

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**RÁDIOS COMUNITÁRIAS E MOBILIZAÇÃO  
SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS  
COMUNICACIONAIS DA RÁDIOCOM FM, DE  
PELOTAS - RS**

**DISSERTAÇÃO**

**Kalliandra Quevedo Conrad**

**Santa Maria, RS, Brasil  
2013**

**RÁDIOS COMUNITÁRIAS E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM  
ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DA  
RÁDIOCOM FM, DE PELOTAS - RS**

**Kalliandra Quevedo Conrad**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Mídia e Estratégias  
Comunicacionais, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como  
requisito parcial para a obtenção do grau de  
**Mestre em Comunicação**

**Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Maria Ivete Trevisan Fossá**

**Santa Maria, RS, Brasil  
2013**

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

QUEVEDO CONRAD, KALLIANDRA

RÁDIOS COMUNITÁRIAS E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DA RÁDIOCOM FM, DE PELOTAS - RS /

KALLIANDRA QUEVEDO CONRAD CONRAD.-2013.

178 p.; 30cm

Orientadora: MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2013

1. Estratégias comunicacionais 2. Rádios comunitárias  
3. Democratização da comunicação 4. Mobilização social I.  
FOSSÁ, MARIA IVETE TREVISAN II. Título.

---

© 2013

Todos os direitos autorais reservados a Kallianndra Quevedo Conrad. A reprodução de partes ou do todo deste trabalho só poderá ser feita mediante a citação da fonte.

End. Eletr: kallianndraconrad@gmail.com

---

**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Ciências Sociais e Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,  
aprova a Dissertação de Mestrado**

**RÁDIOS COMUNITÁRIAS E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO  
SOBRE AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DA RÁDIOCOM FM,  
DE PELOTAS - RS**

elaborada por  
**Kalliandra Quevedo Conrad**

Como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Mestre em Comunicação**

**COMISSÃO EXAMINADORA:**

**Maria Ivete Trevisan Fossá, Dr<sup>a</sup>. (UFSM)  
(Presidente/Orientadora)**

**Cicilia Maria Krohling Peruzzo, Dr<sup>a</sup>. (UMESP)  
(Professora Avaliadora)**

**Liliane Dutra Brignol, Dr<sup>a</sup>. (UFSM)  
(Professora Avaliadora)**

**Rejane de Oliveira Pozobon, Dr<sup>a</sup> (UFSM)  
(Suplente)**

**Santa Maria, 16 de dezembro de 2013**

## **DEDICATÓRIA**

Ao querido avô Chico, (em memória).

Aos anjos Emerson, Pedro e Eduardo (em memória).

À colega Gabriela Santos (em memória).

Aos queridos rádiocompanheiros da RádioCom FM.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, base espiritual, fonte de fé, esperança e força.

Aos meus pais e avós, pelo apoio, compreensão, amor e carinho incondicionais. Obrigada por terem compreendido as minhas ausências e por terem me dado todo o suporte emocional nessa jornada.

A Maria Ivete Trevisan Fossá, professora orientadora, amiga, companheira. Agradeço pela paciência, dedicação, conhecimentos, estudos, ideias, sugestões, críticas, bom humor, amizade, cumplicidade, confiança. Ao longo dos anos só pude te admirar ainda mais! Obrigada por tudo!

Às professoras Cicilia Peruzzo, Regina Escudero César e Liliane Dutra Brignol, por terem dedicado seu tempo para trazer contribuições a este trabalho.

À professora Rosane Rosa, por ter me mostrado um caminho diferente na Comunicação Social, sendo capaz de refazer a minha trajetória acadêmica por meio das relações públicas comunitárias. Sem a sua intervenção, eu não teria chegado até aqui. Muito obrigada!

Rafaela Caetano, a quem devo a realização deste mestrado. Obrigada por me ensinar o quão maravilhosa é a vida acadêmica, pela paciência e pelo aprendizado incomensuráveis.

Geanine Escobar, pela amizade que me trouxe o entusiasmo pela vida, o empenho máximo na busca pelos ideais, a força e coragem de enfrentar qualquer dificuldade para fazer a diferença. Sem você, Gê, este trabalho não significaria o tamanho dos meus sonhos nem a paixão pela pesquisa em comunicação comunitária. Obrigada por me apresentar e colocar a RádioCom FM na trajetória deste trabalho.

Aos queridos rádiocompanheiros da RádioCom FM, em especial, aos que tive o prazer de conhecer e compartilhar a paixão pelo rádio e a ânsia pela democracia na mídia e por mídias mais democráticas.

Patrícia Pichler, por me inspirar em ir mais longe, pelo estímulo natural pela superação. Uma grande amiga, sempre, especialmente nos momentos em que mais precisei.

Angelica Manfio, pelas experiências de vida compartilhadas, longe e perto seus valores acompanharam-me, assim como sua amizade plena.

Ethiane Poerschke Bissacot, amiga e irmã de sempre, obrigada pela amizade, a motivação para todos os dias seguir em frente.

Suzana Fernandes, pelo carinho, amizade e cumplicidade dispensados em nossa convivência.

Aos amigos: Ney Ifarraguirre, Caroline Signori, Bruna Vier, Felipe Frigo, Filipe Bordinhão, Tales Albarello, Solange Prediger, Darcielle Menezes, Analu de Souza.

Fabiana Pereira, exemplo, superação, carinho.

Ranice Pozzer, pelo conhecimento compartilhado no seu trabalho de mestrado.

Ao Grupo de pesquisa, lócus das inquietações e discussões que nos engrandecem.

Aos professores e colegas do POSCOM.

Em especial, ao Matheus de Souza: amor, amizade, companheirismo e apoio incondicional, acima de tudo. Obrigada por me inspirar e incentivar a transcender meus próprios limites e a aprender contigo o valor da plenitude da alma. Obrigada por habitar minha vida e o meu ser, intensamente, traduzindo-se, diariamente, em felicidade.

*Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar. Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota.*

Madre Teresa de Calcutá

## RESUMO

Dissertação de Mestrado  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação  
Universidade Federal de Santa Maria

### **RÁDIOS COMUNITÁRIAS E MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DA RÁDIOCOM FM, DE PELOTAS - RS**

AUTORA: KALLIANDRA QUEVEDO CONRAD  
ORIENTADORA: MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ  
Local da Defesa: Santa Maria, 16 de dezembro de 2013.

Esta pesquisa, de caráter qualitativo, estuda a RádioCom FM, da cidade de Pelotas (RS), com o intuito de investigar como as estratégias comunicacionais de mobilização social das rádios comunitárias contribuem para a democratização da comunicação. Para responder a essa problemática, define-se, como objetivo geral, investigar as estratégias comunicacionais da RádioCom FM e suas interfaces com a mobilização social e a democratização da comunicação. Os objetivos específicos são identificar o perfil da RádioCom; verificar as estratégias de mobilização social presentes na programação da rádio; e perceber as relações existentes entre mídia comunitária, estratégias de mobilização social e democratização da comunicação. Utiliza-se como estratégia de pesquisa, o estudo de caso, com as seguintes fontes de evidência: pesquisa documental; observação da programação e do cotidiano da rádio; e entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram realizadas com gestores e com pessoas que participam da programação da rádio. As informações coletadas foram sistematizadas e interpretadas com o emprego do método de análise de conteúdo temática. Desta forma, identifica-se, na RádioCom, uma mídia multidimensional, que compreende, no complexo de uma estrutura de comunicação comunitária, as dimensões coletiva, jurídico-normativa, política e sócio-comunicacional. Em relação às estratégias comunicacionais de mobilização social verificadas na programação, infere-se que a RádioCom é qualificada pela pluralidade de conteúdos de interesse público e pelo viés diferenciado dos meios de comunicação comerciais. O entrelaçamento dos conceitos de mídia comunitária, estratégias de mobilização social e democratização da comunicação estabelecem-se pelas significações dadas a cada conceituação. Assim, pela investigação das estratégias comunicacionais para a mobilização social, conclui-se que a RádioCom contribui para os processos de democratização da comunicação, configurando-se como estratégia para tal.

**Palavras-chaves:** Estratégias comunicacionais. Rádios comunitárias. Democratização da comunicação. Mobilização social.

## **ABSTRACT**

Dissertation of Master's Degree  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação  
Universidade Federal de Santa Maria

### **COMMUNITY RADIOS AND SOCIAL MOBILIZATION: A STUDY ABOUT COMMUNICATIONAL STRATEGIES OF RADIOCOM FM, PELOTAS - RS**

**AUTHOR: KALLIANDRA QUEVEDO CONRAD**

**ADVISOR: MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ**

Data and Place of the Defense: Santa Maria - RS, December 16, 2013.

This research, of qualitative character, studies RadioComFM, of the city Pelotas (RS) in order to investigate how communicational strategies for social mobilization of community radio contribute to the democratization of communication. To answer this problem, it is defined as a general goal, to investigate the communicational strategies of RadioCom FM and its interfaces with social mobilization and democratization of communication. The specific objectives are to identify the profile of RadioCom; to check social mobilization strategies present in the radio programming schedule; and to understand the relationship between community media, social mobilization strategies and democratization of communication. It is used as research strategy, the case study, with the following sources of evidence: documentary research; observation of programming and daily of the radio; and semi structured interviews. The interviews were conducted with managers and people that participate of the radio programming schedule. The collected data were systematized and interpreted with the use of the method of thematic content analysis. Thus, it is identified, in RadioCom, a multidimensional media, that comprises, in the complex of a structure of community communication, the collective, legal-normative, political and socio-communicational dimensions. In relation to communicational strategies for social mobilization checked in the programming schedule, it is inferred that the RadioCom is qualified by the plurality of contents of public interest and the differential bias of the commercial media. The interlacement of the concepts of community media, social mobilization strategies and democratization of communication are established by the meanings given to each concept. So, by the investigation of communicational strategies for social mobilization, it is concluded that the RadioCom contributes to the processes of democratization of communication, configuring itself as a strategy to do so.

**Keywords:** Communicational strategies. Community radios. Democratization of communication. Social Mobilization.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Indivíduo, sujeito e ator social.....	35
Figura 2 - Escala de níveis de vinculação.....	44
Figura 3 - Níveis de participação.....	59

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Tipos de programas observados na RádioCom.....	81
QUADRO 2 - Guia para as questões da entrevista semiestruturada .....	88
QUADRO 3 - Protocolo de estudo de caso .....	96
QUADRO 4 - Processo de categorização.....	98
QUADRO 5 - Processo de derivação da categoria intermediária "Processos de conscientização" .....	122
QUADRO 6 - Processo de derivação da categoria intermediária "Processos participativos" .....	124
QUADRO 7 - Processo de derivação da categoria intermediária "Sentido de comunitário" .....	126
QUADRO 8 - Processo de derivação da categoria intermediária "Mídia comunitária" .....	129
QUADRO 9 - processo de derivação da categoria final "mobilização social" .....	132
QUADRO 10 - Processo de derivação da categoria final "Democratização da comunicação" .....	134

## SUMÁRIO

<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	<b>15</b>
<b>1. GLOBALIZAÇÕES, ECOLOGIA DOS SABERES E ATOR SOCIAL: aportes teóricos para a compreensão da democratização da comunicação</b> .....	<b>23</b>
1.1. Das globalizações à ecologia dos saberes .....	23
1.2. Do indivíduo ao ator social: o direito à comunicação .....	32
1.3. Estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação .....	38
<b>2. A COMUNIDADE, O COMUNITÁRIO E A REGULAMENTAÇÃO: possibilidades e limitações</b> .....	<b>49</b>
2.1. Como pensar a comunidade na contemporaneidade .....	49
2.2. O conceito de comunicação comunitária .....	56
2.3. Das rádios livres às rádios comunitárias .....	60
2.3.1. Rádios comunitárias e legislação: qual o problema? .....	63
<b>3. OPÇÕES METODOLÓGICAS: a estratégia de pesquisa, a unidade de análise e a proposta de coleta e análise dos dados</b> .....	<b>75</b>
3.1. A estratégia de pesquisa – O estudo de caso .....	75
3.1.1. A história da RádioCom 104.5 FM .....	77
3.1.2. A programação radiofônica .....	80
3.2. Fontes de evidência .....	84
3.2.1. Pesquisa documental .....	84
3.2.2. Entrevista semiestruturada .....	85
3.2.3. Observação simples .....	90
3.3. Proposta analítica .....	92
<b>4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS: o empírico na compreensão das estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação</b> .....	<b>97</b>
4.1. As categorias iniciais – o processo de constituição da RádioCom 104.5 FM .....	97
4.1.1. Contextualização da cidade de Pelotas .....	98
4.1.2. Criticidade em relação à mídia comercial .....	101
4.1.3. Movimento sindical de Pelotas .....	103
4.1.4. Articulação comunitária da rádio .....	104
4.1.5. Sustentabilidade econômica da rádio .....	105
4.1.6. Processos deliberativos da rádio .....	107
4.1.7. Processo de legalização da rádio .....	109
4.1.8. Estrutura pessoal da rádio .....	111

4.1.9	Articulação social.....	113
4.1.10	A rádio como espaço de aprendizagem.....	114
4.1.11	Estrutura física da rádio.....	116
4.1.12	Programação radiofônica.....	117
4.1.13	Critérios para participação na programação.....	119
4.1.14	Interação com os ouvintes.....	121
<b>4.2</b>	<b>As categorias intermediárias - O entendimento dos processos participativos e do sentido comunitário construído na e pela RádioCom.....</b>	<b>122</b>
4.2.1	Processos de conscientização.....	122
4.2.2	Processos participativos.....	124
4.2.3	Sentido de comunitário.....	126
4.2.4	Mídia comunitária.....	129
<b>4.3</b>	<b>As categorias finais - a mobilização social e a democratização da comunicação.....</b>	<b>132</b>
4.3.1	Mobilização social.....	132
4.3.2	Democratização da comunicação.....	134
<b>4.4</b>	<b>Mobilização social e democratização da comunicação: a interpretação das estratégias comunicacionais da RádioCom FM.....</b>	<b>136</b>
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>155</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>163</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>169</b>
	<b>ANEXO A - Lei Nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998.....</b>	<b>170</b>
	<b>ANEXO B - Portaria Nº 197, de 1º de julho de 2013.....</b>	<b>176</b>

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O desenvolvimento da comunicação vem acompanhando, ao longo do tempo, as transformações das sociedades em diferentes épocas históricas. A evolução da comunicação, desde as formas mais rudimentares, passando pela mediação técnica, influenciou a atual configuração das sociedades contemporâneas. A estreita relação entre as pessoas e os meios de comunicação vem, justamente, da necessidade inerente do ser humano em comunicar-se.

Entende-se que a comunicação, em suas diferentes roupagens e estruturas, traz consigo as dinâmicas das relações sociais entre os sujeitos acompanhadas ou não da mediação dos meios de comunicação. Com o desenvolvimento das telecomunicações e a evolução dos sistemas de transporte, as relações sociais foram sendo atualizadas pelas técnicas, cada vez mais inseridas no nosso cotidiano. Desde a prensa de Gutenberg, passando pelo telégrafo, rádio, televisão, e internet, as pessoas passaram a intercambiar suas relações por meio da mídia, tornando-a importante elemento na vida social, política, educativa e cultural na construção histórica e cultural das sociedades.

Os meios de comunicação, por sua vez, passaram a adotar os padrões de produção e consumo em larga escala, a reboque da indústria cultural que objetivava produzir bens simbólicos para sustentar a sociedade capitalista industrial. O interesse comercial apresenta-se em uma posição privilegiada, especialmente, com a inserção de capital estrangeiro nas produções brasileiras e potencializado pelas políticas neoliberais adotadas pelo Estado. Entre outros fatores, isso permitiu que políticos se tornassem proprietários de inúmeras emissoras de rádio e televisão pelo País, representando o acúmulo de poder político, econômico e simbólico dos monopólios de comunicação brasileiros.

Nesse contexto, encontra-se, na comunicação comunitária, uma das vertentes da comunicação social que vem provocando transformações nos moldes de comunicar da chamada grande mídia ou mídia comercial. A necessidade da ação coletiva nesse cenário emerge da privação da liberdade de expressão, especialmente no período da ditadura militar, e contra o domínio quase absoluto de grandes empresas e políticos sobre a mídia. Por isso, a comunicação comunitária, inserida no curso da mobilização social no Brasil, vem construindo um quadro dinâmico de possibilidades de comunicação em contextos de cidadania. Abrange uma diversidade de manifestações e apropriações com o objetivo de abrir espaços, onde a população possa representar seus anseios e deliberar sobre as decisões que a interessa.

O modelo liberal que interferia nas telecomunicações no Brasil foi ganhando críticas e construindo uma consciência política que buscou novos espaços de participação para o

diálogo, a cultura, o jornalismo público, a educação, compreendendo o direito à comunicação como acesso à produção e difusão de conteúdos. Entre essas possibilidades estão as rádios livres, na década de 1970; e as rádios comunitárias, a partir de 1995, legalizadas pela lei 9.612, em 1998.

Na década de 1970, com a reabertura democrática do país, após a ditadura militar, a sociedade civil fortaleceu-se e a luta pela democracia na comunicação tornou-se pauta de organizações associativas, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Criado na década de 1980 e atuante até os dias de hoje, o FNDC busca fomentar o debate sobre a democracia na mídia com o intuito de gerar mudanças significativas para as políticas de comunicação brasileiras.

Outros expoentes desse histórico de lutas e reivindicações são a Campanha pelo Direito à Informação na Sociedade da Informação; o projeto Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC), apoiado pela Organização das Nações Unidas (ONU); o Fórum Social Mundial; o Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social; o projeto Os Donos da Mídia; o Relatório MacBride – Um mundo, muitas vozes; a Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM); e a Campanha Para Expressar a Liberdade. Essas iniciativas surgem em oposição aos preceitos hegemônicos, as relações capitalistas e autoritárias, e buscam, no comunitário, um modo de ser da democracia. A democratização dos meios de comunicação significa, neste sentido, o despertar para o papel social da mídia, extrapolando o potencial comercial dos veículos massivos. Os meios de comunicação passam a representar a garantia da liberdade de expressão e, portanto, do direito à comunicação.

