

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA CAMPUS FREDERICO
WESTPHALEN DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO CURSO
DE JORNALISMO – BACHARELADO

Flávio Dionísio Pettenon

**CONSULTA POPULAR NA DIVULGAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E RÁDIOS
DE FREDERICO WESTPHALEN: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE SITES E REDES
SOCIAIS**

Frederico Westphalen, RS

2021

Flávio Dionísio Pettenon

**CONSULTA POPULAR NA DIVULGAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E RÁDIOS
DE FREDERICO WESTPHALEN: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE SITES E REDES
SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para o Curso de Jornalismo: Bacharelado, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen-RS (UFSM/FW), como requisito para obtenção do título de jornalista.

Frederico Westphalen, RS

2021

Flávio Dionísio Pettenon

**CONSULTA POPULAR NA DIVULGAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E RÁDIOS DE
FREDERICO WESTPHALEN: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE SITES E REDES
SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para o Curso de Jornalismo: Bacharelado, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen-RS (UFSM/FW), como requisito para obtenção do título de jornalista.

Aprovado em 20 de agosto de 2021:

Dra. Cláudia Herte de Moraes (Orientadora)

Dra. Janaina Gomes (UFSM)

Dra. Mirian Quadros (UFSM)

Frederico Westphalen, RS

2021

AGRADECIMENTOS

Ao findar deste TCC, agradeço a Deus, a minha família, que sempre estiveram comigo, em oração nos momentos difíceis, mas que prefiro deixar em off, e que foram minha base para chegar até aqui. Com vocês eu consegui.

Minha imensa gratidão, às minhas duas orientadoras, que me ajudaram a construir esse trabalho, no início a Dra. Janaina Gomes e por fim à Dra. Cláudia Herte de Moraes.

Gratidão a Universidade Federal de Santa Maria, campus de Frederico Westphalen-RS, a todos os seus funcionários, desde o faxineiro, a equipe do Restaurante Universitário, funções paralelas, pelas quais sempre tive muito respeito, afinal, enxergava todos os dias nestas pessoas minha querida mãe, que durante trinta anos desempenhou função similar no serviço público, sem esquecer é claro dos demais.

Concluo esta etapa, mas plenamente feliz, por ter vencido o maior obstáculo durante a graduação, e Deus sempre me fortaleceu.

RESUMO

CONSULTA POPULAR NA DIVULGAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E RÁDIOS DE FREDERICO WESTPHALEN: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE SITES E REDES SOCIAIS

AUTOR: **Flávio Dionísio Pettenon**

ORIENTADORA: **Dr^a.Cláudia Herte de Moraes**

Este trabalho analisa a atuação da imprensa de Frederico Westphalen/RS, dentro do jornalismo político, na cobertura da consulta popular de 2019/2020. Para tanto, se fez uma Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) sobre as matérias nos sites e postagens no Facebook das rádios locais, além da Prefeitura e do CODEMAU (Conselho de Desenvolvimento do Médio e Alto Uruguai), responsável pela região, abrangendo 22 municípios neste processo. Para ampliar esta pesquisa, utilizamos também os dados do ano 2019. O referencial teórico estudado foi das áreas da Comunicação Pública, Jornalismo Político, Comunicação Pública e Democracia, Rádio Hipermediático. Após análise, foi possível concluir que os resultados obtidos no âmbito local representaram em 2019, 10,4% de participação do eleitor de Frederico Westphalen na Consulta Popular, seguido de 2020 com 10,7% entre os municípios da região do CODEMAU. Já quanto à colocação a nível estadual à Região do Médio e Alto Uruguai em 2019 ficou na 1º posição com 21,88% de participação. Em 2020 manteve a 1º colocação, porém diminuiu para 15,31% o número de votantes. Constatou-se então que o modo que as rádios locais, Prefeitura e o CODEMAU utilizavam as redes sociais e sites para divulgar a votação da mesma, acompanhar e repercutir os resultados, nos últimos dois anos, não colaborou para uma ampla participação.

Palavras chave: comunicação pública; jornalismo político; rádio hipermediático; democracia; consulta popular; análise de conteúdo.

LISTA DE FIGURAS

Interesse por política do eleitor	34
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro A: Referente à 2020 e a colocação local e regional.....	39
--	----

Quadro B: Referente à 2019 e a colocação local e regional.....	43
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Resumo geral de análise quantitativo de postagens (Antes da Consulta/ Depois da Consulta) de 2020.....	37
Tabela 2: Referente à 2020 e os Resultado da participação por Município.....	40
Tabela 3: Resumo geral de análise quantitativo de postagens (Antes da Consulta/ Depois da Consulta) de 2019.....	41
Tabela 4: Referente a 2019 e os Resultado da participação por Município.....	44
Tabela 5: Resumo geral das tabelas 18, 19, 20, 21, 22 e 23 com os dados das postagens antes e depois da Consulta Popular de 2019 e 2020.....	46
Tabela 6: Dados da Prefeitura de 2019 e 2020.....	49
Tabela 7: Números resumidos somados de 2019 e 2020 das postagens nos Sites e Facebook.....	51
Tabela 8: Números gerais de postagens no Site e Facebook das Rádios, Prefeitura e CODEMAU de 2019 e 2020.....	52

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA	12
2.2 JORNALISMO POLÍTICO.....	17
2.3 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E DEMOCRACIA.....	24
2.4 O RÁDIO HIPERMIDIÁTICO NO CONTEXTO DA NOTÍCIA LOCAL.....	26
3 CAMINHO E ESCOLHAS METODOLÓGICAS.....	29
4 RESULTADOS	33
4.1 O contexto da participação política.....	33
4.2 Resultado de 2019 e 2020 com base nas tabelas 13 e 14 apêndice.....	45
5 CONCLUSÕES	
FINAIS.....	55
6 REFERÊNCIAS.....	60
7 APÊNDICE - LINK DO DRIVE COM TODAS AS 23 TABELAS E LINKS DAS POSTAGENS.....	65

1 INTRODUÇÃO

O Direito à Informação é garantido pela Constituição Federal (1988), de acordo com o artigo 5^a, inciso XXVIII. Desta forma, todo o cidadão “[...] tem direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado”. (BRASIL, 1988). Seguindo nesta linha de raciocínio, e considerando que toda e qualquer entidade que representa e defende os interesses do cidadão tem a função de informá-los sobre o seus atos, abordamos nesta pesquisa os referidos direitos, no âmbito local, especificamente na cidade de Frederico Westphalen/RS, relativos à informação sobre a Consulta Popular. A consulta popular acontece desde 1998 e possibilita que os cidadãos possam eleger as demandas das 28 regiões do estado para o orçamento do próximo ano, no caso de 2019/2020 e 2020/2021. Importante registrar que definir este tema de pesquisa, se deu considerando que a região do Médio e Alto Uruguai, atingiu o primeiro lugar ao final do processo de votação como a região que obteve maior participação.

Todos os cidadãos devem ter acesso e serem informados sobre estes espaços de participação popular, para que possam se inserir. Tratamos, num recorte de estudo, sobre como estas informações de ordem pública, que envolvem o cotidiano vital das pessoas (DUARTE, 2007) são discutidas nas redes sociais. A integração dos agentes públicos, entidades e dos meios de comunicação é essencial para o fluxo da comunicação. Nesse sentido, de acordo com Duarte (2007, p.4): “Um dos principais atores no campo da comunicação pública é a imprensa. Ela estabelece espaço público indispensável de informação, debate e formação da opinião na democracia contemporânea”. Fica evidente a importância e integração dos meios para alavancar o que é do interesse público, o que justifica nossa pesquisa quanto às definições coletivas, e ponderar a ação dos meios de comunicação nesse processo. Entender o processo do que trata o interesse público é fundamental, logo, tanto o governo, seja ele local ou do estado, bem como a imprensa, têm um papel primordial para levar a

informação ao cidadão. Assim, o eleitor tem o direito de saber para acompanhar o andar das ações do governo, pois aqui tratamos de comunicação pública e, por outro lado, também como leitor, que requer informação atualizada, eis que a imprensa exerce o seu papel, ou seja, o jornalismo político.

Na revisão da literatura quanto à Comunicação Pública, que pode ser local, estadual e federal, tanto no executivo, quanto no legislativo, além do judiciário, destacamos o que, segundo Brandão (2007), é função do governo divulgar e promover as políticas públicas, oportunizando ao cidadão a participação democrática. Duarte (2007) refere a importância de haver uma integração do poder público, imprensa e do próprio cidadão nesse processo, o que ele define como integração dos agentes.

Isto posto, neste estudo, tratamos do Facebook por parte tanto da Prefeitura e do Conselho de Desenvolvimento do Médio e Alto Uruguai (CODEMAU), bem quanto das rádios locais, buscando observar de que forma estas informações chegam à ampla maioria da comunidade. Para a definição dos objetos de estudo, inicialmente identificamos que, no contexto local, as rádios ocupam espaço importante para informar a população. Na pesquisa exploratória, observamos que as referidas informações inúmeras vezes não estavam nas redes sociais, assim se fez necessário também averiguarmos se as mesmas estavam nos sites. Com isso, o problema da pesquisa surge então da indagação: Como a Consulta Popular do governo do estado em 2020 e 2019 foi abordada pelos sites e redes sociais dos agentes públicos e das rádios de Frederico Westphalen?

O objetivo da pesquisa é analisar como se deu a comunicação pública a respeito do processo de consulta popular nos anos de 2020 e 2019 no facebook e sites da Prefeitura, do CODEMAU e das rádios locais. Como objetivos específicos, alinhados ao problema: a) identificar os dados da participação do cidadão no contexto da consulta popular em Frederico Westphalen; b) analisar de que forma as rádios locais divulgaram e repercutiram a consulta popular nos Sites e Facebook, no contexto do radiojornalismo hipermediático e c) analisar a divulgação da consulta

popular pela Prefeitura de Frederico Westphalen/RS e pelo CODEMAU, sob o prisma da comunicação pública. A metodologia utilizada é a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1997).

Para atingir nossos objetivos, analisamos tanto as postagens feitas no Facebook quanto no Site da Rádio Comunitária, Rádio Luz e Alegria/Jornal, sendo que está em muitas notícias os links direcionam para o Jornal o Jornal Folha do Noroeste, pertencente a mesma, ainda a Rádio Barril e do Grupo Chiru de Comunicações, ambas presentes e atuantes em Frederico Westphalen, sendo que as postagens através de links direcionam para os sites dos meios ou grupos de comunicação, possibilitando que o cidadão tenha acesso à informação na íntegra.

A escolha por esta rede social, o Facebook, é específica para esta demanda, considerando que a maioria das pessoas têm acesso mais rápido às notícias e que pelo menos uma pessoa em cada casa tem um telefone para acessar a internet na sua residência ou em outras redes wifi. O Brasil é um dos países em que esta rede social alcança um maior número de usuários, conforme divulgado em Silva (2020) e pelo site especializado Tecmundo (2019). Também, pelo modelo de produção da informação convergente, é provável que o conteúdo da rede social tenha sido também abordado tanto no site dos veículos quanto transmitido na própria rádio, veículo de amplo alcance social. Logo, também pontuamos acerca do modo como as informações locais são divulgadas, especialmente em tempos de internet, considerando o emissor e o receptor em interação no processo.

A análise compreende um período delimitado, de 26 de setembro de 2020 até 25 de outubro de 2020, ou seja, consideramos 30 dias que antecederam o período de votação para a região, bem como os dias específicos da votação e sua cobertura que ocorreu de 26 de outubro até 03 de novembro de 2020. Para contemplar um período maior e atender a repercussão após a divulgação, também buscamos os referidos resultados considerando 30 dias após o período de votação, ou seja, entre 04 de novembro de 2020 até 03 de dezembro de 2020.

Para comparação, incluímos o período da Consulta Popular de 2019, sendo 30 dias antes da votação entre 05 de agosto de 2019 à 03 de setembro, o período específico de votação ocorrido entre 04 a 06 de setembro, e por fim os 30 dias após, de 07 de setembro a 06 de outubro de 2019. Consideramos este período razoável para que tanto as rádios, como a Prefeitura e o CODEMAU, divulgassem, promovessem, acompanhassem e repercutissem a consulta popular, tanto para o cidadão/leitor/eleitor, bem como para o público, e ainda a respectiva divulgação dos resultados a partir da publicação oficial pelo governo do estado.

Para melhor compreensão da pesquisa, tratamos de comunicação pública, jornalismo político, comunicação política e democracia, elementos que serão apresentados no referencial teórico, capítulo seguinte à esta introdução. Após, retomamos as questões metodológicas para seguir na apresentação de resultados e discussão que, por fim, levaram às considerações sobre o papel da imprensa e da comunicação pública em processos participativos em Frederico Westphalen.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Definir comunicação pública não está restrita apenas a uma situação específica, e isso se identifica no pensamento de diferentes autores, de países ou mesmo dependendo da área a que se aplica. Conforme Brandão (2007, p.1) “tamanho diversidade demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada”. A ideia essencial é estabelecer uma relação entre a comunicação em si, dentro das organizações, sejam elas públicas ou privadas, em conexão com o público para o qual se direciona a informação, a partir do interesse público do conteúdo informativo. Desta forma, se prevê uma relação mútua entre as partes, e isso é independente da esfera a que se aplica: o mais importante nesse contexto é cumprir de forma transparente o que é tido como público.

