

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Renata Müller

ANÁLISE DE CONTEÚDO: O COOPERATIVISMO DO  
PROGRAMA RADIOFÔNICO DA COTRIJAL

Passo Fundo

2017

Renata Müller

ANÁLISE DE CONTEÚDO: O COOPERATIVISMO DO  
PROGRAMA RADIOFÔNICO DA COTRIJAL

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Prof. Dr. Otavio José Klein.

Passo Fundo

2017

Renata Müller

**Análise de conteúdo: o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Prof. Dr. Otavio José Klein.

Aprovada em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Otavio José Klein – UPF

---

Prof. \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

---

Prof. \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Aos meus pais, Ernani e Ledi Müller, pelo amor infinito e apoio a mim dedicados. Sem vocês essa jornada não seria possível.

Às minhas irmãs, por sempre me receberem de braços abertos.

Aos amigos que fiz na faculdade e que levarei comigo para sempre.

A todos os bons professores. Seus ensinamentos moldaram essa trajetória.

## RESUMO

A presente pesquisa tem por objetivo analisar o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal, *Informativo Cotrijal*. Dessa maneira, desenvolveu-se um estudo de caráter descritivo com abordagem quantitativa e qualitativa, com base na metodologia de análise de conteúdo de Bardin (1977), do programa radiofônico *Informativo Cotrijal*. Para tanto, foram selecionadas cinco edições do programa, construindo assim, uma semana de amostra. Diante disso, os programas foram ouvidos e analisados de acordo com os princípios cooperativistas e sua definição, destacando-se quais os conteúdos categorizados como cooperativistas. Posterior à análise, pode-se perceber que o cooperativismo veiculado no *Informativo Cotrijal*, é principalmente voltado à educação e informação bem como à promoção do desenvolvimento de forma sustentável das comunidades.

**Palavras-chave:** Cooperativismo, Comunicação Rural, Rádio, Cotrijal.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01 - Mapa da área de atuação da Cotrijal.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 02 - Modelo difusionista.....</b>	<b>24</b>

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01 - Definição dos princípios cooperativistas.....</b>	<b>13</b>
<b>Quadro 02 - Quadros radiofônicos e conteúdo apresentado.....</b>	<b>36</b>
<b>Quadro 03 - Programa 01: 03 de abril de 2017 – segunda-feira.....</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 04 - Programa 02: 11 de abril de 2017 – terça-feira.....</b>	<b>38</b>
<b>Quadro 05 - Programa 03: 19 de abril de 2017 – quarta-feira.....</b>	<b>39</b>
<b>Quadro 06 - Programa 04: 27 de abril de 2017 – quinta-feira.....</b>	<b>40</b>
<b>Quadro 07 - Programa 05: 05 de maio de 2017 – sexta-feira.....</b>	<b>41</b>
<b>Quadro 08 - Síntese do conteúdo radiofônico apresentado na amostra de programas de acordo com as categorias de análise.....</b>	<b>42</b>
<b>Quadro 09 - As categorias percebidas.....</b>	<b>48</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>09</b>
<b>1 O COOPERATIVISMO E A COTRIJAL.....</b>	<b>11</b>
1.1 Cooperativismo.....	11
1.2 Desenvolvimento das cooperativas agrícolas no Rio Grande do Sul e criação da Cotrijal.....	15
1.3 A comunicação da Cotrijal.....	17
1.4 O atual contexto da Cotrijal.....	19
<b>2 COMUNICAÇÃO E RÁDIO RURAL.....</b>	<b>22</b>
2.1 A comunicação rural no Brasil: a história leva ao conceito.....	22
2.2 Rádio.....	25
2.3 Rádio rural.....	28
2.4 O <i>Informativo Cotrijal</i> .....	29
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>32</b>
3.1 Metodologia e critérios de análise.....	32
<b>4 DESCRIÇÃO DOS PROGRAMAS: COMPOSIÇÃO E NORMALIDADES.....</b>	<b>35</b>
4.1 Os quadros radiofônicos do <i>Informativo Cotrijal</i> .....	35
4.2 Os quadros e conteúdo e categorias.....	37
<b>5 ANÁLISE DO CONTEÚDO.....</b>	<b>43</b>
5.1 Categoria 01: adesão livre e voluntária.....	43
5.2 Categoria 03: participação econômica dos sócios.....	44
5.3 Categoria 05: educação, treinamento e informação.....	45
5.4 Categoria 07: preocupação com a comunidade.....	46
5.5 A análise de conteúdo através dos sete princípios cooperativistas.....	47
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>57</b>
ANEXO 01, 02, 03, 04 E 05 - Áudios dos programas analisados.....	57
ANEXO 06 - Transcrição do Programa 01.....	58

## INTRODUÇÃO

O ato de cooperar faz parte da existência humana. O cooperativismo, como movimento, surgiu como uma alternativa de trabalho e sobrevivência, no século XVIII. No Rio Grande do Sul, as cooperativas do setor agrícola tiveram papel fundamental para o desenvolvimento do estado. Perante um contexto de fortes incentivos ao cooperativismo, na década de 50, é que foi criada a Cotrijal Cooperativa Agropecuária e Industrial (Cotrijal), uma cooperativa que há 40 anos usa o rádio como ferramenta de comunicação.

O objetivo desta pesquisa é analisar o conteúdo do programa radiofônico da Cotrijal, *Informativo Cotrijal*, na perspectiva cooperativista. Especificamente, pretende-se observar se no conteúdo do programa radiofônico *Informativo Cotrijal*, considerando os princípios cooperativistas, há conteúdo voltado ao cooperativismo e qual é este conteúdo. Também como objetivos específicos, pretende-se compreender melhor a metodologia proposta por Bardin (1977), que se caracteriza como análise de conteúdo e, ainda, pretende-se com este estudo apontar considerações acerca do objeto. A problemática de pesquisa consolida-se por analisar o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal.

Justifica-se a escolha do objeto da pesquisa, por aprofundar conhecimentos sobre a Cotrijal, o cooperativismo, a comunicação rural, o rádio e, ainda, o rádio rural. Também busca-se compreender melhor os princípios cooperativistas e verificar se o programa radiofônico da Cotrijal, *Informativo Cotrijal*, os traz em seu conteúdo. De forma pessoal, justifica-se pelo fato de o programa ter sido ouvido pela pesquisadora desde sua infância, trazendo informações importantes ao contexto agrícola, principalmente numa época em que o rádio era ferramenta de comunicação fundamental e, muitas vezes, única, no meio rural.

O estudo inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, onde, num primeiro momento se contextualiza os conceitos de cooperativismo, através de concepções de autores distintos. Depois de explanados os assuntos sobre cooperativismo, aborda-se o desenvolvimento das cooperativas agrícolas no Rio Grande do Sul e a criação da Cotrijal, com o intuito de situar-se no contexto histórico. A comunicação da Cotrijal é apresentada, desde sua criação, para que se entenda a importância da mesma para a cooperativa. Ainda neste capítulo, fala-se do atual contexto da Cotrijal, para que se possa observar as dimensões desta cooperativa.

No segundo capítulo, realiza-se um estudo acerca do histórico e do conceito de comunicação rural, sob a ótica de pensadores como Bordenave (1988) e outros. O rádio e, ainda, o rádio rural, são explanados neste capítulo, levando-se em conta a importância da ferramenta para a comunicação no meio rural e, também, para a Cotrijal.

O terceiro capítulo descreve a metodologia de pesquisa utilizada, a qual é definida a partir do problema e objetivo propostos. Na metodologia, desenvolve-se uma pesquisa descritiva de caráter qualitativa e quantitativa do programa de rádio *Informativo Cotrijal* sob a perspectiva cooperativista através da análise de conteúdo, fundamentada por Bardin (1977), tendo como categorias de análise os sete princípios cooperativistas.

No quarto capítulo, é feita a descrição dos programas radiofônicos da Cotrijal, levando-se em conta a composição e as normalidades percebidas. Já no quinto capítulo, realiza-se a análise de conteúdo do programa de rádio *Informativo Cotrijal* apontando-se neste momento os conteúdos semânticos a cada categoria, sob a perspectiva dos princípios cooperativistas. Após, são feitas as considerações finais, onde realiza-se apontamentos acerca da pesquisa e do objeto de estudo.

## 1 O COOPERATIVISMO E A COTRIJAL

O cooperativismo tem sido difundido e exercido pelo mundo a fora desde seu marco inicial, em 1844. A Cotrijal Cooperativa Agropecuária e Industrial (Cotrijal), desde 1957, vem atuando no estado do Rio Grande do Sul. Voltada para o setor do agronegócio, a cooperativa tem sua sede no município de Não-Me-Toque/RS e atualmente, conta com 56 unidades de negócios espalhadas pelo estado e, aproximadamente, com 6.076 associados, (COTRIJAL, 2017b).

Neste capítulo, a pesquisa traz o contexto histórico e conceitual do cooperativismo. Em seguida, verifica-se o desenvolvimento das cooperativas agrícolas no Rio Grande do Sul e a criação da Cotrijal. Após tomar conhecimento sobre esses assuntos, é explanada a história e a atualidade da comunicação da cooperativa. Ainda, para que se confira a abrangência e importância da Cotrijal, descreve-se o contexto atual da cooperativa.

### 1.1 Cooperativismo

O ato de cooperar sempre fez parte de nossa existência. Segundo Maio (2005, p. 36), o cooperativismo tem seu marco inicial no ano de 1844, na Inglaterra. No dia 21 de dezembro deste ano, foi inaugurada a *Rochdale Society of Equitable Pioneers Ltd*, em Rochdale. Ali se reuniram 28 tecelões que criaram uma cooperativa de consumo, a qual era uma alternativa de trabalho e sobrevivência. Esses profissionais, diante da Revolução Industrial, temiam ser substituídos por máquinas a vapor nas fábricas nas quais trabalhavam e, para tanto, fizeram de um armazém uma cooperativa onde vendia-se alimentos e vestuário.

Conforme Hugon (1984 apud HAMER, 2002, p. 26), a fonte para o movimento cooperativista iniciado em Rochdale, está no pensamento socialista utópico dos séculos XVII e XVIII, atuante principalmente na França e Inglaterra. Para a autora, o socialismo utópico iniciou com o surgimento da indústria, tendo como características principais “a justiça e a fraternidade, com o foco voltado para o meio econômico, à organização social equitativa e o compartilhamento da riqueza” (HUGON, 1984, apud HAMER, 2002, p. 26).

Para Maio (2005, p. 36), foram os pioneiros de Rochdale que instituíram os princípios cooperativistas que, no início, eram seis: “adesão livre, gestão democrática, distribuição das sobras, juros limitados ao capital, fundo de educação e cooperação entre cooperativas”. Mais tarde, em 1995, um sétimo princípio foi adicionado à lista: a preocupação com a comunidade.

Os pioneiros ainda lançaram a ideia de “uma pessoa, um voto” (MAIO, 2005, p. 36, grifo do autor), fazendo assim com que cada cooperado fosse definitivamente parte da cooperativa. Segundo Hamer (2002, p. 25), o movimento cooperativista, resguardadas algumas alterações, preserva estes princípios ainda hoje, momento em que as cooperativas estão em nosso cotidiano, em vários setores da atividade humana e no mundo todo.

Cada princípio apresenta uma definição para servir de apoio ao cooperativismo. A definição segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2017), pode ser verificada no quadro abaixo (Quadro 01):

**Quadro 01 – Definição dos princípios cooperativistas**

<b>Princípio</b>	<b>Definição</b>
<b>1 – Adesão livre e voluntária:</b>	As cooperativas são abertas para todas as pessoas que queiram participar, estejam alinhadas ao seu objetivo econômico, e dispostas a assumir suas responsabilidades como membro. Não existe qualquer discriminação por sexo, raça, classe, crença ou ideologia.
<b>2 – Controle democrático:</b>	As cooperativas são organizações democráticas controladas por todos os seus membros, que participam ativamente na formulação de suas políticas e na tomada de decisões. E os representantes oficiais são eleitos por todo o grupo.
<b>3 – Participação econômica dos sócios:</b>	Em uma cooperativa, os membros contribuem equitativamente para o capital da organização. Parte do montante é, normalmente, propriedade comum da cooperativa e os membros recebem remuneração limitada ao capital integralizado, quando há. Os excedentes da cooperativa podem ser destinados às seguintes finalidades: benefícios aos membros, apoio a outras atividades aprovadas pelos cooperados ou para o desenvolvimento da própria cooperativa. Tudo sempre decidido democraticamente.
<b>4 – Autonomia e independência:</b>	As cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas por seus membros, e nada deve mudar isso. Se uma cooperativa firmar acordos com outras organizações, públicas ou privadas, deve fazer em condições de assegurar o controle democrático pelos membros e a sua autonomia.
<b>5 – Educação, treinamento e informação:</b>	Ser cooperativista é se comprometer com o futuro dos cooperados, do movimento e das comunidades. As cooperativas promovem a educação e a formação para que seus membros e trabalhadores possam contribuir para o desenvolvimento dos negócios e, conseqüentemente, dos lugares onde estão presentes. Além disso, oferece informações para o público em geral, especialmente jovens, sobre a natureza e vantagens do cooperativismo.
<b>6 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Cooperativismo é trabalhar em conjunto. É assim, atuando juntas, que as cooperativas dão mais força ao movimento e servem de forma mais eficaz aos cooperados. Sejam unidas em estruturas locais, regionais, nacionais ou até mesmo internacionais, o objetivo é sempre se juntar em torno de um bem comum.
<b>7 – Preocupação com a comunidade:</b>	Contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades é algo natural ao cooperativismo. As cooperativas fazem isso por meio de políticas aprovadas pelos membros.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com texto retirado do *site* da OCB.

Para Motta (2012, p. 693), no Brasil, as primeiras experiências cooperativas podem ser caracterizadas como pré-cooperativas. Dentre estes movimentos estão alguns que ocorreram no Rio Grande do Sul, como as reduções jesuíticas, em 1610 e as associações de imigrantes alemães, aproximadamente em 1824. Pinho (2001 apud MAIO, 2005, p. 38) aponta que o marco do cooperativismo no Brasil nos moldes *rochdaleanos* data de 1889, com a criação da Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, em Minas Gerais, da qual foram recentemente encontrados seus estatutos. Entretanto, foi apenas em 1932, em plena ditadura de Getúlio Vargas (1930-1945), que o Presidente da República promulgou o decreto 22.239, a primeira Lei Orgânica do Cooperativismo Brasileiro, a qual consolidava o movimento no país e estimulava o desenvolvimento de cooperativas de consumo e na área rural, vinculadas ao Estado (MARTINS apud MAIO, 2005, p. 39).

Segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2017), mais do que um modelo de negócios, o cooperativismo é:

[...] uma filosofia de vida que busca transformar o mundo em um lugar mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos. Um caminho que mostra que é possível unir desenvolvimento econômico e desenvolvimento social, produtividade e sustentabilidade, o individual e o coletivo (OCB, 2017).

Para Bialoskorski Neto (2000 apud QUADROS, 2004, p. 18), nas sociedades cooperativas, as funções de usuário, cliente da empresa, proprietário ou ainda gestor, são assumidas ao mesmo tempo pelo associado, transferindo funções da sua propriedade para a cooperativa. O autor destaca ainda, que para que se possa discutir o empreendimento cooperativo leva-se em questão três considerações básicas:

1ª) a questão da gestão da empresa cooperativa vista sob a ótica da eficiência empresarial, em um ambiente econômico internacional aberto e competitivo, objetivando a solidificação da cooperativa, aliada à necessária eficiência social deste empreendimento, dada a responsabilidade da empresa para com o cooperado; 2ª) a autogestão do sistema cooperativista, tendo como meta o acompanhamento e monitoramento da eficácia econômica e social das sociedades cooperativas, de modo que os objetivos sociais do movimento estejam garantidos e possam ser alcançados com tranquilidade; 3ª) a questão do financiamento e da capitalização da empresa cooperativista, tanto através dos novos bancos cooperativistas, como por meio da abertura de seu capital à participação do capital de risco de terceiros, respeitando os princípios doutrinários da cooperação, ou ainda, por meio do estabelecimento de alianças estratégicas entre empresas cooperativas e não-cooperativas (QUADROS, 2004, p. 19 apud BIALOSKORSKI NETO, 2000).

No ano de 2017, segundo dados da OCB, em nível mundial, uma a cada sete pessoas são associadas em cooperativas, o cooperativismo gera 250 milhões de empregos, está

presente em aproximadamente 100 países, congrega um bilhão de pessoas e existem, aproximadamente, 2,6 milhões de cooperativas.

## **1.2 Desenvolvimento das cooperativas agrícolas no Rio Grande do Sul e criação da Cotrijal**

No Rio Grande do Sul, segundo a Cotrijal (2007), a cultura do trigo, trazida pelos imigrantes açorianos na metade do século XVIII, foi a responsável por introduzir o cooperativismo agrícola. No século XX, criaram-se as primeiras estações experimentais destinadas a cultura do trigo e, com Getúlio Vargas no governo do estado (1928 - 1930), foram lançadas as bases para a produção avançada tecnicamente deste grão.

Porém, mesmo já tendo incentivos do governo, a cultura do trigo vinha declinando desde 1920. Segundo Souza (2009, p. 71), a produção deste grão atendia apenas 18% da demanda nacional, percentual que diminuiu ainda mais nos 25 anos posteriores. Com esta crise agravada, principalmente no Rio Grande do Sul, a partir de 1950, o Estado, com o objetivo de resolver os problemas de abastecimento, passou a incentivar as cooperativas tritícolas.

Conforme Schneider (1991 apud BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL - BRDE, 2003, p. 25), com o intuito de fomentar a produção tritícola do país, o então Presidente da República Juscelino Kubitschek de Oliveira (1956 - 1961), traçou um plano coordenado por órgãos públicos criados exclusivamente para o desenvolvimento agrícola, “foram liberados grandes volumes de crédito e de subsídios fiscais aos produtores de trigo. Contudo, o acesso do produtor a estes estímulos oficiais estava condicionado à sua filiação a alguma cooperativa” (SCHNEIDER, 1991 apud BRDE 2003, p. 25).

Ainda, segundo o BRDE (2003, p. 24), o país passava por um estágio de subdesenvolvimento econômico e os incentivos voltados a agricultura objetivavam melhorar a situação econômica brasileira. Para tanto, governo pretendia modernizar a agricultura, aprofundando assim o grau de industrialização nacional. Desta forma, a mão-de-obra para as atividades urbanas seria liberada do campo, os alimentos seriam barateados, a produção nacional se tornaria mais competitiva internacionalmente, aumentando então as exportações e diminuindo as importações de alimentos e matérias-primas, permitindo ainda a liberação de bens de capital para equipar a indústria, que se encontrava em processo de implantação. Para

cumprir com o objetivo de modernização da agricultura, o Estado passou às cooperativas a função de principal executor das políticas públicas destinadas ao setor rural.

Com o apoio do Governo à inserção dos agricultores às cooperativas, só no estado do Rio Grande do Sul, foram fundadas, em 1957, dez cooperativas tritícolas<sup>1</sup> (SCHWEINBERGER, 2000, p. 107 apud BRDE 2003, p. 25). Foi deste incentivo, que surgiu a possibilidade da criação de uma cooperativa tritícola na cidade de Não-Me-Toque/RS. Segundo a Cotrijal (2007, p. 27), circularam informações de que, naquele ano, dez armazéns seriam distribuídos pelo estado e que a cidade não estava listada dentre eles. O então secretário da Associação Rural de Não-Me-Toque, Ivo Hartmann, juntamente com Rudi Becker, secretário da Prefeitura Municipal na data, foram até Porto Alegre/RS e, acompanhados do deputado Victor Oscar Graeff (1947 - 1959), participaram da reunião dos dez municípios convocados. Como o município de Bagé/RS não mandou representantes para a reunião, foi retirado da lista de contemplados e então, Não-Me-Toque/RS adquiriu um armazém com capacidade de estocagem de 10 mil toneladas.

Ainda conforme a Cotrijal (2007, p. 26), a cooperativa foi fundada oficialmente em 14 de setembro de 1957, mas só iniciou suas atividades em 1958, quando seu primeiro presidente, que presidiu a Cotrijal entre 1957 e 1961, Antenor Graeff, reuniu 38 triticultores para explicar a fundação da cooperativa e pedir que se tornassem cooperativados, garantindo assim, maiores e melhores benefícios a todos e ainda promovendo sua representação através da Cotrijal. A cooperativa teve como nome inicial Cooperativa Tritícola Mista de Não-Me-Toque Ltda, que nove anos mais tarde, em 1966, passou a se chamar Cooperativa Tritícola Mista do Alto Jacuí Ltda. Este nome, conforme a Cotrijal (2007), se manteve até 2006, quando a cooperativa passou a chamar-se Cotrijal Cooperativa Agropecuária e Industrial.

Segundo a cooperativa (2007), no decorrer dos anos, além da área de produção vegetal, a Cotrijal iniciou diversas atividades no ramo agropecuário, com o objetivo de intermediar a venda e a compra do que os produtores produziam e necessitavam. Conforme o setor ia se modificando e desenvolvendo, modificava-se também, o foco da cooperativa, quanto aos produtos comercializados. Neste processo de mudanças, a cooperativa, ao longo do tempo, passou a receber e fomentar a produção de outros grãos além do trigo, como soja, milho, cevada, aveia e canola, conforme a Cotrijal (2017d).

Conforme a Cotrijal (2007, p. 38), a soja, a partir dos anos 60, começou a ocupar espaços significativos nas atividades da cooperativa. Neste momento da história, o trigo já não

---

<sup>1</sup> Não foram identificados os dez municípios inicialmente contemplados com os armazéns distribuídos no Rio Grande do Sul, em 1957.

tinha mais tanta importância econômica e a soja apresentava um futuro mais promissor no mercado agrícola. Com o incentivo do governo e com a política de preços e exportações, o binômio trigo/soja, era o ponto de dedicação da maioria das cooperativas do Sul e estas, logo tornaram o segmento um exemplo de modernismo, dinamismo e força das cooperativas brasileiras.

Foi neste “contexto de intensificação da agricultura empresarial, de estímulos oficiais à estruturação comercial da produção agrícola, de inserção numa tecnologia mais avançada, orientada em direção ao mercado externo tendo a soja como atividade principal”, que a Cotrijal inicia a década de 60, fazendo da eficiência econômica um trampolim para alcançar a eficácia social, conforme a cartilha cooperativista<sup>2</sup> (COTRIJAL, 2007, p. 38).

Em 1968, a Cotrijal já havia construído sua segunda unidade, um silo com equipamentos completos de secagem, no município de Colorado/RS e em setembro de 1971, era aprovada a construção dos entrepostos de Victor Graeff/RS e Tio Hugo/RS (COTRIJAL, 2007). Foi com vistas ao crescimento e desenvolvimento da cooperativa e na necessidade de um maior envolvimento dos cooperados com a mesma que, na década de 70, a Cotrijal começou a investir em comunicação.

### **1.3 A Comunicação da Cotrijal**

Na década de 70, conforme a Cotrijal (2017c), as cooperativas do Rio Grande do Sul, que até então haviam se desenvolvido com incentivos fiscais, passaram por dificuldades, uma vez que estes incentivos tornaram-se escassos, os juros subiram, ocorreram várias frustrações de safras, comercializações problemáticas e administrações conduzidas inadequadamente. Segundo a Cotrijal (2017c), com estes problemas, muitos associados tornaram-se apenas “clientes” (grifo do autor) das cooperativas, estando alheios à sua organização. Foi desta crise de identidade social das cooperativas, que buscou-se um associado que “agisse não mais como alguém que só vislumbrasse vantagens, mas como elemento integrante do sistema, capaz de discutir os problemas da cooperativa, de apontar soluções, defender interesses coletivos e de montar estratégias de desenvolvimento” (COTRIJAL, 2017c).

De acordo com a Cotrijal (2017c), foi neste período, que foi disponibilizado o Serviço de Comunicação e Educação da Federação das Cooperativas de Trigo e Soja do Rio Grande

---

<sup>2</sup> Segundo a Cotrijal (2017), quando fala-se em cartilha cooperativista, tem-se referência nas cartilhas cooperativistas disponibilizadas pela OCB, a qual representa o sistema cooperativista.

do Sul Ltda (SECOOF - FECOTRIGO), com a finalidade de auxiliar às cooperativas filiadas em programas de organização e desenvolvimento do quadro social. O objetivo consistia em:

Criar um sistema de educação cooperativista integrado, com capacidade de fornecer informações e subsídios necessários a uma atuação plena, de aproximação entre direção, funcionários e associados. Esse serviço teria autonomia funcional, dispondo, para tanto, dos recursos humanos, técnicos e materiais necessários, mas devendo ser administrativamente supervisionado pelas próprias cooperativas (COTRIJAL, 2017c).

Segundo a cooperativa (COTRIJAL, 2017c), em 1976, criou-se um setor específico para estes questionamentos: o departamento de comunicação e educação. Conforme entrevista do ex-comunicador da Cotrijal, Giovani Cherini (COTRIJAL, 2007, p. 54), nas cooperativas, o ditame era reunir pessoas e, ao final da reunião, marcar uma reunião futura, aumentando assim, o poder dos associados, formando em cada comunidade um núcleo de base e identificando lideranças entre os associados da cooperativa e ainda, incentivando a mulher a participar da cooperativa.

Para Gilberto Appelt, também ex-comunicador da Cotrijal (COTRIJAL, 2007, p. 55), necessitava-se comunicar assuntos técnicos e informes aos associados, mantendo um contato mais direto com o quadro social. Segundo o entrevistado, o então presidente da Cotrijal, Imfried Schmiedt, que presidiu a cooperativa de 1963 a 1985 e de 1989 a 1995, cobrava muito a ligação entre o quadro de associados e a diretoria da Cotrijal, logo, foi determinado que se fizesse relatórios das reuniões para se tomar conhecimento das aspirações dos sócios.

Foi nesta época, já no ano de 1977, em conformidade com a Cotrijal (2017c), que a cooperativa encontrou no rádio um meio para chegar até o produtor, dando início ao programa radiofônico *Informativo Cotrijal*. Giovani Cherini, então técnico em cooperativismo da Cotrijal e funcionário do departamento de comunicação e educação, fazia o programa ao vivo e o mesmo ia ao ar das 6 às 8 horas da manhã, diariamente, na Rádio Ceres, de Não-Me-Toque/RS. Segundo a Cotrijal (2017c), “o objetivo era repassar informações de interesse do quadro social e difundir as inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade da agricultura”.

Para a Cotrijal (2017c), a escolha do rádio como ferramenta de comunicação, deveu-se ao fato de falar para diversos públicos, sem fazer distinções entre classes sociais, grau de escolaridade ou condição econômica e por poder ser ouvido tanto nos momentos de lazer como nos momentos de trabalho, em qualquer lugar.

Com o passar dos anos, a Cotrijal cresceu e, cresceu também, a necessidade dos produtores em relação à informação. Segundo a Cotrijal (2007), até o fim da década de 80, já contava com seis entrepostos e com trinta anos de história. Durante este período, as atividades via rádio da cooperativa passaram por um processo de profissionalização. Segundo a cooperativa (COTRIJAL, 2017c), em 1986, a cooperativa investiu em um estúdio de gravação próprio e o programa *Informativo Cotrijal* passou a ser levado ao ar no horário das 12h30, ainda pela Rádio Ceres de Não-Me-Toque, tendo seu tempo reduzido a 15 minutos, e sendo levado ao ar de segunda a sexta-feira. O mesmo foi incrementado com entrevistas e demais informações da cooperativa.

Atualmente, a Cotrijal possui um abrangente sistema de comunicação. Conforme a cooperativa (COTRIJAL, 2017c), o sistema de comunicação inclui dois programas de rádio, um que vai ao ar de segundas a sextas-feiras, o *Informativo Cotrijal*, o qual será tratado posteriormente em razão da análise desta pesquisa e, um dominical, *O Encontro de Domingo*; um Jornal mensal, focado no segmento agropecuário; dois *sites*, da Cotrijal e da Expodireto Cotrijal<sup>3</sup>; e ainda, conta com uma assessoria de imprensa permanente, que integra as estratégias da Cotrijal afim de “levar informações atualizadas aos associados, potencializar tecnologias e bons negócios, divulgar a organização e promover o desenvolvimento regional” (COTRIJAL, 2017c).