Esse árduo e longo percurso pela democratização da comunicação foi e continua sendo permeado por processos de mobilização social. É pela mobilização dos sujeitos que o escopo da comunicação democrática deixa de ser um ideal para vir a tornar-se uma realização. As etapas histórico-políticas pelas quais passou o nosso País, desde as mobilizações pelas Diretas Já até as manifestações desencadeadas pelo Movimento Passe Livre, neste ano (2013), foram motivadas por um contexto de insatisfação diante da negação dos direitos de cidadania e suscitadas pela intensa mobilização da população.

Da mesma forma, entende-se que os processos de implantação e sustentabilidade das rádios comunitárias são interpelados por processos de mobilização social que demandam a elaboração de estratégias comunicacionais para tal. A mobilização social é, neste sentido, entrelaçada à comunicação, uma vez que, para haver mobilização, é preciso entrar em relação com o Outro, interagir, buscar aproximação, inter-ação.

Mídia e mobilização social são temática que foram sendo nutridas pelo interesse nas relações públicas comunitárias, o qual me acompanhou durante toda a trajetória da graduação. O trabalho de conclusão de curso sobre rádios comunitárias, esfera pública e cidadania, foi um dos elementos motivadores para o desenvolvimento desse percurso que iniciou juntamente com as disciplinas sobre mídia, políticas públicas, cidadania, terceiro setor e projetos sociais. Somam-se a isso as experiências vivenciadas por meio de projetos de extensão com as rádios comunitárias da região da Quarta Colônia de imigração italiana (RS)<sup>1</sup>, em que foi tomando forma a paixão pelas rádios comunitárias. Foi pelo contato direto com essas rádios que pude realizar aproximações e tentativas de compreensão das dinâmicas próprias dos veículos de comunicação comunitários. Essas atividades de extensão, aliadas ao ensino e à pesquisa, foram sendo fundamentadas pelo interesse na práxis das relações sociais que se firmavam pelo desejo de comunicar-se pela mídia comunitária.

Por isso, essa caminhada representa a motivação pessoal em dar continuidade aos estudos sobre mídia e democracia e pelo despertar de novas questões e anseios suscitados no envolvimento com essa temática, principalmente através do grupo de pesquisa Comunicação Organizacional e Institucional, vinculado ao CNPq, do qual faço parte desde a graduação em Relações Públicas. Igualmente, o interesse pelo estudo das estratégias comunicacionais nas rádios comunitárias é resultado da trajetória pessoal e profissional do pesquisador, em que as experiências na iniciação científica e em projetos de extensão que envolviam a comunicação para a cidadania e as rádios comunitárias contribuíram, sobremaneira, para o desenvolvimento deste trabalho.

Além disso, o trabalho justifica-se pela conformidade com a área de concentração, a comunicação midiática, já que tem, como unidade de análise, a RádioCom 104.5 FM, e a linha de pesquisa, mídia e estratégias comunicacionais, ao estudar as estratégias comunicacionais de mobilização social para a democratização da comunicação dessa emissora. O estudo das estratégias de mobilização social também resulta da percepção trazida das experiências vivenciadas de que esta é um fator estruturante dos processos que envolvem uma rádio comunitária desde a sua criação, gestão e formas de sustentabilidade. Inclusive, desde a legalização de uma rádio comunitária, pode-se observar a mobilização social como um elemento de articulação e estímulo da comunidade em torno de um objetivo comum. Por outro lado, a falta de mobilização social desarticula a atuação dos sujeitos e gera sua posterior

---

<sup>1</sup> É assim denominada por ser a quarta colônia de colonização italiana no estado do Rio Grande do Sul. A Quarta Colônia localiza-se próxima a Santa Maria (RS), abrangendo os municípios de Silveira Martins, Ivorá, Faxinal do Soturno, Dona Francisca, Nova Palma, Pinhal Grande, São João do Polêsine, além de partes dos municípios de Agudo, Itaara e Restinga Seca.

dissolução, impedindo que os desafios que surgem possam ser enfrentados com força social e política. Esse cenário foi experienciado durante a participação em projetos de extensão com rádios comunitárias, dentre os quais foi possível observar que as emissoras, embora tivessem sujeitos interessados e conhecimento técnico, faltava-lhes um elemento fundamental para desenvolver as demais etapas de uma rádio comunitária: a mobilização dos sujeitos envolvidos durante o processo.

Diante disso, pressupõe-se que a mobilização social é condição fundamental para que as rádios comunitárias possam cumprir com o seu papel no contexto da democratização da comunicação. E, sem as estratégias de mobilização social não é possível avançar nos processos embrionários em que se encontram algumas rádios comunitárias. Por isso, considera-se que a mobilização social que interpela os sujeitos em processo comunitários deve, necessariamente, servir ao interesse público e aos princípios de cidadania a que se propõe.

Dentre as diversas manifestações de comunicação comunitária, seleciona-se a experiência de comunicação comunitária da Rádio Comunidade 104.5 FM, da cidade de Pelotas (RS), para delimitar nosso estudo acerca da **temática** rádios comunitárias, mobilização social e democratização da comunicação. A opção pelo estudo da RádioCom dá-se por suas especificidades em relação às experiências vivenciadas por outras rádios comunitárias que ficam estagnadas em etapas insipientes do processo de estruturação, não chegando a desenvolver uma comunicação efetivamente comunitária. Essas rádios, na maioria das vezes, carecem da mobilização da comunidade para dar continuidade aos desafios de implementar uma rádio comunitária.

Já a RádioCom foi desenvolvida e idealizada com base em princípios de cidadania e articulou diversos segmentos da comunidade e movimentos sociais, sindicais e populares, ancorada pelo escopo da democratização da comunicação. Seu processo de estruturação e desenvolvimento levou mais de dez anos para chegar ao atual arranjo comunicacional, matizado de processos comunitários, democráticos e mobilizadores. O reflexo desse percurso é perceptível na programação da rádio, singular pela produção de conteúdos de qualidade, que primam pelo interesse público e por vieses que se contrapõem à grande mídia. Foram essas características que fizeram da RádioCom um caso de referência a ser estudado em um trabalho de dissertação.

Esclarece-se que este estudo não se limita às estratégias comunicacionais em si, mas se expande ao investigar, a partir dessas estratégias, um campo mais amplo no qual se situam os espaços de cidadania. Nessa perspectiva, as estratégias que englobam a gestão, a

programação, a participação comunitária, entre outros processos comunicacionais, são consideradas como microestratégias comunicacionais. A mobilização social é a macroestratégia, o cerne pelo qual perpassam todas as microestratégias para a democratização da comunicação. Assim, pretende-se pesquisar as formas de democratização da comunicação como um contexto-base para compreender os fenômenos comunicacionais das rádios comunitárias, em diferentes conjunturas. Essa proposta vai ao encontro do pensamento de Boaventura Santos (2007, p. 26), ao sugerir a estratégia de “expandir o presente e contrair o futuro. Ampliar o presente para incluir nele muito mais experiências, e contrair o futuro para prepará-lo”.

Compreender a democratização da comunicação é crucial para acionar conceitos que venham a esclarecer o impacto e a importância da mídia na sociedade. A discussão sobre a democratização da comunicação, sobretudo, as rádios comunitárias continua ganhando destaque, fazendo florescer novas indagações para um antigo paradigma, uma vez que a realidade que se apresenta em nosso país é a da desigualdade social, e para as demais precariedades existentes. Os dados apresentados pelo IBGE<sup>2</sup> corroboram esse cenário em que a maioria da população brasileira não é alfabetizada ou possui somente o ensino fundamental incompleto.

Quanto às pesquisas que vêm sendo desenvolvidas sobre rádios comunitárias, realizou-se um levantamento na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações<sup>3</sup> (BDTD), em que foram encontradas 33 dissertações. Os trabalhos datam de 2002 a 2012 e focalizam-nas sob inúmeras perspectivas. Dentre os trabalhos pesquisados, emerge, de alguma forma, a questão da democratização como um ponto principal ou paralelo, mas sempre presente quando se trata das mídias comunitárias.

Ainda que esse aspecto tenha sido replicado em outras pesquisas, consolida-se o nosso desafio em investigar um novo contexto para atualizar as teorias de comunicação comunitária existentes. Acredita-se que a democratização da comunicação é um componente essencial das mídias comunitárias, a sua essência e razão de ser; e, por isso, é primordial o (re) pensar dos estudos comunicacionais para trazer contribuições à comunicação comunitária.

Em síntese, no levantamento sobre as pesquisas desenvolvidas com a temática proposta – as rádios comunitárias e as estratégias comunicacionais para a mobilização social – não foram encontrados estudos. Verifica-se, portanto, uma oportunidade de investigação, a

---

<sup>2</sup>Dados relativos à educação no Brasil. Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010. Disponível em <http://www.censo2010.ibge.gov.br/amostra/>. Acesso em 25/06/12.

<sup>3</sup> Disponível em <http://bdtd.ibict.br/>

fim de trazer contribuições e avanços teóricos para o campo da comunicação e, também, para a área de concentração (comunicação midiática) e a linha de pesquisa (mídia e estratégias comunicacionais) no qual se insere este trabalho.

Em relação aos aportes teóricos acionados para a realização desta pesquisa, surgem desdobramentos teóricos sobre a importância de compreender a comunicação no interior dos processos comunitários e suas implicações democráticas. Faz-se necessário refletir sobre que comunicação é esta, sua relação com os processos de democratização e como a mobilização social articula-se entre ambos.

Por isso, o (re) conhecimento dos conceitos que, neste trabalho, cercam a democratização da comunicação – comunidade, comunicação comunitária, rádios comunitárias e mobilização social – é igualmente importante para que a mídia hegemônica saiba informar como se estruturam, organizam e quais os objetivos das mídias comunitárias. Reduzem-se, assim, as chances de deslegitimação do movimento pela democratização da comunicação, em que, por vezes, as rádios comunitárias são colocadas nas categorias de ilegais ou piratas.

Assim, diante dessa conjuntura, constitui-se o nosso **problema de pesquisa**: como as estratégias comunicacionais de mobilização social das rádios comunitárias contribuem para a democratização da comunicação? Para responder a esse questionamento, tem-se como **objetivo geral** investigar as estratégias comunicacionais da RádioCom FM e suas interfaces com a mobilização social e a democratização da comunicação. E os **objetivos específicos** são (i) identificar o perfil da RádioCom; (ii) verificar as estratégias de mobilização social presentes na programação da rádio; e (iii) perceber as relações existentes entre mídia comunitária, estratégias de mobilização social e democratização da comunicação.

A unidade de análise, a RádioCom FM, é investigada a partir de seus gestores e de pessoas da comunidade que participam e atuam na programação da rádio. Do ponto de vista metodológico, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, que utiliza como estratégia de pesquisa o estudo de caso e, como análise dos dados, a análise de conteúdo.

O **percurso metodológico**, aqui, empreendido divide-se em três fases. A primeira compreende a pesquisa bibliográfica com a revisão dos principais aportes teóricos que envolvem esta dissertação, como democratização da comunicação, mobilização social, comunicação comunitária e rádios comunitárias.

A segunda fase fundamenta-se na aplicação do estudo de caso, com a coleta de dados das fontes de evidência: documentos, relatos de observação da programação e do cotidiano da

rádio e entrevistas semiestruturadas. A pesquisa documental foi aplicada na ata de fundação, no Estatuto Social da rádio, na lei 9.612/1998 que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária e na Portaria Nº 197/2013, que traz alterações para essa lei.

Com a adaptação da “semana artificial”, de Bauer (2012), coletou-se uma amostra escalonada dos programas da RádioCom, pelo *site* da emissora, via *streaming*. Já as entrevistas semiestruturadas, cuja observação do cotidiano da rádio ocorreu concomitantemente, foram realizadas com gestores e com pessoas que participam da programação da rádio.

E a terceira fase consiste na sistematização e interpretação dos dados coletados, através do método de análise de conteúdo. Essa análise foi aplicada em todos os materiais que compõem as fontes de evidência. Optou-se pelo emprego da análise de conteúdo temática (BARDIN, 1977) para analisar os núcleos de sentido manifestos e latentes suscitados. Assim sendo, a análise de conteúdo contemplou as etapas de pré-análise; exploração do material; categorização e interpretação dos dados.

A **estrutura** desta dissertação está dividida em quatro capítulos. O primeiro capítulo “Globalizações, ecologia dos saberes e ator social: aportes teóricos para a compreensão da democratização da comunicação” reflete sobre as globalizações (B. SANTOS, 2005), o processo de democratização pela abordagem do ator social (TOURAINÉ, 2009) e a mobilização social nas perspectivas relacional e complexa (MAFRA, 2010; MORIN, 2003).

No segundo capítulo, “A comunidade, o comunitário e a regulamentação: possibilidades e limitações”, apresenta-se o conceito de comunidade e comunicação comunitária (PERUZZO, 1998; 2008) e problematizações sobre a legislação das rádios comunitárias (LOPES, 2005; LEAL, 2007; LUZ, 2011).

O terceiro capítulo, o “Opções metodológicas: a estratégia de pesquisa, a unidade de análise e a proposta de coleta e análise dos dados”, apresenta a trajetória do trabalho e o embasamento teórico-metodológico para cada etapa desenvolvida: o estudo de caso (YIN, 2001), as fontes de evidência e a proposta analítica (BARDIN, 1977).

E o quarto e último capítulo, “Análise e interpretação dos dados: o empírico na compreensão das estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação” apresenta a fase empírica deste estudo, com a análise de conteúdo temática, a descrição das categorias iniciais, intermediárias e finais e sua posterior interpretação.

A contribuição desta pesquisa para o campo da comunicação objetiva proporcionar um novo ângulo para a comunicação comunitária em que o eixo principal são as estratégias comunicacionais para a mobilização social. E à vista disso, traga à luz novos encadeamentos

conceituais para pensar a relação entre a perspectiva comunitária, a democratização da comunicação e suas implicações no campo comunicacional.

Assim, espera-se promover a reflexão e o debate sobre a democracia e a mídia, a fim de contribuir para o desenvolvimento de um senso crítico sobre as políticas de comunicação no Brasil. Nossa pretensão é fomentar discussões que sensibilizem e mobilizem um novo pensar sobre como e porque democratizar a sociedade por meio da mídia, como também, sobre a mobilização social como um processo complexo e comunicacional que compreende diversas etapas, nuances e descontinuidades a serem exploradas.

Da mesma forma, com o encadeamento da mobilização social a esses processos, busca-se destacar sua relevância para viabilizar a democratização da mídia e, conseqüentemente, da sociedade. Para tanto, as mídias comunitárias conduzem a novas práticas sociais que nos interpelam o direito à comunicação como base substancial para o desenvolvimento de sociedades realmente democráticas.

## **1. GLOBALIZAÇÕES, ECOLOGIA DOS SABERES E ATOR SOCIAL: aportes teóricos para a compreensão da democratização da comunicação**

Este capítulo inicia com a apresentação do conceito de *globalizações* para delinear o cenário político, econômico, social e cultural em que se inserem as rádios comunitárias, complementado pela teoria da epistemologia do sul, com os aportes de Boaventura Santos (2005; 2007; 2009). Reflete-se sobre o processo de indivíduo, sujeito e ator social de Touraine (2009) para compreender a democratização da comunicação e o direito à comunicação na sociedade contemporânea.

A mobilização social é compreendida sob as perspectivas complexa (MORIN, 2003) e relacional (MAFRA, 2010), além do embasamento de autores como Toro; Werneck (2004), Henriques (2004) e Souza (1999). Assim, a democratização da comunicação e a mobilização social – bases contextuais e teóricas – tornam-se imprescindíveis para que, *a posteriori*, seja possível traçar conexões com as estratégias de mobilização social e os processos comunicacionais comunitários.

### **1.1. Das globalizações à ecologia dos saberes**

As interfaces política, econômica, social e cultural formam um conjunto de novas relações que impactam, sobremaneira, as mídias. Dentre as mudanças ocorridas na sociedade atual, pode-se observar, sob o olhar de Boaventura Santos (2005), a existência de uma nova economia orientada para o global e garantida pelos investimentos de capital internacional. Esse autor apresenta uma proposição sobre globalização, na qual esta é considerada sob determinantes plurais, ou seja, em que há globalizações que podem ser destrinchadas em características das conjecturas econômica, política e cultural. Assim, Boaventura Santos desconstrói a noção de globalização ao tratá-la como um conceito que pode ser ramificado em tipologias de globalização. Em todas essas interfaces, o autor observa como o neoliberalismo apropria-se dessas diferentes formas de globalização e destaca que

A pluralidade dos discursos sobre a globalização mostra que é imperioso produzir uma reflexão teórica crítica da globalização e de o fazer de modo a captar a complexidade dos fenômenos que ela envolve e a disparidade dos interesses que neles se confrontam (B. SANTOS, 2005, p. 54).

As tipologias de globalização assumem, além disso, uma mesma roupagem que objetiva, segundo o autor, fazer vigorar as mesmas práticas (econômicas, políticas e culturais) de modo a fazê-las consensuais na sociedade. A globalização econômica trata de uma nova economia mundial que ocasiona a pobreza; esta também produzida pela concentração de riqueza. A nova economia mundial caracteriza-se, de acordo com Boaventura Santos (2005), por uma cadeia de processos nos quais predominam os investimentos financeiros que possam ser rentáveis, altamente lucrativos e, simultaneamente, que demandem pequenos custos. Isso implica um roteiro de decisões que favoreçam esses resultados, como a produção descentralizada, com rotinas de trabalho flexibilizadas, barateamento do transporte, emprego das tecnologias de informação e comunicação com base na “emergência de três grandes capitalismo transnacionais” (B. SANTOS, 2005, p. 29): o americano, o japonês e o europeu.