Partindo do princípio de que a comunicação pública pode ser tanto municipal, estadual ou federal, sendo assim aqui é tratada como de responsabilidade do Estado, nesse sentido afirma Brandão (2007, p.3), ser “uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público”. Logo, ela tem a função de divulgar a coisa pública, suas políticas e ações, promovendo o engajamento social e difundindo a informação, essa seria a função da administração pública.

Para melhor compreensão do que é público, é preciso entendermos que os autores têm ideias similares quanto ao conceito de administração pública, mas também pontos de vista diferentes. Enquanto Brandão (2007) defende que é um processo em constante construção e transformação, tendo a necessidade de saberes distintos para melhor prestação de um trabalho voltado para o público, Duarte (2007) considera que a coisa pública tem origem na política, assim os atos administrativos estão alocados na máquina pública, assim é preciso entendermos que os atos públicos têm interesses políticos, particulares, como veremos a seguir.

De acordo com Duarte (2007, p.1) “Comunicação Pública é um conceito que tem origem na noção de comunicação governamental”, ou seja, num modelo autoritário, por suas referências originais no século XX. Logo o governo define as regras para o controle da informação. Se a comunicação pode ter vários desdobramentos, considerando então que não há concordância entre os autores, a comunicação pública tem vertentes na comunicação política. Chama a atenção para o que ocorreu na história, quando o governo estabeleceu regras de acesso à informação em 1930 através do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que delimitava o que era de interesse público. Mais tarde com a Constituição de 1988 esse panorama tenderia a mudar, mesmo que de forma mais limitada.

Com essa inter-relação de pontos de vista entre autores compreendemos que, mesmo que seja exigida essa transparência do serviço público, também é preciso pontuar o que é notório, que não há uma efetiva participação do público em si nesse processo ou engajamento pela informação. Como afirma Duarte (2007, p.1) “Mais do que o simples desinteresse do indivíduo em ser sujeito da ação, muitas vezes a apatia e a falta de formação política são resultado do cruzamento entre desinformação”, ficando evidente o desleixo do próprio público com o que é de seu próprio interesse. Apesar deste aspecto, ainda se faz necessária a efetiva ação do Estado no seu papel de comunicar.

Seguindo nessa linha, o autor ainda destaca os resultados de uma pesquisa realizada pelo IBOPE em 2003 para o Observatório de Educação e da Juventude, na qual se identificou que 44% dos entrevistados demonstraram ter interesse em influenciar nas decisões de participação pública, porém 56% não participaram. O fato que chama atenção nesse estudo se deve ao índice de 35% relativo aos que não tem participação, porém o que evidencia isso é que estes eleitores não têm participação por falta de conhecimento. Segundo Duarte (2007, p.1) “são frequentes os dados que indicam resultados em que os eleitores não sabem e não tem lembranças em quem votou nas últimas eleições”, o que apenas evidencia a falta de representatividade para o que ele chama de crise de representatividade.

Duarte (2007) aponta que a comunicação voltada para o interesse público é primordial, ainda mais tratando-se de uma área muito instável, ainda quanto ao serviço público considera-se mais necessária essa interatividade, pelo fato de que o próprio cidadão pode defender o seu próprio interesse ou do coletivo. De maneira mais simples compreendemos que há uma relevante necessidade de haver prática efetiva da comunicação, e exigem um envolvimento de diversos atores sociais, sejam públicos ou privados, que precisam agir em prol do bem estar coletivo, mesmo porque não tem como atender ou separar de forma exata serviços e públicos, uma precisa da outra para funcionar com eficiência. Seguindo ainda nesta mesma linha, ainda quanto comunicação pública, segundo Duarte (2007, p.6): “Elas devem ser baseadas nas aspirações coletivas, buscar estimular a participação, o desenvolvimento da democracia, aumentar a governabilidade, estimular a competitividade e a integração social”, ou seja, estas ações do governo devem além de informar os referidos dados que são do interesse público, também envolvê-lo nessa dinâmica, logo o que se tem é uma ampla comunicação entre todos os agentes, bem quanto aqueles que também estão envolvidos nesse processo, como por exemplo a imprensa.

Divulgar a informação é fundamental para os atos públicos ou privados, sendo assim a imprensa tem um papel importante nesse meio, que é o de fazer circular o que é de interesse público. Para Duarte (2007, p.4). “Informação é apenas a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo acesso, pela participação, cidadania ativa, diálogo”. É todo um processo que está em torno da comunicação pública mas, conforme defende o autor, há necessidade de integração tanto dos agentes públicos, políticos, imprensa, participação do cidadão para esta interatividade, em que o diálogo ocorre.

Os conceitos entre autores são delimitados por questões mais pontuais, o que se percebe tanto na perspectiva de Duarte (2007) que ressalta o fundamento ou alvo sendo o público, ao descrever os personagens participantes como protagonistas dentro dessa ação, também é o que veremos na visão defendida por Matos (2013) que, na sua essência, tem o foco voltado para o interesse social, ou do público. O serviço público para que seja eficaz deve atender as necessidades da população,

sendo assim se faz necessário que os administradores estabeleçam regras para que isso transcorra da melhor forma. As políticas públicas nesse sentido devem atender, reportar e comunicar a sociedade dos seus atos, seguir o que de acordo com Matos (2013, p.5) “O poder público tem obrigação de prestar contas à sociedade e ao cidadão, em razão de sua existência”. O verdadeiro objetivo do serviço público está, então, em não apenas atender à população, mas prestar contas do que se faz.

Os autores apresentam ideias semelhantes quanto à comunicação, ao mesmo passo que é tratada como pública, também tem um caráter privado e, no desfecho de suas ações, sempre têm como finalidade vender algo para um público, seja informação, produto, influências. Para atingir seus propósitos, se faz uso da estrutura pública. Fato comum é que essa forma de divulgar acaba por propiciar poder, status, às vezes de maneira automática.

A comunicação pública segue o seu papel de interagir com seu público alvo, segundo Zémor (2007, p. 214) “Ela é encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo, capazes de tornar um serviço desejável é preciso”. Na prática, o autor se refere à necessidade de divulgação de informações, para tornar público, construindo a imagem institucional estabelecendo uma relação entre ambos, considerando que do outro lado está o público que tem direito a saber das ações e o que é feito por quem demanda o poder. Sendo assim, afirma Zémor (2007, p.215) “Ao serviço público compete a ação de tornar conhecidas, de qualquer maneira, essas informações, de fornecer permanentemente as regras do jogo coletivo”.

Segundo Weber (2017, p.23) “Escrever sobre comunicação pública neste espaço é um ato de responsabilidade para com os resultados da produção científica decorrente de reflexões e experimentos de pesquisa sobre conceitos e práticas”. A autora considera a comunicação pública e sua complexidade, pois especificar o termo conceitualmente é algo complexo, haja vista a quantidade de obras e autores. Tendo em vista as possibilidades de contemplar o interesse da comunicação pública para a ciência, seguimos com cautela em mais alguns caminhos para delimitá-la.

As visões conceituais entre diferentes autores têm em sua base a relação entre o emissor e receptor, em que se aborda quem publica, o que publica e para quem. Sendo assim apresentamos algumas contribuições neste sentido. A começar pela percepção de Weber (2017), a comunicação perpassa por outras situações históricas, com isso se faz uma crítica aos fatos ocorridos no governo brasileiro, período da Ditadura Militar, do ex-presidente Emílio Garrastazu Médici (1970-1973), quando este imputava a comunicação de forma totalitária, ao não possibilitar a participação livre do povo. Segundo Weber (2017, p.28) “a formulação da primeira “Política de Comunicação Social” promovendo os direitos humanos, a democracia e a liberdade de expressão”. No entanto, o que se via nesse governo, era uma repressão aliada à censura e propaganda. Nesse sentido, há que se considerar qual é o verdadeiro sentido da comunicação pública e também a forma como ela é executada ou exercida por aqueles que deveriam zelar para que, na sua essência, cumprisse o seu papel de integração e democracia.

Para melhor compreendermos a comunicação pública no sentido histórico, recorreremos ao que Stefano (2011) apresenta, quando nos remete aos tipos de comunicação, ou que ocorreu no período conhecido como “silêncio e segredo”, no qual muitos países enfrentam problemas quanto ao que é público. Segundo o autor, a comunicação está dividida historicamente em três grandes fases: na primeira, conhecida como comunicação anagráfica, “[...] nesse estágio a administração pública adquire o direito à palavra, um direito já exercido pela empresa”. Aqui parece que a empresa apenas exerce de fato o seu direito de comunicar. A segunda fase se refere à criação de serviço, na qual se atém a divulgar as condições e normas de acesso, “A administração pública organiza a palavra partindo da demanda da cultura de seus usuários”. Nessa fase, ao que parece, a instituição faz o uso a partir das necessidades sociais para divulgar ações usando a estrutura que possui. Por fim, na terceira fase - tida como comunicação para a identidade competitiva e solidária, “cujo escopo é acompanhar a sociedade para enfrentar uma sociedade evolutiva”. Desse modo, o interesse social é visto como algo essencial, já que o público tem o dever para com este, e isso independe se é público ou privado. (STEFANO, 2011, p.24)

Comparar fatos históricos mas não menos importantes, e relacionar com a atual política nos ajuda melhor compreender as similaridades com as práticas atuais. O fato é que independente da esfera pública ou institucional, é fundamental que quem está no comando exerça de forma plena o seu papel como administrador, sendo assim tratará do modo como isso transcorre no município.

Saber como funcionam os modelos tradicionais da comunicação pública é de suma importância para abordar quais são suas características. Segundo Carnielli (2016), uma nova proposta de comunicação pública surge no Brasil após os movimentos sociais da ditadura pela democratização, sendo promulgada pela Constituição Federal de 1988.

Para Zémor (2007), as leis e ações públicas estabelecem uma relação de transparência com o serviço público e o cidadão, assim fica mais dinâmica essa relação entre as partes. Logo de acordo com Bueno (2007, p.137), “a comunicação de interesse público busca abranger as ações e interesses que tem como objetivo endereçar a sociedade, independente de sua origem pública ou privada. O autor coloca em dúvida, por exemplo, se de fato ocorreu comunicação pública na sua essência, quanto este se refere ao caso da redução dos níveis de AIDS no Brasil, considerando que o governo e empresas muitas vezes usam a comunicação de forma preconceituosa. Segundo Bueno (2007, p.138), “as campanhas feitas pelo Ministério da Saúde mereceram por muitas vezes, por seu tom de preconceito e/ou autoritário, restrição de profissionais de comunicação/propaganda, da saúde e de educadores”. Assim Bueno ressalta a importância das ONGS, entidades e da sociedade em si, chamando a atenção para a problemática, mas ainda assim reconhece o trabalho feito pelo Ministério da Saúde, que atuou em outras frentes, como foi o caso da quebra de patentes e distribuição de medicamentos.

2.2 JORNALISMO POLÍTICO

O jornalismo político está relacionado diretamente à comunicação pública, visto que os atores que participam das esferas de poder são também atores da política,

bem como os acontecimentos públicos são acontecimentos que promovem e divulgam agendas políticas e públicas. Segundo Cook (2011, p.1) “O jornalismo deve ser considerado não só como uma instituição, mas também como instituição política; em outras palavras, os jornalistas são atores políticos”. Conforme o autor, essa representação do jornalista como mediador de informação pode ser contaminada em função de suas convicções políticas, deixando de retratar os fatos em si. Logo, se o profissional se envolver muito na situação em função de influência políticas, deixará de cumprir sua função, ou seja, de ser equilibrado.

Para exemplificar como o jornalismo tem papel de influenciar, ao que de acordo com Cook (2011, p.205) “muitos estudos sugerem que o papel político da mídia de notícias está em ampliar o alcance dos que já são politicamente poderosos”. Ao fazer este questionamento, aborda a discussão em que o jornalismo acaba fazendo uma cobertura beneficiária para atores políticos, desta forma as agendas da imprensa e dos políticos estão de acordo, de forma pactuada. Para tanto, o autor nos faz pensar acerca da influência deste profissional, que é parcial, quando tem o poder e o faz de forma a escolher o que será pauta, mas também é dependente de suas fontes, é como um jogo de engrenagens em que um depende do outro para que o sistema funcione.

Seguindo nessa linha, Cook aborda outro fator determinante, que retrata o poder do jornalismo quando este faz parte do governo, como ocorreu nos Estados Unidos. Cook (2011, p.205), “o jornalismo não é só política; nos EUA, ele se tornou parte do governo”, com isso ele observa que muitos governos podem ser constituídos de forma coerciva, em que esse mesmo governo faz uso de outras instituições, no caso da mídia, para formar o próprio governo. Entender os fatos e pensar sobre os mesmos requer ir mais a fundo, qual é então o papel do jornalismo político no processo de governo? Para tanto, isso nos remete ao ponto crucial, que trata da cobertura de notícias, de acordo com Cook (2011, p.206) “Consequentemente, a notícia é o resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas, cujos resultados diários beneficiam apenas certas alocações de valores”. Aqui é abordada a produção de notícia, em que faz a cobertura institucional, com foco no governo em si,

ao mesmo tempo que este mesmo jornalismo cumpre um papel de informar ao público, mas de forma já previamente acordada, tão e somente o que seja favorável aos atores que constituem o governo.

Pensar em algumas circunstâncias em torno do papel do jornalismo político possibilita termos um olhar mais atento, assim podemos avançar e destacar alguns aspectos norteadores para a prática do jornalismo político.