#### **1.4 O atual contexto da Cotrijal**

Perante a época de dificuldades enfrentada pelas cooperativas agrícolas a partir da década de 70, as cooperativas tiveram que se adequar ao novo cenário econômico que se configurou no setor. Segundo Dornelas (1998, p. 29 apud HAMER 2001, p. 29), “o cooperativismo foi desafiado a adaptar-se urgentemente, antes que perdesse sua importância efetiva como sistema econômico de produção ou de prestação de serviços”. Ainda para o autor, as cooperativas enfrentaram o desafio de atuar como empresa privada, porém, resguardando suas relações características com os associados. Estes, passaram a assumir o papel de dono, cliente e fornecedor ao mesmo tempo. Esta concepção corrobora com a sobrevivência da Cotrijal perante a crise cooperativista e, ainda, com o seu crescimento, abrangência e áreas de atuação.

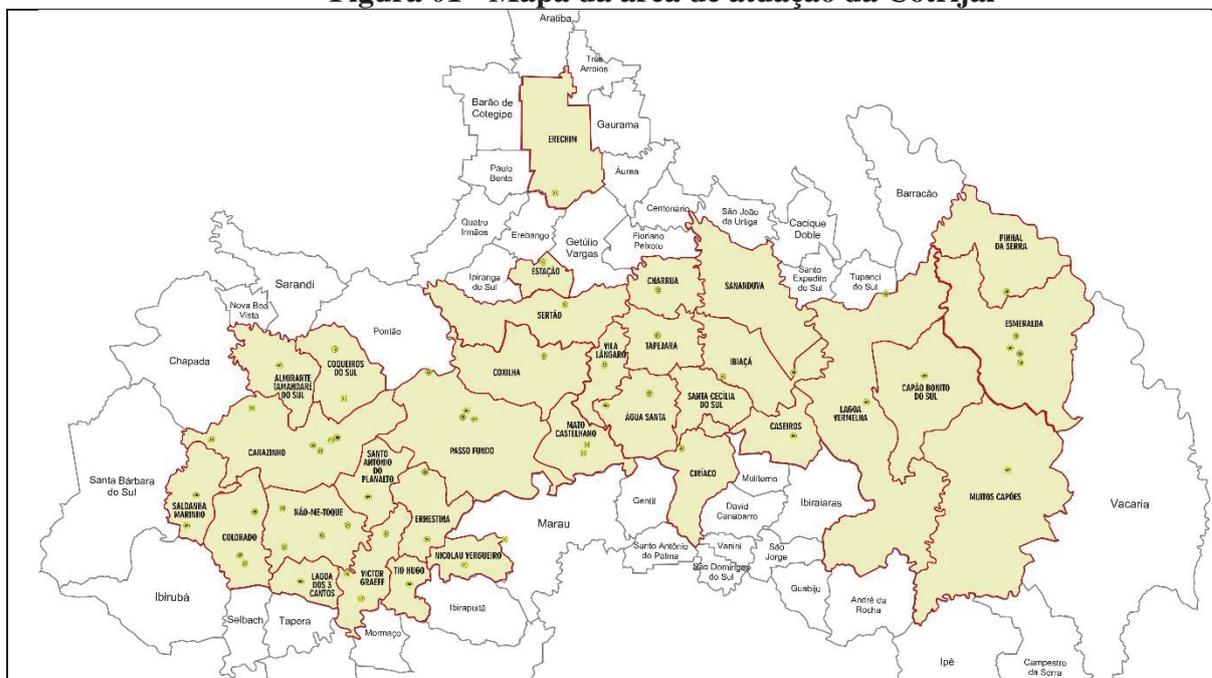
---

<sup>3</sup> Feira voltada ao agronegócio promovida pela Cotrijal todos os anos.

Atualmente, a Cotrijal (2017d), possui uma ampla infraestrutura, que conta com 56 Unidades de Negócios e abrange 32 municípios da região Norte e Noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Os municípios que integram a área de abrangência da Cotrijal são: Não-Me-Toque, Colorado, Victor Graeff, Tio Hugo, Carazinho, Passo Fundo, Coqueiros do Sul, Almirante Tamandaré do Sul, Saldanha Marinho, Lagoa dos Três Cantos, Santo Antônio do Planalto, Ernestina, Nicolau Vergueiro, Coxilha, Sertão, Mato Castelhanos, Estação, Vila Lângaro, Erechim, Água Santa, Charrua, Tapejara, Santa Cecília do Sul, Ciríaco, Ibiaçá, Caseiros, Sananduva, Lagoa Vermelha, Capão Bonito do Sul, Muitos Capões, Esmeralda e Pinhal da Serra.

Abaixo, pode-se ver a área territorial de abrangência da Cotrijal (Figura 01):

**Figura 01 - Mapa da área de atuação da Cotrijal**



Fonte: Cotrijal (2017d).

Espalhados nestes entrepostos, além das unidades armazenadoras de grãos, a Cotrijal ainda possui nove mercados e 17 lojas, onde comercializa insumos, eletrodomésticos, material elétrico, medicamentos veterinários, dentre outros. Na área de produção, a Cotrijal trabalha com o segmento de produção animal, onde oferece gestão da atividade leiteira e conta com um departamento veterinário, fábrica de rações e linha de rações. Na produção vegetal, a Cotrijal, atua na produção de sementes, assistência técnica e comercializa grãos e insumos. A cooperativa ainda possui uma frota de caminhões, que garante mais agilidade, principalmente, durante as safras.

Segundo a Cotrijal (2017a), para fazer com que a relação da Cotrijal com os seus associados se torne ainda mais forte, os associados participam da cooperativa através dos conselhos de administração, fiscal e de representantes de líderes de núcleo e, também, da liderança nas comunidades. A Cotrijal ainda promove reuniões de núcleo e pré-assembleia geral, seminário de líderes de núcleo. Também promove o Projeto Participação em Família, Projeto Líderes Mirins, Encontro de Mulheres Cotrijal e Copa Cotrijal. Ainda conta com o Comitê de Mulheres Cotrijal e é parceira do Projeto A União faz a Vida.

Toda a estrutura e atuação da Cotrijal corrobora com uma consideração importante que Bialoskorski Neto (apud QUADROS 2004, p. 24) faz sobre as cooperativas, mais especificamente, agropecuárias:

Essas organizações são um importante instrumento no desenvolvimento agrário, pois, além de suas funções precípuas para os membros cooperados, também geram empregos e arrecadação de imposto em municípios de economia predominantemente agrícola (BIALOSKORSKI NETO, 2000 apud QUADROS, 2004, p. 23).

A Cotrijal, sob o lema *Todos juntos somos fortes*, atua nos setores agroindustrial e de varejo e tem o propósito de *gerar valor ao cooperado de forma inovadora, segura e sustentável*, sua visão é representada pela meta de *faturar R\$ 2,705 bilhões até 2020* e seus valores são *confiança, cooperação, fazer bem feito e foco em resultado*. A cooperativa, atualmente, possui aproximadamente 6.076 cooperados, que são sua “razão de ser” (COTRIJAL, 2017d).

## 2 COMUNICAÇÃO E RÁDIO RURAL

A agropecuária é setor ativo na economia brasileira. Segundo destacou o *site* Portal Brasil (2017), a estimativa para este ano, é de que o Produto Interno Bruto (PIB) proveniente do setor agropecuário cresça 3,61%, sendo um dos principais motores da economia. No meio rural, como em qualquer setor, a comunicação é imprescindível para garantir boas relações. Utilizado por muito tempo como ferramenta fundamental na comunicação voltada para o setor rural, o rádio tem grande contribuição para o desenvolvimento do Brasil agropecuário.

Para que se compreenda a importância da comunicação no meio rural, neste capítulo, verifica-se a história e conceito da comunicação rural no Brasil. Após, como ferramenta de grande relevância para que se faça comunicação neste meio, é explanada a história e importância da radiodifusão e, ainda, da radiodifusão rural. Ainda neste capítulo, é contextualizado o programa de rádio da Cotrijal, *Informativo Cotrijal*, o qual será objeto de análise nesta pesquisa.

### 2.1 A comunicação rural no Brasil: a história leva ao conceito

A origem da comunicação rural no Brasil deu-se no século XVIII. Segundo Duarte e Soares (2011, p. 399), com a ideia de modernizar o meio rural mediante a difusão de informações acerca de técnicas agrícolas, buscou-se nos Estados Unidos sementes, materiais impressos e um levantamento de dados sobre as práticas e inovações agrícolas. O objetivo era de aplicar tais práticas nos solos brasileiros.

Conforme os autores, em 1869, o governo de Dom Pedro criava uma publicação institucional com o nome de *Revista Imperial do Instituto Fluminense de Agricultura – IIFA* (DUARTE e SOARES, 2011, p. 399, grifo do autor). Segundo Duarte e Soares (2011, p. 399), a revista vinha “com uma linha editorial que proclamava a utilização da ciência para melhorar a produção agrícola”.

Bordenave (1988, p. 23) aponta que, no estado de São Paulo, foi em 1899 que surgiram os primeiros vestígios de uma comunicação dirigida especialmente ao agricultor. Conforme o autor, mais especificamente na data de 13 de setembro de 1899:

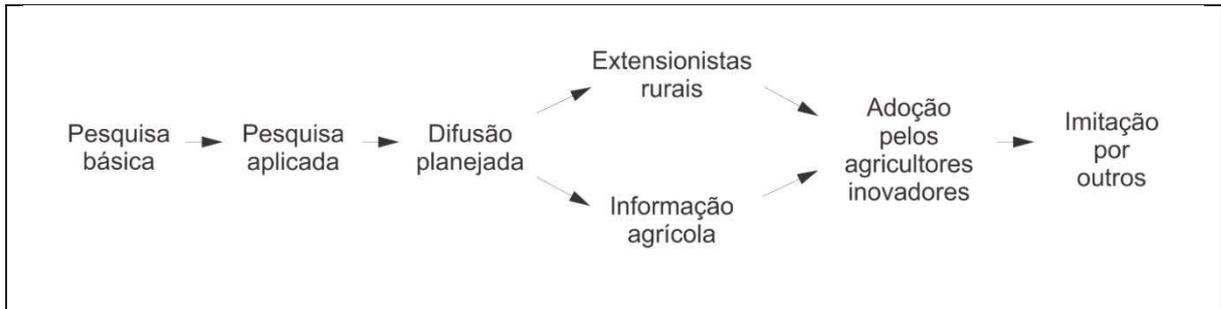
[...] foi promulgada a Lei nº676 reorganizando o Serviço Agrônômico do Estado e atribuindo à Secretaria da Agricultura a direção e distribuição de publicações oficiais sobre a agricultura em geral bem como a publicação de uma revista sob o título *Boletim da Agricultura* (BORDENAVE, 1988, p. 23, grifo do autor).

Durante todo o século XX, o governo brasileiro propagou e incentivou a difusão das práticas agrícolas, através do Ministério da Agricultura. Segundo Duarte e Soares, (2011, p. 400), o Estado criou, em 1938, o Serviço de Publicidade Agrícola, que mais tarde, nas décadas de 40 e 50, se consolidou como o Serviço de Informação Agrícola (SIA), o qual desenvolveu um amplo programa de informação, com um corpo técnico e equipamentos eficientes, contando, dentre outros meios de difusão, com uma elevada quantidade de programas de rádio, através de uma vasta cadeia radiofônica. Já em 1958, o SIA teve sua própria emissora de rádio: a Rádio Rural.

Conforme Bordenave (1988, p. 26), no final da década de 50, o SIA deu lugar a uma nova prática de difundir a informação agrícola ao homem do campo: a extensão rural, uma tarefa persuasiva-comunicativa. “A mudança de orientação teve por causa o estabelecimento, no Brasil, da cooperação técnica norte-americana” no setor agrícola (BORDENAVE, 1988, p. 26). Segundo Callou (1986 apud DUARTE; SOARES, 2011, p. 402), a extensão rural surgiu nos Estados Unidos em 1914 e se alastrou pela América Latina após a II Guerra Mundial. Para os autores, a extensão rural no Brasil, vinculou-se a prática de propaganda da técnica agrícola, à difusão de tecnologia ou, como também é chamada: difusionismo. Para Bordenave (1988, p. 31), quanto ao difusionismo:

Acredita-se que o desenvolvimento acontece quando se introduzem entre os agricultores novas ideias, de maior eficiência produtiva, de maneira tal que as inovações sejam difundidas e os agricultores efetivamente as adotem. [...]. No modelo difusionista, o objetivo fundamental é encurtar o tempo que geralmente intermedeia entre o lançamento de uma inovação pelos centros de pesquisa e sua adoção generalizada pelos agricultores (BORDENAVE, 1988, p. 31).

Para o autor, o modelo difusionista dá forte ênfase à comunicação, tanto nas informações necessárias para aplicar as novas tecnologias e práticas quanto para motivar e persuadir os agricultores para que aceitem mudanças nos sistemas de produção. O modelo supõe uma cadeia de “transferência de tecnologia” (BORDENAVE, 1988, p. 32, grifo do autor). A seguir, pode-se ver o modelo difusionista e a função do extensionista rural:

**Figura 02 - Modelo difusionista**

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base em Bordenave (1988, 32).

Duarte e Soares (2011, p. 403), salientam que a comunicação era amplamente utilizada pelo difusionismo através de reuniões comunitárias, palestras e dias de campo, informações transmitidas pelo rádio, por periódicos e manuais agrícolas. “Tratava-se de um movimento em torno da adoção de tecnologias no meio rural, com treinamentos, mutirões e conversas informais” (DUARTE; SOARES, 2011, p. 403).

Bordenave (1988, p. 27) aponta que desenvolveram-se nos diversos estados do país entidades autônomas de extensão rural, que eram coordenadas, a nível nacional, pela Associação de Crédito e Assistência Rural (ABCAR), que veio substituir o SIA na responsabilidade de orientação e capacitação na informação rural. Para o autor, tanto o SIA quanto as entidades de extensão rural, “consistiam na captação de conteúdos úteis para os agricultores, sua elaboração na forma de mensagens e sua difusão através de diversos meios de comunicação”. A diferença entre ambos estava no fato de o SIA difundir suas mensagens diretamente aos agricultores através de meios impessoais de comunicação, já a extensão rural, mesmo sem deixar de utilizar os meios de comunicação, tais como rádio, jornal e publicações, dava ênfase a intermediação pessoal, tanto dos extensionistas quanto dos líderes rurais por ela mobilizados.