Esse conjunto de procedimentos econômicos provoca consequências como a pobreza absoluta de  $\frac{1}{4}$  da população mundial, segundo estimativas das Nações Unidas (B. SANTOS, 2005, p. 33) e a crescente e contínua desigualdade social mantida pela concentração de renda. Os países pobres também contribuem, com a dívida externa, para a riqueza dos países ricos. A principal consequência seria, portanto, no nível da globalização social, pois, acredita-se que, em nome do crescimento e da estabilidade econômica, vale reduzir custos salariais e os direitos liberais; ou seja, significa a dissolução dos ganhos do trabalhador em virtude do desenvolvimento das corporações e do mercado (B. SANTOS, 2005, p. 34). O autor complementa dizendo que “a nova pobreza globalizada não resulta de falta de recursos humanos ou materiais, mas tão só do desemprego, da destruição das economias de subsistência e da minimização dos custos salariais à escala mundial” (B. SANTOS, 2005, p. 35).

Entende-se que a globalização econômica é, dessa forma, uma globalização predatória e execrável para os indivíduos que sustentam, com sua força de trabalho, a nova economia mundial baseada no consenso neoliberal. É uma globalização que, em geral, favorece as grandes empresas transnacionais, com extenso capital para investimentos, com poder para neutralizar o Estado e as populações locais em nome do (pseudo) desenvolvimento econômico. Trata-se de (pseudo) desenvolvimento porque a globalização econômica pode criar a ilusão de que a nova economia mundial provoca transformações benéficas às populações, quando, na verdade, favorece a pobreza e a concentração de riquezas ao não contribuir para o desenvolvimento das economias locais.

Não se quer dizer que, diante dessa breve reflexão sobre o modo de produção do qual fazemos parte, o capitalismo é um sistema socioeconômico aniquilado ou irremediavelmente

insolúvel. Pondera-se que o capitalismo e suas relações de exploração e dominação, tal como se apresentam hoje, podem ser (re)pensadas sob outra ótica e transformadas em novas relações em que pese a economia solidária e o desenvolvimento local e comunitário.

A globalização política funciona como uma instância de regulação, em que se destaca o poder das telecomunicações ao exercerem pressões políticas: “[...] os maiores utilizadores das telecomunicações são em números cada vez menor e economicamente cada vez mais poderosos; podem fácil e eficazmente organizar grupos de pressão política” (B. SANTOS, 2005, p. 40). Como exemplo, tem-se, no caso brasileiro, a monopolização dos meios de comunicação, visualizada no Projeto Donos da Mídia e no trabalho de Lima e Lopes (2007). Ambos analisaram a situação das comunicações no Brasil e detectaram - na relação entre mídia e políticos - que “271 políticos são sócios ou diretores de 324 veículos de comunicação”<sup>4</sup>.

Na globalização cultural, a cultura é definida por Boaventura Santos (2005, p. 47) como “um processo social construído sobre a intercepção entre o universal e o particular”. A globalização cultural é um fenômeno que envolve o cruzamento entre contextos transfronteiriços e interculturais, movimentando pessoas, ideias, capital, trabalho, informação (B. SANTOS, 2005, p. 47). O autor questiona até que ponto esses processos acarretam a homogeneização, produzindo uma cultura global ou se, pelo contrário, acentuam as diferenças entre nações.

A equivalência intercultural seria uma falácia, na medida em que as relações de força fazem sobressair “culturas parciais” que podem persistir como culturas dominantes sobre as demais e, desse modo, tornar-se um simulacro cultural. Além disso, o neoliberalismo seleciona, tão somente, os fenômenos culturais que podem ser transformados em “mercadoria que como tal devem seguir o trilho da globalização econômica” (B. SANTOS, 2005, p. 49).

A fim de aprofundar essa reflexão, o autor apresenta uma proposta teórica que compreende “três aparentes contradições”: (i) “entre a globalização e a localização”; (ii) “entre o Estado-nação e o não-Estado transnacional”; e (iii) “entre os que veem na globalização a energia finalmente incontestável e imbatível do capitalismo e os que veem nela uma oportunidade nova para ampliar a escala e o âmbito da solidariedade transnacional e das lutas anticapitalistas”.

A primeira diz respeito à tendência das relações sociais tornarem-se desterritorializadas e, ao mesmo tempo, anexadas a processos de localização. Boaventura

---

<sup>4</sup> Projeto Donos da Mídia. Disponível em < <http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos>> Acesso em 19 ago 2013.

Santos (2005, p. 63) corrobora dizendo que “de facto, vivemos tanto num mundo de localização como num mundo de globalização”. Surgem redefinições identitárias, baseadas no direito às raízes e aos localismos, compreendidos tanto como “territórios reais ou imaginados, como formas de vida e de sociabilidade assentes nas relações face-a-face, na proximidade e na interactividade” (B. SANTOS, 2005, p. 54).

A segunda contradição relaciona-se à importância e ao papel do Estado para as nações diante do contexto globalizado. Questiona-se se, em vista disso, o Estado perdeu força e encontra-se “desestatizado” ou se continua a ser uma “entidade política central” para a sociedade (B. SANTOS, 2005, p. 55). Dito de outro modo, essa contradição é entre a interferência ou não interferência do Estado nos processos de globalização. Ao mesmo tempo em que se pode afirmar que o Estado é importante, contrariamente, fala-se na pouca ou nula interferência do Estado nesses processos.

E a terceira contradição relaciona-se à compreensão dos fenômenos de globalização sob duas posições opostas: a globalização como uma forma de sustentação do capitalismo ou como um meio de ampliar possibilidades “solidárias” e “anticapitalistas” (B. SANTOS, 2005, p. 55). Diante das tipologias sobre o conceito de globalização apresentadas (globalização econômica, política e cultural) e das contradições citadas, para Boaventura Santos (2005), esse conceito deve ser, impreterivelmente, empregado no plural – globalizações –, por envolver relações políticas e conflitantes.

O autor intenta, portanto, a amplificação do conceito de globalização e suas transformações e impactos para a sociedade, como a compreensão de tempo-espço vivenciada nesses processos. A fusão entre global e o local é exemplificada por Boaventura Santos (2005, p.64) ao mencionar o quanto uma cultura local pode, por vezes, contribuir para uma cultural que ocorre em nível mundial, como a música, no Brasil, ou o cultivo da coca, na Bolívia, no Peru e na Colômbia. Logo, o imbricamento entre o local e o global ocorre de duas formas, segundo Boaventura Santos (2005, p. 65): pela inclusão ou pela exclusão subalterna. Posto isso, o autor sugere quatro formas de globalização: o localismo globalizado, o globalismo localizado, o cosmopolitismo e o patrimônio comum da humanidade.

Tanto o localismo globalizado quanto o globalismo localizado abrigam disputas de poder. O localismo globalizado acontece quando um fenômeno local torna-se globalizado. Quer dizer que o que se globaliza é o resultado do certame sobre o reconhecimento da diferença. Triunfam diferenças vitoriosas sobre as diferenças subalternas que sofrem conseqüente exclusão. Como exemplo, Boaventura Santos (2005, p. 65) cita a globalização do *fast food* americano que, inicialmente, em relação a outras culturas, firmava-se como uma

diferença, uma característica local do povo norte-americano. Porém, com a globalização dessa diferença, a cultura do *fast food* tornou-se uma diferença desterritorializada, portanto, um localismo globalizado.

O globalismo localizado consiste no impacto do global sobre o local (B. SANTOS, 2005, p. 66). Entende-se que o globalismo localizado atua como corolário do localismo globalizado, visto que transforma e reestrutura a configuração local para adequar-se a práticas globais a serem implementadas. O local constitui-se como subordinado ao global no qual são suprimidas suas práticas culturais para dar lugar às condições/imposições transnacionais. Nota-se que, como aponta Boaventura Santos (2005), o localismo globalizado e o globalismo localizado influenciam-se mutuamente, mas possuem suas especificidades como modo de produção de globalização.

Em contrapartida, na globalização da resistência aos localismos globalizados e aos globalismos localizados, tem-se o cosmopolitismo e o patrimônio comum da humanidade. “A resistência consiste em transformar trocas desiguais em trocas de autoridade partilhada, e traduz-se em lutas contra a exclusão, a inclusão subalterna, a dependência, a desintegração, a despromoção” (B. SANTOS, 2005, p. 67).

O cosmopolitismo é um modo de produção de globalização que busca lutar contra as formas de exclusão e, à vista disso, busca a emancipação em diferentes níveis, como “movimentos e organizações no interior das periferias do sistema mundial”, “trabalhadores da mesma empresa multinacional operando em diferentes países” ou “redes de movimentos e associações indígenas”, para citar alguns exemplos dados por Boaventura Santos (2005, p. 67).

O patrimônio comum da humanidade é um modo de produção de globalização que luta pela preservação e pela desprivatização de espaços que pertencem à humanidade (como a Amazônia e a Antártida) para que todos possam ter uma vida digna. A articulação em prol desses espaços é elaborada em nível mundial (B. SANTOS, 2005, p. 70).

Os conflitos, as resistências, as lutas e as coligações em torno do cosmopolitismo e do patrimônio comum da humanidade demonstram que aquilo a que chamamos globalização é, na verdade, um conjunto de campos de lutas transnacionais. [...] os localismos globalizados e os globalismos localizados são globalizações de-cima-para-baixo ou hegemônicas; cosmopolitismo e patrimônio comum da humanidade são globalizações de-baixo-para-cima, ou contra hegemônicas (B. SANTOS, 2005, p. 71).

Assim sendo, destaca-se a globalização contra-hegemônica como uma estratégia para a promoção das economias locais, em pequena escala, que favoreça o desenvolvimento de

comunidades locais, práticas de solidariedade e sustentabilidade. Uma estratégia para o estabelecimento de novas relações sociais, alicerçadas no compartilhamento de poder e em políticas que possam problematizar as relações de igualdade e diferença. Dessa forma, fomentar-se-ia uma cultura fundamentada em relações dialógicas, equitativas e educativas.

Nessa mesma linha de pensamento, a comunicação também está entrelaçada a processos hegemônicos e contra-hegemônicos que coexistem no direcionamento e na produção de determinada realidade social. Nota-se que a comunicação pode abranger faces diferenciadas de possibilidades que se reorientam pelas intencionalidades dos sujeitos. Por isso, o entendimento sobre o processo comunicacional, aqui, empreendido busca a superação do paradigma informacional, baseado na relação linear entre emissor e receptor (teoria da informação de Shannon e Warren). Acredita-se que, na relação entre os sujeitos, estão imbricados os contextos da situação de comunicação, bem como as suas intencionalidades, produzindo significações e interpretações complexas entre eles. Parte-se, então, da suplantação desta visão simplificada do processo comunicacional para uma perspectiva relacional que “deixa emergir sua vida e seu dinamismo próprios, enxergando os interlocutores (produção/recepção) como instituidores de sentidos, que partem de lugares e papéis sociais específicos” (MAFRA, 2010, p. 108).

Considera-se a comunicação como um encontro que estabelece uma relação entre os sujeitos (PERUZZOLO, 2006), concomitante à inter-ação humana na qual se confrontam os repertórios e as subjetividades a serem negociadas no ato comunicativo. E essa relação comunicacional abrange uma teia de interações nas quais a sociedade é produzida (MORIN, 2003) que envolve o sujeito em uma sociedade complexa.

Para Morin (2003, p. 95), ser sujeito é “colocar-se no centro do seu próprio mundo, é ocupar o lugar do ‘eu’” e tornar-se autônomo. A noção de autonomia carrega em si uma relação de dependência, pois envolve condições sociais e culturais para que seja possível refletir como um sujeito autônomo (MORIN, 2003, p. 96). A constituição do sujeito autônomo é, portanto, complexa por conter em si um emaranhado de situações controversas e contraditórias permeadas pela instabilidade e pelo acaso.

Por conseguinte, no processo comunicacional, estão as relações entre sujeitos, ambiente e sociedade, que carregam um mundo simbólico que não pode ser isolado desse processo. Por isso, o pensamento complexo convoca um sistema auto-eco-organizador no qual “o mundo está no interior do nosso espírito e este no interior do mundo. Sujeito e objecto, neste processo, são constitutivos um do outro” (MORIN, 2003, p. 64). A nosso ver, o processo comunicacional é elemento edificante do pensamento complexo, pois há nele um

encontro com a linguagem, com a cultura, com o conhecimento e, por isso, um encontro com o sócio-comunicacional, estabelecido entre os sujeitos comunicantes.

Ao conhecer as configurações discursivas que perpassam a mídia e que são constituídas de valores e ideologias próprias, os sujeitos podem apreender a lógica midiática e reconstruí-la. Há, portanto, uma realidade social, um mapeamento cognitivo e crítico dos problemas sociais por parte dos sujeitos que os leva a desconstruir o que constitui as estratégias comunicativas dos conteúdos reproduzidos pela mídia. Vale salientar que o conceito de estratégia é compreendido, neste trabalho, sob o olhar de Morin (2003, p. 116) e, portanto, vinculado aos pressupostos da teoria da complexidade. Estratégia refere-se a um conjunto de decisões e formas de atuação baseadas na imprevisibilidade dos acontecimentos do mundo, no princípio auto-eco-organizador e, por isso, exige reflexão sobre as ações. A estratégia nega o automatismo e favorece a flexibilidade frente aos cenários complexos e mutantes que vão sendo recheados de novos acontecimentos e informações constantemente. Neste sentido, as estratégias comunicacionais referidas estão ancoradas no conceito de estratégia de Morin e aplicadas aos contextos da democratização da comunicação e das formas de mobilização social que aí se inserem e colocam-se diante das rádios comunitárias.

Na perspectiva de complexidade de Morin (2003), os princípios dialógico, recursivo e hologramático transformam os sujeitos e, assim, a sociedade que produzem. São, portanto, mais e menos que todo. “Como dizia Pascal: ‘considero impossível conhecer as partes enquanto partes sem conhecer o todo, mas considero ainda menos possível conhecer o todo sem conhecer *singularmente* as partes’” (MORIN, 2003, p. 148, grifos do autor). Inclui-se também, nessa mesma linha de pensamento, que

isso indica, de forma clara, a análise da comunicação sob uma perspectiva relacional: por exemplo, tomando-se como recorte analítico o âmbito da produção, nele está presente o âmbito da recepção, e vice-versa, ou no âmbito da mensagem/texto estão presentes os elementos da produção/recepção (MAFRA, 2010, p. 110).

Assim sendo, o pensamento complexo complementa a perspectiva relacional da mobilização social de Rennan Mafra (2010), pois se considera a mobilização social como historicamente construída e complexa ao passo que pode ser analisada sob o prisma dialógico, recursivo e hologramático. Neste sentido, reinterpreta-se o processo comunicacional a fim de realocá-la em um contexto contra-hegemônico, no qual os meios de comunicação também passam por uma redefinição conceitual. Esta é provocada quando a mídia extrapola o eixo econômico e começa a vislumbrar novas possibilidades que vão além do consenso neoliberal referido por Boaventura Santos (2005), ao tratar da globalização hegemônica.

Pode-se dizer, neste aspecto, que, se a globalização não é um conceito uno e estático, da mesma forma, a comunicação também concentra suas pluralidades conceituais. As globalizações – no sentido proposto por Boaventura Santos (2005) – transformam o sentido da comunicação, bem como redefinem o papel dos sujeitos diante da mídia. Diante disso, ainda guiados pelo pensamento de Boaventura Santos (2007; 2009), apresenta-se uma aproximação entre as ecologias e a democratização da comunicação, por se acreditar que “os novos modos de produção do conhecimento exigem outros espaços” (B. SANTOS, 2007, p. 46), como as rádios comunitárias.

Através da metáfora do norte e do sul – ambas categorias geográficas –, Boaventura Santos (2009) traz uma proposta de desconstrução da constituição do pensamento e das relações sociais. Como uma forma de descolonização dos sujeitos das amarras do pensamento hegemônico (norte), o autor clarifica nossas percepções para outras formas de compreender o mundo (sul). Sua proposição sustenta que o formato colonial ainda permanece vigente nas formas de estruturar o conhecimento e nas práticas sociais. Por isso, Boaventura Santos (2009) defende que, para haver justiça social, deve haver, também, justiça cognitiva, ou seja, a construção de um pensamento pós-abissal.

O pensamento pós-abissal parte da ideia de que a diversidade do mundo é inesgotável e que esta diversidade continua desprovida de uma epistemologia adequada. Por outras palavras, a diversidade epistemológica do mundo continua por construir (B. SANTOS, 2009, p. 43).

A racionalidade dominante, que limita e reduz as possibilidades de conhecimento, imobiliza os avanços democráticos e plurais, é chamada pelo autor de razão indolente. Essa pode ser considerada sob dois aspectos. A primeira é a *razão metonímica*, em que se reduz o presente, ao não possibilitar sua visão ampla. A segunda é a *razão proléptica*, em que o presente expande-se e o futuro contrai-se; assim, abre espaços para inclusão de conhecimentos e experiências para preparar o futuro.

Para dar consistência à epistemologia do sul, o autor apresenta o conceito de ecologia de saberes e sociologia das emergências para dar suporte à manifestação de pensamentos múltiplos e contra-hegemônicos. Na concepção da ecologia dos saberes, são valorizados os conhecimentos informais, ditos não científicos, como os que emergem das práticas cotidianas das experiências únicas e plurais dos radiocompanheiros, que denominamos como atores sociais da RádioCom.

De forma consoante com o pensamento do autor, reconhece-se a credibilidade dos saberes que provêm das experiências e aprendizados dos atores sociais. A ecologia dos

saberes é uma forma de explorar a pluralidade desses saberes e torná-los visíveis através de meios de comunicação comunitários, uma vez que “[...] deve-se dar preferência às formas de conhecimento que garantam a maior participação dos grupos sociais envolvidos na concepção, na execução, no controle e na fruição da intervenção” (B. SANTOS, 2009, p. 51).