Em primeiro lugar, temos o viés de impacto, tratando a notícia como produto, indo além do valor notícia, mas se tratando de quem a faz e como a faz. Logo por óbvio que o jornalista diariamente tem o poder de selecionar o que será notícia, assim, segundo Cook (2011, p.206) “podem criar importância e certificar a autoridade tanto quanto refleti-la, ao decidir quem deve falar sobre o que e em que circunstâncias”. Desta forma, o jornalista parece representar muito mais do que um influenciador político, pela posição que tem pode ser aliado, pois estabelece quem pode falar ao definir a escolha. No entanto, seguir esse posicionamento não é que define exatamente a postura de um jornalista, nem mesmo de sua empresa, para isso, o autor refere o pensamento do cientista político Hofstetter (1978) em que é preciso distinguir entre diversos tipos de vieses.

Portanto, é preciso cuidado ao abordar ou definir um viés, seguindo neste sentido é amplo e implica muito mais de simples aderência política, dentro deste viés além de relevância também deve gerar interatividade.

O segundo viés sugerido por Cook é referente à notícia oficial. Neste aspecto, se retrata a importância da fonte que tem poder, onde se constrói a notícia com base na sua importância conforme os fatos vão acontecendo, segundo Cook (2011, p.212) “A distinção fundamental não é se fontes poderosas ou sem poder têm autoridade para falar, mas sua relação com os eventos que estão no noticiário” e, para compor sua posição, recorre ao que está na pesquisa de Grace Ferrari Levine, em que ela documentou como, quanto mais poder têm as fontes, mais provável é que sejam mostradas como fazendo com que as coisas aconteçam, enquanto as fontes relativamente sem poder são retratadas como vítimas de eventos que lhes

aconteceram (LEVINE, 1977, p. 100-105; LEVINE, 1986, p. 12-18,23 apud COOK, 2011).

A opção por fontes com maior potencial ou representação, segundo o que apresenta Cook (2011) se dá em função de que os próprios jornalistas acabam estabelecendo essa proximidade com determinadas pessoas ao considerarem que eles próprios têm garantia de defesa ao serem questionados, por se tratar de fontes que têm poder de informação. Esse segundo tópico se trata muito mais de uma relação entre os jornalistas e fontes oficiais, com o intuito de produzir informação de impacto.

Já o terceiro viés está no valor de produção e valor de política, em que o autor relata a importância muito mais voltada às mídias em si do que para o valor de produção, logo de acordo com Cook (2011, p.219) “a mídia jornalística mudou consideravelmente, com maior concentração da propriedade e administração mais orientada ao lucro“. Isso significa que as instituições têm passado por um processo de adaptação, em que a prioridade está no valor comercial, sendo assim o olhar do repórter que seleciona o que tem valor é fundamental para que este estilo seja eficiente.

O quarto viés está na negociação da noticiabilidade, neste fica explícito o valor das fontes, nas quais segundo Cook (2011, p.224) “Precisamos agora considerar a maneira pela qual fontes e repórteres negociam as notícias, alocando, assim, valores“. Nessa fase, os conflitos entre as fontes e repórteres ocorrem na medida em que recebem informações que se considera bom para produzir conteúdo, assim os próprios passam a observar mais suas fontes e se tornarem menos dependentes.

No entanto, aqui fica evidente que é um jogo de poderes, tanto do repórter que seleciona o que considera bom mas também das fontes como dito os funcionários públicos que têm informação mas que a fazem como melhor consideram já que estão em uma posição estratégica, e ainda o próprio político que pode fazer essa seleção o quanto e o que divulgar para a imprensa.

Por fim, o quinto e último viés trata do tipo de Instituição Política, aqui Cook refere Cater, o qual propõem a existência de um quarto poder, no entanto o próprio autor diz que, Cook (2011, p.233) “Embora a noção de Caráter de um “quarto poder” seja estimulante, é aqui que ela começa a mostrar seus limites”. De forma objetiva para Cook, diferente dos poderes legitimamente constituídos, como o caso legislativo, executivo e judiciário, que estão nesta condição baseados na constituição, é diferente para os jornalistas que apesar de terem liberdade de imprensa, estão condicionados a grupos privados. Essa relação entre poderes - ou políticos - e jornalistas é o que estabelece essa interdependência. Seja qual for o viés, existe um jogo de interesses das duas partes e que cada uma tem a sua importância dentro da política.

Conceituar jornalismo político não parece tão simples assim, mas De Albuquerque (2000) propõe fazer uma leitura entre o papel da imprensa e a política. O autor faz uma interpretação do posicionamento da imprensa através de grandes revistas como *Época* e *Veja* quanto às eleições de 1998, e como isso reflete na população. De acordo com De Albuquerque (2000, p.23) “elas estão demarcando o espaço de uma competência específica: o de fornecer uma interpretação “independente” da cena política, transcendente em relação às perspectivas particulares dos agentes políticos envolvidos”. Aqui o autor refere ao que chama de jornalismo “independente”, ao denominar o modelo americano que se sustentaria entre alguns dos pilares pela objetividade, neutralidade e imparcialidade. Segundo De Albuquerque (2000), hoje a imprensa brasileira está cada vez mais próxima deste modelo americano, que se sustenta por estar cada vez mais independente da política. Esse avanço na postura jornalística se deu em virtude de fóruns de cobertura e também através do Instituto Gutemberg, que de acordo com De Albuquerque (2000, p.24) “sugere ter havido nos últimos anos um significativo avanço na constituição de uma identidade profissional jornalística baseada numa ética do serviço público”, por isso esse viés tenderia a ser o que a autor chama de o “o quarto poder”.

Estabelecer essas diferenças entre o jornalismo americano e o brasileiro, como diz De Albuquerque (2000, p.25) “passa por questões de cultura, políticas, econômicas e legais”, o que segundo o autor o que difere ambos é que no estilo

brasileiro o jornalista tende a fazer suas próprias interpretações baseadas em posicionamentos políticos. Essa dinâmica fica mais clara quando aborda um ponto crucial quanto à postura do Jornalismo e compromisso político no Brasil. Neste sentido, faz uma reflexão quanto a falta de definição clara em termos conceituais que delimitam o posicionamento deste profissional, sendo assim apresenta o que chama de possibilidades a serem aprofundadas no que tange ao compromisso político.

No entanto, De Albuquerque (2000) compactua com o que propõem outros autores: “Vários estudiosos brasileiros têm qualificado a atitude da imprensa brasileira no período posterior ao regime militar como “adversária em relação à democracia” (p.38). O é que ainda assim existem pontos de vista diferentes entre os autores, paralelo a isso, de acordo com De Albuquerque (2000, p.38): “atuação da imprensa brasileira neste período se explica menos pela sua hostilidade à democracia ou a alguma das suas instituições em particular”. Nesse sentido o autor compara essa cobertura da imprensa ao Congresso nacional como pouco ética, assim compara essa posição da imprensa brasileira com a democracia, em que para Albuquerque a imprensa não respeitaria o desejo da maioria, mas refere que se trata de uma construção cultural da própria imprensa nacional.

Para ampliar conceitos desta discussão em torno do jornalismo político recorreremos ao que defende Marques e Montalverne (2013), quando este faz um esboço quanto à influência que é exercida pelos jornalistas quanto à imagem dos candidatos. Para tanto, ele analisa a imagem da ex-presidente Dilma Rousseff nos editoriais do jornal O Estado de São Paulo em 2012. Nessa análise foram identificadas três categorias: economia, política e questões sociais, que tratariam de maneira mais ampla no que tange ao proposto. Vamos nos deter sobre a questão política, que permeia nossa análise. A matéria do Jornal O Estado de São Paulo de 05 de março de 2012, “Estados precisam de alívio” que se trata que os municípios e os estados precisam de suporte da União e sugere que a ex-presidente Dilma tenha papel fundamental quanto ao fato, impondo a ela a resolução do problema, no entanto de acordo com Marques e Montalverne (2013, p.15) “insinuando que a presidente já sabe como funciona o jogo no Congresso, mas isso não significa que o periódico

acredite na habilidade dela para lidar com os diversos interesses em questão”. O autor propôs que Dilma já deveria saber como funcionava a política no congresso e como deveria fazer para obter apoio, insinuando que os problemas se resolvem apenas por conta da vontade e deliberação de Dilma impondo a ela o fator da sorte. Essa postura dita imparcial da imprensa dentro do jornalismo político é o que formula a imagem de quem exerce a função pública, e para tanto é importante registrar que era o primeiro ano da presidenta no mandato.

Para esta breve síntese, seguindo o proposto por Marques e Montalverne, se analisa o uso de outro texto, também do jornal O Estado de São Paulo, do dia 28 de junho de 2012, “Caminho desimpedido”, em que o jornal nitidamente está preocupado com a absolvição dos envolvidos no mensalão, e faz menção ao ex-presidente Lula. O Estadão ainda refere que Dilma teria indicado o novo ministro do STF, insinuando que seria uma tentativa de favorecer Lula.

Para esta análise do jornalismo político percebemos que os jornais se posicionam com parcialidade e de forma incoerente, ao atribuir à Dilma, problemas naturais que qualquer governo enfrenta, e assim passa a estigmatizar a imagem pública, impondo na população estereótipos que fazem com que a população menos culta conceda a então presidenta rótulos que são criados por parte da imprensa.

Como afirma Marques e Montalverne (2013, p.212) “Percebe-se que Dilma é apresentada como uma gestora pouco confiável. Para o jornal, ela não teria competência para enfrentar a crise econômica, seria autoritária em relação aos outros ocupantes de cargos na estrutura do governo...”. O texto nos remete à reflexão de que a postura dos jornais tem a prerrogativa de direcionar para o governo federal as atribuições gerais para um bom gestor, e não considera que essa fluidez do governo depende de outros poderes constituídos.

2.3 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E DEMOCRACIA

A relação entre a comunicação pública, a comunicação política e o jornalismo político, em face à democracia pode ser considerada muito próxima tendo em vista que o jornalista tem o dever de informar, e o administrador deve apresentar suas ações para a sociedade. Nesse contexto em que a democracia e a política também estão atreladas, segundo Jacinto (2001, p. 75) “o âmbito local proporciona condições mais favoráveis para o desenvolvimento de modelos de governo democrático do que escalas mais extensas”. Com isso, o posicionamento do autor requer um olhar para a devida importância da participação da política local, ou seja, a democracia é relevante quando se valoriza a participação cidadã no local em que se vive, e que por óbvio lhe propicia a possibilidade real de exercer o seu direito também enquanto eleitor.

Segundo Esteves (1997, p.4), “hoje já não é a Opinião Pública que dá forma à política, mas sobretudo o inverso, isto é, o Estado enquanto instância suprema da soberania política que comanda e controla a Opinião Pública”. Este posicionamento do autor reforça que o Estado é quem dá o rumo dentro da administração pública, não se importando de fato com esta, logo cria espaços de participação para de certa forma ilustra que existe um espaço de socialização.

Estabelecer um outro olhar quanto à democracia é o que propõe Esteves (2007), em seu artigo “Internet e Comunicação Política”. O autor relaciona política e democracia, com o uso da internet. De acordo com Esteves (2007, p.2) “de um lado, os apologistas da “sociedade de informação” e, de outro, os cépticos, com os seus cenários mais ou menos catastrofistas sobre o futuro tecnológico das nossas sociedades”. Neste sentido, o autor defende que as duas ideias são ultrapassadas, o que requer atenção e cautela para não pôr em risco a democracia.

Em termos gerais, segundo Esteves (2007, p.4) “a pergunta política relevante a colocar não é o que a Internet nos pode dar, mas sim o que podemos dela fazer para

atingir uma democracia melhor”. Desta forma a democracia estaria em constante turbulência, se não houver uma reflexão e cuidado com a sua verdadeira essência.

Esteves propõe a ampla participação do cidadão nestas esferas. Para justificar seu posicionamento ancorado no conceito como “[...] o papel da discussão aberta, a importância da participação e deliberação dos cidadãos, e a presença de uma esfera pública operacional”. (GIMMLER, 2001, p.23 apud ESTEVES, 2007, p.4). Assim faz sua consideração tendo em vista que a democracia deve estar acima de outros interesses públicos.

Este posicionamento se justifica, pois há “ausência de certas marcas sociais tradicionais, o que permite que a interação da Net crie oportunidades para serem executadas vozes que de outro modo nunca o seriam”. (DAHLGREN, 2001, p. 52 apud ESTEVES, 2007, p.5).

[...] uma Internet que é hoje muito mais um negócio de consumidores do que uma questão de cidadania, o que se exige, pois, é uma política geral, e formas de regulação concretas capazes de promover uma defesa do interesse público em tudo o que envolve as novas tecnologias de comunicação e informação (a começar pela sua acessibilidade). (ESTEVES, 2007, p.10).

De forma sistemática, se estabelece a ideia de que o Estado deve promover a interatividade com o próprio cidadão, prevalecendo o interesse público, ou seja, é função do estado preservar essa relação.

Essa relação entre democracia, opinião pública, comunicação política e comunicação pública se amplifica nos estudos da autora Maria João Silveirinha que faz uma relação em que argumenta a importância da opinião pública apesar das suas amplas e variadas definições. De acordo com Silveirinha (2004, p.411) “Com efeito, podemos facilmente perceber que o conceito tem, na vida quotidiana, uma forte importância, tanto do ponto de vista político, como do ponto de vista social, como ainda do ponto de vista pessoal”. Neste sentido, a autora esclarece sob três pontos de vista: a) que na visão política se vê a opinião pública como democrática, ao considerarem que a voz do povo representa essa democracia; b) sob o aspecto

social, está a valorização do que o cidadão comum pensa, contrapondo com a opinião alheia; c) pessoalmente está cognitivamente ligado às atitudes.