Conforme Bordenave (1988, p. 28), nos anos 70, foram criadas a EMBRATER - Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural, do governo federal e as EMATERs - Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural, formadas em cada estado (exceto São Paulo), vinculadas às respectivas Secretarias da Agricultura. Estas substituíram a ABCAR, sociedade de direito civil. Com este acontecimento, notaram-se algumas mudanças na extensão rural, que repercutiram nos procedimentos e estratégias da qual passou a chamar-se de comunicação rural.

Desta forma, a função básica do extensionista passou a ser, segundo Bordenave (1988, p. 28-29):

De uma tarefa eminentemente produtivista e tecnicizadora, a responsabilidade básica do extensionista passa ser a de “capacitar as famílias rurais para a percepção, o equacionamento e a solução de seus problemas de ordem técnica, econômica e social. Neste contexto, a Comunicação Rural, pelo menos em teoria, adquire modalidades de *diálogo participativo*, já que a EMBRATER reconhece que “não é o extensionista quem muda ou transforma a realidade rural a seu modo” senão que “esta é uma tarefa dos produtores e suas famílias em que o agente de extensão é co-participante” (BORDENAVE, 1988, p. 28-29, grifos do autor).

A comunicação rural, ainda para Bordenave (1983, p. 7), pode ser definida como “o conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existentes entre os componentes do setor rural e entre eles e o demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural”. Para o autor, a comunicação rural é um processo mais amplo do que a informação agrícola ou a extensão rural, uma vez que este setor é composto por diversos grupos de atores sociais (BORDENAVE, 1983, p. 7-8).

Duarte (2005, p. 148 apud BARBOSA, 2007, p. 14) explica que a comunicação rural é um meio para se construir mudanças e melhorias para as populações rurais através da sua mobilização. É uma maneira de compreender os fenômenos e analisar de forma crítica a formulação de estratégias de ação.

## 2.2 Rádio

O rádio, desde sua invenção, faz parte da vida das pessoas. A invenção da radiodifusão, conforme Prado (2012, p. 26), é atribuída ao italiano Guglielmo Marconi (1874 – 1937). Guglielmo Marconi, nascido em Bolonha, na Itália, desde muito cedo mostrava interesse pela física e eletricidade e teve destaque no mundo da ciência por suas experiências com ondas hertzianas.

Em 1890, conforme Prado (2012, p. 30), o cientista iniciou estudos das oscilações elétricas para conseguir emitir ondas de um aparelho e tornar a recepção perceptível. Em 1894, recebeu um artigo sobre as ondas eletromagnéticas hertzianas e, pressentiu então, que essas ondas poderiam ser usadas para fazer a transmissão de sinais. Dois anos mais tarde, descobriu o princípio do funcionamento da antena e daí, como guiar bem as ondas através do espaço. Já em 1896, Guglielmo Marconi conseguiu emitir ondas de rádio e captá-las a centenas de metros com a antena, através do código Morse, inventado por Samuel Morse em

1837, criando assim, o telégrafo sem fio. Em dezembro de 1901, o inventor fez a primeira transmissão transatlântica de um sinal de rádio, utilizando o código Morse.

Porém, para Jung (2005) há muita controvérsia quando se trata do mérito da criação da radiodifusão, mesmo entre os estudiosos do assunto. Segundo Prado (2012, p. 29), a criação do rádio também é atribuída ao padre brasileiro Roberto Landell de Moura (1861 – 1928). Nascido em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, o padre e cientista estudou em Roma, na Universidade Gregoriana, onde teve aulas de física e química. Formou-se em teologia e tornou-se padre em 1886. Suas experiências em torno da radiodifusão foram por meio das ondas eletromagnéticas, sem o uso de fios.

Roberto Landell de Moura, conforme Jung (2005) foi reconhecido apenas após a morte e muitas vezes foi acusado de bruxaria, tendo sido chamado de impostor e até sendo transferido, por diversas vezes, de paróquia e até mesmo de cidade. Mesmo quando fez uma de suas primeiras experiências em transmitir e receber a voz humana, utilizando uma válvula amplificadora com três eletrodos, em 1892, em Campinas, interior paulista, teve acusações dirigidas a ele.

Segundo Santos (2001, p. 31), Roberto Landell de Moura obteve também três patentes: transmissor de ondas, telégrafo sem fio e telefone sem fio. Devido seu pioneirismo nas comunicações, sendo o primeiro radioamador brasileiro em telegrafia e fonia, é considerado o “Patrono dos Radioamadores Brasileiros” (SANTOS, 2001, grifo do autor).

Para Stertz (2000, p. 15), muitas foram às contribuições para que as experiências radiofônicas fossem possíveis e para que, mais tarde, o rádio deixasse de ser um sistema de comunicação confidencial para se tornar um veículo de comunicação para o público. Para a autora, essa evolução não aconteceu isoladamente e não aconteceu somente “pela força da informação e da tecnologia, mas esteve diretamente ligada às necessidades sociais, políticas e econômicas” (STERTZ, 2000, p. 15).

Ainda conforme a autora (STERTZ, 2000, p. 15), em 1920, nos Estados Unidos, nascia a primeira estação de rádio comercial. Primeiramente, o rádio seguia os moldes de jornal, mas logo percebeu que falava para ouvintes e não leitores. Já no Brasil, no mesmo ano do acontecimento da I Semana de Arte Moderna (1922), os brasileiros conheceram a radiodifusão. Em conformidade com Stertz (2000, p. 18), no dia 07 de setembro, em uma exposição preparada para comemorar o Centenário da Independência no Brasil, empresários americanos trouxeram aparelhos para a montagem de uma emissora radiofônica que permitiu a uma parcela da população de Rio de Janeiro e de São Paulo ouvirem o discurso do então Presidente da República, Epitácio da Silva Pessoa (STERTZ, 2000, p. 18).

Segundo Prado (2012, p. 52), a primeira emissora de rádio nascida no Brasil, foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A mesma tinha cunho educativo, pois estava ligada a Academia de Ciências e não se utilizava de publicidade e propaganda. Foi ao ar em 23 de abril de 1923, somente após ter concessão do Governo Federal. Seu lema, conforme Prado (2012, p. 52), era “trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil” e seu idealizador era Edgar Roquette Pinto (1884 – 1954), considerado o “Pai da Radiodifusão” (PRADO, 2012, p. 52, grifos da autora).

Conforme Stertz (2000, p. 19), em 1932, o então Presidente, Getúlio Vargas, assinou o Decreto-Lei nº 21.111, que autorizava a veiculação de publicidade e propaganda no rádio, distribuindo concessões de canais a particulares e fortalecendo a exploração comercial do rádio. Assim, o veículo passou de educativo e erudito para popular, meio de diversão e lazer.

Ainda conforme a autora (STERTZ, 2000, p. 20), a década de 40 foi o auge do rádio; a era de ouro. O veículo trazia música, divertimento e emoção. As radionovelas, os programas de auditório, musicais e humorísticos possuíam investimentos de fortes anunciantes. Foi nesta década também, segundo Jung (2004 apud BARBOSA, 2007, p. 21, grifos do autor), que surgiram importantes programas de rádio, como o primeiro jornal falado, denominado “Grande Jornal Falado Tupi”, de São Paulo, a primeira radionovela, de nome “Em Busca da Felicidade” e o “Repórter Esso”.

Já na década de 50, o rádio enfrentou uma fase delicada com a chegada e apogeu da televisão. Segundo Stertz (2000, p. 21), a televisão apropriou-se de toda a experiência do rádio, registrando assim, consecutivamente, queda de audiência dos programas radiofônicos. Com isso, começou a falar-se em desaparecimento do rádio, porém, o rádio readaptou-se, substituindo assim o rádio espetáculo pelos discos e fitas gravadas, notícias e serviços de utilidade pública, assumindo assim a função de *companheiro* de qualquer cidadão (STERTZ, 2000, p. 21, grifo da autora).

Também foi na década de 50, segundo Barbosa (2007, p. 21 apud JUNG 2004), que foi feita a primeira transmissão experimental de rádio FM (Frequência Modulada), através da Rádio Imprensa do Rio de Janeiro. Já em 1989, é realizada a transmissão pioneira de rádio via-satélite (RADIOSAT). Já no século XXI, mais precisamente em setembro de 2005, iniciam-se as primeiras transmissões de rádio no sistema digital.

Para Jung (2005, p. 53), com a inserção do rádio na rede mundial de computadores, esta ferramenta de comunicação só tem a evoluir e não sumir, como muito se falou com a popularização da *internet*. Para o autor, a *internet* aumenta o alcance do rádio e proporciona facilidades aos ouvintes, que podem encontrar som, texto e imagem num só lugar e à

produção dos programas, que podem produzir e oferecer programas com maior facilidade e qualidade.

### 2.3 Rádio rural

A oralidade sempre foi uma ferramenta básica para o homem do campo. Ele amanhece e anoitece prestando atenção aos sons que o rodeiam. Segundo Stertz (2000, p. 23), um dos motivos para a grande utilização do rádio no meio rural é a habilidade que o agricultor tem de ouvir aliada a facilidade e praticidade do rádio. Os agricultores se informam e distraem de um modo conveniente e saudável, eles:

[...] valorizam aquilo que diz respeito mais diretamente ao seu conceito. Não perdem os noticiários, principalmente os locais, assim como os programas das cooperativas das quais são sócios, os programas do sindicato dos trabalhadores rurais, o informativo da prefeitura municipal, os programas de orientação agrária e os momentos de utilidade pública (STERTZ, 2000, p. 23).

Para Bordenave (1988, p. 73), o rádio é o meio de comunicação universalmente utilizado na zona rural, pois não necessita de leitura, tem um baixo custo, pode ser facilmente manejado e tem grande intimidade em sua recepção. Segundo o autor, as chamadas “emissoras populares” (BORDENAVE, 198, p. 73, grifo do autor) - que tem como finalidade a educação, a participação e o desenvolvimento - usam uma variedade de técnicas que facilitam a autoexpressão dos ouvintes e sua participação ativa na programação. As emissoras populares rurais servem de fonte de opinião pública, estabelecem um laço de união entre associações e instituições e agricultores e ainda fazem intercâmbio de experiências, oferecendo assim, oportunidades de capacitação.

Stertz (2000, p. 25) salienta a importância do rádio no meio rural no processo de modernização da agricultura brasileira através da extensão rural. Para ela, o rádio foi escolhido como meio de comunicação neste processo pelo seu imediatismo e mobilidade de emissão e recepção de mensagem e, ainda, por estar presente nos lares da zona rural e por atingir maior cobertura, penetração e alcance, tanto geograficamente como populacionalmente. O rádio ajudou a tornar os agricultores mais receptivos quantos às mudanças tecnológicas na agricultura.

Segundo Stertz (2000, p. 28), “as organizações ligadas à agricultura, tanto nacionais quanto internacionais, sempre consideraram o rádio como instrumento incentivador de

mudanças e progresso por poder atingir a família do meio rural com rapidez e eficiência”. Para a autora (2000, p. 109), o rádio ainda hoje gera a comunicação e conversação dentro dos lares rurais, mesmo as famílias não estando reunida ao ouvir as programações radiofônicas, ao se encontrarem, discutem o que ouviram e debatem as informações recebidas.

## 2.4 O Informativo Cotrijal

O *Informativo Cotrijal* teve início no ano de 1977, quando as cooperativas passavam por uma crise de identidade social devido à falta de identificação dos associados com sua cooperativa (COTRIJAL, 2017c). Nesta época, de dificuldades e mudanças no cooperativismo, viu-se no rádio uma ferramenta de aproximação e difusão de novas tecnologias aos produtores rurais e, desde lá, a Cotrijal, através do *Informativo Cotrijal*, leva informação a quem ouve o programa.

Conforme a Cotrijal (2017c), o programa “tem como objetivo divulgar as ações da cooperativa, com assuntos relevantes para associados e produtores rurais”. Porém, conforme os Anexos 01, 02, 03, 04 e 05, o *Informativo Cotrijal* ainda apresenta ofertas e promoções de seus supermercados e lojas., bem como *spots*<sup>4</sup> e *jingles*<sup>5</sup> que promovem a cooperativa. Para Gonzalez (2009, p. 7), a divulgação de uma ideia com objetivos comerciais, caracteriza-se como publicidade:

“A publicidade deriva de público (do latim *publicus*) e é conceituada como a arte de tornar público, divulgar um fato ou uma ideia, já com objetivos comerciais, uma vez que pode despertar o desejo de compra, levando-o a ação. É um conjunto de técnicas de ação coletiva com o propósito de tornar conhecido um produto, um serviço, uma marca, promovendo assim uma atividade comercial” (GONÇALEZ, 2009, p. 7).

Segundo a Cotrijal, o *Informativo Cotrijal* é um programa diário de 15 minutos, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, às 12h30, através das emissoras Rádio Ceres, de Não-Me-Toque/RS e Rádio Diário AM, de Carazinho/RS, ambas as emissoras são AM (Modulação em Amplitude).

---

<sup>4</sup> Segundo Barbosa (2003, p. 126 apud QUEIROZ; PAZ; PORTELA, 2001, p. 4), spot “é um comercial com locução que pode ser apoiada por trilha sonora, efeitos e ruídos”.

<sup>5</sup> Conforme Campos (2009), os Jingles são definidos como criações publicitárias utilizadas para melhor fixar a imagem de um produto, serviço ou ideia na mente dos ouvintes. Em sua produção são usados recursos sonoros, melodias cantadas e, algumas vezes, breves textos e slogans.

A Rádio Ceres 1440 kHz, (*online*, 2017), foi fundada em 1976, por Dante Riczaneck, sendo a primeira emissora radiofônica da cidade. Seu nome tem origem na Mitologia Romana, sendo Ceres a deusa da agricultura e por Não-Me-Toque, ter a agricultura como principal atividade econômica, deu-se este nome. O objetivo do sócio fundador, ao criar a Rádio Ceres, foi de divulgar a população do município-sede e dos municípios vizinhos uma programação com base na ampla informação, com notícias locais e regionais. A Rádio Ceres, com o *slogan*<sup>6</sup> *Rádio Informação*, cobre mais de 12 municípios das regiões do Alto Jacuí e Planalto Médio e, no momento, é integrante da Rede Gaúcha, contando com uma equipe de 12 funcionários que trabalham para que a Rádio mantenha o objetivo idealizado há mais de 40 anos atrás.