O conceito de sociologia das emergências surge, na teoria de Boaventura Santos (2009), em contraposição à sociologia das ausências. Esta é um procedimento que mantém, na superfície, o pensamento hegemônico e, nas profundezas, a diversidade de conhecimentos existentes. É uma forma de apagamento da pluralidade que faz permanecer visíveis as monoculturas produzidas pela racionalidade ocidental. São cinco formas de produção das ausências (monoculturas) perpassadas por relações de poder simbólicas e hierárquicas: monoculturas do saber e do rigor; do tempo linear; da naturalização das diferenças; da escala dominante e do produtivismo capitalista. Em substituição às monoculturas, Boaventura Santos (2007) propõe formas de emergir o que está ausente: além da ecologia dos saberes, as ecologias das temporalidades; do reconhecimento; da *transescala* e das produtividades.

A ecologia dos saberes compreende o conhecimento como uma gama de saberes pertencentes a todos os sujeitos. Esses saberes, formais ou informais, são valorizados pela intervenção que provocam na realidade, pois cada conhecimento pertence a um contexto específico em que faz sentido. Como fonte de expressão cultural e social, as rádios comunitárias possibilitam à comunidade um espaço em que interesses, conhecimentos e vivências são reconhecidos e valorizados pelos sujeitos que fazem parte dela.

A ecologia das temporalidades abre possibilidades para perceber-se que, além do tempo linear, há ainda outros tempos. Isso quer dizer que há outras formas de viver e relacionar-se com o tempo. As rádios comunitárias, ao atenderem à comunidade a que pertencem, vinculam-se fortemente à cultura local. Dessa forma, sua produção de conteúdo e suas ações comunitárias provocam uma ruptura com os meios de comunicação de massa, pois demonstram que há um tempo local, para cada comunidade que se expressa nas formas de comunicar.

A ecologia do reconhecimento baseia-se em desconstruir a diferença. Expresso em outros termos, é não considerar as diferenças que são constituídas pelas relações de poder. Ambiente de aproximação entre os sujeitos que, ao abrir espaço para a participação plural, propicia o contato com a igualdade e a diferença. Pode-se, assim, fomentar, através do convívio e envolvimento com a rádio, o reconhecimento do outro como sujeito social.

A ecologia da *transescala* pode ser compreendida como a articulação de projetos em escala global, nacional e local e ter a capacidade de trabalhá-las em conjunto. Ampliar o

pensamento ao considerar as rádios comunitárias como um fenômeno comunitário que se articula a um movimento mais amplo - que permeia as escalas global, nacional e local – pela democratização da comunicação.

E a ecologia das produtividades valoriza os sistemas alternativos de produção, como as organizações populares, as cooperativas, as associações comunitárias etc. e cria uma nova lógica que recupera as culturas locais e as formas solidárias de produção. A constituição e a estruturação das mídias comunitárias valorizam a comunidade e suas formas alternativas e populares de exercer o direito à comunicação. Surgem ecologias para as formas de produção, disseminação e consumo de conteúdos midiáticos que independem de saberes institucionalizados. À vista disso, os sujeitos que desenvolveram o projeto político pela democratização da comunicação através da RádioCom encontram respaldo para produzir inclusão e participação sociais. Em um processo de aprendizagem e desvelamento das intencionalidades e configurações midiáticas, os sujeitos desenvolvem-se, produzem-se, *trans*-formam-se em uma relação de reciprocidade com a sociedade.

Assim, reinventam-se possibilidades emancipatórias por meio das ecologias com o intuito de fazer emergir os silenciamentos e os discursos contra-hegemônicos que não se fazem presentes nas monoculturas. Confronta-se o pensamento dominante do saber e do rigor que considera apenas os conhecimentos científicos; a existência de um tempo linear, marcado por relações capitalistas neoliberais; da exclusão e naturalização daquilo que não corresponde aos formatos standardizados; ao universalismo e à globalização; e a produtividade mensurada pela lucratividade (B. SANTOS, 2007).

As ecologias nas rádios comunitárias constituem-se, assim, como uma estratégia de democratização da comunicação para vazão à sociologia das emergências e, assim, a reelaborar o processo democrático dentro de uma perspectiva de mobilização social e tradução cultural<sup>5</sup>.

## **1.2. Do indivíduo ao ator social: o direito à comunicação**

A compreensão acerca do processo de democratização da comunicação perpassa os conceitos de indivíduo, sujeito e ator social, pois se acredita que esse processo requer a

---

<sup>5</sup> O processo de tradução cultural é, segundo Boaventura Santos (2007, p. 39 – grifos do autor) “um processo intercultural, intersocial. [...] uma metáfora transgressora da tradução lingüística: é traduzir saberes em outros saberes, traduzir práticas e sujeitos de uns aos outros, é buscar inteligibilidade sem ‘canibalização’, sem homogeneização”.

emancipação do indivíduo e o reconhecimento de seus direitos de cidadania, como o direito à comunicação.

A crise vivida pela sociedade contemporânea demonstra o enfraquecimento das instituições sociais diante dos conflitos e problemas que se apresentam relativos à educação, à saúde, à habitação, ao consumo, à violência. Conjuntamente, afloram questões de ordem cultural, motivadas por uma luta pelo reconhecimento do “direito de ser um ser humano com seus direitos e sua capacidade de dizer ‘eu’: tal é a reivindicação principal de todos os seres humanos hoje” (TOURAINÉ, 2009, p. 225). O desafio está em ter a consciência do reconhecimento de que somos sujeitos e de que dispomos desses mesmos direitos.

A diferenciação e o apontamento de peculiaridades entre esses três conceitos é realizada por Touraine (2009), sociólogo francês, ao entender que os processos de subjetivação iniciam com a noção de indivíduo. O indivíduo remete ao ser social dentro dos limites do eu, tomado por concepções e padrões culturais recursivos ao próprio indivíduo. As particularidades psicológicas, sociais e culturais fazem de cada um, um ser único que se diferencia dos demais, no qual há “o reconhecimento dos indivíduos como sujeitos iguais entre si, mas diferentes uns dos outros” (TOURAINÉ, 2009, p. 17). O indivíduo é, segundo o autor, dotado de liberdades para constituir-se e configurar-se do modo que lhe interessar. Essa liberdade de escolha para a formação do indivíduo criou uma infinidade imensurável de diferenças que se agrupam em uma ou mais comunidades<sup>6</sup>, o que, para Touraine (2009), leva ao choque de civilizações e/ou guerras étnicas e religiosas.

Por outro lado, o autor ressalta que a formação do indivíduo não pode mais estruturar-se em uma unidade baseada em características de uma única cultura. Deve, de outra forma, partir da constituição de um indivíduo que comporta, ao mesmo tempo, suas particularidades, mas que as reconhece como universais perante a sociedade. O indivíduo, autor de suas condutas, possui, assim, autonomia para conduzir suas subjetividades. Esse ato reflexivo busca o desprendimento das amarras sociais em que o indivíduo não é visto como fonte de dominação, “mas como um ator que pretende acima de tudo criar uma relação livre de si para si, antes de integrar-se a uma coletividade” (TOURAINÉ, 2009, p. 18).

Sujeito e indivíduo são, assim, categorias históricas e sociais que sofreram ressignificações ao longo do tempo. O conceito de sujeito está vinculado, diretamente, à consciência do indivíduo como um ser de direitos. O sujeito é como uma duplicação do ser

---

<sup>6</sup> O conceito de comunidade é discutido no segundo capítulo deste trabalho, no item 2.1.

que, num movimento de afastamento de si, busca reconhecer-se enquanto tal. Neste sentido, a consciência do sujeito surge

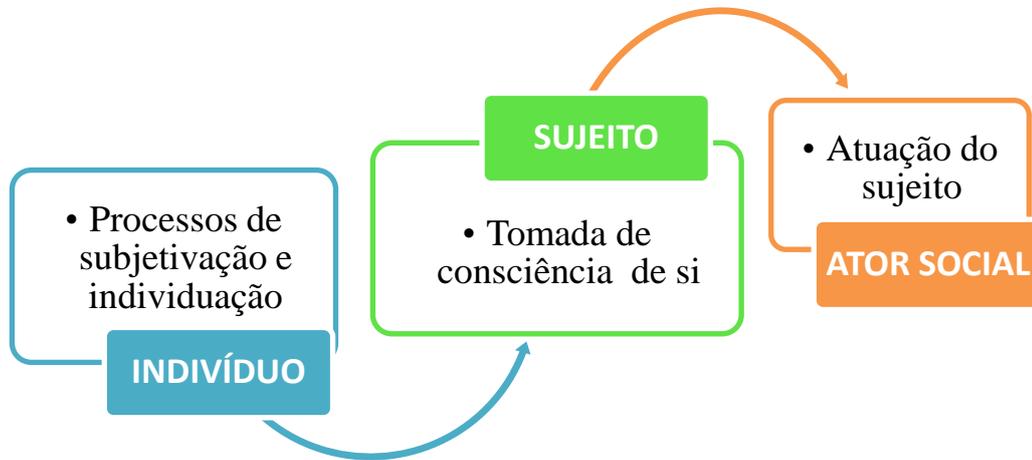
[...] [da] capacidade dos seres humanos de falar deles mesmos em termos de direitos e, portanto, de não se definir por aquilo que fazem, por suas competências profissionais, pelo lugar que ocupam na sociedade ou pelo nível de educação (TOURAINÉ, 2009, p. 143).

Compreende-se que a noção de consciência do sujeito está dissociada de uma visão determinista em que o sujeito constitui-se por relações de poder, por seus papéis sociais, pelo seu trabalho, posição social, suas intersubjetividades. A corporeidade do ser não é somente social, mas, também, simbólica, carregada de valores e conceitos que participam ativamente na construção de processos de subjetivação.

O deslocamento do ser para um nível de subjetivação superior ao que ele representa na sociedade contribui não somente para a formação de personalidades. Implica um modo de ser e de reconhecer-se na construção de si mesmo para a sociedade, no seu encontro com o outro. Neste sentido, introduz-se o universalismo, no qual “reconhecer o outro é reconhecer a capacidade universal de todos se fazerem sujeitos” (TOURAINÉ, 2009, p. 196).

Busca-se pensar outramente (TOURAINÉ, 2009) frente aos “desiguais institucionais, o negro, o nordestino, as mulheres, cujo discurso tolerado, não tem, entretanto, merecido a resposta adequada” (M. SANTOS, 1996, p. 20) e, assim, ir além da tolerância, entendendo e reconhecendo o outro como um sujeito de direitos. “Somente então será possível viver realmente juntos com nossas diferenças” (TOURAINÉ, 2009, p. 206). A partir daí, passa-se do nível dos processos de subjetivação e individuação (indivíduo) para a tomada de consciência de si (sujeito), chegando-se ao nível da ação (ator social), como ilustrado na figura 1.

**Figura 1** - Indivíduo, sujeito e ator social



FONTE: Touraine (2009), elaborado pelas autoras

Os processos de subjetivação, individuação e de tornar-se sujeito leva-os a agir como portadores de direitos universais, como atores sociais. O reconhecimento desses direitos faz-se por meio da inclusão das minorias<sup>7</sup> (SODRÉ, 2005) em processos de participação (DEMO, 2001). A inclusão dessas minorias dá-se através da corresponsabilização dos sujeitos – agora, atores sociais – na busca por iniciativas relacionadas ao exercício da cidadania.

Isso implica a busca por informação e, sobretudo, comunicação, tomadas como base fundamental para a garantia dos demais direitos de cidadania. Neste ponto, há dois entendimentos para o termo comunicação que merecem ser explicitados. De acordo com Wolton (2004), a comunicação está ligada à ideia de partilha e de comunhão. Nessa mesma linha de pensamento, Peruzzolo (2006) considera o fenômeno da comunicação como a busca pelo outro, a relação que acontece entre os sujeitos para suprir a necessidade de comunicar. Um segundo sentido está relacionado ao ato de transmitir, por meio de técnicas físicas ou midiáticas, uma mensagem.

Desse modo, a comunicação remete a duas dimensões – uma normativa, ligada à relação entre os sujeitos, ao pôr em comum; e outra funcional, ligada à difusão de

<sup>7</sup> As minorias são entendidas, conforme Sodré (2005), como setores sociais comprometidos com a questão social. Esses setores caracterizam-se pela luta por reconhecimento e pela mobiliza o em torno de suas causas. Carregam em si o impulso da transforma o em busca de mudanças nas rela oes de poder preestabelecidas. O campo conflituoso em que se situam as minorias define-se como um lugar simbólico onde habitam a igualdade e a diferença. O conceito contemporâneo de minoria diz respeito   oportunidade de dar voz aos grupos sociais minoritários e abertura política nos processos decisórios que as envolvam.

informações (WOLTON, 2004). A democratização da comunicação está, portanto, relacionada a uma dimensão normativa que busca a relação entre sujeitos e mídia, bem como, a partir disso, modificar as relações sociais existentes entre os atores. Por isso, acredita-se que

existe sempre uma escolha possível, uma capacidade crítica individual. Com a comunicação, como em qualquer prática social, pode haver mecanismos de dominação, mas não de alienação. Isso pressuporia o desaparecimento da autonomia e da capacidade crítica do indivíduo (WOLTON, 2004, p. 60).

Tanto pela perspectiva teórica de Wolton (2004) quanto de Touraine (2009), infere-se que a mídia comunitária encontra-se em um processo de tornar-se responsável por novas relações sociais e por problematizar as relações de igualdade e diferença. Neste sentido, ocorre uma mudança significativa na relação entre os sujeitos e os meios de comunicação, já que o comunicador comunitário deixa de exercer o papel de intermediário para ser o mediador das relações entre os acontecimentos, as experiências e os debates da comunidade e, ao fazer parte dela, diminui as distâncias entre os polos de produção e recepção dos processos midiáticos. Aí, reside o principal diferencial das mídias comunitárias em relação às mídias comerciais: sua capacidade de comunicar e não simplesmente informar.

Apesar da fascinação tecnológica e do relativismo axiológico que os manuais de pós-modernismo pregam, comunicar foi e continuará sendo algo muito mais difícil e amplo que informar, pois comunicar é tornar possível que os homens reconheçam outros homens em um duplo sentido: reconheçam seu direito de viver e pensar diferente, e reconheçam a si mesmos nessa diferença, ou seja, que estejam dispostos a lutar a todo momento pela defesa dos direitos dos outros, já que nesses mesmos direitos estão contidos os próprios (WOLTON, 2004, p. 70-71).

Nesse percurso, emergem questionamentos como: o que implica pensar o processo comunicacional em termos de mobilização social para a democratização da comunicação? Pensar a comunicação, afirma Ramos (2005), como um direito à informação é um indicativo restritivo que leva em consideração apenas a propriedade sobre os meios. Defende o autor que é essencial “retomar o debate sobre o direito à comunicação enquanto um novo direito humano fundamental” (RAMOS, 2005, p. 247).

Diante disso, percebe-se que a democratização da comunicação não pode ser dissociada dos conceitos de democracia e comunicação, como apontam Barros; Domingues-da-Silva (2013). O debate acerca dos sentidos correlatos entre democracia e mídia denota o acesso aos meios de comunicação, possibilidades de intercambiar informações de forma igualitária, pluralidade de fontes e, principalmente, possibilidades de reciprocidade (RAMOS, 2005, p. 250). A possibilidade de reciprocidade, a qual se refere Ramos, indica que a

efetivação da democratização da comunicação revela-se nas diferenciações entre transmitir informações e a relação dialógica e participativa entre os sujeitos. Nesta última, consideram-se os preceitos de horizontalidade das relações sociais e da abertura dos processos comunicacionais para o desenvolvimento dos sujeitos e, portanto, relações recíprocas em que prevalecem sentidos e processos participativos compartilhados, em sentido democrático.

A democracia implica a soberania popular e a distribuição equitativa dos poderes. Os meios de comunicação fazem parte desses poderes. Para que haja democracia numa sociedade, é necessário que haja democracia também no exercício do poder de comunicar (GUARESCHI, 2007, p. 12).

Os princípios democráticos, núcleos para a compreensão da democratização da comunicação, carecem ser discutidos no nível de um direito social e de políticas públicas de comunicação (RAMOS, 2005). Como sugere Ramos (2005, p. 251), deve-se levar em conta o papel da comunicação nas sociedades contemporâneas, visto que “a comunicação constrói, hoje, o novo ambiente social” (GUARESCHI, 2007, p. 9), além das estratégias de viabilização desse papel e uma agenda de mobilização para pensar e agir por um modelo comunicacional democrático.

Para aprofundar o entendimento sobre a relevância social, política e cultural dos meios de comunicação na sociedade, Guareschi (2007, p. 9-10) argumenta em torno de quatro afirmativas. Segundo ele, se os meios de comunicação podem construir a realidade social a partir do conteúdo visibilizado, por outro lado, podem, igualmente, silenciar e obscurecer acontecimentos sociais. “A mídia tem, na contemporaneidade, o poder de instituir o que é ou não é real, existente” (GUARESCHI, 2007, p. 9). Por conseguinte, o que se torna visível através da instância midiática é uma representação simbólica e valorativa dos acontecimentos sociais. Por isso, além de elementos de visibilidade, a mídia também atribui elementos valorativos que conferem, seletivamente, importância a determinados acontecimentos e não a outros (GUARESCHI, 2007). Funciona como um sistema pincelar da realidade, no qual o veículo tem poder decisório para pautar os assuntos de interesse do público que irão compor sua agenda de discussão. Neste sentido,

uma população inteira fica impossibilitada de saber e conhecer que tal problema existe numa sociedade ou que tal fato sucedeu nesse local. Essa é a força de quem detém o poder de decidir sobre o conteúdo da pauta (GUARESCHI, 2007, P. 10).