Essas três possibilidades se explicam, segundo Silveirinha (2004, p.412), “não é surpreendente que, durante três séculos, o entendimento sobre opinião pública tenha oscilado entre esforços de a associar à esfera do colectivo”, sendo assim os argumentos servem para sustentar sua posição ao justificar que ainda não se tem uma posição clara e definitiva quanto ao termo, no entanto não menos importante é considerar a opinião pública aliado a política e democracia.

2.4 O RÁDIO HIPERMIDIÁTICO NO CONTEXTO DA NOTÍCIA LOCAL

O engajamento de todos os setores com o propósito de informar o cidadão, seja ele eleitor ou não, perpassa pela divulgação, logo é importante salientar o conceito de mídias sociais nesse processo, ou seja, nosso foco de pesquisa, observando todo o processo e repercussão da consulta popular, baseados em Recuero (2008). Embora não haja uma definição clara para redes sociais (e a sua própria evolução demonstra novas possibilidades), de acordo com a autora, podemos dizer que:

mídia social, assim, é social porque permite a apropriação para a sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e numa escala enorme. Ela está diretamente relacionada à Internet por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou. (RECUERO, 2008, p.1)

Seguindo nessa linha de estudos, Quadros e Lopez (2014) explicitam as características do rádio hipermediático, destacando como o veículo precisou acompanhar as tendências tecnológicas, passando a utilizar não apenas os meios tradicionais de transmitir informação, passando a fazer o uso destas redes sociais, justamente o que tratamos aqui.

Apresentamos algumas discussões para percorrer um caminho que possa nos levar a compreensão sobre o ocorrido na Consulta Popular, mais especificamente,

aqui em Frederico Westphalen, na tentativa de explicar ou justificar estes números, tendo em vista que, no contexto local, podem ser considerados baixos, para tanto nos amparamos nos argumentos como base do artigo de Quadros e Lopez (2012), intitulado “Redes sociais na internet como estratégias para o radiojornalismo contemporâneo: um panorama sobre a inserção de emissoras gaúchas”. Neste artigo, as autoras abordam em sua pesquisa a transformação percorrida pelas emissoras, dentro da chamada Web.2.0, que abordou como a Rádio Gaúcha interage com os seus ouvintes no Programa Atualidades, internautas fazendo o uso das redes sociais, onde podem interagir com os apresentadores. Quadros e Lopez ainda destacam o modelo em que as rádios da região metropolitana se enquadraram, sendo os seguintes: o modelo all news, rádio informativo, exclusivamente voltado à difusão de notícias; all talk, baseado em opinião, entrevista e conversa com o ouvinte; e talk and news, que se caracteriza como uma mescla dos anteriores. A partir destes modelos traçamos um caminho plausível.

As transformações que o rádio vem sofrendo demandam outras formas de comunicar, nesse sentido, segundo Quadros e Lopez (2012, p.162), o desenvolvimento de novas tecnologias, sendo constante, “perpassa a história das comunicações, é responsável pelo contínuo ciclo de adaptações, rupturas e mutações nos processos relacionais e comunicacionais da sociedade”. Desta forma, assim tanto os internautas, empresas ou meios de comunicação devem estar atentos para essa mudança, e o que se observa, ela está sempre em transformação.

O uso das redes sociais, portanto, é o que trata Quadros e Lopez (2014), quanto ao uso ampliado por parte das rádios das redes sociais, como forma de divulgação de conteúdos, logo, tem-se um contexto do rádio hipermidiático, ou seja, com os fundamentos em que esse mesmo veículo precisou acompanhar as tendências tecnológicas, passando a utilizar não apenas os meios tradicionais de transmitir informação, passando a fazer o uso destas redes sociais.

Mesmo que as tecnologias possibilitem essa interatividade, ainda assim, seguem demandas, e estas por si seguem orientações em seus ambientes. Dito isto,

seguimos com outra realidade, para tanto amparado agora em outro tópico, com Silva (2016) que aborda o que é pauta no jornalismo local, ou quem define essas pautas.

Silva (2016), que para obtenção do título de mestre em Comunicação e Jornalismo em 2016 pela Universidade de Coimbra, no que segue: Alterações impostas pela internet no percurso da informação e nas práticas de informação jornalística: O caso do jornalismo local no público. Nesta pesquisa, Silva (2016) aborda a rotina de produção comparando as notícias do jornalismo impresso como o online, ao referir a instantaneidade da informação das pautas locais produzidas pelo jornal Público em Lisboa/Portugal.

De forma geral Silva (2016) traça o percurso das notícias do impresso em relação com as do online, no dia a dia da produção, abordando o valor notícia para o público que, em tempos de rápida difusão da informação, requer que isso seja ofertado nos dias atuais, ou seja, através das redes sociais.

O que também se observa é que esse jornalismo político também tratado aqui é pouco eficiente, e poderíamos justificar isso com o que propõe Silva (2016, p.9): “A Internet é hoje parte integrante das rotinas de produção jornalística. Tem vindo a consolidar-se e a naturalizar-se ao longo dos últimos anos, apresentando-se geralmente como uma mais-valia nos vários processos de produção”.

Por fim, cabe salientar que a pesquisa está inserida em um novo conceito - rádio hipermidiático, entendendo que no atual contexto da convergência das mídias, o rádio “[...] explora os recursos da digitalização e da comunicação em rede. Torna-se, assim, hipermidiático”, pois ultrapassou o meio tradicional de transmitir a informação simultânea, porém é também espaço para outras linguagens para além da sonora. (QUADROS e LOPEZ, 2014, p.38).

Após os estudos de revisão bibliográfica, podemos avançar com a descrição da metodologia adotada no presente trabalho, esclarecendo as técnicas utilizadas para a coleta e análise dos dados.

3 CAMINHO E ESCOLHAS METODOLÓGICAS

Com a utilização da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) é possível verificarmos de que forma a Comunicação Pública se insere nesse cenário local e regional. Complementar a isso está o Jornalismo Político, a Comunicação Política e Democracia. No foco desta discussão está o cidadão, os espaços públicos de participação e as rádios como elo de ligação. O propósito em usar Bardin (1977) como referência, se dá ao fato que a autora usou as técnicas de Análise de Conteúdo na investigação psicossociológica e em estudos de comunicação de massa, ainda serve como referência para estudos de historiadores, políticos e jornalistas. Para tanto, a Análise de Conteúdo basicamente se divide em três fases, sendo: 1º - A pré-análise, na qual se faz a preparação dos materiais, além de leituras; 2º - A exploração do material, momento em que se observa os dados e números, lançando estes para posterior análise; 3º - O tratamento dos resultados, a inferência e a interferência, nesse momento, é quando se observa os resultados obtidos, partindo especificamente para a análise, ou seja, é o momento de avaliar os números, nesta fase já estão quantificados e aparecem em tabelas, porcentagens, frequência.

Quanto ao tema da pesquisa, destacamos que o Rio Grande do Sul instituiu, através da Lei nº 11.179, em 1998, que a população define diretamente parte dos investimentos e serviços que constarão no orçamento do Estado. Esse processo foi denominado de Consulta Popular. Anualmente, o Governo do Estado fixa o valor submetido à deliberação da população. Este valor é distribuído entre as 28 Regiões do Estado, de acordo com critérios como a população de cada região e o Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE). Definido o valor para cada região, o governo e os Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDES) organizam o processo de discussão em Audiências Públicas Regionais, Assembleias Municipais e Fóruns Regionais. Nos encontros, é construída uma cédula de votação regional, que é submetida aos eleitores gaúchos em um dia de votação da Consulta Popular.

Para contextualizar, o município de Frederico Westphalen, foi fundado em 15 de dezembro de 1954, e foi emancipado em 28 de fevereiro de 1955. Situado no norte do Rio Grande do Sul, tem área de 264,53 Km² e sua população, de acordo com dados do IBGE de 2018, era de 31.120 habitantes. O município faz parte do Conselho de Desenvolvimento do Médio e Alto Uruguai (CODEMAU).

Ao decorrer desta pesquisa, mais precisamente, no momento em que definimos nossos objetivos específicos, contemplamos como foi a participação do cidadão na Consulta Popular 2020, fato que em uma análise prévia, mas oficial a partir da divulgação do resultado pelo governo do estado, a região do Médio e Alto Uruguai ficou em primeiro lugar, sendo em 2019 também. No entanto, em nível local por hora, constatou-se tanto em 2019 quanto 2020 baixa participação do eleitor frederiquense, com 10,4% em que ficou na 13^o colocação, e em 2020 na 11^o posição com 10,7% de participação. Estes resultados vão ao encontro com o que apresenta em seus estudos (FRITZEN, 2014), quando em seus resultados traz índices de baixa participação ou interesse do eleitor frederiquense por temáticas relacionadas à política. No caso estudado, pode-se inferir que mesmo Frederico Westphalen tendo o maior número de eleitores do CODEMAU, foi o município da região com baixos índices de participação, sobretudo quanto à participação local na Consulta Popular.

O propósito da pesquisa é analisar como as rádios de Frederico Westphalen informam a população sobre os espaços de participação política, focado especialmente na Consulta Popular no ano de 2020/2021. Para tanto, para que essa análise seja mais ampla, completamos com os dados de 2019/2020, ou seja, incluímos um efeito de comparação com o ano anterior, com os resultados e discussão posterior. Além disso, abordamos a Comunicação Pública no âmbito do Poder Executivo de Frederico Westphalen, bem como observamos a entidade responsável por esse processo na região (CODEMAU) e como a informação ou divulgação é feita por seus representantes para que se oportunize a participação do cidadão. O foco é a rede social Facebook tanto da Prefeitura quanto do CODEMAU.

As Rádios de Frederico Westphalen foram os meios escolhidos, pois estão diariamente na casa das pessoas, ainda mais quando fazem o uso das redes sociais, e assim se conectam cada vez mais. Nesse sentido também analisaremos as postagens no Facebook das referidas rádios, sendo a rede social de maior alcance no Brasil (SILVA, 2020; TECMUNDO, 2019). Na ordem cronológica, apresentamos as emissoras que hoje estão em Frederico Westphalen/RS e que fazem parte deste estudo.

A primeira a iniciar suas atividades foi a Rádio Luz e Alegria¹, em 28 de julho de 1957, de forma experimental até sua inauguração oficial em 28 de outubro do mesmo ano. Sempre com o intuito de levar informação de qualidade e boa música aos seus ouvintes. Atualmente é denominado Complexo Luz e Alegria de Rádios que compõem três emissoras, além do Jornal Folha do Noroeste.

A Rádio Comunitária 87.9 FM² foi fundada em 22 de março de 2003, a partir da formação de um grupo de pessoas e de um longo período até entrar no ar, que viam a necessidade de levar a informação imparcial e sem foco no lucro, assim foi fundada a Associação Frederiquense de Radiodifusão Comunitária, completando em 2020, 13 anos de interatividade.

Para atuar na área comercial, surgiu a Rádio Barril 105.7 FM³, entrando no ar em caráter experimental em 23 de dezembro de 2015. Em 2020 comemora-se cinco anos de fundação e se consolida na região, além de abranger várias cidades do oeste de Santa Catarina. A emissora mesmo sendo jovem no mercado, conta com profissionais renomados da comunicação e jornalistas com formação acadêmica.

Por fim, o Grupo Chiru de Comunicações⁴, que iniciou suas atividades em 12 de março de 1990 na cidade de Palmitinho, com o passar do tempo adquiriu outras duas emissoras, entre elas no final de 2018 adquiriu a 91.1 FM, a qual foi transferida da cidade de Vista Alegre instalada na cidade de Frederico Westphalen em um amplo

¹ Rádio Luz e Alegria, informações retiradas do site neste link <https://www.luzealegria.com.br/>

² Rádio Comunitária, informações retiradas do site neste link <http://www.comunitaria.com.br/>

³ Rádio Barril, informações retiradas do site neste link <https://barrilfm.com.br/>

⁴ Rádio Chiru, informações retiradas do site neste link <https://www.grupochiru.com/>

e moderno estúdio. Atualmente o grupo tem três rádios, atuando além da região do Médio e alto Uruguai, também está na Celeiro e Oeste de Santa Catarina, sendo denominada hoje como Grupo Chiru de Emissoras de Rádio.

Como tratamos sobre a Comunicação Pública - que deve informar suas ações para o cidadão, nosso foco também estará atento para o Site da Prefeitura local, além do uso das redes sociais, pontualmente o Facebook, entendendo-se que por naturalidade têm um assessor de imprensa e este por sua vez promove e divulga o que é do interesse geral.

A escolha desta rede social, o Facebook, dentro da análise de conteúdo proposta foi realizada considerando ser a que a ampla maioria das pessoas ou mesmo empresas sejam públicas ou privadas fazem uso, estando entre as mais populares. De acordo com o Site Convergência Digital, em notícia publicada em 01 de junho de 2021, em relação a audiência, o Facebook ainda foi a plataforma com maior alcance e concentrou 65% da atenção dos usuários em 2020.

Tendo em vista o alcance das mídias sociais na atualidade e suas possibilidades de uso para o jornalismo, visto que é um meio de comunicação tradicional que tem passado por grandes transformações, destacamos que as rádios conservam boas audiências na cidade de Frederico Westphalen.