A Rádio Diário AM 780 atualmente pertence ao Grupo de Jornais e Rádios Diário da Manhã. O grupo foi fundado em 1935 por Túlio Fontoura, em Passo Fundo/RS, inicialmente com o Jornal Diário da Manhã de Passo Fundo e hoje conta com seis veículos que, segundo o Grupo, são “referência de organização jornalística comprometida com o desenvolvimento socioeconômico da vasta região geográfica abrangida por suas unidades” (*online*, 2017). Segundo Schmidt (2013, p. 24), a Rádio Diário AM 780, de Carazinho/RS, foi fundada em 1947, com o nome de Rádio Carazinho, pertencendo à rede de Emissoras Reunidas Rádio Cultura LTDA e seu idealizador foi Arnaldo Balvé. No início dos anos 90, a Rádio Carazinho foi vendida e passou a integrar a Rede Comunidade. Já em 2002, a Rádio Carazinho passou a chamar-se Rádio Diário AM 780, tendo sido adquirida pelo Grupo de Jornais e Rádios Diário da Manhã.

Segundo a Cotrijal (2017c), o *Informativo Cotrijal* é produzido e gravado em estúdio próprio da Cotrijal. A produção do programa é feita pelos jornalistas da Cotrijal, que integram a área de comunicação da cooperativa – jornal, *site* e rádio – e não há um profissional específico para o rádio, mas são dois os profissionais mais envolvidos com esta ferramenta no setor de comunicação da Cotrijal. Além do programa *Informativo Cotrijal*, também é produzido e gravado no estúdio da cooperativa, o programa O Encontro de Domingo, que tem duração de 30 minutos e vai ao ar aos domingos. Ainda são produzidas e gravadas neste estúdio, as vinhetas dos programas, apenas tendo como exceção, vinhetas para algumas campanhas de comunicação, onde são contratadas agências de publicidade e propaganda para a produção das mesmas. O programa não é veiculado através do rádio em todos os municípios

---

<sup>6</sup> Para Santo e Sandri (2011), o *slogan* é parte do que chamamos texto publicitário. Surgiu como “grito de guerra” e vem sendo cada vez mais utilizado para dar força à marca e sustentação às idéias a serem transmitidas, além de explorar uma das principais características da linguagem publicitária, a persuasão.

de abrangência da Cotrijal, porém, os programas podem ser ouvidos e baixados pelo site da cooperativa desde 2010.

Conforme a cooperativa (2017c), quanto à pauta do programa, parte é permanente, tendo assim, alguns quadros fixos, como a Previsão do Tempo e alguns indicadores, como o de preço dos produtos agrícolas. Outra parte é definida em reuniões semanais, onde são avaliadas e projetadas todas as ações do setor.

### **3 METODOLOGIA E CRITÉRIOS DE ANÁLISE**

A utilização de um método ajuda a garantir uma pesquisa que alcance bons resultados. Para que neste trabalho os resultados obtidos sejam cientificamente verificáveis e satisfatórios, buscou-se utilizar a metodologia mais adequada para tanto, baseando-se em autores detentores de conhecimento sobre o assunto.

Neste capítulo, em um primeiro momento, é explanado o conceito e a importância da utilização de uma metodologia. Após, são conceituadas as metodologias utilizadas, que se caracterizam, primeiramente, numa revisão bibliográfica e, posteriormente numa análise de conteúdo. Ainda, para que se possa analisar o conteúdo, são verificadas as categorias de análise utilizadas, as quais consistem nos sete princípios cooperativistas.

#### **3.1 Metodologia e critérios de análise**

O método científico, segundo Gil, é “o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento” (GIL, 1989, p. 27). Assim sendo, a metodologia define qual o método mais apropriado para que se possa estudar e compreender o problema de pesquisa.

Para que se obtenha o conhecimento científico esperado, foi desenvolvida uma pesquisa de caráter descritivo. A pesquisa descritiva, segundo Gil, “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 1989, p. 45). Segundo o autor, a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados é uma das características mais importantes deste tipo de pesquisa.

Quanto à abordagem, foram utilizados métodos de pesquisa bibliográfica e a análise de conteúdo qualitativa e quantitativa. Segundo Bardin (1977, p. 114), a análise quantitativa embasa-se na frequência de aparição de certos conteúdos, já a análise qualitativa, recorre a marcadores não frequenciais que possam permitir inferências.

Num primeiro momento, a fim de conceituar os assuntos pertinentes ao estudo, encaminhou-se a pesquisa bibliográfica. De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2010, p. 60):

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assuntos, tema ou problema (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2010, p. 60).

Após, com o objetivo de responder a pergunta proposta pelo problema de pesquisa, o qual busca analisar o cooperativismo do programa *Informativo Cotrijal*, através de seu conteúdo, adota-se como método de pesquisa a análise de conteúdo. Para Caregnato e Mutti (2006, p. 682), refere-se à análise de conteúdo como sendo:

[...] uma técnica de pesquisa que trabalha com a palavra, permitindo de forma prática e objetiva produzir inferências do conteúdo da comunicação de um texto replicáveis ao seu contexto social. Na análise de conteúdo o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 682).

Segundo Bardin (1977, p. 95), a organização da análise de conteúdo é feita em torno de três polos cronológicos. A primeira etapa é a pré-análise, fase da organização, que “tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais”. A segunda fase é a exploração do material, que trata da “administração sistemática das decisões tomadas [...] e consiste essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração”. Por último, o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação do material, no qual “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos [...], o analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 1977, p. 95).

Para analisar o conteúdo do programa, construiu-se uma semana de amostra, onde são analisadas cinco edições do *Informativo Cotrijal*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira. No presente trabalho, o período de análise se inicia no dia 03 de abril de 2017 – segunda-feira e vai até o dia 05 de maio de 2017 – sexta-feira. Desta forma, em cada semana será analisado um programa, de modo que, no final, torne-se uma semana construída, de segunda a sexta-feira. A amostra de programas foi escolhida num período de normalidade da Cotrijal, ou seja, fora do período da Expodireto Cotrijal, de assembleias da cooperativa ou ainda de outros assuntos de ordem extraordinária.

Após ouvidos os programas, os mesmos foram transcritos para que houvesse uma melhor organização e compreensão do conteúdo. Em anexo estão tanto os áudios dos

programas (Anexo 01, 02, 03, 04 e 05), quanto à transcrição de um deles (Anexo 06), para que se possa verificá-los e compreendê-los de forma mais clara. Depois de transcritos os cinco programas da amostra, fez-se a classificação do conteúdo analisado nesta pesquisa de acordo com as categorias de análise. Segundo Bardin (1977, p. 117), categorização de análise:

É uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos (BARDIN, 1977, p. 117).

Nesta pesquisa, as categorias selecionadas para a análise de conteúdo e que oferecerão suporte para compreender o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal são os sete princípios cooperativistas, que se caracterizam por adesão livre e voluntária, controle democrático, participação econômica dos sócios, autonomia e independência, educação, treinamento e informação, cooperação entre cooperativas e preocupação com a comunidade. A partir das definições dos sete princípios cooperativistas em conformidade com a OCB (2017), é que será analisado o conteúdo do programa radiofônico da Cotrijal, *Informativo Cotrijal*, visando assim, alcançar o objetivo da pesquisa.

Ainda segundo Bardin (1977, p. 118), o critério de categorização pode ser semântico, sintático, léxico e expressivo. Nesta análise, o critério é semântico, ficando, por exemplo, cada tema que significa adesão livre e voluntária, agrupado na categoria adesão livre e voluntária.

## **4 DESCRIÇÃO DOS PROGRAMAS: COMPOSIÇÃO E NORMALIDADES**

O programa *Informativo Cotrijal* é produzido e apresentado pela Cotrijal, em estúdio próprio, localizado em Não-Me-Toque/RS, e tem duração média de 15 minutos. Os profissionais responsáveis pelo programa, bem como pela locução, integram o departamento de comunicação da cooperativa. O programa é levado ao ar às 12h30min, de segunda a sexta-feira, pelas emissoras Rádio Ceres 1440 kHz, de Não-Me-Toque/RS e Rádio Diário AM 780, de Carazinho/RS.

Nesta etapa da pesquisa, primeiramente, são verificadas as normalidades apresentadas nos cinco programas analisados, bem como a composição dos mesmos. Após, para cada programa, é feita a categorização do conteúdo conforme o critério semântico.

### **4.1 Os quadros radiofônicos do *Informativo Cotrijal***

Depois de ouvidos os programas, foram identificadas as normalidades apresentadas nas cinco edições analisadas. O conteúdo foi separado por quadros radiofônicos, para que seu entendimento fosse mais claro. Alguns destes quadros são nominados no programa, outros, foram nominados pela autora da pesquisa, para garantir maior entendimento. No total, foram percebidos dez quadros, porém alguns destes aparecem com mais frequência, o que poderá ser percebido no decorrer da análise.

Para que se possa organizar a análise dos programas e assim, obter um resultado mais verificável fez-se um quadro-síntese (Quadro 02) dos quadros radiofônicos veiculados com relação ao seu conteúdo, nos cinco programas analisados:

**Quadro 02 - Quadros radiofônicos e conteúdo apresentado**

<b>Quadro radiofônico</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>Quadro 01: Abertura</b>	Sem denominação oficial. Abertura do programa, com saudação aos ouvintes e com as principais notícias do programa.
<b>Quadro 02: Aniversariantes</b>	Parabenização aos associados e colaboradores aniversariantes do dia.
<b>Quadro 03: Bolsa de Negócios</b>	Sistema de venda e compra de itens de necessidade dos ouvintes.
<b>Quadro 04: Informações</b>	Sem denominação oficial. Objetiva a difusão de informações de utilidade pública, tanto da cooperativa como de demais entidades.
<b>Quadro 05: Previsão do tempo</b>	Em parceria com a Somar Meteorologia, é apresentada a previsão do tempo.
<b>Quadro 06: Mercado Agrícola</b>	Notícias do mercado agrícola e, também, dos preços trabalhados pela Cotrijal para a compra de soja, milho e trigo Ph 78 <sup>7</sup> .
<b>Quadro 07: Entrevista</b>	Sem denominação oficial. Em cada programa é apresentada uma entrevista, trazendo informações sobre assuntos diversos.
<b>Quadro 08: Notícias Cotrijal</b>	Notícias relacionadas à cooperativa.
<b>Quadro 09: Promoções Sociais</b>	Divulgação de eventos sociais da região a pedido das entidades locais.
<b>Quadro 10: Ofertas supermercados e lojas Cotrijal</b>	Sem denominação oficial. Divulgação das promoções e ofertas dos supermercados e lojas da Cotrijal.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base na amostra de programas da análise.

Os quadros são geralmente precedidos de uma vinheta, também produzida no estúdio da Cotrijal, anunciando o nome do quadro, porém, em alguns momentos a mesma não é utilizada. Além dos quadros radiofônicos verificados no quadro acima (Quadro 02), o *Informativo Cotrijal* também traz alguns *spots* e *jingles*, divulgando a cooperativa. Estes *spots* e *jingles* também foram ouvidos e transcritos e fazem parte do conteúdo analisado para esta pesquisa.

<sup>7</sup> Segundo a Lassul (2017), Ph é o Peso do Hectoclitro, ou seja, é a massa de 100 litros de trigo, expressa em quilogramas. É utilizado como medida tradicional de comercialização em vários países e expressa indiretamente atributos de qualidade de grãos, em especial dos relacionados com a moagem.

## 4.2 Os quadros e conteúdo e categorias

Após verificadas as normalidades e composição dos cinco programas radiofônicos, pode-se fazer relação do conteúdo apresentado com as categorias de análise, as quais são os sete princípios cooperativistas, utilizando o critério semântico de categorização. Para tanto, o programa do dia 03 de abril – segunda-feira, será chamado de Programa 01, o programa do dia 11 de abril – terça-feira, será chamado de Programa 02, o programa do dia 19 de abril – quarta-feira, será chamado de Programa 03, o programa do dia 27 de abril – quinta-feira, será chamado de Programa 04 e, o programa da sexta-feira, dia 05 de maio, será chamado de Programa 05.

Já as categorias de análise, serão nominadas como adesão livre e voluntária, Categoria 01, controle democrático, Categoria 02, participação econômica dos sócios, Categoria 03, autonomia e independência, Categoria 04, educação, treinamento e informação, Categoria 05, cooperação entre cooperativas, Categoria 06 e preocupação com a comunidade, Categoria 07.

Nos quadros abaixo (Quadro 03, 04, 05, 06 e 07), pode-se conferir qual conteúdo percebido em cada categoria de análise, em cada programa:

**Quadro 03 - Programa 01: 03 de abril de 2017 – segunda-feira**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 - Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes.
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	- <i>Spot</i> divulgando as unidades armazenadoras da Cotrijal; e
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Previsão do tempo; - Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Bolsa de negócios; - Notícias Cotrijal: vacinação contra gripe promovida pela Cotrijal.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base no Programa 01.

Como pode-se ver no quadro acima (Quadro 03), no Programa 01, na Categoria 01, enquadra-se o Quadro Aniversariantes, em razão do mesmo fazer menção aos nomes dos

associados que fazem aniversário no dia de veiculação do programa. Na Categoria 03, apresenta-se um *spot* que divulga as unidades armazenadoras da Cotrijal. Na categoria 05, apresenta-se o quadro Previsão do Tempo e o quadro Mercado Agrícola, quanto à divulgação de notícias voltadas ao mercado agrícola. Na Categoria 07, apresenta-se o quadro Bolsa de Negócios, por divulgar produtos e afins que os produtores desejam vender ou adquirir e, ainda o quadro Notícias Cotrijal enquanto divulga a vacinação contra a gripe promovida pela Cotrija. Já nas Categorias 02,04 e 06, não foram percebidos conteúdos cabíveis nas mesmas.

#### Quadro 04 - Programa 02: 11 de abril de 2017 – terça-feira

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes; - Entrevista: produtor rural associado à Cotrijal.
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	- <i>Spot</i> divulgando as unidades armazenadoras da Cotrijal;
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola; - Previsão do tempo; - Notícias Cotrijal: dia de campo promovido pela Cotrijal.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Notícias Cotrijal: Campanha do Agasalho 2017; - Bolsa de Negócios.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base no Programa 02.