Finalmente, o principal argumento do autor diz respeito à constituição das relações sociais. O ambiente social é elaborado por e entre os sujeitos por meio das interações e

sociabilidades; no entanto, no contexto da sociedade atual as nossas relações tornam-se cada vez mais mediatizadas e “queiramos ou não, tal fato tem a ver com a constituição e construção de nossa subjetividade” (GUARESCHI, 2007, p. 11). Neste sentido, compreende-se que a cidadania está entrelaçada ao desenvolvimento da autonomia dos sujeitos, em busca de sua emancipação social.

Na perspectiva deste trabalho – ainda que não se tenha como foco o aprofundamento deste conceito –, adota-se a concepção de cidadania segundo Evelina Dagnino (2004). Na visão da autora, a cidadania possui três elementos constitutivos: 1) a cidadania como direito a ter direitos, na qual a noção de direitos expande-se para além dos direitos institucionalizados perante a lei e abarca novos direitos reconhecidos como “objetos de luta política”; 2) a cidadania vinculada à luta das minorias (SODRÉ, 2005), dos segmentos excluídos socialmente e, por isso, configura-se como uma “estratégia dos não-cidadãos”; 3) a cidadania como participação dos sujeitos na discussão e na tomada de decisão sobre o sistema político do qual fazem parte.

Relaciona-se ao direito de ter acesso à informação, mas também poder produzi-la, pensá-la criticamente, compreender suas lógicas de produção, circulação e consumo, decidir sobre os processos políticos que lhes afetam e, assim, construir espaços participativos que contemplem a representação de seus interesses.

Assim, questiona-se, como Milton Santos (1996, p. 7), “quantos habitantes, no Brasil, são cidadãos? Quantos nem sequer sabem que não o são?” Foram essas indagações que nos levaram a (re) pensar as estratégias de mobilização social a partir do escopo da democratização da comunicação; pois, acredita-se que os meios de comunicação, especialmente aqueles voltados para comunidades locais, podem atuar nesse processo como agentes transformadores de cidadania.

### **1.3. Estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação**

O processo de mobilização social envolve os sujeitos em uma dimensão de transformação da realidade em que vivem. Como discutido anteriormente, a tomada de consciência do sujeito pode conduzi-lo à condição de ator social (TOURAINÉ, 2009) na construção da própria realidade, na tomada de decisões e na resolução de questões de interesse coletivo. É a partir do momento em que o ator social compreende seu papel político em busca da emancipação social que são acionados mecanismos de mobilização que o fazem

perceber o quão autônomos podem ser no processo de produção da realidade. Corroborando com este pensamento, Toro; Werneck (2004, p. 17) afirmam: “quando as pessoas assumem que têm nas mãos o seu destino e descobrem que a construção da sociedade depende de sua vontade e de suas escolhas, a democracia pode tornar-se uma realidade”.

Com base em Boaventura Santos (2009), pode-se pensar que a mobilização social parte da negação e do descontentamento sobre as atuais formas de vida, em diferentes âmbitos sociais, em direção ao cosmopolitismo subalterno. O cosmopolitismo subalterno constitui-se como uma iniciativa de luta contra a exclusão econômica, social, cultural e política e/ou contra as formas de pobreza colocadas por Milton Santos (1999) – pobreza residual, pobreza de marginalidade e pobreza estrutural.

Os princípios da democracia apontados por Toro; Werneck (2004) – da cosmovisão, da incerteza e do público – clarificam alternativas para o entendimento da democracia como parte dos processos de mobilização social. A democracia é entendida como um conceito inacabado e indeterminado, pronto para ser construído a partir de nossas decisões para produzir justiça social. Somos nós, os cidadãos, agentes que atuam para a produção da sociedade que reafirmamos a autonomia e a emancipação dos sujeitos perante a face constitutiva da sociedade.

Pode-se acrescentar “a noção de *democracia* como forma de organização sócio-econômica e política mais capaz de garantir a participação como processo de conquista” (DEMO, 2001, p. 52 – grifo do autor); ou pelo deslocamento das relações de poder para formas de sociabilidades compartilhadas entre os sujeitos (B. SANTOS, 2007) sob uma perspectiva histórica que depende do tempo e do espaço em que se encontram.

Um dos contextos em que o emprego dos meios de comunicação, como o rádio, foi apropriado em busca de autonomia desenvolveu-se no cenário sociopolítico da ditadura militar como uma contraposição às ideologias e medidas repressivas da época. A imprensa alternativa assim como as rádios livres foram surgindo insipientes como iniciativas políticas para transfigurar a posição comunicativa subalterna que ocupavam. Esse período histórico, datado entre 1964 a 1985, marcou a trajetória brasileira de modo atemporal, haja vista as consequências observadas até os dias de hoje em nossa democracia.

O regime militar agrediu as liberdades individuais, a expressão espontânea de ideias, sentimentos e iniciativas que viriam a desenvolver a sociedade, a questioná-la e transformá-la. Acredita-se que esse foi um dos contextos que impulsionou a mobilização de grupos sociais ao passo que os processos de mobilização social iniciam por processos de conscientização (SOUZA, 1999). Neste sentido, desenvolveram uma agenda política para a democratização

política brasileira, iniciando um longo e árduo processo de mobilização social que buscou reivindicar o que se converteu em direitos civis, direitos políticos e direitos sociais, ainda em processo de desenvolvimento.

De acordo com Scherer-Warren (1984, p. 8), os grupos sociais sofrem diversos tipos de opressão (econômica, cultural, ideológica e outras), visto que “as relações sociais são mediadas por relações de poder”. Há, portanto uma relação dialética entre dominantes/dominados que se dá no jogo das forças sociais. Na busca de superar e transformar essas relações de poder que gerariam exclusão e dominação, os sujeitos atuam ativamente por sua autonomia e emancipação social.

Entendemos que a autonomia se obtém quando se adquire a capacidade de ser um sujeito histórico, que sabe ler e re-interpretar o mundo; quando se adquire uma linguagem que possibilita ao participar de fato, compreender e se expressar por conta própria (GOHN, 2008, p. 33).

Seria neste ponto que se conformariam formas de mobilização social – na busca da autonomia e na defesa dos direitos. Para Gohn (2008), o conceito de autonomia também se refere ao contexto histórico e político brasileiro do regime militar, em que o povo uniu-se, organizou-se e mobilizou-se pela redemocratização do país.

Foi no contexto da ditadura militar, que privilegiou formas não democráticas de poder e a negação da cidadania, que se ilustra a força social e mobilizatória dos grupos sociais contra essas formas de opressão. Com a redemocratização política do país, abrem-se os canais de participação e surgem “novos atores sociais, decorrentes de novas formas de associativismos que emergem na cena política” (GOHN, 2008, p.74).

Como explica Scherer-Warren (2006, p. 110-112), surgem formas de associação da sociedade civil<sup>8</sup> em diferentes níveis, como: o associativismo local, as articulações interorganizacionais e as mobilizações na esfera pública. No nível do associativismo local, incluem-se as Organizações Não Governamentais (ONGs) e as associações comunitárias, por exemplo; no nível das articulações interorganizacionais, destacam-se as organizações que buscam atuar em rede, aliando-se a outras organizações para o fortalecimento de sua causa e proposição de parcerias que possam resultar em ações concretas; e o nível das mobilizações na esfera pública é a conjunção de atores sociais de ONGs, associações locais, fóruns, entre outros que interceptam interesses a fim de conquistar um espaço amplo de reconhecimento e

---

<sup>8</sup> Conforme Scherer-Warren (2006, p. 110), entende-se a sociedade civil como: “a representação de vários níveis de como os interesses e os valores da cidadania se organizam em cada sociedade para encaminhamento de suas ações em prol de políticas sociais e públicas, protestos sociais, manifestações simbólicas e pressões políticas”.

visibilidade de suas causas, realizando grandes manifestações em espaços públicos. Esse nível é exemplificado nos protestos do *Occupy Wall Street*<sup>9</sup>, nos Estados Unidos, e nas manifestações que iniciaram com o *Movimento Passe Livre*, no Brasil.

Os níveis de associativismo envolvem processos de mobilização social que podem ser distribuídos em etapas, como: conscientização; atores sociais; imaginário coletivo; escopo de atuação; coletivização; participação social; corresponsabilidade; e sustentabilidade do projeto. Segundo Toro; Werneck (2004, p. 67):

Toda mobilização social requer um projeto de comunicação em sua estruturação. [...] O projeto de comunicação de um processo de mobilização tem como meta o compartilhamento, mais abrangente possível, de todas as informações relacionadas com o movimento, o que inclui desde os objetivos, as informações que justificam sua proposição, até as ações que estão sendo desenvolvidas em outros lugares, por outras pessoas, o que pensam os diversos segmentos da sociedade a respeito das idéias propostas, etc.

Para os autores (2004, p. 29 – grifos dos autores), ao considerar a participação como um valor democrático, esta “[...] deixa de ser uma estratégia para converter-se em essência, no modo de vida da democracia”. A participação, nesse processo, torna-se elemento essencial, visto que fomenta o desenvolvimento de uma consciência crítica sobre a realidade social, passando de um nível individual para a coletivização das ações a serem realizadas.

Para que isso ocorra, entende-se a participação como sentido e significado (GOHN, 2008). O sentido é a orientação que conduz a desdobramentos que podem levar, num processo subjetivo, à produção de significados. Já o significado é compreendido como um conceito ou uma definição atribuída coletivamente sobre a causa. Esses significados, ao serem socializados, podem ser (re) negociados, mantidos, (re) significados.

Desse modo, os sujeitos, no processo de organização social, confrontam o universo simbólico disponível sobre a causa pela qual se organizam com o repertório que possuem e, assim, interagem e atribuem sentidos e significados a esse processo. Desse confronto, podem emergir respostas, manifestas em processos de mobilização social.

Por isso, entende-se a organização social como um processo que faz parte da mobilização social, bem como a participação. Para que os sujeitos possam participar e, então, organizar-se, devem estar mobilizados. Igualmente, para que prossigam na construção coletiva de sentidos e significados que possam levá-los a tomada de decisão e atuação, a mobilização torna-se elemento intrínseco. A mobilização é, então, compreendida como fio

---

<sup>9</sup> Mais informações em <http://occupywallst.org/> Acesso em 18/10/2013.

condutor, o elo que transcende o indivíduo e o faz parte de um coletivo com propósitos que o elevam na direção do ator social: atuante, transformador e produtor de novas realidades.

O que se depreende, a partir desses conceitos, é que a autonomia, a democracia e a participação, como componentes do processo de mobilização social, demandam uma articulação que tem como base fundamental e intrínseca as relações comunicacionais. A mobilização aproxima-se da comunicação ao compartilhar de um ideal para a realização de objetivos comuns. Pode ser considerada um “ato de comunicação” (TORO; WERNECK, 2004) que envolve os sujeitos e estabelece uma *relação* que se dá através da comunicação.

As motivações que impulsionam os sujeitos a mobilizarem vontades, firmarem um contrato de envolvimento e comprometimento por uma causa em comum são variadas, visto que cada um carrega em si suas subjetividades e formas idiossincráticas de conceber a mobilização social. Segundo Mafra (2007, p.4), “mobilizar sujeitos se mostra necessário justamente porque existem determinados sentidos coletivos naturalizados que, a partir de uma tematização, podem ser questionados e (re) negociados”.

De acordo com Rennan Mafra (2010, p. 116), “o envolvimento e a vinculação de sujeitos com determinada causa, certamente, não é um processo linear”. Os sujeitos possuem subjetividades e culturas particulares que, como exposto anteriormente, fundamentam seus repertórios pessoais e, por isso, segundo Mafra (2010, p. 116), não há garantia de mobilização social. O que pode assegurar o envolvimento com a causa comum da mobilização social é o compartilhamento de um mesmo imaginário que “enuncia uma forma de futuro a ser construído [...] É um critério para orientar e avaliar os múltiplos esforços e as decisões que se requer para convertê-lo em realidade” (TORO; WERNECK, 2004, p. 40).

Nesse sentido, a mobilização social é a reunião de sujeitos que definem objetivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público. Isso não implica a retirada da função do Estado de garantir a integração, a regulação e o bom funcionamento da sociedade. Mas implica que a própria sociedade crie meios de solucionar os problemas com os quais o Estado por si só não seja capaz de lidar (HENRIQUES, 2004, p. 36).

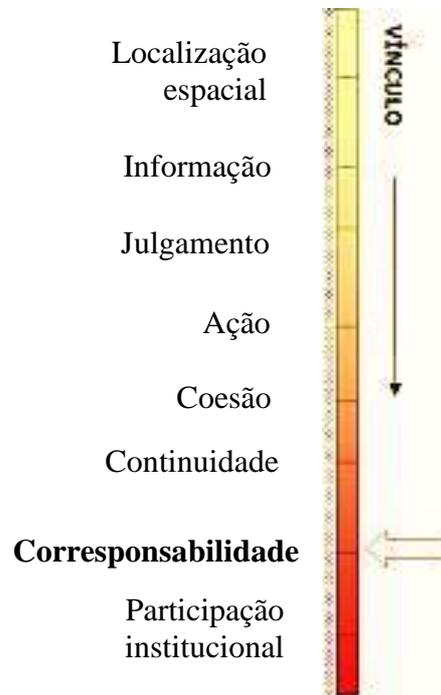
Por isso, reconhece-se, conforme Toro; Werneck (2004), que a mobilização social é um processo intrínseco ao processo comunicacional devido às interpretações e aos sentidos compartilhados, como também informações, visões de mundo e discursos. Logo, “mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO; WERNECK, 2004, p. 13).

Todavia, um olhar apurado diante do conceito de mobilização social manifesta que esse processo possui em seus meandros um conjunto de fatores que, por vezes, são ofuscados por uma visão ideal e altruísta que não revela nem questiona se os sujeitos possuem, de fato, um propósito comum pró-comunicação comunitária. Para isso, questiona-se quem são e o que intentam os sujeitos que participam de projetos de mobilização social. Em relação às rádios comunitárias, como no caso da RádioCom, suas ações buscam promover a democratização da comunicação a que se propõem? Que vínculos os sujeitos que participam dessa rádio comunitária possuem com esse propósito comum? Entende-se que

[...] a principal função da comunicação em um projeto de mobilização é *gerar e manter vínculos* entre os movimentos e seus públicos, por meio do reconhecimento da existência e importância de cada um e do compartilhamento de sentidos e de valores (HENRIQUES, 2004, p. 21 - grifos do autor).

Em consonância com essa função comunicacional, Henriques (2004) propõe uma análise dos vínculos entre os públicos e o projeto de mobilização social que compreende os seguintes níveis, conforme a figura 2.

**Figura 2** - Escala de níveis de vinculação



FONTE: Henriques (2004, p. 44)

De acordo com Henriques (2004, p. 41-43), a matriz vertical indica a intensidade dos vínculos estabelecidos entre os sujeitos e o projeto de mobilização social. No primeiro nível, a *localização espacial*, tem-se a localização (física ou virtual) dos sujeitos no âmbito de desenvolvimento do projeto. O segundo nível diz respeito à quantidade de *informações* sobre o projeto de mobilização, enquanto o *nível do julgamento* refere-se ao posicionamento tomado pelos sujeitos a partir dessas informações, constituindo uma “produção coletiva de sentidos”. O *nível das ações*, pontuais ou permanentes, relaciona-se com o tornar-se ator social (TOURAINÉ, 2009), revelando-se a condição de transformação social pelos sujeitos ao estabelecerem um *nível de coesão* entre eles e o projeto. Com as ações e a coesão, estabelece-se um processo de *continuidade* no qual os sujeitos, ao compreenderem o valor e a essencialidade de sua participação no projeto, passam ao nível da *corresponsabilidade*. Por fim, o *nível de participação institucional* significa que há um envolvimento contratual dos sujeitos com o projeto de mobilização social. Porém, Henriques (2004, p. 45) destaca que a participação institucional contratual deve ser restrita a alguns participantes do projeto, já que este vínculo quando estabelecido pelo conjunto total dos membros romperia com os princípios

de abertura e flexibilização participativa, característica fundamental dos projetos de mobilização social.

Sendo a proposta norteadora deste estudo compreender os processos de mobilização social nas rádios comunitárias, faz-se pertinente alinhar o conceito de ator social de Touraine (2009) aos vínculos propostos por Henriques (2004). À medida que o envolvimento com o projeto de comunicação comunitária intensifica-se, os atores sociais passam a atuar no nível da corresponsabilidade, com comprometimento e compartilhamento de um mesmo ideal. Forma-se uma relação de reciprocidade entre seus membros, vínculos de cooperação e participação.

Mobilizar envolve, portanto, multidimensionalidades como o desafio democrático da participação e o processo educativo da participação (SOUZA, 1999). Esse processo torna-se elementar na ultrapassagem do nível de percepção crítica da realidade em que são diagnosticados os problemas sociais para o nível de definição das políticas de enfrentamento. Nesse nível, destaca a autora, também é necessário problematizar a realidade aparente em busca de realidades manifestas, implícitas. O hiato existente entre ambos os níveis é preenchido pelo processo educativo de participação que, de acordo com Souza (1999), possui três etapas, a saber: conscientização, organização e capacitação contínua. Desse modo, o processo educativo da participação define-se como:

*O processo que se expressa através da conscientização, organização e capacitação contínua e crescente da população ante a sua realidade social concreta. Como tal é um processo que se desenvolve a partir do confronto de interesses presentes a essa realidade e cujo objetivo é a sua ampliação enquanto processo social (SOUZA, 1999, p. 84 – grifos da autora).*

A etapa da conscientização é considerada como o ponto de partida para que se desencadeie a mobilização social. A conscientização ocorre quando os sujeitos ocupam a posição de protagonistas sociais, problematizam e refletem sobre as condições em que vivem. Sobretudo, quando buscam fatores propositores para compreender os processos de desigualdade para o enfrentamento social. Subtraída essa tomada de consciência, o indivíduo permanece como reprodutor da ordem social dominante e esta o coloca como subjugado diante de suas condições historicamente determinadas. A ruptura dessas relações de dominação aproxima-nos de um horizonte de emancipação em que o sujeito possui autonomia sobre suas decisões para transformar, de maneira crítica, a sociedade. Ocorre, assim, “um processo de ultrapassagem da consciência individual para a consciência social dos problemas coletivos” (SOUZA, 1999, p. 89).