4 RESULTADOS

4.1. O contexto da participação política

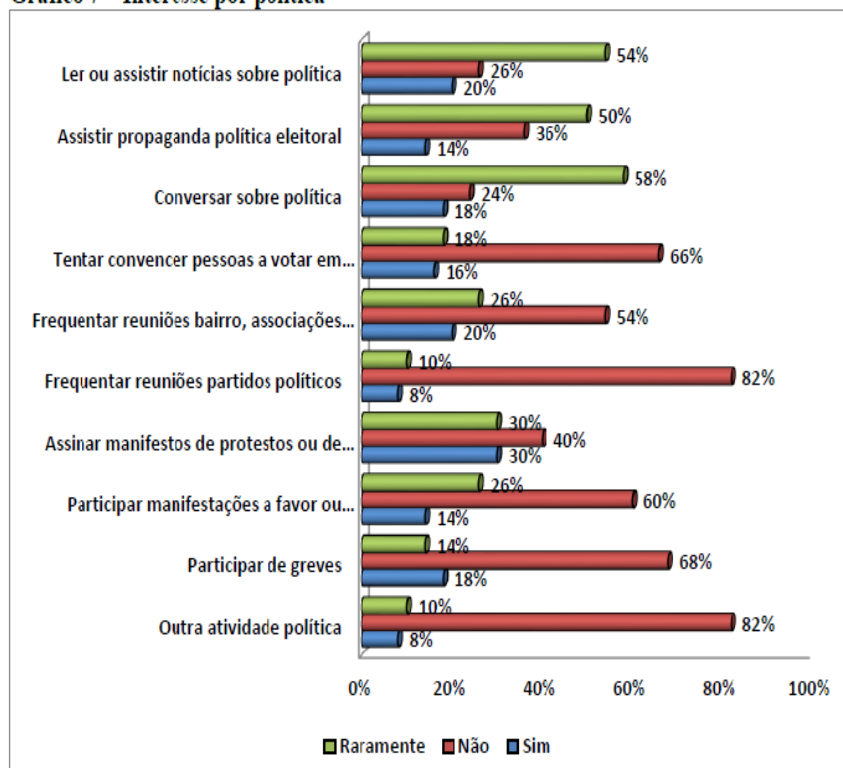
Como ponto específico sobre a Participação Política, utilizamos a dissertação de Fritzen (2014) pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná, intitulada: Cultura Política e Comportamento Eleitoral no município de Frederico Westphalen/RS. Essa dissertação está amparada na democracia, que aborda a participação cidadã, suas motivações, entre outros fatores relevantes que estão diretamente ligados para esta análise. Tanto as situações culturais, políticas e sociais, bem como o comportamento dos agentes políticos, quanto do próprio eleitor estão diretamente ligadas ao nosso propósito. Compreender como este processo da relação da comunicação com a participação cidadã é o que nos instiga a abordar esta temática. Para tanto, é de suma importância os dados aqui apresentados pela autora, pois representam números reais e locais, dentro do que queremos abordar, sendo que vai desde como as informações são passadas ao eleitor, como este se informa até como isso influencia na sua decisão.

Entre os fatores relevantes desse estudo está a questão sobre como o cidadão se informa sobre política, seja nacional ou local, e como isso influencia nas suas decisões. Segundo Fritzen (2014, p.60) “a televisão (60%) é um dos mecanismos mais utilizados pelo eleitor para acompanhar os acontecimentos políticos locais, regionais e nacional”. Como não existe um canal de TV local, essas informações mais específicas não seriam amplamente difundidas e, com isso, identificamos o papel das rádios neste processo - especialmente voltadas à informação local.

De acordo com Fritzen, após questionar os entrevistados quanto “[...] seus hábitos em relação à política, em estar lendo, assistindo noticiários sobre política, assistir à propaganda eleitoral e conversar sobre política.”. A autora apresenta os dados de sua pesquisa, conforme a figura, em que constam os índices de participação do eleitor e seus respectivos interesses.

Figura 1 - Fatores de interesse por política segundo Fritzen (2014)

Gráfico 7 – Interesse por política



Fonte: Pesquisa: Cultura Política e Comportamento Eleitoral no Município de Frederico Westphalen/RS, 2013/2014.

Total de entrevistados = 50

FONTE: Fritzen (2014)

Os dados apresentados na figura 1, a princípio já trazem uma visão geral de como se dá o posicionamento e participação do eleitor frederiquense na política local. De acordo como os números, podemos inferir que representam um baixo índice de participação em vários aspectos locais, que vai desde como se informam, quando o primeiro item demonstra que 54% raramente lê ou assiste notícias sobre política, bem como outras situações, como participar de reuniões dos partidos ou mesmo discutir sobre o assunto.

Sendo assim, para Fritzen “[...] verifica-se que no município de Frederico Westphalen é predominante o baixo índice de envolvimento e interesse por política, e, ao mesmo tempo, há uma descredibilidade em relação a outros segmentos” (2014, p.63). Neste sentido, os dados apresentados pela autora evidenciam que o eleitor, em sua ampla maioria, além de não participar do cenário local, ainda apresenta um elevado descrédito com outras entidades, entre elas sindicatos e os próprios partidos. Se estes dados representam uma baixa participação em termos gerais, e além de não estimular a participação do eleitor, também nos incentivam a seguir adiante buscando entender de que forma os eleitores participam destes espaços, focando neste estudo em como ocorre o processo de divulgação.

A contextualização da pesquisa de Fritzen (2014), colabora para entender o que observamos nos dados da Consulta Popular de 2020, ou seja, no quesito local, Frederico Westphalen, teve baixa participação, com 10,7%, contando com 2.697 votos, do total de 25.353 eleitores. Mesmo assim, superou 2019, quando obteve 10,4% local. Por outro lado, a região do CODEMAU foi a que teve maior participação no estado, 15,31% em 2020.

Ainda precisamos abordar o papel da imprensa nesse processo, que tem função de informar temas de interesse público. Para tanto, é fundamental saber o que determina que essa agenda esteja na pauta, além do ciclo de comunicação entre esses espaços e agentes públicos para com a imprensa propriamente dita. É importante esclarecer aqui o que contempla este tema, ou seja, a Consulta Popular, promovida pelo CODEMAU. Para tanto, nos delimitaremos aos dados que apurados no âmbito local e regional.

Demonstramos a seguir os resultados em tabelas, de acordo com pesquisa realizada no Facebook de cada uma das rádios citadas anteriormente e também no Site da Prefeitura e no Conselho de Desenvolvimento do Médio e Alto Uruguai (CODEMAU). Logo através dos links do Facebook destas emissoras, que direcionam para os sites das mesmas ou seus jornais, pois são grupos de comunicação, e muitas vezes agregam os conteúdos tendo como base determinado site.

Para contemplar essa análise, também acessamos o site do CODEMAU, que representa a região do Médio e Alto Uruguai, com o propósito de citar as notícias referentes à consulta popular 2020/2021 e 2019/2020, visto que a princípio seria um conselho que trataria destas informações, pois é o representante da região, que abrange 22 municípios. Também porque na pré-análise realizada observamos que a entidade não faz uso da rede social, Facebook. Sendo assim, foi necessário ampliar então as publicações também dos referidos sites, para posteriormente analisarmos o processo em si, bem como o engajamento do público.

Por fim apresentamos ao final, em forma de tabela, as respectivas repercussões por parte das referidas rádios, da Prefeitura e do CODEMAU, no que se refere a repercussão ou divulgação dos resultados finais da votação da Consulta Popular, especialmente da região obviamente. Assim podemos observar tais publicações novamente nos Sites e no Facebook.

Contextualizando essa divulgação, é importante destacar o que nos apresenta a literatura, quanto à Comunicação Pública, na qual a prestação de contas está atrelada sim à construção da agenda pública, no entanto, também tem o propósito de prestar contas e o conseqüente engajamento social, nesse sentido de acordo com Brandão (2007, p.3): “a comunicação promovida pelos governos (federal, estadual ou municipal) pode ter a preocupação de despertar o sentimento cívico”.

Saber da importância de uma integração do poder público, imprensa e do próprio cidadão nesse processo, com integração dos agentes no processo de informar é o que trata, pois comunicar não é apenas informar, sendo segundo Duarte (2007, p.4) “um processo circular, permanente, de troca de informações e de mútua influência. A troca de informações faz parte do processo de comunicação”. No entanto, pelas palavras deste autor, ainda assim é preciso entendermos que nem sempre uma múltipla disseminação de informação de diversas formas significa que ela é clara para o cidadão. Por fim, o autor ressalta que a informação pode se tornar ao final do processo sendo mal entendida, manipulada e inútil.

A seguir, apresentamos inicialmente e analisamos o quantitativo de postagens na tabela 1, sendo que todos os dados referentes às publicações feitas pelas rádios locais, Prefeitura e pelo CODEMAU, tanto nos Sites bem como no Facebook destas, no período correspondente entre 26 de setembro de 2020 a 03 de dezembro de 2020, ou seja, 30 dias antes do início da votação, durante e 30 dias após. Com as referências das notícias analisadas por (veículos, ano, Site, Facebook). O detalhamento destes números está no apêndice A.

Tabela 1: Resumo geral de análise quantitativo de postagens (Antes da Consulta/ Depois da Consulta) de 2020.

Veículo	antes 2020	depois 2020	total 2020
Site Rádio Luz e Alegria	5	4	9
Facebook Rádio Luz e Alegria	1	4	5
Site Comunitária	1	1	2
Facebook Comunitária	1	1	2
Site Barril	1	1	2
Facebook Barril	1	1	2
Site Chiru	3	3	6
Facebook Chiru	1	3	4
Site Prefeitura	1	0	1
Facebook Prefeitura	0	0	0
Site Codemau	1	1	2
Facebook Codemau	0	0	0

FONTE: Elaboração própria

Na tabela 1 consta portanto os dados resumidos das rádios, Prefeitura e CODEMAU de todo o período da votação. Quanto às notícias produzidas pelas rádios, no total foram 32 e apenas 3 da Prefeitura e do CODEMAU.

Se observa na tabela 1 que a rádio Luz e Alegria dominou a pauta amplamente com 14 notícias, seguida da rádio Chiru, com 10. Já as demais mantiveram 4.

A Prefeitura somente divulgou a Consulta Popular em uma matéria no Site, por fim, o CODEMAU, apresenta 2 matérias no Site, mas nem uma no Facebook pelo motivo que não utiliza esta rede social.

Considerando que em 2020 a Consulta Popular foi somente online, devido ao momento global de enfrentamento ao Covid-19, além das eleições municipais, já podemos constatar portanto, que: tanto a rádio Luz e Alegria, quanto a Chiru, de fato, a princípio deram mais espaço para a pauta, e podemos considerar isso também com base nas curtidas e compartilhamentos. Porém o que fica evidente é que a Prefeitura e o CODEMAU, não tem a mesma preocupação voltada para o público conforme as postagens, a exemplo da notícia publicada pelo CODEMAU de 02/10/20, em que faz referência a recursos recebidos por hospitais da região, durante audiência Assembleia Pública regional, realizada em 01/10/20. Além de faltar dados importantes como onde foi realizada, e mesmo tendo a participação da Diretora de Desenvolvimento Regional da Secretaria de Governança e Gestão Estratégica, Bruna Blos e estando a trinta dias de ocorrer a atual votação, de 2020, nada é citado na notícia.

Já na segunda notícia publicada também pelo CODEMAU em 02/11/2020 trata sobre a atual votação, mas fazendo referência sobre a cédula de votação que foi definida também na audiência pública de 01/10/20 e que foi então utilizada na mesma. A questão nesta notícia, é que foi publicada no Site em 02/11/2020, ou seja, no penúltimo dia do atual pleito de votação ocorrido entre os dias 26 de outubro à 03 de novembro de 2020.

Em termos gerais verificou-se que os esforços para promover e engajar o eleitor em torno da demanda pelas rádios e demais entidades a priori foram, se observados os números locais, conforme o quadro A.

A seguir apresento os dados referente à cidade, região na votação, e a porcentagem de participação.

Quadro A: Referente à 2020 e a colocação local e regional.

Votação por município em 2020 e Porcentagem de votação	Frederico Westphalen/RS	11º colocação	10,7%
Votação por região em 2020 e Porcentagem de votação	CODEMAU	1º colocada	15,31%

FONTE: Elaboração própria

O quadro A representa a participação dos eleitores de Frederico Westphalen dentro da sua microrregião, sendo que a cidade atingiu 10,7% de participação do eleitorado em 2020 de acordo com os dados divulgados pelo governo estadual e dispostos diretamente no site da consulta popular. No entanto, baixou a participação se comparado com 2019, mas a região no cenário estadual manteve o melhor desempenho, sendo 15,31%.

Observa-se que mesmo a cidade sendo referência da região, ainda assim ficou abaixo na colocação se comparado percentualmente os votantes de outras cidades, conforme índices da tabela 09 a seguir.