No Programa 02, conforme o quadro acima (Quadro 04), na Categoria 01, apresenta-se o quadro Aniversariantes, fazendo menção aos associados aniversariantes do dia de veiculação do programa e, também, o quadro Entrevista, onde um produtor rural associado à Cotrijal é entrevistado. Na Categoria 03, apresenta-se um *spot* de divulgação das unidades armazenadoras da Cotrijal diferente do apresentado no Programa 01. Na Categoria 05, apresenta-se o quadro Notícias Cotrijal, onde a cooperativa divulga um dia de campo sobre cultivares de soja promovido pela mesma, também apresenta-se o quadro Previsão do Tempo e o quadro Mercado Agrícola, quanto às notícias do mercado agrícola. Na Categoria 07, apresenta-se o quadro Bolsa de Negócios, por divulgar produtos e afins que os ouvintes

desejam vender ou adquirir e, ainda o quadro Notícias Cotrijal enquanto divulga a Campanha do Agasalho 2017. Já nas Categorias 02,04 e 06, não foram percebidos conteúdos cabíveis as mesmas.

**Quadro 05 - Programa 03: 19 de abril de 2017 – quarta-feira**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes;
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Notícias Cotrijal: divulgação do Jornal da Cotrijal; - Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola; - Previsão do tempo.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Notícias Cotrijal: Campanha do Agasalho 2017; - Bolsa de Negócios.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base no Programa 03.

No programa 03 (Quadro 05), na Categoria 01, apresenta-se o quadro Aniversariantes, trazendo o nome dos associados que fazem aniversário no dia de veiculação do programa. Na Categoria 05, apresenta-se o quadro Notícias Cotrijal, enquanto divulga a publicação do Jornal da Cotrijal, o quadro Mercado Agrícola, trazendo as notícias do mercado agrícola e, ainda, o quadro Previsão do Tempo. Na Categoria 07, apresenta-se o quadro Notícias Cotrijal, onde divulga a Campanha do Agasalho 2017 e, ainda, o quadro Bolsa de Negócios, onde divulga itens que os ouvintes desejam adquirir ou vender. Já nas Categorias 02, 03, 04 e 06, não foram percebidos conteúdos relacionáveis com as categorias de análise.

**Quadro 06 - Programa 04: 27 de abril de 2017 – quinta-feira**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes; - <i>Jingle</i> convidando ouvintes a participar da Cotrijal.
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Entrevista: agrônomo da Cotrijal traz informações e projeções da cultura da soja; - Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola; - Previsão do tempo.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Notícias Cotrijal: Campanha do Agasalho 2017.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base no Programa 04.

No Programa 04 (Quadro 06), na Categoria 01, foram apresentados os quadros Aniversariantes, trazendo o nome dos associados aniversariantes do dia de divulgação do programa e, ainda, um *jingle* que convida os ouvintes a fazerem parte da Cotrijal. Na Categoria 05, são apresentados o quadro Entrevista, rerepresentando a conversa veiculada no programa *O Encontro de Domingo*, do dia 23 de abril de 2017, realizada com engenheiro agrônomo da Cotrijal sobre a cultivar de soja, o quadro Mercado Agrícola, trazendo as notícias do mercado agrícola e Previsão do Tempo. Na Categoria 07 apresenta-se o quadro Notícias Cotrijal, divulgando a Campanha do Agasalho 2017. Nas Categorias 02, 03, 04 e 06 não foram percebidos conteúdos relacionados aos princípios cooperativistas.

**Quadro 07 - Programa 05: 05 de maio de 2017 – sexta-feira**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes;
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola; - Previsão do tempo.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Promoções Sociais: eventos locais promovidos no final de semana.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017, com base no Programa 05.

No Programa 05 (Quadro 07), na Categoria 01, apresenta-se o quadro Aniversariantes, divulgando os aniversariantes associados à Cotrijal, tanto do dia 05 de maio, quanto dos dias 06 e 07 de maio, final de semana. Na Categoria 05, apresenta-se os quadros Mercado Agrícola, ao trazer as notícias do mercado agrícola e Previsão do Tempo. Na Categoria 07, apresenta-se o quadro Promoções Sociais, trazendo os eventos promovidos na região de abrangência do programa *Informativo Cotrijal* no final de semana. Nas Categorias 02, 03, 04 e 06 não foram percebidos conteúdos que tivessem relação com os princípios cooperativistas de tais categorias.

Para uma melhor compreensão do conteúdo que aparece dentro de cada uma das categorias de análise, foi feito um quadro-síntese, com o conteúdo de todos os programas analisados em relação a cada categoria, o qual segue abaixo (Quadro 08):

**Quadro 08 - Síntese do conteúdo radiofônico apresentado na amostra de programas de acordo com as categorias de análise**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo apresentado</b>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	- Aniversariantes; - Entrevista: produtor rural associado a Cotrijal; - <i>Jingle</i> convidando ouvintes a participar da Cotrijal.
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	- <i>Spots</i> divulgando as unidades armazenadoras da Cotrijal;
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	- Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola; - Previsão do tempo. - Notícias Cotrijal: dia de campo promovido pela Cotrijal; - Notícias Cotrijal: divulgação do Jornal da Cotrijal; - Entrevista: agrônomo da Cotrijal traz informações e projeções da cultura da soja.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não apresenta conteúdo nesta categoria.
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	- Bolsa de negócios; - Notícias Cotrijal: Campanha do Agasalho 2017; - Notícias Cotrijal: vacinação contra gripe promovida pela Cotrijal; - Promoções Sociais: eventos locais promovidos no final de semana.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017.

Conforme o quadro acima (Quadro 08) pode-se perceber, que na Categoria 01, apresenta-se conteúdo semântico no quadro Aniversariantes, no quadro Entrevista e em um *jingle*. Na Categoria 03, apresenta-se conteúdo semântico em dois *spots*. Na Categoria 05, apresenta-se conteúdo semântico nos quadros Mercado Agrícola, Previsão do Tempo, Notícias Cotrijal e Entrevista. Na Categoria 07, apresenta-se conteúdo semântico nos quadros Bolsa de Negócios, Notícias Cotrijal e Promoções Sociais. Nas Categorias 02, 04 e 06, não foram percebidos conteúdos semânticos com tais categorias.

A seguir, realiza-se a análise de conteúdo de acordo com as categorias de análise, que são os sete princípios cooperativistas.

## 5 ANÁLISE DO CONTEÚDO

Após explanadas todas as informações teóricas e metodológicas ao longo desta pesquisa, esta etapa visa analisar qualitativamente e quantitativamente o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal, de acordo com os princípios cooperativistas, que são as categorias de análise.

Segundo Maio (2005), os princípios cooperativistas foram instituídos pelos pioneiros de Rochdale, sendo no início, seis. Mais tarde, formulou-se um sétimo princípio. Ainda hoje, resguardadas algumas alterações, estes princípios ainda são utilizados ao redor do mundo para guiar os cooperados.

### 5.1 Categoria 01: adesão livre e voluntária

Conforme a definição dos princípios cooperativistas pela OCB (2017), o princípio de adesão livre e voluntária é voltado para a participação de todas as pessoas às cooperativas, desde que tenham os mesmos objetivos econômicos e que estejam dispostas a assumir suas responsabilidades como membro, não existindo qualquer discriminação por sexo, raça, classe, crença ou ideologia. Na Categoria 01, foram percebidos dois quadros e um *jingle*.

O quadro Aniversariantes aparece em todas as edições analisadas e destaca-se nesta categoria implicitamente estando ligado ao princípio de adesão livre e voluntária por apresentar o nome dos associados à cooperativa que aniversariam na data de veiculação de cada programa, sem fazer distinções entre os associados.

O quadro Entrevista ajustado na Categoria 01, foi ao ar no Programa 02, no dia 11 de abril de 2017 e apresenta-se nesta categoria por se tratar de uma entrevista realizada com um produtor rural que optou por se associar à cooperativa e, assim, usufruir dos benefícios que a mesma proporciona, como por exemplo, o acompanhamento do departamento técnico da Cotrijal e a aquisição de sementes da Cotrijal.

O *jingle* que convida os ouvintes a participarem da Cotrijal, foi ao ar no Programa 04, em 27 de abril de 2017. O texto do *jingle* se constitui por “Juntos somos fortes, a união é nossa identidade, cooperação que gera qualidade, resultados e mais valor. Vamos mudar o futuro. Vem ser Cotrijal. Fazer valer nosso ideal. Vem ser Cotrijal. Vamos inovar, vamos crescer. Vem ser Cotrijal. Todos juntos somos fortes. Vem ser Cotrijal” (COTRIJAL, 2017e).

Ele enquadra-se na Categoria 01, por convidar a todos, sem distinções, a participarem da Cotrijal, buscando assim melhores resultados e força, obtidos com a cooperação.

Segundo a OCB (2017), o cooperativismo é uma filosofia de vida que, dentre outras características, busca melhores oportunidades para todos. Os quadros Aniversariantes e Entrevista são percebidos de forma discreta na Categoria 01, não fazendo alusão direta ao princípio de adesão livre e voluntária, porém, seu conteúdo sugere que todos podem ser sócios da Cotrijal e assim, usufruir dos benefícios proporcionados pela cooperativa. Já o *jingle*, apresenta-se de forma mais direta na Categoria 01, uma vez que convida a todos a participarem da Cotrijal, sem fazer distinções e ainda, enfatiza alguns dos benefícios e características da cooperativa.

## **5.2 Categoria 03: participação econômica dos sócios**

Segundo a definição do princípio cooperativista de participação econômica dos sócios pela OCB (2017), a qual é a Categoria 03 desta análise, este princípio é voltado para a contribuição equitativa dos membros de uma cooperativa para o capital de tal organização. Os excedentes da cooperativa, por meio de decisão democrática, podem ser empregados em benefícios aos sócios, apoio a outras atividades aprovadas pelos membros ou para o desenvolvimento da própria cooperativa. Na Categoria 03, foram percebidos dois *spots*.

Na Categoria 03, enquadram-se dois *spots* que divulgam as unidades armazenadoras da Cotrijal. O *spot* apresentado no Programa 01, do dia 03 de abril de 2017, aparece implicitamente na Categoria 03, estando ligado ao princípio de participação econômica dos sócios por divulgar as unidades armazenadoras da cooperativa, bem como sua manutenção, sendo estes, resultados dos investimentos do capital da Cotrijal em prol do desenvolvimento da mesma.

O texto do spot do Programa 01 é “Só quem divide a mesma paixão pela agricultura sabe da importância da conservação dos grãos após a safra. A Cotrijal dispõe de tecnologia de ponta, de equipe de profissionais especializados e manutenção permanente em suas unidades armazenadoras para garantir uma boa comercialização. Entregue sua produção a quem está sempre ao seu lado, em quem você pode confiar. Cotrijal 60 anos. Todos juntos somos fortes” (COTRIJAL, 2017).

O spot apresentado no Programa 02, do dia 11 de abril de 2017, também aparece implicitamente na Categoria 03. Seu texto é “As unidades armazenadores de grãos da Cotrijal

são modernas, funcionais e estão estrategicamente localizadas para garantir baixo custo de logística, menos riscos e perdas ao produtor e associado. Além disso, as equipes de profissionais estão sempre à disposição dando todo o suporte necessário ao processo de recebimento. Entregue sua produção a quem está sempre ao seu lado, em quem você pode confiar. Cotrijal, 60 anos. Todos juntos somos fortes” (COTRIJAL, 2017). *O spot* está ligado ao princípio de participação econômica dos sócios por divulgar as unidades armazenadoras da Cotrijal, bem como os benefícios de entregar a produção à Cotrijal, sendo estes, resultados dos investimentos da cooperativa em prol de seu desenvolvimento.

Segundo Quadros (2004 apud BIALOSKORSKI NETO, 2000), no cooperativismo as funções de usuário, cliente, proprietário ou ainda gestor da sociedade são assumidas ao mesmo tempo. Os dois *spots* que divulgam as unidades armazenadoras da Cotrijal, são percebidos de forma implícita no princípio de participação econômica dos sócios, porém, as unidades armazenadoras são patrimônio da cooperativa e, conseqüentemente, dos sócios.

### **5.3 Categoria 05: educação, treinamento e informação**

Conforme a definição dos princípios cooperativistas pela OCB (2017), o princípio de educação, treinamento e informação trata da promoção, através das cooperativas, da educação e formação para que associados e trabalhadores possam contribuir para o desenvolvimento dos negócios e dos lugares onde estão presentes. Ainda, oferecem informações para o público em geral, sobre a natureza e vantagens do cooperativismo. Na Categoria 05, foram percebidos quatro quadros radiofônicos, sendo que um dos quadros é percebido em dois momentos distintos.

O quadro Mercado Agrícola, ao trazer notícias do mercado agrícola, é apresentado em todos os programas da semana construída. Ele é percebido na Categoria 05 de forma explícita, e está vinculado ao princípio de educação, treinamento e informação por trazer informações importantes para os agricultores, contribuindo assim, para o seu desenvolvimento.

O quadro Previsão do Tempo também é apresentado em todos os programas analisados. Ele é percebido na Categoria 05 de forma explícita, sendo as informações veiculadas sobre clima e tempo de interesse do agricultor, uma vez que a meteorologia é fator de extrema relevância para a garantia de uma boa produção.

O quadro Notícias Cotrijal aparece em dois momentos na Categoria 05. No Programa 02, do dia 11 de abril de 2017, o quadro divulga um dia de campo sobre cultivares de soja.

Este conteúdo é percebido de forma explícita por tratar da divulgação de um evento aberto aos agricultores, promovido pela cooperativa e que tem o objetivo de trazer informações sobre a cultura da soja, promovendo assim, o desenvolvimento dos cooperados e, conseqüentemente, dos lugares onde estão presentes.

No Programa 03, do dia 19 de abril de 2017, o quadro Notícias Cotrijal é percebido de forma explícita na Categoria 05, pois convida os ouvintes a lerem o Jornal da Cotrijal, edição de abril, o qual traz informações diversas aos leitores e é distribuído gratuitamente nas unidades da Cotrijal, promovendo educação e informação a quem o lê.