A conscientização (SOUZA, 1999) envolve a produção de um imaginário que, ao ser compartilhado entre os sujeitos, propicia uma forma de orientação em relação aos objetivos pretendidos pelo projeto de mobilização social. O imaginário possui, então, “um compromisso com o real; e a mobilização social, com a realidade. A realidade consiste nas coisas, na natureza, e em si mesmo; o real é a interpretação e a representação que os homens atribuem as coisas e a natureza” (MONTORO, 1997, p. 26).

Dotados de um imaginário compartilhado, o processo de mobilização necessita de intervenções comunicacionais que sustentem as propostas de enfrentamento social pretendidas. Acrescenta-se, dessa forma, o conceito de coletivização, compreendido como “o sentimento e a certeza de que aquilo que eu faço, no meu campo de atuação, está sendo feito por outros, da minha mesma categoria, com os mesmos propósitos e sentidos” (TORO; WERNECK, 2004, p. 57).

Para que esse processo seja materializado, a comunicação é fundamental para a mobilização social. Participação, conscientização, imaginário e coletivização engendram conceitos e práticas que adquirem sentido quando articuladas e realizadas pela instância comunicacional. Henriques (2004, p. 21) atribui a função de corresponsabilidade à comunicação como meio de “reconhecimento da existência e importância de cada um e do compartilhamento de sentidos e de valores”.

A segunda etapa proposta por Souza (1999) é a de organização social. Essa etapa pressupõe a conscientização, visto que se aprimora para uma tomada de atitude frente ao descortinamento da realidade social apresentada. São apresentados por Souza (1999) indicadores de diferenciação entre grupalização, mobilização e organização que permitem expandir o conceito de mobilização social em direção a uma desconstrução/articulação teórica.

Segundo a autora, a grupalização refere-se a um conjunto de indivíduos que, sem a consciência crítica da realidade, atua sem um propósito reflexivo que conteste as formas de dominação existentes. A mobilização pressupõe a grupalização, mas com uma capacidade momentânea de convocar os indivíduos em torno de objetivos comuns. Diferentemente, a organização é uma ampliação do processo de conscientização que leva a formas concretas de enfrentamento da realidade. Seria uma análise das condições contextuais para a posterior tomada de atitude frente a uma determinada realidade.

Neste aspecto, considera-se a mobilização social de forma divergente ao que é apresentado por Souza (1999). Entende-se que a mobilização social pode arregimentar tanto formas de grupalização quanto de organização como um processo histórico e social que se

estabelece na relação comunicacional entre os sujeitos que participam dela (MAFRA, 2007). Pode ser concebida, à vista disso, como um processo mais amplo que dá condições para a ressignificação dos repertórios e dos discursos compartilhados, podendo dar novos contornos ao imaginário social, visto que o “imaginário é um processo cognitivo no qual a afetividade está contida, traduzindo uma maneira específica de perceber o mundo e de alterar a ordem da realidade” (MONTORO, 1997, p. 26).

Por fim, a terceira etapa desenvolvida por Souza (1999) é a capacitação técnica. Esta atua para a manutenção e o fortalecimento da organização social que, por vezes, pode desarticular-se. A capacitação funciona, assim, como uma estratégia de sustentabilidade na qual os sujeitos ampliam sua articulação coletiva para outros âmbitos, buscando novas formas de intervenção social. Logo, “a capacitação é um processo em que as experiências realizadas servem de base para a implementação das novas” (SOUZA, 1999, p.95), em um movimento recursivo de gerenciamento e avaliação de suas práticas sociais.

Neste sentido, o processo de mobilização também contempla, no nosso entendimento, o reconhecimento dos atores sociais como portadores do *clinamen* (B. SANTOS, 2009), ou seja, de uma capacidade de sair do estado de inércia para ter o poder da ação, na perspectiva de uma comunicação mobilizadora e comunitária. A mobilização social, como um processo que “está diretamente ligado com a possibilidade de incluir os sujeitos em suas principais questões, e de criar mecanismos que propiciem a participação dos mesmos” (MAFRA, 2007, p. 4) pode ser considerada como componente que abarca o processo educativo da participação.

Dessa forma, observa-se que, para que se instaure a participação dos sujeitos em processos de mobilização social, esta ocorre por vias comunicacionais, ao passo que participar implica o estabelecimento de uma relação. Essa relação, comunicativa e emancipatória, leva ao recorte conceitual que se depreende do conceito de mobilização social: trata-se de “um processo político, essencial numa sociedade democrática” (MAFRA, 2010, p. 107).

Portanto, a comunicação mobilizadora pode ser compreendida como uma experiência e uma convivência entre sujeitos que visa, prioritariamente, a alocar esforços, atitudes, comportamentos em busca de uma produtividade (TORO; WERNECK, 2004) do ponto de vista social, cultural e político. A comunicação para a mobilização social congrega, assim, as dimensões dialógica, libertadora e educativa (HENRIQUES, 2004), visto que convoca os discursos e a linguagem comum para despertar a consciência crítica que liberta o indivíduo de uma visão de mundo estreita e redutora. Coloca-o, pois, sob um novo paradigma, no qual a mobilização como fenômeno comunicacional provoca uma desconstrução do mundo e das

relações sociais em uma dimensão educativa que se propõe a um novo pensamento (complexo) sobre o mundo, as relações e a mídia.

Diante disso, propõem-se como etapas do processo de mobilização social, com base em Toro; Werneck (2004) e Souza (1999): a conscientização; a formulação de um imaginário coletivo; a organização social; os atores no processo; o campo de atuação; a capacitação contínua; a coletivização; e a avaliação/acompanhamento.

Para a realização dessas etapas, identificam-se estratégias de mobilização social, que, segundo Henriques (2004, p. 22), dependem das funções desempenhadas pela comunicação, uma vez que, sem comunicação, não há mobilização. As funções da comunicação são: difundir informações; promover a coletivização; registrar a memória do projeto de mobilização; fornecer elementos de identificação com a causa e com o projeto; e gerar reconhecimento (HENRIQUES, 2004).

Em síntese, o processo de democratização da comunicação que se intenta compreender é inserido na dialética entre globalização hegemônica e contra-hegemônica, sob uma perspectiva complexa que, por conseguinte, não admite uma visão fragmentada ou dualista da realidade social. Logo, o processo de democratização da comunicação representa novas epistemologias para reconhecer a diversidade de conhecimentos que cada sujeito possui, formatando a ecologia dos saberes e conduzindo à emancipação social.

O processo de democratização da comunicação vai se delineando, neste sentido, na transposição da condição de indivíduo, passando pela constituição do sujeito e chegando ao ator social. É por meio desse processo que os sujeitos, ao tomarem conhecimento de seus direitos e do outro como ser de direitos, reconhecem a importância do direito à comunicação. A democratização da comunicação, enquanto exercício do direito à comunicação, requer a mobilização dos atores envolvidos, em que se vê a constituição de estratégias comunicacionais como uma etapa fundamental para o desenvolvimento e a perenidade de projetos de comunicação comunitária.

## **2. A COMUNIDADE, O COMUNITÁRIO E A REGULAMENTAÇÃO: possibilidades e limitações**

Definidas as bases contextuais e teóricas deste trabalho, parte-se para a compreensão dos conceitos de comunidade, comunicação comunitária e rádios comunitárias. Esse percurso inicia com a reflexão sobre o conceito de comunidade, a partir de autores como Tönnies (*apud* MIRANDA, 1995), Buber (1987), Bauman (2003), Goldsmith (1999), Paiva (2003; 2010) e Peruzzo (2008), apontando suas aproximações e distanciamentos. A fim de aprofundar esse conceito, é tecida uma compreensão sobre a comunicação comunitária, apresentando suas especificidades, com base em Peruzzo (1998a; 2008), Nunes (2004) e Downing (2002). Chega-se, então, às rádios comunitárias, passando pelo seu contexto de surgimento, com as rádios livres no Brasil, também com os aportes de Peruzzo (1998a; 1998b; 2010). E, ao final, discutem-se aspectos da lei 9.612 (e da portaria nº 197, de 1º de julho de 2013) que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária, com os aportes de Lopes (2005), Leal (2007) e Luz (2011).

### **2.1. Como pensar a comunidade na contemporaneidade**

O conceito de comunidade vem passando por reformulações e releituras que o inscrevem em diferentes espaços contextuais. As transformações nas formas de conceber o espaço no qual vivemos (espaço como território, espaço como ambiência digital), os avanços nas telecomunicações e nos transportes (caracterizados, principalmente, pela intensa mobilidade humana e informacional) têm suscitado novos arranjos conceituais. Diante disso, como interpretar o conceito de comunidade e sua relação com a comunicação comunitária? Como interferem e operacionalizam-se na vida dos sujeitos que vivem (se vivem) em comunidade?

Para Bauman (2003), as comunidades desfacelaram-se nas promessas de segurança, união e entendimento comum devido aos imperativos da modernidade (conceituada como “modernidade líquida” por ele). A instantaneidade e a maleabilidade dos processos advindos dos avanços na informática e nos transportes repercutiram nas relações sociais. A partir disso, o autor decreta a morte da comunidade e aciona o conceito de identidade.

De maneira oposta, apresenta-se o pensamento de Buber (1987), que parte do argumento inicial de que o homem é um ser originário de Deus que anseia pelo seu

desenvolvimento: todo homem que nasce possui a mesma possibilidade de realização para esse desenvolvimento.

Segundo Buber (1987, p. 45), “o elemento materno do vínculo total é a terra; a forma originária de sua atuação é o trabalho; a forma espiritual de sua atuação é a ajuda; sua fala, o espírito; sua construção a comunidade”. A terra, o trabalho, a ajuda e o espírito relacionam-se na constituição da comunidade para o desenvolvimento inter-humano. Também se constituem diferentes tipos de comunidade que se formam a partir dessas dimensões e respectivos interesses. A comum união em torno da unidade da terra constitui a comunidade ligada ao território, ao solo coletivo. Quando os indivíduos unem-se por objetivos profissionais, forma-se uma comunidade de cooperação no trabalho. A educação mútua é resultante da união em prol da ajuda e a fraternidade é a união de espírito. Essas formações comunitárias podem ou não existir separadamente, como também sobrepor-se ou articular-se (BUBER, 1987).

Um dos pontos convergentes entre Buber (1987) e Bauman (2003) revela-se no questionamento a respeito do declínio da comunidade e o que isso representa. De acordo com Buber (1987), o declínio da comunidade ocorreria devido à atuação do Estado que transformou, de modo corrosivo, as relações sociais. As relações burocráticas estatais estender-se-iam como prótese até as relações comunitárias, convertendo-se em instituições e não em vínculos cooperados e solidários. Mesmo com seu declínio, pergunta Buber (1987, p. 52), seria “possível um retorno a ela?”.

Dessa maneira, a relação entre Estado e comunidade é vista por Buber (1987) como uma articulação dinâmica. O Estado é, segundo ele, onde se vive, um espaço concreto em que se dão as condições desfavoráveis à realização de uma comunidade, visto que é ele quem determina e regula a constituição da comunidade, colocando-a em uma condição realizável. No confronto de relações de poder estabelecido entre Estado e comunidade, percebe-se que o primeiro é centralizador e o segundo é marcado pela coletivização, pela construção mútua do próprio desenvolvimento, pela aceitação e pela horizontalidade das relações baseadas no viver em comum.

Para Bauman (2003), dentre as transformações que marcaram o fim da vida em comunidade está a instabilidade, o desenraizamento e a prevalência do global sobre o local. Segundo o autor, a “emancipação de alguns exigia a supressão de outros” (BAUMAN, 2003, p. 30). A Revolução Industrial significou uma transformação da ordem social, política, econômica e cultural na medida em que inseriu não somente a relação homem-máquina no ambiente de trabalho, mas, sobretudo, porque trouxe mudanças estruturais nas formas de relacionamento entre os sujeitos.

A nova lógica de produção da Revolução Industrial introduziu, igualmente, uma nova cultura em que o modo de relacionar-se tornou-se mais impessoal, solitário e instrumentalizado. Isso implicou, também, alterações nas relações de poder, tendo como produto uma relação econômica – agora, industrializada – entre os que produzem, os que distribuem e os que consomem. Essa é uma das pistas ou tendências que Bauman (2003) dá sobre a perda (ou parte dela) do sentido de vida comunitário. Diz ele que

o problema não era tanto levar os que não gostavam de trabalhar a habituar-se com o trabalho (ninguém precisava ensinar às futuras mãos da fábrica que a vida significava uma sentença de trabalho duro), mas como torná-los aptos a trabalhar num ambiente novo em folha, pouco familiar e repressivo (BAUMAN, 2003, p. 30).

O processo de produção na fábrica restringia o contato interpessoal, a proximidade e a formação de laços sociais no ambiente de trabalho. Acentuava-se a individualização, reflexo da divisão de trabalho nesses ambientes. A produção em larga escala provoca a perda da noção da totalidade do processo que, anteriormente, era produzido coletivamente. Os indivíduos são submetidos a rígidas regras de menor tempo, mais agilidade e bom desempenho no desenvolvimento de suas atividades. Individualizados, mecanizados, atomizados, instrumentalizados passam a ser os indivíduos, já que imersos no processo de reificação, mencionado por Marcuse (1973).

Da forma como são colocadas essas transformações por Bauman (2003), pode-se compará-las à luz do conceito de comunidade e, então, entendê-las como o inverso do processo comunitário, marcado pela humanização e interação entre os indivíduos. Para Bauman (2003, p.31 – grifos do autor), o ser comunitário tornar-se-ia parte de uma massa, em que

[a] ‘ética do trabalho’ do início da era industrial foi uma tentativa desesperada de reconstruir, no ambiente frio e impessoal da fábrica, através do regime de comando, vigilância e punição, a mesma habilidade no trabalho que na densa rede de interação comunitária era alcançada de modo ‘natural’ pelos artesãos e outros trabalhadores.

É uma comunidade que se retrai em torno da identidade comum dos indivíduos que a compõem. Nesse tipo de comunidade, não há espaço para o novo ou para o diferente. Relacionam-se indivíduos com os mesmos padrões de pensamento pelos quais se identificam mutuamente. O compromisso findado nessa comunidade pode começar ou terminar a qualquer momento – suas relações são episódicas, transitórias.

Bauman (2003), referindo-se a Kant, fala da comunidade estética que alimenta a indústria do entretenimento. Fazer parte dessa comunidade – através da mídia – é um alento para aqueles que se sentem à margem do pertencimento. Bauman (2003, p. 64 – grifos do autor) corrobora essa afirmação dizendo:

mas o que os espectadores que se deleitam com as confissões das celebridades recebem como primeira recompensa é a sensação de fazer parte: o que lhes é prometido todo dia ('a quase qualquer momento') é uma comunidade de solitários. Ao ouvir as histórias de infância infeliz, surtos de depressão e casamentos desfeitos ficam seguros de que viver em solidão significa estar em boa (e muito célebre) companhia e de que enfrentá-la por conta própria é o que os torna membros de uma comunidade.

Os ídolos representam a fonte de identificação dessa comunidade. Eles propiciam a experiência de pertencer a uma comunidade, mas sem, na verdade, sê-lo. São tão voláteis e consumíveis quanto os laços descompromissados que se formam em uma comunidade estética. Para Bauman (2003), as comunidades estéticas formam-se por qualquer interesse em comum. A existência de comunidades pode ser comprometida pela competitividade e pelos laços fracos e temporários entre os indivíduos que remetem a um processo de desengajamento e de individualização.

Retornando à concepção clássica sobre o conceito, o pensamento de Tönnies, citado por Miranda (1995), apresenta traços marcantes de uma comunidade que busca as raízes do conceito nas diferentes formas de sociabilidade. Estas podem estabelecer-se entre os indivíduos por relações de parentesco, vizinhança ou amizade.

Ferdinand Tönnies, na obra *Gemeinschaft und Gesellschaft*<sup>10</sup>, procura fazer a distinção entre o que vem a ser uma comunidade e uma sociedade. Comunidade especifica uma relação de espontaneidade, intimidade e proximidade; enquanto sociedade reporta-se a um mundo abstrato, no qual nos inserimos de maneira involuntária, mas do qual fazemos parte. Menciona Tönnies que “pode-se, em certa medida, compreender a comunidade como um organismo vivo, e a sociedade como um agregado mecânico e artificial” (*apud* MIRANDA, 1995, p. 232).

Uma releitura dessa compreensão de comunidade é feita por Paiva (2007) ao desenvolver o conceito de comunidade gerativa. Esse conceito resgata a vinculação social por meio da proximidade territorial dos sujeitos, a preocupação com o patrimônio cultural e a busca pela sociabilidade. A comunidade gerativa é, então, conceituada como

---

<sup>10</sup> Comunidade e sociedade (tradução nossa).

[...] o conjunto de ações (norteadas pelo propósito do bem comum) passíveis de serem executadas por um grupo e/ou conjunto de cidadãos. A proposição parte da evidência de que o horizonte que caracteriza a sociedade contemporânea – a falência da “política de projetos”, a descentralização do poder, a forte tônica individualista e cosmopolita, além da excessiva presença da violência nas relações sociais - **produz a busca de alternativas** (PAIVA, 2003, p.5 – grifo nosso).

A comunidade gerativa é um conceito que sugere que uma coletividade mobilize-se para atuar de forma conjunta em relação aos seus interesses comuns. Surge, segundo Paiva; Custódio; Malerba (2013), pela busca de alternativas frente à globalização hegemônica (B. SANTOS, 2005), ao fracasso do Estado na implementação de políticas públicas e ao fortalecimento do modelo neoliberal.