Tabela 2: Referente à 2020 e os Resultado da participação por Município.**Resultado Consulta » Eleitores x Município**

COREDE_NOME	MUNICIPIOS_NOME	N_ELEITORES	N_VOTANTES	PERCENTUAL_CORTE_MUNICIPIOS	CORTE_MUNICIPIOS	TOTAL_DE_VOTOS	PERCENTUAL_DE_VOTACAO	STATUS
Médio Alto Uruguai	Caçara	4186	757	2	83,72	750	18,08	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Cristal do Sul	2481	523	2	49,62	522	21,08	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Dois Irmãos das Missões	1895	38	2	37,9	38	2,01	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Erval Seco	5333	2135	2	106,66	2127	40,03	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Frederico Westphalen	25353	2712	2	507,06	2697	10,7	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Gramado dos Loureiros	2165	45	2	43,3	45	2,08	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Nonoai	9205	269	2	184,1	268	2,92	CLASSIFICADO
Médio Alto Uruguai	Palmitinho	5749	674	2	114,98	671	11,72	CLASSIFICADO

FONTE: Site Rádio Comunitária

Por esta análise inicial, constatamos que Frederico Westphalem ficou na 11º colocação geral dos municípios da região, com baixa participação, 10,7%, 2697 votos, do total de 25353 eleitores, no entanto com relação à 2019, que foi a 13º colocação, observou-se um crescimento. Por outro lado, a região do CODEMAU foi a que teve maior participação no estado, com 18440 eleitores, atingindo 15,31% do total de 120483, porém baixou a participação total que em 2019 foi 21, 88%.

A partir destes dados iniciais de 2020, temos um cenário parcial, considerando tanto a atuação da imprensa local, por alcançar os seus ouvintes dos municípios da região, no quesito de jornalismo político, até obteve envolvimento, mas especificamente quanto a região, tanto na promoção e repercussão.

Por outro lado quanto à atuação das entidades, no que se refere a Comunicação Pública, estas ao deixar de promover e repercutir estes espaços de participação popular, ou seja, informar o cidadão sobre estes espaços democráticos e o direito à informação, a Prefeitura e o CODEMAU, não cumprirão com a função da comunicação pública ao não repercutir o resultado obtido na mesma. Logo ao não fazer isso após a eleição, nem no Site quanto no Facebook, deixou o cidadão sem saber o que é do interesse público. Para reforçar desinformação, reafirmamos estes

argumentos e dados, com as palavras de Brandão (2007, p.3) “Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público”, assim o que se observa é que o agentes públicos não prestarão contas ao seu eleitor ou cidadão sobre os resultados, ou seja, ao não repercutir o resultado.

Aqui tratamos de três pontos básicos que norteiam esta pesquisa, e que será ampliado com base em estudos de autores que estudam estas demandas a longa data, os quais serão suporte para argumentar o que a pesquisa indicou.

Após analisar os dados de 2020, ano em que a Consulta Popular ocorreu totalmente de forma on line, devido ao momento que o mundo passa de enfrentamento ao Covid-19, além das eleições municipais, que coincidem praticamente com esta agenda, optamos para melhor compreendermos como ocorre esse processo, comparar os resultados de 2020 com os dados de 2019.

A consulta popular de 2019 ocorreu entre os dias 04 de setembro de 2019 e 06 de setembro de 2019, no entanto esta votação ocorreu de forma normal, com pontos fixos de votação.

A seguir apresentamos os números de postagens no Site de cada rádio e no Facebook, além da Prefeitura e do CODEMAU.

Tabela 3: Resumo geral de análise quantitativo de postagens (Antes da Consulta/ Depois da Consulta) de 2019.

Veículo	antes 2019	depois 2019	total 2019
Site Rádio Luz e Alegria	1	2	3
Facebook Rádio Luz e Alegria	5	1	6
Site Comunitária	3	1	4
Facebook	5	0	5

Comunitária			
Site Barril	2	0	2
Facebook Barril	0	0	0
Site Chiru	3	1	4
Facebook Chiru	2	0	2
Site Prefeitura	1	0	1
Facebook Prefeitura	4 (sendo 1 vídeo do governador, 405 visualizações)	0	4
Site Codemau	4	3	7
Facebook Codemau	0	0	0

FONTE: Elaboração própria

Na tabela 2 constam os dados resumidos das rádios, Prefeitura e CODEMAU de todo o período da votação. Em 2019 às notícias produzidas pelas rádios foram 26 no total e apenas 12 da Prefeitura e do CODEMAU.

Se observa na tabela 2, que da mesma forma a rádio Luz e Alegria dominou a pauta amplamente com 9 notícias, mas acompanhada da rádio Comunitária com 9 e seguida da Chiru com 6. Um fato negativo, foi que a rádio Barril somente publicou 2 notícias antes da votação .

Quanto a divulgação do que é de interesse do eleitor, a Prefeitura teve um desempenho até melhor, pois divulgou a Consulta Popular em seu Site e no Facebook foi compartilhado um vídeo.

O CODEMAU somente publicou 7 notícias referente ao período no Site, mas não utilizou o Facebook.

O que observamos de 2019, foi novamente um espaço maior cedido pelas mesmas rádios que em 2020, além da Comunitária, mas se manteve o baixo envolvimento do eleitor, sendo inclusive pior.

A diferença foi a entrevista ao vivo pela rádio Chiru, além de conectar o seu público pela LIVE no Facebook, sendo a única rádio a promover a votação pela rede social, fazendo o uso deste novo modelo, o que provavelmente explica o grande engajamento com o seu público, considerando as curtidas. O fato negativo fica pela postura das demais entidades, por não repercutirem.

A seguir estão os dados referente à cidade e a região na votação em 2019, com a porcentagem de participação.

Quadro B: Referente à 2019 e a colocação local e regional.

Votação por município em 2019 e Porcentagem de votação	Frederico Westphalen/RS	13º colocação	10,4%
Votação por região em 2019 e Porcentagem de votação	CODEMAU	1º colocada	21,88%

FONTE: Elaboração própria

O quadro B representa a participação dos eleitores de Frederico Westphalen sendo que a cidade atingiu 10,4% do total de 25.128 eleitores aptos a votar, ficando na 13º colocação geral dos municípios da região. O Médio e Alto Uruguai também foi a região do estado com maior participação sendo 21,88%, ficando na com 26.632 votos validados, de um total de 117.173.

Da mesma forma como ocorreu em 2020, em 2019 observa-se que mesmo a cidade sendo referência da região, quanto ao percentual de votantes, Frederico Westphalen teve índices menores quanto a participação do eleitor, conforme a tabela 4.

Tabela 4: Referente a 2019 e os Resultado da participação por Município.

Município	Nº Eleitores	Total de votos CP	Percentual de Votantes CP	R\$ por município *
Taquaruçu do Sul	2563	2181	85,29	68.571,43
Pinhal	2114	1634	77,53	68.571,43
Vista Alegre	2429	1805	74,52	68.571,43
Novo Tiradentes	1750	1280	73,26	68.571,43
Rodeio Bonito	4779	2901	60,89	68.571,43
Pinheirinho do Vale	3237	1886	58,36	41.142,86
Palmitinho	5633	2840	50,59	41.142,86
Trindade do Sul	4629	2256	48,84	41.142,86
Caiçara	4037	1210	30	41.142,86
Cristal do Sul	2416	719	29,76	41.142,86
Erval Seco	5395	1558	28,99	19.591,86
Seberi	8387	1017	12,15	19.591,86
Frederico Westphalen	25128	2603	10,4	19.591,86
Rio dos Índios	2883	277	9,61	19.591,86
Iraí	6140	510	8,31	19.591,86
Dois Irmãos das Missões	1876	103	5,49	19.591,86
Planalto	7590	311	4,12	19.591,86
Nonoai	9042	260	2,88	0
Gramado dos Loureiros	2057	47	2,33	0
Alpestre	6099	111	1,87	0
Ametista do Sul	5261	42	0,8	0
Vicente Dutra	3728	23	0,62	0
Total		25574		685.714,47

* Valor distribuído, conforme critério aprovado na assembleia da CP, onde os municípios devem atingir no mínimo 3% dos eleitores na votação da CP, para acessar os recursos.

FONTE: Site Rádio Chiru

Após realizarmos essa análise parcial dos dados de 2019 e 2020, ampliaremos esses dados sob outras perspectivas, ou seja, aonde vamos procurar argumentar esses resultados, mas com base no que autores renomados da literatura vem estudando. Já que tratamos aqui de três fatores básicos que são: Comunicação Pública; Jornalismo Político; Comunicação Pública e Democracia.

Com base nos dados de 2019, em que novamente constatamos a ineficiência do poder público (Prefeitura e CODEMAU) tanto em promover bem como repercutir a Consulta Popular, isso vai ao encontro com as ideias de Matos (2013) sobre a obrigação do poder pública na prestação de contas à sociedade. Entretanto verificamos que isso ocorreu mas parcialmente e especialmente quanto ao prestar contas não se confirmou, pois as entidades referidas no caso da Prefeitura, somente

promoveu em seu Site, e o CODEMAU apenas publicou no Site após o fim da votação.

Como nossa pesquisa tem como base o uso do Facebook pelas rádios locais como ferramenta de divulgação da consulta popular, além do Site, bem como por parte da Prefeitura e do CODEMAU, considerando que essa difusão do que é de interesse público através das redes sociais é uma forma prática de informar, assim passamos para os argumentos, com base no trabalho de Quadros e Lopez (2014) que trata do uso ampliado por parte das rádios das redes sociais, como forma de divulgação de conteúdos. Logo a seguir, com base nos dados obtidos, usaremos para discussão as ideias de Silva (2016) que aborda o que é pauta no jornalismo local, ou quem as define.

4.2 Resultado de 2019 e 2020 com base nas tabelas 16 e 17 no apêndice

Os dados de 2019 e 2020 respectivamente, estão descritos a seguir, e a análise específica comparando as notícias de cada rádio, Prefeitura e CODEMAU, seguindo com os seguintes fatores: postagens no Facebook comparados com os Sites, como meio de divulgação e engajamento, com as postagens totais.

Constatamos que a Imprensa teve um papel predominante quanto a divulgação da Consulta Popular, totalizando 32 matérias para os Sites e 26 para o Facebook. Ainda assim, se deu mais evidência para divulgar, do que para repercutir.

A Prefeitura e o CODEMAU, publicarão 11 notícias para os Sites e 3 para o Facebook. É necessário destacar que desse total, o CODEMAU, liderou as notícias em seu Site, sendo 9, no entanto deixou de promover através da rede social, por não fazer uso.

Em termos gerais, quanto à Comunicação Pública, podemos dizer que a Prefeitura a fez, no entanto de forma limitada, sendo apenas 2 matérias no Site e 4 para o Facebook, além do que se atém somente em divulgar a Consulta Popular. Além disso, não o faz durante o período de votação, nem mesmo a repercussão dos

resultados, tal fato culmina com a desinformação para o eleitor. Desta forma, se concretiza aqui a ressalva feita por Duarte (2007, p.4), pois “[...] a simples existência de informação não necessariamente significa comunicação eficiente. Ela pode ser inútil, manipulada, mal compreendida ou não chegar no momento adequado”. O governo municipal não realizou tal comunicação comprometida com o público, ao fazer uso da rede social apenas para divulgar, deixando de repercutir a mesma - em 2019 - em ambas as plataformas. Desta forma, compreendemos que o governo foi ineficiente, no sentido de informar o eleitor local. Ressaltamos ainda que, em 2020, a prática foi ainda pior, ou seja, foi publicado apenas 1 matéria no Site antes da votação, sendo que durante e após nada mais ocorreu. Logo, fica evidente que a Prefeitura não tratou de forma adequada esse importante espaço de participação popular, o qual poderia ter sido amplamente usado - tanto o Site quanto o Facebook, considerando a votação de forma online apenas, em virtude do Covid-19.

A tabela 5 é um resumo específico de todas as postagens feitas por cada rádio, Prefeitura e CODEMAU, no entanto, aqui se fará a comparação de 2019 e 2020, justamente com o intuito de avaliarmos quando e em que plataforma se teve maior ou menor engajamento entre os agentes públicos promovedores da informação e o público.

Tabela 5: Resumo geral das tabelas 18, 19, 20, 21 e 23 com os dados das postagens antes e depois da Consulta Popular de 2019 e 2020 no Site e no Facebook, por (ano, rádios, Prefeitura, CODEMAU) e seus dados detalhados

2019	Auto r	Antes Site	Antes Faceb ook	Depoi s Site	Depois Faceboo k	20 20	Autor	Antes Site	Antes Facebook	Depois Site	Depois Facebook
	Luz e Ale gria	6	5	2	1		Luz e Alegr ia	5	1	4	4

COMUNITÁRIA Comunitária	3	5	1	0		COMUNITÁRIA Comunitária	1	1	1	1
Barril	2	0	0	0		Barri I	1	1	1	1
Chiru	3	2	1	0		Chiru	3	1	3	3
Prefeitura	1	4	0	0		Prefeitura	1	0	0	0
CODEMA U	4	0	3	0		CODEMA U	2	0	0	0

FONTE: Elaboração própria

As rádios seguirão uma linha muito similar em 2019 e 2020, dando prioridade para o uso dos Sites e para promover a Consulta Popular. A repercussão foi sempre mais limitada, mas com destaque a atuação da rádio Luz e Alegria, que foi a primeira a iniciar suas atividades em Frederico Westphalen.

Na contramão de comunicar, a Prefeitura e o CODEMAU, basicamente divulgarão, não dando relevância para a pós votação, além de não usar nesse

momento o Facebook como ferramenta de conexão, no caso do CODEMAU, em nenhum momento foi usado, fato que ampliaremos na sequência na análise geral.

Pelo que vimos no tópico anterior, na perspectiva de Silva (2016) tentamos argumentar os números referidos, pois a instantaneidade da informação é que nos permite fazer uma comparação com o que as rádios produziram nos Sites e no Facebook. Se compararmos as matérias ou notícias dos Sites, com os posts do Facebook, visualizamos praticamente números muito iguais, ou seja, não existem considerações relevantes que possam evidenciar o motivo por que mais publicações sejam em um Site, do que em uma rede social.

