíamos que estávamos aqui, né, e de lá a gente sim, de lá a gente pedia músicas, oferecia pra família aqui, para amigos, então eu acredito que (isso, ã) esse sentimento, né, de pertencimento é como falei, a pessoa se sente em casa, parece que está ao lado da família e dos amigos. Na verdade é uma forma de quem está longe, né, (é) matar a saudade, né, (da) da comunidade, da família e amigos. (Entrevistado 03, 37 anos)

Ah eu acho que sim, (era) pelo menos era o que eu sentia assim, (risos) sabe tipo era uma forma de tá aqui, mesmo tando longe assim, é uma forma de tu (ã) parece continuar interagindo sabe, com o que tá acontecendo ali, (ã) continuar sabendo como é que tão as pessoas. (Ã) É bem isso, eu acho mesmo assim, eu

---

continuo pertencendo a Frederico, mesmo tando morando a 400 quilômetros de distância sabe, que era o meu caso, era (ã, bem, risos) bem isso que tu falou assim. (Entrevistada 08, 28 anos)

Sim, sim, (é) com certeza esse sentimento de pertença existe, é uma forma de se manter mais próxima, é uma forma de (é) saber o que tá acontecendo (com a) (com o lugar que) com o lugar (que eu) que é querido, que marcou uma fase da minha vida. (Entrevistada 09, 31 anos)

Até mesmo nos ouvintes que não têm intenção de voltar a viver em Frederico Westphalen esse sentimento de pertencimento é intensificado:

Ainda pertenço a Frederico, apesar de que (na) na minha profissão, eu não tenho pretensão de voltar a morar aí, só que nunca vai deixar de ser a minha cidade natal, a cidade que eu amo, então a rádio é um meio (de me) de me fazer lembrar dela, de me fazer lembrar das coisas que acontecem, eu ouço às vezes notícias, ou comerciais eu ouço nomes (que me são) que me trazem recordações, amigos que eu tive, pessoas que eu conheci, que eu mantenho contato. (Entrevistado 01, 18 anos)

O Diretor da Rádio Comunitária explica que já percebeu que realmente há um sentimento de pertencimento ao ouvir a emissora, pois muitos ouvintes que saíram de Frederico Westphalen para viver em outras comunidades entram em contato com a Rádio, mandando recados, pedindo músicas, manifestando interesse em saber o que está se passando no município, quais atividades, eventos estão acontecendo. “São pessoas que dizem que nos ouvem, porque querem estar sabendo (o) as coisas que estão acontecendo aqui em Frederico Westphalen”. (Diretor, 46 anos)

Emissoras com presença na internet facilitam, segundo os entrevistados, a aproximação com a comunidade, uma vez que o público não precisa estar dentro da área de abrangência da antena da emissora. Com a transmissão da programação ao vivo *online*, há a possibilidade de qualquer pessoa a ouvir de qualquer lugar do mundo e a qualquer momento, basta apenas que o ouvinte tenha acesso à internet e aos dispositivos necessários (computador, *smartphone*, *tablet*).

Desse modo, como pode-se verificar por meio das entrevistas, a Rádio Comunitária 87.9 FM aproxima os indivíduos de Frederico Westphalen e reforça neles o sentimento de pertencimento à comunidade frederiquense.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da presente pesquisa pode-se compreender que há uma relação bastante forte entre o ato de ouvir a Rádio Comunitária 87.9 FM e a preservação e até mesmo intensificação do sentimento de pertencimento à comunidade de Frederico Westphalen. Ouvir a Rádio por meio do *site* é, para os ouvintes entrevistados, uma forma de se manter próximos e conectados ao município, às pessoas que vivem nele e até mesmo à própria emissora. E a Rádio Comunitária, por ser próxima dos ouvintes e por representar a cultura, os hábitos e características específicas de Frederico Westphalen e das pessoas que lá vivem, foi a emissora escolhida para tal função, visto que a Rádio ameniza, para alguns, a saudade, por exemplo, que estar longe da comunidade causa nos indivíduos.

Além de ouvir a Rádio Comunitária por meio do *site* na internet, os entrevistados acompanham a emissora via redes sociais, também com o intuito de reforçar o sentimento de pertencimento à comunidade frederiquense, pois, desse modo, eles relembram os tempos em que viviam na comunidade, os hábitos, cultura, músicas e linguagem, recordam dos familiares e amigos que vivem no município.

A aproximação com as pessoas e com a comunidade estimada também é um fator determinante na escuta *online* da Rádio Comunitária, pois a emissora é muitas vezes ouvida como uma forma de manter os ouvintes que saíram de Frederico Westphalen próximos aos entes queridos que continuam a viver no município e que, assim como os entrevistados, escutam a Rádio Comunitária, ou seja, é uma maneira de amenizar a saudade e as preocupações – via notícias e recados, por exemplo –, que os ouvintes que estão longe sentem dessas pessoas queridas e de tudo o que viveram durante o tempo em que passaram em Frederico Westphalen.

O Diretor da Rádio confirma o sentimento de pertencimento que há ao ouvir a emissora, pois muitos ouvintes que não vivem mais em Frederico Westphalen e ouvem a emissora por meio do *site*, entram em contato com a Rádio interessados em saber o que se passa na comunidade.

Além disso, os ouvintes também destacaram a importância desse novo modelo de rádio, tanto no geral, como em suas vidas, uma vez que com as suas emissoras preferidas, inclusive a Rádio Comunitária 87.9 FM, de Frederico Westphalen, Rio

Grande do Sul, inseridas e disponíveis para a escuta por meio da internet, o ato de ouvir rádio se torna facilitado, assim como a participação é simplificada.

Sendo assim, pode-se observar que escutar a Rádio Comunitária 87.9 FM interfere no sentimento de pertencimento dos ouvintes à comunidade Frederiquense, os aproximando da cultura e das tradições do município que é querido por eles.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. In: FERRARETTO Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (orgs.). **E o rádio?:** novos horizontes midiáticos. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o Serviço de Radiodifusão Comunitária. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.

CATTANI, Mauricio Emanuel; LOPEZ, Debora Cristina. **Análise das estratégias multiplataforma no radiojornalismo nas emissoras CBN e Band News FM.** Trabalho de conclusão de curso do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen – RS, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 380 p., 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio:** o veículo, a história e a técnica. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 516 p., 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura da portabilidade:** novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 8, p. 223-238, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs:** circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. v. 9, n. 1, jan./jun. 2012. p. 136-148.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo e convergência tecnológica:** uma proposta de classificação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático:** um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info. In: *Líbero: revista acadêmica*, v. 14, n. 27. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2011.

LORENZON, Adriane. **Poder local no ar:** a municipalização das rádios comunitárias e fortalecimento de esferas públicas locais no Brasil. Brasília: Abravídeo, 2009.

MANOVICH, Lev. Novas Mídias como tecnologia e idéia: dez definições. In: LEÃO, Lucia (Org.). **O Chip e o Caleidoscópio:** Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac São Paulo, p.25-, 2005.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Vol. II. Intercom n. 8. Florianópolis: Insular, 2008.

PRATA, Nair. **Webradio:** novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

SOUZA, Eliana de; FREIRE, Debora Lopez. **Comunicação no Rádio:** marcas da oralidade no Jornal da Comunitária. Trabalho de conclusão de curso do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen – RS, 2010.