Desse modo, a comunidade gerativa é contraposta ao contexto de burocratização da sociedade, da política mercantil e do atomismo social no qual se buscam novas formas de sociabilidade e o resgate de valores de cooperação e solidariedade. “Ou seja, aquela experiência capaz de tirar sujeitos do torpor e inseri-los em práticas capazes de fazer frente ao esfacelamento do social” (PAIVA; CUSTÓDIO; MALERBA, 2013, p. 6). Torna-se gerativa ao produzir transformações sociais na realidade local dos sujeitos, gerando novas sociabilidades e desenvolvimento comunitário (PAIVA, 2003; 2010). As mídias comunitárias, tal como o rádio, são potenciais *lócus* de fomentação de comunidades gerativas. Organizam-se, desenvolvem-se e, principalmente, mobilizam-se para promover a emancipação social dos sujeitos da comunidade.

Para Amaral Filho (2009), a comunidade é compreendida como relações de pertencimento, espaços fluidos e atuantes, tanto físicos quanto simbólicos. Para além dessas definições, o autor faz críticas às formas como se constituem as comunidades. Segundo ele, “toda denominação de comunidade é uma generalização e, por isso, também um reducionismo” (AMARAL FILHO, 2009, p. 254). E complementa:

O que parece ser um fator característico de determinado grupo comunitário torna-se particularmente perigoso quando grupos socialmente desfavorecidos, subalternizados, aceitam a carapuça conceitual de ‘minorias’ ou de ‘excluído’ e não se atêm a consciente armadilha social que os quer atrás de fronteiras discerníveis para ‘os de fora’ e, desta maneira, mais efetivamente controláveis (AMARAL FILHO, 2009, p. 254).

Nessa perspectiva, a generalização das comunidades produz o apagamento de suas particularidades. Caracterizar as comunidades como constituídas por minorias é, no nosso entendimento, uma estratégia de exclusão da comunidade em relação ao todo social. É uma

manobra para mantê-las, como diz Amaral Filho, dentro de seus limites. Um exemplo é o alcance das rádios comunitárias permitido pela lei 9.612, cujo alcance é de apenas 1(um) km.

Há uma vertente de interpretação das comunidades denominada pelo autor (p. 256-257) de essencializante. Essa vertente resulta em dois posicionamentos excludentes: no “sentido político-cultural”, quando as comunidades contribuem para a cultura nacional, mas é como se não fizessem parte dela. A comunidade, desse ponto de vista, é uma peça que pode ser encaixada ou retirada de um contexto que, na verdade, faz parte da construção sociocultural. O segundo posicionamento vê as comunidades como “espaços intocáveis”, constantes e imutáveis para que sejam conservados seus traços culturais.

A crítica fundamental de Amaral Filho reside na dialógica das particularidades pulverizadas na padronização de uma determinada comunidade. A ausência de entendimento do Outro como um ser sócio-histórico produzido por relações de poder reforça esse aniquilamento da comunidade e os estereótipos construídos sobre ela.

Já no contexto da sociedade global, inclui-se o conceito de Goldsmith (1999) – *comunidade de escolhas* – para designar um novo tipo de sociabilidade. Ao falar dessa sociedade, o autor apresenta seus benefícios e seus aspectos desfavoráveis, demonstrando, assim como fez Boaventura Santos (2005) em relação às globalizações, que o futuro da comunidade dependerá mais do modo como encaramos os desafios que se colocam do que as transformações que se apresentam na sociedade global.

A comunicação, o comércio e a cultura globais serão determinados pelas práticas sociais, pelas formas de relacionar-se, pelos modos de produção e pela construção simbólica que permeia esses processos. Por isso, Goldsmith (1999, p. 136) elenca como desafios: superar a condição solitária representada pela comunicação mediada, reconhecer as diversidades entre as diferentes culturas e criar laços e valores de cooperação que permaneçam frente ao mundo de sensações precíveis de nosso tempo.

Esses desafios afetam a concepção de comunidade ao passo que se considerava a formação de comunidades por obrigação, definidas pelo território, relações de trabalho, religião e classe que moldavam a identidade dos sujeitos; e hoje, as comunidades do futuro serão, segundo Goldsmith (1999, p. 141), *comunidades de escolha*. Ainda de acordo com o autor, essa transição das comunidades de obrigação para as de escolha origina algumas categorias, como as comunidades geográficas, religiosas, culturais, organizativas, de serviços voluntários e de interesse.

A redefinição do conceito de comunidade relaciona-se à apropriação das relações sociais em conformidade com as escolhas de cada um, cujos laços que se estabelecem nas

relações comunitárias são tão volúveis quanto os interesses que os envolvem. A formação de relações superficiais, baseadas no interesse, reflete o contexto das tecnologias digitais que permitem a comunicação instantânea e nos colocam em contato com diferentes culturas ao redor do mundo. É possível conectar-se com múltiplas identidades, aproximar-se e afastar-se, de acordo com os benefícios que essas relações proporcionam.

Diante das transformações advindas da intersecção entre o local e o global, Castells (2008) apresenta o retorno ao local como uma estratégia das comunidades contra as incertezas e as inseguranças causadas pela volatilidade das relações sociais. Para Castells (2008, p.80), diante da “luta contra a exploração econômica, a dominação cultural e a repressão política, não restou outra alternativa ao povo senão render-se ou reagir com base na fonte mais imediata de auto-reconhecimento e organização autônoma: seu próprio território”.

Por isso, vê-se, em Castells (2008, p.80), subsídios para pensar uma comunidade “contra a imprevisibilidade do desconhecido e do incontrolável” que busca, no comunitário, o engajamento como estratégia para lutar por melhores condições de vida em busca de uma sociedade mais justa e democrática.

Neste sentido, a vinculação com o território ainda é um elemento fundamental para a constituição das comunidades, ainda que se reconheça a existência de espaços virtuais para tal. Segundo Peruzzo (2008), o caráter utópico de comunidade, como visto em Buber e Tönnies, anunciaria a dissolução do conceito que já não se encaixaria nos novos contextos da ambiência digital.

Neste aspecto, com uma proposição atualizada de comunidade, que mescla características da evolução do conceito com elementos contemporâneos, Peruzzo (2008, p. 377) afirma que ainda há traços do conceito ideal de comunidade, como o pertencimento, os interesses em comum, a reciprocidade e a participação. Entretanto, as relações sociais não são mais ancoradas somente pela base territorial, uma vez que podem, também, estarem atreladas ao espaço virtual das novas tecnologias.

Logo, para a autora, a comunidade “se funda em identidades, ação conjugada, reciprocidade de interesses, cooperação, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros” (PERUZZO, 2008, p. 377). Neste sentido, é uma comunidade constituída na consistência de seus laços e nos interesses de seus membros, que buscam gerar, na conjuntura da comunicação comunitária, o envolvimento e a mobilização necessários para o desenvolvimento social.

Assim, pelos apontamentos conceituais sobre comunidade realizados, percebe-se seu caráter mutável diante das transformações sociais que os acompanham. Se as concepções

ideais do conceito, teorizadas por Tönnies e Buber, resgatavam a vontade comum e natural nas relações comunitárias, Bauman, Goldsmith e Castells introduzem uma comunidade baseada nos interesses em comum, cujas bases encontram-se nas novas sociabilidades formatadas pela sociedade global. A concepção de comunidade desses autores configurar-se-ia mais pelas escolhas e interesses individuais do que pela coletividade.

Porém, o conceito contemporâneo de comunidade é, no nosso entendimento, resultado da combinação de elementos clássicos e atuais, como elaborado por Paiva (2003; 2007) e Peruzzo (2008). Por meio desses conceitos, as autoras não extinguem a importância da base territorial; afinal, é a partir dela que podem constituir-se laços de proximidade e de comprometimento entre os sujeitos a fim de gerar mobilização, envolvimento, solidariedade e, assim, suscitar novos projetos de comunicação comunitária.

## **2.2. O conceito de comunicação comunitária**

Sem desconsiderar as definições atribuídas à comunicação popular ou à comunicação alternativa, opta-se pelo aprofundamento do conceito de comunicação comunitária por aproximar-se dos princípios que regem a regulamentação das rádios comunitárias, na lei 9.612. Sendo assim, a comunicação comunitária

se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter – preferencialmente – propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob controle de associações comunitárias, movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos (PERUZZO, 2008, p. 375).

Entende-se que a comunicação comunitária pode incluir as práticas comunicacionais populares e/ou alternativas, adquirindo um caráter que, para as mídias comunitárias, envolve, em sua essência, o escopo pela democratização da comunicação. Para a realização da comunicação comunitária não basta, segundo Peruzzo (2008, p. 377), o vínculo de proximidade entre os sujeitos a fim de produzir uma comunicação local que partilhe de uma identidade comum. Uma comunicação comunitária precisa criar mecanismos para romper com os padrões mercadológicos da grande mídia; caso contrário, cria-se um modelo de mídia não comunitário.

Procurando reproduzir a programação das emissoras comerciais, apresentando uma composição comunitária artificial, reunindo associações comunitárias forjadas em sua maioria pela ação de cabos eleitorais, essas emissoras chamadas indevidamente de ‘comunitárias’ apropriam-se do espaço comunitário, privatizando a dimensão pública do que seria um espaço coletivo de articulação, de organização e de conscientização políticas das comunidades que não dispõem de instrumentos de comunicação próprios (NUNES, 2004, p. 68 – grifos da autora).

Essa concepção de comunicação comunitária dialoga com o conceito de mídia radical de John Downing (2002). Segundo o autor, a mídia radical alternativa é parte estruturante de uma comunicação democrática e suas funções fazem dela uma mídia que atua como agente do poder de desenvolvimento dos sujeitos. As funcionalidades da mídia radical são (DOWNING, 2002, p. 81):

1. Permitir a ampliação, a reflexão e o compartilhamento de informações para além da mídia tradicional;
2. Permitir a pluralidade participativa dos segmentos minoritários da população dando margem para a expressão de temas e ideias que, de maneira geral, não entram em pauta na mídia tradicional;
3. Abrir espaço para autogerir-se de forma horizontalizada, coletiva e plural visando a atender, em primeiro lugar, as demandas de interesse público. Possui, portanto, um potencial de organização interna democrática;
4. Contribuir com a informação dos cidadãos, interferindo no desenvolvimento cultural.

Na articulação dessas atribuições, enfatiza-se não somente o impacto da mídia radical alternativa na sociedade. Mas, sobretudo, o impacto causado no cotidiano, nas formas de reconhecimento de si e do outro, nas relações sociais e na descoberta do potencial emancipatório e comunicacional que os sujeitos podem adquirir quando envolvidos nas e com as mídias radicais alternativas.

[...] apesar de imperfeita, imensamente variada e não necessariamente de oposição, muito dessa mídia [radical e alternativa] contribui de fato, em diferentes graus, para essa missão [como estrutura de comunicação democrática], de forma mais verdadeira que a mídia estabelecida e de maneiras muitas vezes surpreendentes, levando-se em conta sua excepcional escassez de recursos (DOWNING, 2002, p. 79).

Para complementar o entendimento sobre a comunicação comunitária, busca-se o apoio de Peruzzo (1998a) ao sugerir níveis de participação baseados nas experiências latino-americanas estudadas pela autora. Segundo Peruzzo, os níveis de participação podem acontecer em: nível das mensagens; nível da produção de mensagens, materiais e programas; nível do planejamento dos meios; e nível da gestão dos meios (PERUZZO, 1998a).

O nível das mensagens compreende uma participação parcial no processo de comunicação comunitária no sentido de que os sujeitos não participam da produção dos conteúdos. São participações dos sujeitos em entrevistas, sugestões de pauta/músicas, reclamações, denúncias, instituindo uma relação de mão única com a mídia comunitária.

O nível de produção de mensagens, materiais e programas é relacionado à dimensão sócio-técnica das rádios comunitárias. É neste nível que se torna importante o desenvolvimento das capacidades técnicas dos sujeitos para a produção dos conteúdos radiofônicos. Pela ausência de conhecimento sobre as técnicas radiofônicas de produção, os processos de produção da mídia hegemônica<sup>11</sup> permanecem, muitas vezes, como a única referência ou modelo para guiar as práticas desenvolvidas nas mídias comunitárias. O reflexo dessa apropriação técnica apresenta-se na gestão inapropriada das emissoras<sup>12</sup> que, mesmo intituladas comunitárias, reproduzem os mesmos conteúdos da mídia comercial. De acordo com Peruzzo (1998a), esse nível envolve as etapas de produção sistemática dos conteúdos, preparação, elaboração e edição.

O nível de planejamento dos meios envolve, principalmente, o debate e a tomada de decisão acerca do desenvolvimento das políticas de comunicação comunitárias que serão adotadas. Define-se a política editorial, os objetivos e a formatação dos programas, a sustentabilidade financeira, as formas de articulação com a comunidade, a linguagem a ser empregada, os conteúdos a serem abordados, o tipo e o gênero dos programas.

O nível da gestão dos meios está relacionado aos processos de negociação e deliberação nos demais níveis apresentados anteriormente: o gerenciamento das mensagens e de sua produção, o planejamento dos conteúdos e do veículo como um todo. Peruzzo (1998a) afirma que o sujeito pode participar da rádio apenas como ouvinte, leitor ou espectador como também pode tomar a frente no desenvolvimento da comunicação comunitária como um sujeito atuante na gestão da emissora. Esse processo compreende a gestão compartilhada, plural e democrática, na qual se imprimem os conceitos de empoderamento<sup>13</sup> e

---

<sup>11</sup>Carpentier, Lie e Servaes (2001) nomeiam de *mainstream* ou grande mídia/mídia hegemônica aquela que produz em larga escala, tem como foco principal a comercialização de propaganda e pode ser privada ou estatal. Sua estrutura é hierárquica e obedece às lógicas de manutenção do *status quo* da racionalidade instrumental do modo de produção capitalista. Seu discurso dominante representa a voz uníssona do monopólio midiático brasileiro.

<sup>12</sup>A apropriação realizada pelos sujeitos nas rádios comunitárias não se restringe apenas à sua dimensão técnica. Há outros fatores que interferem nesse processo, como os objetivos individuais e os anseios coletivos que moveram à comunidade a possuir um veículo de comunicação comunitário (podem ser fins de cunho político-partidário, de interesse público, religioso, entre outros).

<sup>13</sup>Empoderamento (do inglês, *empowerment*), é conceituado por Peruzzo (2008, p. 376) como a “participação popular ativa com poder de controle e de decisão nos processos sociais (políticas públicas relacionadas à

corresponsabilidade. Todos esses níveis de participação encontram-se na figura 3 como forma de ilustrar o grau de participação dos sujeitos nos meios de comunicação comunitários. Sendo assim, há um menor envolvimento no nível das mensagens e, gradativamente, um maior envolvimento na gestão dos meios<sup>14</sup>.

**Figura 3** - Níveis de participação



FONTE: Peruzzo (1998a), elaborado pelas autoras

Além disso, importa considerar e reelaborar uma estrutura de comunicação comunitária, como já proposto por Paiva (2010), na qual as mídias comunitárias, em processos de mobilização social, constroem uma teia de relações, interações e subjetividades que põem em evidência as potencialidades dos sujeitos, a exemplo da apropriação das ondas do rádio como espaço comunicacional. Diante disso, recorreremos, de modo sintético, às limitações e possibilidades que se apresentam aos sujeitos nas rádios comunitárias, sendo:

**Limitações:** abrangência reduzida; inadequação dos meios; uso restrito dos veículos; pouca variedade; falta de competência técnica; conteúdo mal explorado; instrumentalização; carência de recursos financeiros; uso emergencial; ingerências políticas; participação desigual (PERUZZO, 1998, p. 149-154).

**Possibilidades:** diversificação dos instrumentos; apropriação de meios e técnicas; conquista de espaços; conteúdo crítico; autonomia institucional; articulação da cultura; reelaboração de valores; formação das identidades; mentalidade de serviço; preservação da memória; democratização dos meios; conquista da cidadania (PERUZZO, 1998, p. 155-158).

---

educação, saúde, Comunicação, transporte, questões de gênero, geração de renda), e como tal, também a apropriação de meios de comunicação”.

<sup>14</sup> Não se pretende julgar a participação dos sujeitos a partir desta classificação, definindo-os como mais/menos participativos e envolvidos com o veículo comunitário. Nosso objetivo é operacionalizar a participação a partir dos níveis propostos por Peruzzo (1998a) para melhor compreendê-la.

Perante os entendimentos apresentados acerca dos conceitos de comunidade e comunicação comunitária, realiza-se um recorte conceitual cujo foco está lançado sobre o surgimento das rádios livres e, posteriormente, das rádios comunitárias.

### **2.3. Das rádios livres às rádios comunitárias**

Desde a década de 1920, o rádio vem se popularizando como um veículo que, por suas características, conquistou, ao longo do tempo, um amplo público de ouvintes. Hoje, são 93 anos de existência do rádio no Brasil, ancorados por inúmeras experiências que o levaram de um meio técnico de transmissão de informações a seu uso participativo.

A apropriação das ondas radiofônicas no Brasil foi perpassada por aspectos histórico-políticos que influenciaram a atual configuração das rádios comunitárias. Inicialmente, as rádios livres, emissoras criadas no período antidemocrático da ditadura militar, não tinham autorização do governo para operar e, por isso, eram chamadas de clandestinas, piratas ou ilegais (PERUZZO, 1998b). O momento de intensa repressão da liberdade de expressão, de negação dos direitos fundamentais do indivíduo, de privação do acesso aos meios de comunicação foi compondo um quadro de insatisfação no que tange ao direito à comunicação.

A política de comunicação brasileira, àquela época, já era caracterizada pela concentração de propriedade tal como conhecemos hoje. Grandes empresas comandavam o setor, política e ideologicamente, demarcando as fronteiras de conteúdo que seriam transmitidos e influenciando a construção de subjetividades, valores, comportamentos, padrões de consumo. Apesar da chegada da televisão, o rádio ainda era um veículo de suma importância, acessível a maior parte da população brasileira, com pouco poder aquisitivo e alto índice de analfabetismo. Esses elementos justapunham-se ao baixo custo do receptor, além da oralidade, peculiaridade desse meio.