Silva (2016) faz uma consideração importante, a qual serve perfeitamente de base para esta análise, quando nos provoca acerca do valor notícia nos dias atuais, em que se exige a prática quase que instantânea, a fim de não atingir o público, em tempos de informação convergente.

Para ficar mais clara a leitura que fizemos do que apresentam os autores ao confrontar com as publicações das rádios, não seria o fato de como a Consulta Popular era promovida ou repercutida, mas sim, a maneira como isso é feito pelos profissionais. Porém, cabe ressaltar que por trás do jornalista ou produtor de conteúdo existe quem determina as pautas, consideradas de valor notícia, e vale aqui reforçar que pelo menos em 2020, duas grandes pautas estavam no auge, a própria Covid-19 e as eleições municipais, sem ampliar ainda as questões comerciais que também são predominantes especialmente para a imprensa. Ou seja, antes mesmo da Consulta Popular, existem outras tantas pautas, e estas podem ter os mais diversos interesses envolvidos, tanto comerciais, quanto políticos. Certo é que, de acordo com nossa pesquisa, a imprensa acabou não dando uma ampla cobertura para esta pauta, sendo que em 2019 não havia estas outras grandes pautas referidas.

Nesse primeiro momento contemplamos nossas inquietações quanto ao jornalismo político, ao argumentar com estes autores dentre outros, mas dúvidas sempre permaneceram.

Seguindo adiante nesta análise, precisamos esclarecer os números da tabela 6, referente a Prefeitura de Frederico Westphalen, que atualmente a página tem 10.680 mil seguidores, sendo que entre as publicações de 2019 e 2020, divulgou somente 2 notícias no Site e 4 no Facebook da Consulta Popular.

Tabela 6: Dados da Prefeitura de 2019 e 2020.

2019	Antes	Antes	Depois	Depois	2020	Antes	Antes	Depois	Depois
Aut	Pref	Pref	Pref	Pref	Aut	Pref	Pref	Pref	Pref
Si	1		0		Si	1		0	
Fa		4		0	Fa		0		0
C		36		0	C		0		0
C		0		0	C		0		0
C		9		0	C		0		0

FONTE: Elaboração própria

Nesse sentido, retomamos outro tópico desta pesquisa que trata justamente da comunicação pública, ou seja, apesar de não haver um conceito definido por autores, que se dedicam a este tema, ainda assim como afirma Brandão (2007, p.3): "Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público", ou seja é obrigação do poder público informar o cidadão de suas ações, o que a Prefeitura, ao menos no Site promoveu, porém não informou os resultados tanto de 2019 quanto de 2020. Quanto ao Facebook, da mesma forma, promoveu somente em 2019, mas não fez uso para divulgar os resultados, e em 2020, não o fez em nenhum momento. O que fazemos questão de destacar é que a informação não é clara para o eleitor, pois pontualmente nesse quesito, foi falho.

Estes tópicos relativos à comunicação pública, divulgação e repercussão, são os mesmos que servem de base para contextualizar os números apresentados conforme a tabela 23, 2019 e 2020 pelo CODEMAU, entidade local, situado em Frederico Westphalen é responsável por atender às demandas da região do Médio e Alto Uruguai, sendo 22 municípios como já citado.

O que queremos evidenciar aqui referente a 2019, quando foi informado em 4 matérias sobre a Consulta Popular antes de sua ocorrência, e em outras 3 após, no entanto fora de contexto, por não tratar exatamente da pauta do período vigente.

Quanto a 2020 novamente se fez o uso do Site, ainda que de equivocada ou de forma tardia, pois de acordo com a notícia de 02/10/20, traz uma informação de recursos recebidos correspondente à 2018, sem relacionar a atual votação. Já em 02/11/20, novamente na véspera de encerrar a atual votação informa sobre as demandas constantes na cédula de votação ocorridas em reunião há mais de 30 dias, ainda assim no decorrer do texto cita a atual votação e como participar, etc.

Por fim o CODEMAU, como não usa o Facebook⁵, não aparece aqui, nada relacionado, mas cabe dizer quanto ao uso das redes sociais enquanto ferramenta de interação ou participação, conforme trata Quadros e Lopez (2014), sobre a importância do uso das redes sociais e divulgação a entidade então deixa de alavancar esse engajamento do eleitor. Especificamente quanto ao CODEMAU, o que ficou evidente, foi o fato de representar 22 municípios, logo se pressupõe, que esta teria as portas abertas tanto na imprensa local, quanto regional, para fazer uma ampla divulgação, no entanto considerando a participação local, ou seja, Frederico Westphalen, foi baixa, sendo 2019 10,4%, na 13^o colocação e 2020 com 10,7%, na 11^o.

Reconhecemos nesta pesquisa os resultados obtidos pela região, sendo a 1^o colocada no estado nos dois anos, o que paralelamente indica que ainda assim se

⁵ Até o fechamento desta pesquisa, em maio de 2021, quanto aos números referentes ao CODEMAU no Facebook, nada foi encontrado, nem mesmo, página ou perfil, desta entidade. A primeira publicação nesta rede social é de 08 de junho de 2021. Nem mesmo link para o Facebook no Site existia até o fechamento dos dados.

teve engajamento. Esses tópicos e argumentos são bem extensos, mas uma forma de justificar os números que foram coletados no site e no facebook das rádios de Frederico Westphalen, da Prefeitura e do CODEMAU.

O exposto aqui está relacionado à comunicação pública, jornalismo político, comunicação política e democracia, conceitos que serviram de base para a nossa pesquisa. Apresentamos a sequência a partir dos objetivos definidos, sendo a atuação da imprensa e a divulgação da consulta popular, tanto quanto os atos do poder público, no caso da Prefeitura acerca desta pauta, quanto do CODEMAU, ambas relacionadas dentro dos conceitos de comunicação pública e democracia. Para a análise de conteúdo, foi definido portanto a utilização do Facebook, que precisou ser ampliada com o Site, como já justificado e comparando os dados de 2019 e 2020.

Ao fim desta análise, ainda cabe representar os números resumidos e gerais de 2019 e 2020 nestas duas últimas tabelas.

Tabela 7: Números resumidos somados 2019 e 2020 das postagens nos Sites e Facebook.

Autor	Rádio Luz e Alegria	Comunitária	Barril	Chiru	Prefeitura	Codemau
Site	12	6	4	10	2	5
Facebook	11	7	2	6	4	0

FONTE: Elaboração própria

Neste último quadro, o importante é destacar, que a Rádio Luz e Alegria se destacou, pelos números em ambas as plataformas, mas por outro lado fica a falta de comprometimento por parte do CODEMAU por não fazer uso do Facebook.

Para esta pesquisa foram feitas ao total 23 tabelas, sendo cada uma específica, tanto quanto agrupada, quanto aos seus números, por rádio ou entidade, sendo assim estas estão no apêndice, para consulta.

Na tabela 8, são expostos os números gerais por (ano, rádio, Prefeitura e CODEMAU), com o total destas publicações individualmente. Esta síntese é uma representação geral e ampla, em que é possível verificar como cada veículo trabalhou na Consulta Popular, logo pelos números gerais de 2019 e 2020, pode-se fazer uma leitura real, sendo mais detalhada e compará-los.

Tabela 8: Números gerais de postagens no Site e Facebook das Rádios, Prefeitura e CODEMAU de 2019 e 2020.

Veículos	antes 2019	depois 2019	total 2019	antes 2020	depois 2020	total 2020
Site Rádio Luz e Alegria	1	2	3	5	4	9
Facebook Rádio Luz e Alegria	5	1	6	1	4	5
Site Comunitária	3	1	4	1	1	2
Facebook Comunitária	5	0	5	1	1	2
Site Barril	2	0	2	1	1	2
Facebook Barril	0	0	0	1	1	2
Site Chiru	3	1	4	3	3	6
Facebook Chiru	2	0	2	1	3	4
Site Prefeitura	1	0	1	1	0	1
Facebook Prefeitura	4	0	4	0	0	0
Site	0	3	3	2	0	2

Codemau						
Facebook Codemau	0	0	0	0	0	0

FONTE: Elaboração própria

Após apresentar os resultados, concluímos dentro dos aspectos e objetivos propostos, que a divulgação da comunicação pública em Frederico Westphalen realizada pelas rádios locais, Prefeitura e do CODEMAU, que esta ocorreu dentro de uma estratégia particular de cada veículo, no caso das rádios houve variações especialmente na forma como divulgar a pauta, como exemplo a rádio Chiru fez o uso de LIVE ao mesmo tempo em que transmitia a entrevista pela rádio, por outro lado a rádio Comunitária que tem um outra função dentro do jornalismo e voltado mais ao que é do interesse público local, no entanto não repercutiu os resultados, mas tem que se pontuar que esta tem uma estrutura física bem diferenciada das demais, se compararmos com a rádio Luz e Alegria, que forma um complexo de comunicação, com três rádios além do jornal Folha do Noroeste possibilitando uma produção integrada e simultânea.

Por outro lado, o que se observou quanto às entidades públicas, no caso do CODEMAU e da Prefeitura, estas também deixaram de repercutir os resultados da consulta popular, tanto no site quanto na rede social, eixo central dentro desta pesquisa no norteador e forma de divulgação do que da pauta desta pesquisa.

Ainda é importante reforçar que a Consulta Popular, que em 2020 ocorreu de forma totalmente online em virtude da pandemia do Covid-19, porém em 2019 era tanto presencial, quanto online, mas a realidade em ambos foi que a participação do eleitor neste processo foi muito similar quanto aos percentuais, além da própria maneira em de que tanto as rádios, prefeitura e CODEMAU divulgarão esse processo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Definido os objetivos da pesquisa, passamos pelo referencial teórico, com a discussão de autores em Comunicação Pública, Jornalismo Político, Comunicação Política e Democracia, assuntos que foram a base do nosso objeto: a comunicação pública e o jornalismo político no contexto do rádio hipermidiático. Feita a delimitação do período a partir da definição que seria os dados dos Facebooks e do Site posteriormente, constatada a necessidade com vistas a não utilização da rede social por parte do CODEMAU, foi realizada a coleta de dados, de acordo com os objetivos, em que nos propusemos avaliar três aspectos, sendo: a participação do cidadão na Consulta Popular, a divulgação pelas rádios locais, além da função dos agentes públicos, no caso da Prefeitura e do CODEMAU.

Contemplar três assuntos distintos dentro da mesma pesquisa (participação, comunicação pública e radiojornalismo hipermidiático) foi um desafio, pois fomos percebendo ao longo desta caminhada que, mesmo tantos autores se dedicando a estes temas, ainda assim sempre haverá outros, como eu, que certamente terão estas ou suas próprias inquietações, e que terão muito trabalho a fazer bem como outras contribuições e novos resultados. Sendo assim, este percurso foi válido, pois exigiu leitura, reflexões, e a construção de pensamentos para que tenhamos novas visões e perspectivas sobre esta pauta. Isso, por si só, ainda não nos satisfaz plenamente, por haver sempre o que pensar e estudar, em uma tentativa de cada vez aprimorar o que pensamos.

Perceber que, entre os diversos autores, entre eles Fritzen (2014) que tratou sobre o interesse do eleitor por assuntos relacionados à política e democracia, foi desde o início o estopim para a construção desta pesquisa. Delimitar nosso objeto e trazer argumentos foi desafiador, por amarrarmos não só três assuntos, que serviram de guia para esta, mas por entendermos que outros tantos se somam a estes, como o caso de Quadros e Lopez (2014), em que abordam a dinâmica da informação em tempos atuais compreendido pela necessidade da instantaneidade de se conectar

cada vez mais rápido com o público. Silva (2016) também nos subsidiou com importantes argumentos acerca do que é valor notícia dentro das pautas diárias seja em qual for o veículo.

Foi importante perceber que mesmo entre os tantos autores que se debruçam a estes temas, que até os mesmos divergem sob conceitos, seja Comunicação Pública, Jornalismo Político, Comunicação Pública e Democracia, entretanto a fazem mas com respeito a seus pares, provando que juntos é que se faz a construção de linhas de pensamentos.

O certo é que concluímos que esta pesquisa foi satisfatória, ao compreendermos que precisamos de dados ou de fatos para argumentar, eis que estes obtivemos e estão nas 23 tabelas com os resultados descritos no texto, os dados gerais e detalhados de todo o período da Consulta Popular e a forma como a imprensa atuou, além da Prefeitura e do CODEMAU. Compreendemos também que muitas vezes o interesse próprio não representa o do coletivo, dito isto quando em vários dias não se fez a promoção e divulgação, para acompanhamento e nem mesmo quanto à repercussão da votação da Consulta Popular, e isso se decorreu tanto por parte das rádios, quanto pela Prefeitura e CODEMAU.

Partindo para as constatações e verificações quanto aos objetivos inicialmente propostos, o que constatamos ao findar desta pesquisa foi que: O primeiro quanto a Comunicação Pública e Política feita em Frederico Westphalen, que esta foi relativamente ineficiente considerando 2019 e 2020, dito isto ao considerarmos como os agentes envolvidos no processo divulgaram e repercutiram a Consulta Popular, o que trataremos posteriormente.