Ainda na Categoria 05, apresenta-se o quadro Entrevista, ao trazer uma entrevista com um engenheiro agrônomo da Cotrijal. O quadro foi veiculado no Programa 04, do dia 27 de abril de 2017, e também, é percebido de forma explícita, estando ligado ao princípio de educação, treinamento e informação por trazer informações e projeções sobre cultivares de soja e, assim, contribuindo para o desenvolvimento da agricultura e dos agricultores.

Segundo Bordenave (1988), enquanto trata da prática do difusionismo, o desenvolvimento acontece quando se introduzem novas ideias que apresentem maior eficiência produtiva entre os agricultores. De forma geral, todos os quadros apresentados na Categoria 05 são percebidos de forma explícita, uma vez que deixam claras as mensagens informacionais, de treinamento e/ou educacionais transmitidas, contribuindo assim, para o desenvolvimento agrícola e cooperativista, individual e coletivo.

#### **5.4 Categoria 07: preocupação com a comunidade**

O princípio de preocupação com a comunidade, dada sua definição pela OCB (2017), esclarece que, para o cooperativismo, contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades, é algo natural. Na Categoria 07, foram percebidos três quadros, sendo que um deles é apresentado em dois momentos distintos.

O quadro Bolsa de Negócios é veiculado em três dos programas analisados, sendo eles, o Programa 01, do dia 03 de abril de 2017, Programa 02, do dia 11 de abril de 2017 e Programa 03, do dia 19 de abril de 2017. Este quadro é percebido de forma explícita na Categoria 07 e está ligado ao princípio de preocupação com a comunidade por divulgar itens que os ouvintes desejam adquirir ou vender, promovendo uma troca de forma sustentável.

O quadro Promoções Sociais é veiculado no Programa 05, do dia 05 de maio de 2017. O quadro é percebido de forma explícita na Categoria 07, uma vez que anuncia os eventos

promovidos pelas comunidades locais no final de semana subsequente ao programa, auxiliando assim no desenvolvimento sustentável dessas comunidades.

O quadro Notícias Cotrijal, é percebido em dois momentos dentro da Categoria 07. No Programa 01, do dia 03 de abril de 2017, o quadro é percebido de forma implícita no princípio de preocupação com a comunidade, pois, mesmo divulgando uma campanha de vacinação contra a gripe, possibilitando assim mais saúde aos associados, ele não tem por objetivo promover o desenvolvimento sustentável da comunidade.

Ainda no quadro Notícias Cotrijal, é divulgada em três programas a Campanha do Agasalho 2017. A campanha promovida pela Cotrijal é veiculada nos Programas 02, dia 11 de abril de 2017, 03, do dia 19 de abril de 2017 e 04, do dia 27 de abril de 2017 e, está ligada ao princípio de preocupação com a comunidade de forma explícita, promovendo a sustentabilidade e ajuda mútua na comunidade.

Segundo a OCB (2017), o cooperativismo é um caminho que mostra ser possível unir desenvolvimento econômico e social, produtividade e sustentabilidade, o individual e o coletivo. De modo geral, na Categoria 07, o princípio de preocupação com a comunidade é percebido de forma explícita nos quadros Bolsa de Negócios, Promoções Sociais e Notícias Cotrijal, enquanto divulga a Campanha do Agasalho 2017, por auxiliar na promoção do desenvolvimento sustentável e ajuda mútua na comunidade. Já no quadro Notícias Cotrijal, enquanto divulga a vacinação contra a gripe, é percebido de forma implícita, pois, mesmo demonstrando preocupação com a comunidade, seu conteúdo não é voltado para o desenvolvimento sustentável.

### **5.5 A análise de conteúdo através dos sete princípios cooperativistas**

Conforme a OCB (2017), são os princípios cooperativistas que guiam os cooperados ao redor de todo o mundo. É através da definição destes princípios que podemos compreender a sua função dentro do cooperativismo.

A seguir, no Quadro 09, pode-se verificar quais as categorias que foram percebidas mais frequentemente no programa *Informativo Cotrijal* e ainda, quais as categorias que não foram percebidas na amostra de programas analisados. Para tanto, as mesmas aparecem no quadro abaixo, dada sua ordem de frequência.

**Quadro 09 - As categorias percebidas**

<b>Categorias</b>	<b>Conteúdo percebido</b>
<b>05 – Educação, treinamento e informação:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado Agrícola: notícias do mercado agrícola;</li> <li>- Previsão do tempo.</li> <li>- Notícias Cotrijal: dia de campo promovido pela Cotrijal;</li> <li>- Notícias Cotrijal: divulgação do Jornal da Cotrijal;</li> <li>- Entrevista: agrônomo da Cotrijal traz informações e projeções da cultura da soja.</li> </ul>
<b>07 – Preocupação com a comunidade:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bolsa de negócios;</li> <li>- Notícias Cotrijal: Campanha do Agasalho 2017;</li> <li>- Notícias Cotrijal: vacinação contra gripe promovida pela Cotrijal;</li> <li>- Promoções Sociais: eventos locais promovidos no final de semana.</li> </ul>
<b>01 – Adesão livre e voluntária:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aniversariantes;</li> <li>- Entrevista: produtor rural associado a Cotrijal;</li> <li>- <i>Jingle</i> convidando ouvintes a participar da Cotrijal.</li> </ul>
<b>03 – Participação econômica dos sócios:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Spots</i> divulgando as unidades armazenadoras da Cotrijal;</li> </ul>
<b>02 – Controle democrático:</b>	Não percebeu-se conteúdo nesta categoria.
<b>04 – Autonomia e independência:</b>	Não percebeu-se conteúdo nesta categoria.
<b>06 – Cooperação entre cooperativas:</b>	Não percebeu-se conteúdo nesta categoria.

Fonte: Elaborado por Renata Müller, em maio de 2017.

De acordo com o Quadro 09, a categoria que é percebida com mais frequência é a Categoria 05, que trata do princípio de educação, treinamento e informação, corroborando a definição de cooperativismo expressa pela OCB (2017). A mesma aparece em quatro quadros, sendo que os quadros Previsão do Tempo e Mercado Agrícola foram veiculados nos cinco programas analisados. Já o quadro Notícias Cotrijal apresentou conteúdo pertinente a esta categoria em dois momentos, totalizando 13 aparições na amostra de programas. Esta categoria é percebida de forma explícita, sendo todos os conteúdos de caráter educativo, informativo ou com o intuito de oferecer treinamento.

A segunda categoria percebida com mais frequência também corrobora o que apontou-se na revisão bibliográfica deste estudo, uma vez que se preocupa com o desenvolvimento coletivo. A Categoria 07, voltada ao princípio de preocupação com a comunidade, foi percebida em três quadros, sendo que o quadro Bolsa de Negócios é veiculado em três

programas da amostra e o quadro Notícias Cotrijal, enquanto divulga a Campanha do Agasalho 2017, é veiculado em três programas. Os quadros Notícias Cotrijal, enquanto divulga a vacinação contra gripe e o quadro Promoções Sociais são veiculados em apenas um momento, totalizando assim, oito aparições na amostra de programas. Esta categoria é percebida de forma explícita nos quadros Promoções Sociais, Bolsa de Negócios e no quadro Notícias Cotrijal, enquanto promove a Campanha do Agasalho 2017, uma vez que auxilia na promoção do desenvolvimento sustentável da comunidade. Já quadro Notícias Cotrijal, enquanto divulga a vacinação contra a gripe, apresenta-se de forma implícita, pois, mesmo apresentando preocupação com o indivíduo, não objetiva o desenvolvimento de forma sustentável da comunidade.

Ao fundar a Cotrijal, visou-se garantir maiores e melhores benefícios a todos os associados e ainda, representar os cooperados através da cooperativa. A Categoria 01, voltada ao princípio de adesão livre e voluntária, é constatada em dois quadros e em um *jingle*. O quadro Aniversariantes é veiculado nos cinco programas da amostra, já o quadro Entrevista, enquanto entrevista um produtor rural e *jingle* que convida os ouvintes a fazerem parte da Cotrijal aparecem apenas em um momento, totalizando sete aparições de conteúdo semântico na amostra de programas. A Categoria 01 é percebida de forma implícita nos quadros Aniversariantes e Entrevista, por não fazer alusão direta ao princípio de adesão livre e voluntária, já o *jingle* é percebido de forma direta, uma vez que convida a todos os ouvintes a fazerem parte da Cotrijal, sem fazer distinções.

A OCB (2017) aponta que o cooperativismo busca unir desenvolvimento econômico e social. A Categoria 03, que trata do princípio de participação econômica dos sócios, é percebida em dois *spots* que divulgam as unidades armazenadoras da cooperativa, totalizando duas aparições de conteúdo semântico nos programas analisados. O conteúdo veiculado nos *spots* que divulgam as unidades armazenadoras é percebido de forma implícita, não fazendo alusão direta ao princípio de participação econômica dos sócios, porém, as unidades armazenadoras são propriedade da Cotrijal e, conseqüentemente, dos sócios.

Ainda, categorias pertinentes a três princípios cooperativistas não foram percebidas na amostra de programas analisados, sendo elas a Categoria 02, que trata do princípio de controle democrático, o qual é definido pela participação democrática dos membros na formulação de políticas e tomada de decisões das cooperativas, a Categoria 04, a qual trata do princípio de autonomia e independência, que é definido pelo dever da cooperativa de assegurar o controle democrático dos membros e sua autonomia ao firmar acordos com outras organizações e, a Categoria 06, que trata do princípio de cooperação entre cooperativas e é definido pelo

trabalho em união entre cooperativas, objetivando sempre se juntar em torno de um bem comum.

Pode-se perceber com esta análise de conteúdo que, de forma geral, o cooperativismo do programa *Informativo Cotrijal*, no que é pertinente aos princípios cooperativistas, é principalmente voltado a conteúdos educacionais e informacionais, bem como a conteúdos que promovam o desenvolvimento das comunidades de forma sustentável. Ainda ressalta-se que a amostra da análise foi escolhida tenta captar a normalidade dos programas, em época fora de acontecimentos de ordem extraordinária da cooperativa, o que pode ser fator do não ocasionamento de conteúdo semântico as categorias não percebidas na análise.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise realizada nesta pesquisa, pode-se fazer ponderações importantes sobre o programa radiofônico da Cotrijal *Informativo Cotrijal* acerca do conteúdo cooperativista veiculado e conseqüentemente, de forma indireta para a Cotrijal e para os ouvintes do programa.

Considerando o objetivo do estudo, o qual tem o intuito de analisar o conteúdo cooperativista do programa radiofônico da Cotrijal, tendo como categorias de análise os sete princípios cooperativistas, é possível indicar que foram demonstrados os resultados. Desse modo, verificou-se em quais categorias de análise percebeu-se mais conteúdo pertinente.

Ao realizar a análise do programa radiofônico da Cotrijal, constatou-se que o programa apresenta principalmente conteúdos voltados ao princípio de educação, treinamento e informação e ao princípio de preocupação com a comunidade, contribuindo assim para que ocorra o desenvolvimento e o comprometimento com o futuro dos associados e da comunidade, fatores que são característicos aos dois princípios cooperativistas citados a cima.

Embora o programa *Informativo Cotrijal* use o *slogan O som do cooperativismo*, em alguns casos, o conteúdo cooperativista é percebido de forma implícita, não fazendo alusão direta a categoria inserida, ou seja, o cooperativismo veiculado não é percebido de forma clara. Ainda, as categorias pertinentes aos princípios de controle democrático, autonomia e independência e cooperação entre cooperativas, não foram notadas na amostra de programas, ou seja, nem todos os princípios que servem de base ao cooperativismo foram evidenciados.

Ainda é possível fazer ponderações adjacentes ao objetivo do estudo. Pode-se notar que o programa não é voltado exclusivamente para os associados da cooperativa, bem como alguns serviços oferecidos pela mesma não são restritos aos cooperados. Também, o programa percebe-se bastante comercial, trazendo ofertas e promoções dos supermercados e lojas da Cotrijal e, promovendo a Cotrijal em diversos momentos. Logo, percebe-se que a cooperativa usa o programa radiofônico também para realizar publicidade e, ainda, usa o *Informativo Cortijal* como instrumento de promoção dos próprios serviços. Também, é importante salientar que o programa não é veiculado via rádio em todos os municípios de abrangência da Cotrijal, porém, os programas estão disponíveis no *site* da Cotrijal. Ainda, na amostra de programas, não foi percebido conteúdo sobre o cooperativismo em essência de forma direta.

A presente pesquisa expressou sua importância, tanto pessoalmente quanto profissionalmente. De modo geral, o trabalho possibilitou analisar o cooperativismo do

programa radiofônico da Cotrijal, compreendendo assim, que os princípios cooperativistas que são percebidos com mais frequência são os conteúdos voltados a educação, informação e desenvolvimento da comunidade e, que alguns princípios aparecem de forma implícita ou ainda, não são percebidos no programa.

Ainda, a pesquisa foi relevante por apresentar conhecimento quanto a história e o conceito de cooperativismo, trazendo o desenvolvimento das cooperativas agrícolas como política de Estado para melhorar a situação econômica do país e, inserida neste contexto, está a criação da Cotrijal. Ainda, o estudo retoma a história da comunicação rural no país, mostrando uma trajetória que foi marcada pelo difusionismo e pela extensão rural, configurando a transmissão de informação e técnicas aos agricultores. Nesse contexto, a Cotrijal encontrou no rádio uma ferramenta para chegar ao seu associado, transmitindo informações e fortalecendo vínculos.

Ainda é importante apontar que o estudo encontrou algumas limitações quanto ao número de programas ouvidos, ficando restrito a apenas cinco edições do programa. Desta forma, sugere-se que se façam estudos posteriores acerca do objeto. Para que se possa compreender o cooperativismo do programa radiofônico da Cotrijal bem como para que se apontem outras considerações relevantes ao *Informativo Cotrijal*, pode-se propor a realização de um estudo de recepção, coletando informações junto aos ouvintes do programa para assim, contribuir para um programa radiofônico ainda mais significativo para os associados da cooperativa, para a Cotrijal e para o cooperativismo.