O nosso primeiro objetivo específico era saber se essa forma de divulgação havia sido eficiente, porém resultou no baixo envolvimento dos eleitores. Logo os números nos dizem isso, quando em 2019 houve somente 10,4% de participação local, na 13ª colocação, seguido em 2020 de 10,7%, 11ª colocação, ou seja, se observou um número muito inexpressivo do eleitor, se considerarmos que a cidade é referência regional dentro da área do CODEMAU. Pontuamos especialmente quanto à

2019, que foi um ano considerado normal, pois em 2020 houve a restrição por conta do coronavírus. Mas um fator que podemos atrelar a isso é a cultura do eleitor local quanto a participação em eventos desta natureza, além do descrédito quanto a muitas instituições, associações ou mesmo partidos políticos, e isso se observou na pesquisa de Fritzen (2014) e que, mesmo decorrendo vários anos, continua sendo um problema da sociedade.

De toda e qualquer forma, portanto, quanto à participação do eleitor na Consulta Popular, considerando o uso da rede social Facebook e dos Sites, não se teve resultados positivos, pelo menos nestes dois anos.

O segundo objetivo era analisar como as rádios locais promoveram e repercutiram a Consulta Popular em 2019 e 2020. Logo no início da coleta de dados de 2020 observamos que as mesmas seguirão um certo padrão quanto a maneira de divulgar, sendo uma notícia no Site e repostada no Facebook, fazendo que o eleitor tivesse que clicar no link do post para poder ler na íntegra no Site. No entanto, o que destacamos foi o número expressivo da rádio Luz e Alegria, no total de 14 notícias, priorizando inclusive a repercussão, destacamos aqui que está é formada por três rádios, a 95.9 FM, 106.5 FM, 1160 AM e o Jornal Folha do Noroeste, formando assim o Complexo Luz e Alegria de Comunicação, seguida de 10 da rádio Chiru composta por três rádios, sendo a 91.1 FM, 104.7 FM e 107.9 FM, formando o Grupo Chiru de Comunicações também com o mesmo foco, já as demais somente 2, conforme as tabelas 1 e 2.

Foi necessário recorrermos aos dados de 2019, para efeitos de comparação, quanto se teve também um total de 9 publicações da Rádio Luz e Alegria, seguida da considerável cobertura da rádio Comunitária com 9 notícias, e com 6 da rádio Chiru. O que destacamos é que a rádio Barril não repercutiu os resultados. No entanto, ainda há de se destacar porém que a rádio Chiru, foi além do tradicional, ao fazer uma LIVE em seu Facebook da entrevista ao vivo com os representantes do CODEMAU, no dia 04 de setembro de 2019, primeiro dia da votação, além de

estarem também conectados nas tradicionais ondas do rádio, ou seja, no tradicional Programa Linha Aberta, na 1380 AM, hoje denominada 104.7 FM.

Por tanto ficou evidente que as rádios, feita as ressalvas, quando se trata de repercutir em ambos os anos, não é dado o mesmo espaço, o que pode ser determinado por outras pautas, ou outras questões editoriais, no mais seguem o tradicional, a exceção foi mesmo a Live da rádio Chiru.

O terceiro objetivo específico era saber as estratégias que a Prefeitura e o CODEMAU usavam para todo o processo da Consulta Popular, eis aqui dois importantes agentes públicos com a responsabilidade de informar o eleitor, pois bem, em 2020 a Prefeitura publicou apenas uma notícia para divulgar e não repercutiu em seu Site. Em 2019 apenas divulgou no Site, no Facebook, porém usou já no segundo dia da votação, em 05 de setembro de 2019, outra estratégia ao veicular um vídeo (com 405 visualizações) do Governador Eduardo Leite, que falava da mesma e convidava todos a votarem.

O CODEMAU, então, foi muito mais limitado, pois durante os dias 26 de setembro a 03 de dezembro de 2020, divulgou apenas duas notícias da Consulta Popular, uma antes e outra depois, mesmo sendo notícias sem foco na atual votação e outra já durante a mesma. Nada foi repercutido. Já em 2019 foram sete notícias durante o processo.

Para fechar este último objetivo, quanto às estratégias adotadas pela Prefeitura foram extremamente limitadas, pois apenas divulgou no Site, o mesmo ocorrido com o CODEMAU. Quanto ao uso do Facebook foi apenas um vídeo usado pela Prefeitura. A constatação que fizemos sobre estas entidades quanto a comunicar o que é de interesse público, ficou longe do que se espera, pois as redes sociais poderiam ser amplamente usadas, especialmente em 2020, ano de pandemia, votação somente online, mas o que se observou quanto ao percentual de votantes dentro da microrregião foi que melhorou, passando da 13ª para a 11ª posição. Porém quanto ao percentual da região, caiu de 21,88% em 2019 para 15,31% em 2020.

É importante observar, ao finalizarmos esta pesquisa que, pelo menos em 2019 e 2020, a região do Médio e Alto Uruguai obteve a primeira colocação em nível estadual, no entanto Frederico Westphalen ficou abaixo de muitos outros municípios, conforme a tabela 09 do apêndice. O fato da baixa participação tem vários elementos, que podem ser considerados e estudados pelas demais áreas das Ciências Humanas e Sociais. De nossa parte, focando na comunicação pública, pudemos verificar neste trabalho que houve poucas estratégias de comunicação e do jornalismo locais visando dar maior amplitude ao processo da consulta popular.

Por fim, concluímos que é preciso um trabalho em conjunto de todos para a construção de resultados mais satisfatórios para que todos os esforços sejam válidos, com o propósito de atender o interesse maior do cidadão.

Desta pesquisa resta o crescimento pessoal e a contribuição com a informação. Por fim, estão as referências, e o apêndice.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Edições 70: 1977. Disponível em: <https://ia902902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>. Acesso em: 09 abril 2021.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito et al. Conceito de comunicação pública. **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**, v. 2, p. 01-33, 2007. Disponível em <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%ABblica.pdf>. Acesso em 16 set 2019.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 10 jul 2020.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação, iniciativa privada e interesse público. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. **A cidadania e a sua instituição: estudo de comunicação pública sobre a Defensoria do Rio Grande do Sul**. Dissertação (mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/132811> Acesso em: 10 jul 2020.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-33522011000200009&script=sci_arttext#5a. Acesso em: 31 out 2019.

CONDICA. Prefeitura de Frederico Westphalen/RS. Disponível em <https://www.fredericowestphalen-rs.com.br/comdica>. Acesso em: 10 jul 2020.

DE ALBUQUERQUE, Afonso. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. **Revista Contracampo**, n. 04, 2000. Disponível em <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17299>. Acesso em: 07 nov 2019.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%ABblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em: 30 set 2019.

ESTEVES, João Pissarra. Opinião pública e democracia na sociedade de informação. **Actas dos IV Cursos Internacionais de Verão de Cascais**. Lisboa: ed. Câmara Municipal de Cascais, 1997. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/esteves-pissarra-opiniao-publica.pdf>. Acesso em: 30 nov 2020.

ESTEVES, João Pissarra. Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. **Intexto**, n. 17, 2007. Disponível em <https://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3460>. Acesso em: 25 nov 2020.

Facebook da Rádio Luz E Alegria. Disponível em <https://www.facebook.com/complexoLA>. Acesso em: 30 nov 2020.

Facebook da Rádio Comunitária. Disponível em <https://www.facebook.com/comunitariafw>. Acesso em: 30 nov 2020.

Facebook da Rádio Barril. Disponível em <https://www.facebook.com/barrilfm105.7>. Acesso em: 30 nov 2020.

Facebook do Grupo Chiru Emissoras de Rádio. Disponível em <https://www.grupochiru.com/>. Acesso em: 30 nov 2020.

Facebook da Prefeitura de Frederico Westphalen/RS. Disponível em <https://www.facebook.com/Prefeiturafredericowestphalen>. Acesso em: 30 nov 2020.

FRITZEN, Denise. **Cultura política e comportamento eleitoral no município de Frederico Westphalen/RS**. Dissertação (Mestrado em Fronteiras, Identidades e Políticas Públicas) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Toledo, 2014. Disponível em <http://tede.unioeste.br/handle/tede/2020>. Acesso em: 12 jul 2020.

JACINTO, José Alfredo. Participação pública e comunicação política no espaço democrático municipal. **Educação & Comunicação**, p. 74-96, 2001. Disponível em https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/244/1/n6_art6.pdf. Acesso em: 25 nov 2019.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública. **Interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA, 2013. Disponível em <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/quarto..pdf>. Acesso em: 17 out 2019.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; MONTALVERNE, Camila. Jornalismo político e imagem pública: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal O Estado de S. Paulo. **Revista Contracampo**, n. 28, p. 93-115. Disponível em <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17510>. Acesso em 08 nov 2019.

QUADROS, Mirian R. de; LOPEZ, Débora Cristina. Redes sociais na internet como estratégias para o radiojornalismo contemporâneo: um panorama sobre a inserção de emissoras gaúchas. In: DEL BIANCO (org). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012. p.162-193. Disponível em https://www.academia.edu/3487042/Redes_sociais_na_internet_como_estrat%C3%A9gias_para_o_radiojornalismo_contempor%C3%A2neo_um_panorama_sobre_a_inser%C3%A7%C3%A3o_de_emissoras_ga%C3%BAchas_Cap%C3%ADtulo_email_work_card=title. Acesso em: 26 maio 2021.

QUADROS, Mirian R. de; LOPEZ, Debora Cristina. As redes sociais como ferramentas de interatividade no radiojornalismo: uma proposta metodológica. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul – v. 13, n. 26, jul./dez. 2014. p.37-52 Disponível em https://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/5322/1/ARTIGO_RedesSociaisFerramentas.pdf. Acesso em: 19 nov 2020.

RECUERO, Raquel. O que é mídia social. **Social Media**. Disponível em http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o_que_e_midia_social.html Acesso em: 02 dez 2020.

SILVA, Claudia Carvalho. **Alterações impostas pela Internet no percurso da informação e nas práticas de produção jornalística**: o caso do jornalismo local no Público. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Jornalismo). Universidade de Coimbra, Coimbra, 2016. Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/32024> Acesso em: 02 dez 2020.

SILVA, Douglas Vieira da. **Brasil é o 4º país com mais usuários no Facebook na quarentena**. 27/05/2020. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/153570-brasil-4-pais-usuarios-facebook-quarentena.htm> Acesso em: 25 ago 2021.

SILVEIRINHA, Maria João. Opinião Pública. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. EDUFBA, 2004. Disponível em https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/134/4/Comunicacao-Politica_RI.pdf. Acesso em: 25 nov 2019.

Site do Governo Federal. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 12 jul 2020.

Site do Wikipédia. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Frederico Westphalen \(Rio Grande do Sul\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Frederico_Westphalen_(Rio_Grande_do_Sul)). Acesso em: 11 jul 2020.

Site do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em <https://vota.rs.gov.br/register>. Acesso em: 18 nov 2020.

Site da Rádio Luz E Alegria. Disponível em <https://www.luzealegria.com.br/>. Acesso em: 19 nov 2020.

Site da Rádio Comunitária. Disponível em <http://www.comunitaria.com.br/>. Acesso em: 19 nov 2020.

Site da Rádio Barril. Disponível em <https://barrilfm.com.br/>. Acesso em: 20 nov 2020.

Site do Grupo Chiru Emissoras de Rádio. Disponível em <https://www.grupochiru.com/>. Acesso em: 20 nov 2020.

Site da Prefeitura de Frederico Westphalen/RS. Disponível em <https://www.fredericowestphalen-rs.com.br/>. Acesso em: 21 nov 2020.

Site do CODEMAU. Disponível em <http://www.codemau.org.br/site/>. Acesso em: 21 nov 2020.

Site Convergência Digital. Disponível em <https://www.convergenciadigital.com.br/Internet/Brasil-e-o-pais-mais-influenciado-por-conteudos-de-redes-sociais-57127.html?UserActiveTemplate=mobile>. Acesso em: 24 ago 2020.

STEFANO, Rolando. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1ª edição. São Caetano do Sul-SP. Difusora editora, 2011 (Série pensamento e prática. V.4). Disponível em <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/ciencias%20da%20comunicacao.%20e-books.%20%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20publica.pdf#page=1>. Acesso em: 05 out 2019.

TECMUNDO. **Brasil é o terceiro país com mais usuários no Facebook**. 27/02/2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/139130-brasil-terceiro-pais-usuarios-facebook.htm>. Acesso em: 25 ago. 2021.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI,

Carlos (Orgs). **Comunicação pública e política**: pesquisa e práticas. Florianópolis: Insular, 2017.

ZÉMOR, Pierre. As formas da comunicação pública. **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

7 APÊNDICE - LINK DO DRIVE COM TODAS AS 23 TABELAS E LINKS DAS POSTAGENS

As tabelas apresentadas de 6 a 8 representam 2020, de 11 a 13, 2019, tabela 16 com dados de 2019 de todos os autores e publicação do Site e do Facebook, sendo de forma mais ampla, ou seja de todo o período da votação, tabela 17 com dados de 2020 de todos os autores e publicação do Site e do Facebook, também ampla, ou seja de todo o período da votação. A partir da tabela 18 até a 23, são específicas quanto aos dados publicados no Site e Facebook com dados de 2019/2020 simultaneamente de cada rádio, Prefeitura e do CODEMAU. Sendo assim e para consultas detalhadas, acessar este link https://docs.google.com/document/d/1eecytitIEIs3KYRY2U1sVBpN3FD_F8fjwf5sU5T9Mzk/edit?usp=sharing.