## REFERÊNCIAS

- BANCO Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul. *As cooperativas agropecuárias e o BRDE – histórico, situação atual e perspectivas*. BRDE, 2003. Disponível em: <[http://www.brde.com.br/media/brde.com.br/doc/estudos\\_e\\_pub/As%20Cooperativas%20Agropecuarias%20e%20o%20BRDE.pdf](http://www.brde.com.br/media/brde.com.br/doc/estudos_e_pub/As%20Cooperativas%20Agropecuarias%20e%20o%20BRDE.pdf)>. Acesso em: 07 mar. 2017.
- BARBOSA, Nara R. S. *Comunicação rural pelo rádio: análise do programa da Embrapa Prosa Rural*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1631/2/20413412.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2017.
- BORDENAVE, Juan D. *O que é comunicação rural*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CAREGNATO, Rita C. A.; MUTTI, Regina. *Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo*. Artigo (Pós-Graduação em Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17>>. Acesso em: 13 abr. 2017.
- CAMPOS, Roseli T. *Jingle: narrativa sonora*. In: Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 32, 2009. Curitiba: 2009. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/>>. Acesso em: 26 jun. 2017.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. *Metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *Ações Departamento de Desenvolvimento Cooperativista (Decoop)*. Documento. Cotrijal, 2017a.
- COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *Cinco décadas de história*. Não-Me-Toque: Cotrijal, 2007.
- COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *Evolução do quadro social*. Documento. Cotrijal, 2017b.

COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *O rádio na Cotrijal*. Documento. Cotrijal, 2017c.

COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *A Cotrijal. Site*. Disponível em: <<http://cotrijal.com.br/acotrijal>>. Acesso em: 07 mar 2017d.

COTRIJAL Cooperativa Agropecuária e Industrial. *Informativo Cotrijal*. Não-Me-Toque: Cotrijal, 2017e.

DUARTE, Ricardo; SOARES, Jeferson B. *Extensão rural e comunicação rural no Brasil: Notas históricas e desafios contemporâneos*. *Revista de Extensão e Estudos Rurais*. v. 1, n. 2, jul./dez. 2011, p. 397-426. Disponível em: <<http://www.revistarever.ufv.br/index.php/rever/article/view/23/14>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

GIL, Antônio C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 2ª ed. São Paulo: Atlas S.A., 1989.

GONÇALEZ, Márcio C. *Publicidade e propaganda. Livro Online*. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=mcjMntKor5gC&oi=fnd&pg=PA7&dq=publicidade+e+propaganda+diferen%C3%A7a&ots=9XgrwtjKZ7&sig=5J5Q5QHijJFbhHpePsKQPdRr4k#v=onepage&q=publicidade%20e%20propaganda%20diferen%C3%A7a&f=false>>. Acesso em: 27 jun. 2017.

HAMER, Elieri. *O processo de criação de conhecimento em propriedades rurais na Cooperativa Triticola Mista Alto Jacuí LTDA. – COTRIJAL, sob a perspectiva dos produtores rurais*. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, 2002. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/28691/000376441.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2005.

LASSUL. *Peso Hectolictro (Ph)*. Site. Disponível em: <<http://www.lassul.com.br/Servico/peso-hectolictro-ph/12>>. Acesso em 07 mai. 2017.

MAIO, Ana M. D. de. *A retórica do campo: um estudo sobre a comunicação nas cooperativas de*. Dissertação (Graduação em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Bauru, 2005. Disponível em: <[http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89395/maio\\_amd\\_me\\_bauru.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89395/maio_amd_me_bauru.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 23 set. 2016.

MOTTA Taís F. *O contexto como reflexo da comunicação do sistema cooperativista*. *Revista Aedos*, v. 4, n. 11, set. 2012, p. 688-701. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/aedos/article/view/30771/20896>>. Acesso em: 26 set. 2016.

PORTAL Brasil. *PIB agropecuário deve crescer 3,61% em 2017*. *Site*. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/02/pib-agropecuaria-deve-crescer-3-61-em-2017>. Acesso em: 05 mai. 2017.

PRADO, Magaly. *História do rádio no Brasil*. São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

QUADROS, Adriana S. de. *Mudança estratégica na Cotrijal: um estudo de caso das influências dos seus stakeholders a partir do cubo da mudança*. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6044/000479807.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 26 set. 2016.

RÁDIO Ceres. *Histórico*. *Site*. Disponível em: <<http://www.radioceres.com.br/a-radio/historico/>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

RÁDIO Diário da Manhã. *Empresa*. *Site*. Disponível em: <<http://www.diariodamanha.com/empresa>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

SANTO, Flávia do E; SANDRI, Sheila. *Slogan & aforismo: possíveis aproximações nos slogans da Coca-Cola ao longo do século XXI*. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 12, 2011, Londrina: PR, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0980-1.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2017.

SANTOS, César A. A. *Quem inventou o rádio?* Passo Fundo: Clio, 2001.

SCHMIDT, Jenifer. *Repercussão do debate eleitoral no rádio na programação das emissoras de Carazinho*. Monografia (Graduação em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.upf.br/xmlui/handle/123456789/294>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

SILVA, Nayra G. da; MÜLLER, Liziany. *Comunicação rural: evolução x potencialidades. Revista do Centro do Ciências Naturais e Exatas - UFSM, Santa Maria; Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet*. v. 19, n. 1, jan./abr. 2015, p.121-128. Disponível em: <<http://periodicos.ufsm.br/reget/article/view/15568>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

SISTEMA OCB. *O que é cooperativismo. Site*. Disponível em: <<http://www.somoscooperativismo.coop.br/#/o-que-e-cooperativismo>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

SOUZA, Luiza, F. de; SILVA, Vinicius M. da; FILHO, Flavi, F. *Análise Discursiva Dos Jingles Eleitorais Com Destaque Às Marcas Regionais E Às Intencionalidades Dos Candidatos Ao Governo Do Estado Do Rio Grande Do Sul Nas Eleições 2010*. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 13, 2012. Chapecó: 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0584-1.pdf>>. Acesso em: 26 jun 2017.

SOUZA, Murilo M. O. *O movimento cooperativista no Brasil: uma reflexão sobre formação, desenvolvimento e perspectivas. Revista Caminhos de Geografia, Uberlândia*, v. 10, n. 30, p. 66 – 78, jun. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15841/8951>>. Acesso em: 30 mar. 2017.

STERTZ, Marilene. *O rádio nos assentamentos rurais: um estudo do rádio nos assentamentos do município de São Miguel do Oeste, Santa Catarina*. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2000.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 01, 02, 03, 04 E 05 - Áudios dos programas analisados**

Os anexos 01, 02, 03, 04 e 05, por se tratarem de áudios, estão gravados na unidade de CD abaixo, o qual é parte integrante do estudo.

## ANEXO 06 – Transcrição do Programa 01

Quadros	Conteúdo
<b>Quadro Abertura</b>	<p>O <i>Informativo Cotrijal</i>, um programa de informações, notícia e avisos da Cotrijal Cooperativa Agropecuária e industrial.</p> <p>Está no ar o <i>Informativo Cotrijal</i> desta segunda-feira, dia 03 de abril de 2017. Confira a partir de agora as principais informações da sua cooperativa.</p> <p>Uma saudação toda especial a você, amigo associado e a todos os seus familiares sintonizados no programa de hoje, que apresenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- as ofertas dos supermercados e das lojas da cooperativa para esta semana;</li> <li>- destaque também para as cotações do dia atualizadas; e</li> <li>- as notícias sobre as movimentações em Chicago.</li> </ul> <p>Hoje, segunda-feira, é dia de uma conversa especial com Celso Oliveira, da Somar Meteorologia, que atualiza as informações sobre o tempo e já projeta chuva para esta semana.</p> <p>Fique ligado! Estas e outras informações a partir de agora aqui no <i>som do cooperativismo</i>, no <i>Informativo Cotrijal</i>.</p>
<b>Quadro Aniversariantes</b>	<p>Iniciamos o programa de hoje com destaque para os aniversariantes desta segunda-feira, dia 03. São eles: (nomes dos aniversariantes associados à cooperativa).</p> <p>Também nesta segunda-feira, é dia de comemorar o aniversário dos colaboradores: (nomes dos colaboradores da cooperativa).</p> <p>A todos que estão de aniversário nesta segunda-feira, um grande abraço e as felicitações da família Cotrijal.</p>
<b>Quadro Bolsa de Negócios</b>	<p>Bolsa de negócios é aqui, no <i>Informativo Cotrijal</i>, o <i>som do cooperativismo</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fulano de Tal, de Não-Me-Toque, vende uma vaca da raça holandês. Vaca de segunda cria em lactação. Informações sobre a oferta no fone: (telefone do ofertante).</li> <li>- Fulano de Tal, de Santo Antônio do Planalto, vende um terreno no interior de 8500m<sup>2</sup>, terreno localizado na BR 386, a 100m do asfalto, em Santo Antônio do Planalto. Informações sobre a oferta no fone: (telefone do ofertante).</li> </ul> <p>Lembrando que as informações destas ofertas são de responsabilidade dos anunciantes.</p> <p>Bolsa de negócios, mais ofertas nos murais das unidades da cooperativa ou ainda em nosso <i>site</i>. Acesse e confira: <a href="http://www.cotrijal.com.br">www.cotrijal.com.br</a>.</p>
<b>Quadro Ofertas supermercados e lojas Cotrijal</b>	<p>Vai construir ou reformar? Então aproveite as ofertas de materiais de construção das lojas Cotrijal. Ofertas válidas até o dia 08 de abril ou enquanto durarem os estoques:</p> <p>(produtos ofertados).</p> <p>Confira as ofertas das lojas Cotrijal! Ofertas válidas até o dia 08 de abril ou enquanto durarem os estoques.</p>

<p><b>Quadro Notícias Cotrijal</b></p>	<p>Cooperativa realiza vacinação de colaboradores, associados e dependentes contra gripe nesta semana. Inicia logo mais a campanha de vacinação promovida pela Cotrijal contra a gripe.</p> <p>A comissão interna de prevenção de acidentes, a CIPA, que organiza a campanha, pede para que as pessoas que adquiriram doses da vacina que compareçam as unidades da Cotrijal para a realização das mesmas, munidos de carteira de identidade ou CPF.</p> <p>Nesta segunda-feira à tarde, a vacinação acontece em duas unidades da cooperativa, das 14h às 17h30 em Santo Antônio do Planalto e das 14h15 até às 17h em Victor Graeff.</p> <p>Amanhã, terça-feira, a vacinação contra gripe para associados, colaboradores e dependentes, acontece na sede da Cotrijal, das 7h30 às 11h30 da manhã.</p> <p>Os inscritos de Lagoa dos Três Cantos devem se dirigir até a unidade de Não-Me-Toque para a realização da vacina. As 13h da tarde até as 15h30, a vacinação continua em Não-Me-Toque, só que no acerto da Cotrijal, junto a unidade de acerto.</p> <p>Em Colorado, a vacinação acontece amanhã, terça-feira, acontece das 15h15 às 16h30 da tarde.</p> <p>Em Carazinho, das 16h15 às 17h30 da tarde.</p> <p>Amanhã, terça-feira, também acontecerá a vacinação contra gripe em Mato Castelhana, das 9h30 às 10h30 da manhã.</p> <p>Em Passo Fundo, das 11h ao meio dia e, em Ernestina, das 16h15 às 17h30 da tarde.</p> <p>Na quarta-feira, dia 05 de abril, haverá vacinação em Vista Alegre, das 10h30 às 11h30 da manhã e, em Tio Hugo, das 8 horas da manhã até as 10h30.</p> <p>Mais informações junto a sua unidade de acerto.</p>
<p><b>Quadro Informações</b></p>	<p>A inspetoria veterinária de Não-Me-Toque, comunica aos produtores que o prazo da declaração anual de rebanho termina em maio.</p>
<p><b>Quadro ofertas supermercados e lojas Cotrijal</b></p>	<p>Preço e qualidade é aqui! Supermercados Cotrijal. Confira as ofertas válidas até o dia 08 de abril ou enquanto durarem os estoques: (produtos ofertados).</p> <p>Preço e qualidade é aqui! Supermercados Cotrijal. Confira o encarte de ofertas. Ofertas válidas até o dia 08 de abril ou enquanto durarem os estoques. Boas compras!</p>
<p><b>Quadro Entrevista</b></p>	<p>Participa do programa desta segunda-feira, Celso Oliveira, da Somar Meteorologia, que atualiza as informações de como fica o tempo para a tarde desta segunda e também para os demais dias desta semana. Alô, Celso, boa tarde!</p> <p>(entrevistado fala da previsão do tempo).</p>

<b>Spot</b>	Só quem divide a mesma paixão pela agricultura sabe da importância da conservação dos grãos após a safra. A Cotrijal dispõe de tecnologia de ponta, de equipe de profissionais especializados e manutenção permanente em suas unidades armazenadoras para garantir uma boa comercialização. Entregue sua produção à quem está sempre ao seu lado, em quem você pode confiar. Cotrijal 60 anos. Todos juntos somos fortes.
<b>Quadro Mercado Agrícola</b>	<p>Complementando as informações de mercado, após a forte queda registrada última sexta-feira os preços da soja operam com leves altas na manhã desta segunda-feira, na Bolsa de Chicago.</p> <p>Por volta das 8h da manhã, horário de Brasília, os principais vencimentos subiam pouco mais de dois pontos. Mas o contrato de maio ainda se mantinha abaixo dos US\$ 9,50 por <i>bushel</i>. Os <i>traders</i> buscam garantir alguma recuperação para as cotações depois que a pressão sobre elas se intensificou com a chegada da confirmação da chegada de uma área de plantio dos EUA 7% maior para a safra 2017/2018.</p> <p>A Cotrijal trabalhou os seguintes preços até as 11h30 da manhã de hoje:</p> <p>Soja: R\$ 56,00;  Milho: R\$ 20,50;e  Trigo Ph 78: R\$ 28,00.</p>
<b>Encerramento</b>	<p>O <i>Informativo Cotrijal</i>, próxima edição, amanhã, terça-feira, neste mesmo horário. O áudio deste programa estará disponibilizado em nosso <i>site</i>. Acesse e confira: <a href="http://www.cotrijal.com.br">www.cotrijal.com.br</a>.</p> <p>Você ouviu por essa emissora o programa <i>Informativo Cotrijal</i>. Um programa levado ao ar para divulgar notícias e informações aos associados da Cotrijal.</p>