Foi nesse contexto que, na década de 1970, surgiram as primeiras rádios livres no Brasil, por iniciativa da Rádio Paranóica, localizada no Espírito Santo (PERUZZO, 1998b). Criada por dois jovens, essa rádio tinha os anseios de comunicar livremente, sem as amarras dos “donos da mídia” ou do governo militar. As experiências de rádios livres foram uma forma de reinventar o rádio para experimentá-lo em contextos diferentes do uso comercial e criar uma modalidade que estivesse de acordo com os princípios da democracia.

Neste mesmo sentido, de acordo com Cunha (2005), surgiu na Itália, no ano de 1975, o movimento das rádios livres, no qual se destacou a Rádio Alice. Essa rádio é, para a época,

um importante instrumento de força política em que se disseminavam informações sobre as mobilizações, manifestações e repressões daqueles que não tinham a oportunidade de fazê-lo em outros espaços.

Com a abertura democrática no Brasil, após intensa mobilização do povo e do movimento Diretas Já, as rádios livres foram se materializando em inúmeras experiências. Dessas iniciativas, emergem as rádios comunitárias que, para Peruzzo (1998b, p. 2), surgiram, no Brasil, no ano de 1995, “no formato de rádios livres”. Nasceram das “experiências de rádios populares de alto-falantes, também conhecidas como rádio-poste, cujo apogeu ocorreu nos anos 80, no Brasil” (PERUZZO, 1998b, p.5).

[...] suas práticas iniciaram no contexto das ações dos movimentos sociais, das associações comunitárias e de setores progressistas de igrejas cristãs num processo de busca de soluções aos graves problemas sociais existentes e de **mobilização social** em torno de lutas para se **restabelecer a democracia** após mais de duas décadas da ditadura militar que se instaurou no País em 1964 (PERUZZO, 2010, p.3- grifo nosso).

As rádios livres tornam-se formas de resistência e de protesto que objetivavam a realização de práticas radiofônicas para exercer o direito à comunicação. No entanto, observa-se que essas rádios não tinham propósitos transformadores, norteados por um ideal democrático que pudesse gerar mudanças significativas na sociedade (PERUZZO, 1998a, p. 245), mas “contribuíram para o debate sobre a estrutura dos meios de comunicação no Brasil”.

Diferentes intencionalidades perpassam as rádios livres que, sem autorização legal para funcionar, acabavam tendo seus equipamentos lacrados, ocasionando o fechamento das emissoras. Isso demonstra, conforme Peruzzo (1998b), as incoerências entre a Lei 4.117/1962 e o Decreto-lei 236/1967 com o artigo 5º da Constituição de 1988, em que o primeiro reprime a existência de meios de comunicação sem autorização, e o segundo garante o direito à liberdade de expressão.

Posteriormente, em 1995, as rádios livres comunitárias surgem, durante o I Encontro Nacional de Rádio Livres Comunitárias, para ampliar os espaços de participação dos atores sociais na mídia brasileira, historicamente dominada por monopólios de empresas de comunicação (PERUZZO, 1998a, p. 252).

A proliferação atual de emissoras comunitárias **é o resultado de um processo de mobilização social** pela regulamentação da radiodifusão de baixa potência, cujo marco histórico é o dia 10 de abril de 1995, data em que o Ministro das Comunicações, Sérgio Motta, recebeu, em audiência, um grupo de representantes de

rádios livres e comunitárias. Nessa ocasião ele reconheceu, publicamente, a existência de milhares de emissoras de baixa potência em todo país e assumiu o compromisso de regulamentar seu funcionamento (PERUZZO, 1998b, p.5 – grifo nosso).

Nessa trajetória pelo direito à comunicação, teve (e continua tendo) um importante papel o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, criado a partir das experiências do movimento Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas da Comunicação. A proposta do FNDC é uma iniciativa da sociedade civil para o “controle público das comunicações como uma forma de inserir democracia na mídia” (FNDC, CARTILHA Nº1).

Desde então, o FNDC vem contribuindo nos debates e nas deliberações em prol de políticas públicas de comunicação democráticas, como, em 1988, quando participou da redação da Constituição Federal do Brasil e da criação da lei de TV a cabo, garantindo a obrigatoriedade de seis canais de uso público (PERUZZO, 1998b, p. 5).

Segundo Peruzzo (2010, p.2-3), pode-se diferenciar pelo menos quatro modalidades de rádios comunitárias: as rádios comunitárias legalmente instituídas, as rádios livres comunitárias, as rádios de alto-falante e as rádios virtuais comunitárias. Essas rádios, porém, nem sempre refletem as práticas e os objetivos que carregam suas definições. Muitas rádios comunitárias absorvem os padrões dos meios de comunicação comerciais e perdem seu principal valor: o caráter público que, como tal, deve servir à comunidade atendida, abrindo espaços de participação.

[essas rádios são] apropriadas por indivíduos interessados em tê-las como fonte de renda (uso como negócio comercial), e por outros tipos de articulações, seja político-partidária (para uso político-eleitoral) ou religiosa (usadas para conscientização, promoção social ou até apenas para proselitismo de igrejas, conforme cada caso). Essa situação provoca controvérsias, distorções e incompreensões no segmento comunitário de rádio no país (PERUZZO, 2010, p. 4).

Para diferenciar entre práticas comunitárias e não comunitárias, Peruzzo (1998a) sugere critérios que podem qualificar a atuação das rádios comunitárias no Brasil, como: não possuir fins econômicos, programação comunitária, gestão coletiva, interatividade, valorização da cultura local, compromisso com a cidadania e democratização da comunicação.

Esses parâmetros denotam o caráter público das emissoras comunitárias, com o escopo de servir à comunidade em que se insere, já que é considerado um veículo de baixa potência. Além disso, possuir uma gestão coletiva e uma programação comunitária significa que a rádio

é um espaço de poder compartilhado em que são produzidos conteúdos que destacam os problemas sociais de interesse local.

A produção desses conteúdos deve pautar também a cultura local, privilegiando formas participativas de inserção da população que possam fomentar práticas de educação para a cidadania. Por fim, a democratização da comunicação remete ao empoderamento dos sujeitos que, durante o processo de mobilização social, geram novas formas de aprendizado coletivo pela valorização dos saberes formais e informais, contribuindo para o desenvolvimento progressivo do senso crítico, da desnaturalização das relações de igualdade e diferença, do entendimento dos contextos sociais e suas problemáticas.

Nossa atenção volta-se para as rádios comunitárias legalmente instituídas, categoria na qual se encontra a unidade de análise deste trabalho. À vista disso, na próxima seção, problematiza-se o processo de regulamentação das rádios comunitárias à luz do pensamento de Lopes (2005), Leal (2007), Luz (2011) e as implicações da lei 9.612/98 nesse processo.

### **2.3.1. Rádios comunitárias e legislação: qual o problema?**

A lei 9612/98, que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária, refere-se, de modo geral, à utilização do rádio para a expressão e a comunicação dos sujeitos e é denominada comunitária devido a algumas características, também expressas pela mesma lei. Cabe, aqui, salientar alguns aspectos a respeito dessa legislação que se considera restritiva por provocar o afunilamento do direito fundamental de “livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença<sup>15</sup>”.

As pesquisas realizadas por Lopes (2005), Leal (2007) e Luz (2011) demonstram a defasagem política e a privatização das ondas hertzianas no denso processo de regulamentação das rádios comunitárias. A lei 9.612 foi, não se pode negar, uma vitória (parcial) para os movimentos e as entidades que estavam (e ainda estão) engajados pela democratização da comunicação, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que lidera a campanha “Para Expressar a Liberdade – Uma nova lei para um novo tempo<sup>16</sup>”, a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), o Conselho Regional de Rádios Comunitárias (CONRAD), entre muitas outras entidades que se

---

<sup>15</sup>Art. 5º da Constituição Federal. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em 12/09/13.

<sup>16</sup> Mais informações sobre a campanha em <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/quem-somos/quem-somos> Acesso em 12/09/13.

aliaram em prol desse objetivo. Luz (2011, p. 59) comenta a respeito da legislação sobre rádios comunitárias:

Eles sabiam, porém, que uma lei aprovada por parlamentares radiodifusores, ou ligados aos grandes grupos de comunicação (portanto, contrários às rádios comunitárias), não seria uma lei justa. Prevaleceu, porém, o argumento de que era melhor ter uma 'lei ruim' do que não ter nada.

Desde que foi aprovada, a lei 9.612 acarreta às rádios comunitárias duas consequências principais: a burocratização e a repressão. Segundo Lopes (2005, p. 83), “são, ao todo, 20 exigências para que se possa apenas iniciar o processo de outorga de radiodifusão comunitária – ou 24, para as entidades situadas na faixa de fronteira”. Deve-se, segundo o autor, realizar o cadastro de demonstração de interesse em implementar uma rádio comunitária para ser avaliado pelo Ministério das Comunicações (MiniCom). Em caso de possibilidade técnica, o MiniCom publica o aviso de habilitação e, a partir daí, inicia-se o processo de outorga.

Após essa etapa, devem ser encaminhados ao MiniCom a documentação exigida e composta por 18 solicitações de documentos diferentes, segundo Lopes (2005, p. 79). Ainda há as fases de habilitação, análise das manifestações de apoio, projeto técnico e a ratificação da concessão<sup>17</sup>. Percebe-se que, conforme Lopes (2005), a maioria dessas etapas sequer é mencionada na legislação e que, além disso, os documentos e comprovações impostos pelo MiniCom contêm uma linguagem rebuscada, dificultando o entendimento e o atendimento dessas exigências pelas comunidades.

Soma-se a isso a morosidade e a interferência político partidária (LUZ, 2011, p. 98) do processo até que se chegue à ratificação da concessão, já que ele passa pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), pelo MiniCom, tramita pela Presidência da República e, somente então, chega ao Congresso Nacional (LOPES, 2005). Notabiliza-se que os prazos (quando há) não são cumpridos pelo poder público<sup>18</sup> para a tramitação do processo (que pode durar anos); por outro lado, as rádios comunitárias devem enviar todos os requisitos dentro do prazo estipulado pelo MiniCom.

Elencam-se, consoante com Lopes (2005), os aspectos que conceituam e os aspectos que desqualificam uma rádio comunitária a partir da experiência da RádioCom FM e, levando

---

<sup>17</sup> O detalhamento de cada uma dessas etapas pode ser encontrado em Lopes (2005).

<sup>18</sup> A portaria nº 197, de 1º de julho de 2013, traz algumas modificações pouco significativas para as rádios comunitárias, apontadas nesta seção.

em conta as alterações da portaria nº 197<sup>19</sup>, de 1º de julho de 2013. Assim sendo, uma rádio comunitária deve ter:

- 1) Entidade: uma rádio comunitária deve instituir-se legalmente como fundação ou como associação, ambas sem fins lucrativos, registrada em cartório.
- 2) Sede: deve possuir uma sede, um espaço físico dentro da região de alcance da rádio, que, com a portaria nº 197, pode, agora, ultrapassar o raio de 1 (um) km de abrangência da emissora.
- 3) Estatuto social: deve elaborar um estatuto que contemple suas disposições legais, como sua constituição, finalidades, associados, patrimônio, gestão, eleições, entre outras, a exemplo do estatuto da RádioCom FM. Esse estatuto deve, após a portaria nº 197, ser registrado em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas.
- 4) Conselho comunitário: deve possuir um conselho comunitário com, pelo menos, cinco membros representantes da comunidade local.
- 5) Política editorial: compreende princípios de desenvolvimento cultural, educativo, político e social da comunidade envolvida. A rádio deve priorizar os assuntos de interesse público e rechaçar dogmatismos religiosos, partidários ou pessoais.
- 6) Programação: deve ser essencialmente plural e representativa, ou seja, atender aos interesses comunitários agregando temáticas que fomentem o diálogo, a discussão e a reflexão acerca dos direitos de cidadania.

Como desqualificações das rádios comunitárias, aponta-se, com base em Lopes (2005, p. 68):

- 1) Proselitismo: significa fazer discriminação a “raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias”, conforme Art. 4º, parágrafo IV, da lei 9.612. A vinculação da emissora a entidades “financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais, implicará o imediato indeferimento do pedido de outorga e o consequente arquivamento do processo”, conforme a portaria nº 197.
- 2) Modulação em frequência (FM): Com a portaria nº 197, “a Anatel poderá atribuir canais diferentes à execução do serviço de radiodifusão comunitária em municípios vizinhos”, caso haja impossibilidade técnica. No entanto, a legislação

---

<sup>19</sup> Fonte disponível em: <http://www.mc.gov.br/radio-e-tv/noticias-radio-e-tv/27263-radios-comunitarias-ganham-novo-prazo-para-renovar-outorgas-vencidas> Acesso em 12/09/13.

estipula apenas um canal para receber o sinal para a transmissão de uma rádio comunitária. Isso quer dizer que pode haver mais de uma rádio comunitária em uma mesma localidade, porém o ouvinte consegue sintonizar apenas uma delas.

- 3) Alcance: as emissoras comunitárias possuem o alcance de 25w de potência, chegando ao raio de 1 (um) km. Recentemente, com a Portaria nº 197/2013, o alcance pode até ultrapassar o raio de 1 (um) km, “a depender de características geográficas e urbanísticas e mantidas as condições técnicas da autorização<sup>20</sup>”.
- 4) Interferência: as rádios comerciais e educativas, segundo Lopes (2005), podem causar interferências às rádios comunitárias, mas as rádios comunitárias operam sem proteção contra interferência de outras rádios. Se elas interferirem no sinal de outras emissoras, o “Poder Concedente determinará a correção da operação e, se a interferência não for eliminada, no prazo estipulado, determinará a interrupção do serviço”, informa a lei 9.612.
- 5) Validade da concessão: o período de renovação de concessões passou de três anos (Decreto 2.615/98) para dez anos (Lei 10.597), podendo ser renovado sucessivamente por igual período (LOPES, 2005, p. 71). O decreto nº 197 estabelece que as emissoras autorizadas que não renovaram seu pedido podem fazê-lo até dia 30 de novembro de 2013. Com essa portaria, o MiniCom passa a conceder a renovação apenas pela análise dos documentos solicitados, deixando de exigir, portanto, o projeto técnico. Porém, adverte que “se a emissora tiver violado as características técnicas que foram autorizadas, ela será sancionada assim que for fiscalizada (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2013<sup>21</sup>)”.
- 6) Apoio cultural: o patrocínio, em forma de apoio cultural, ainda que com a Portaria nº 197 possa “ser realizado por entidades de direito privado e de direito público”, continua sem ter uma definição precisa. Sabe-se que o apoio cultural destina-se, apenas, de acordo com a lei 9.612, ao custeio da programação veiculada, não podendo ser aplicado para a sustentação econômica da rádio. Sem mencionar as taxas de fiscalização (LOPES, 2005, p. 71), de cadastramento no MiniCom e as multas aplicadas pela ANATEL na repressão das rádios comunitárias.

---

<sup>20</sup> Portaria nº 197, de 1º de julho de 2013. Disponível em <http://www.mc.gov.br/legislacao/port-tipo/portarias/portaria-n-197-de-1-de-julho-de-2013> Acesso em 12/09/13.

<sup>21</sup> Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radio-e-tv/noticias-radio-e-tv/27263-radios-comunitarias-ganham-novo-prazo-para-renovar-outorgas-vencidas> Acesso em 12/09/13.

- 7) Formação de redes: as rádios comunitárias estão proibidas de se articularem em rede. Lopes (2005, p. 72) argumenta criticamente que “a legislação prevê uma atuação completamente atomizada das emissoras, e não permite qualquer tipo de interação entre elas – mesmo as que conviverem em uma mesma localidade ou até no mesmo bairro”. Às rádios comunitárias é vetada a formação de redes que poderiam ampliar a atuação cidadã, no sentido de desenvolver determinada localidade.

Percebe-se, diante do exposto, que, do ponto de vista da legislação, as rádios comunitárias sofrem desqualificações, como também a lei pode ser um balizador de sua atuação, no que tange ao desenvolvimento comunitário.

Como podemos observar, a Lei é restritiva. Porém, representa um avanço no sentido de regulamentar um setor da radiodifusão de demanda crescente, tendo em vista a necessidade de mídias comunitárias no **processo de mobilização** em torno da ampliação da cidadania (PERUZZO, 1998b, p.11 – grifo nosso).

Sabe-se que a lei foi forjada e é sustentada por forças políticas para amparar seus interesses privados. Ao analisá-la, percebe-se uma tendência à instrumentalização e à limitação das rádios comunitárias por parte dos grandes grupos de comunicação que monopolizam os meios de comunicação brasileiros. Porém, as rádios comunitárias, de fato, representam, na sua concepção ideal, não apenas um veículo transmissor de informações, mas um elo entre os sujeitos e a sociedade capaz de gerar transformações na realidade que vivenciam.

O Ministério das Comunicações vinha sendo alvo de pressão em prol da regulamentação das rádios de baixa potência por parte das Associações de Rádios Comunitárias e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Existiam vários projetos de leis para regulamentá-las. No entanto, o aprovado na Câmara Federal foi aquele que teve a participação direta da ABERT, o que ajuda a entender o porquê dos limites impostos (PERUZZO, 1998b, p.11-12).

Por outro lado, não se pode deixar de apontar, de forma crítica e contestatória, o quão reducionista pode ser considerada a concepção de rádio comunitária estabelecida legalmente. Algumas rádios comunitárias, mesmo estando em conformidade com a lei, operam para a promoção exclusiva de interesses privados, como comprova o estudo de Lopes (2005), ao concluir que a política de radiodifusão comunitária é uma estratégia de exclusão. Os interesses privados podem ser em favor de determinada religião, partido/ personalidade

política ou, até mesmo, para servir de fonte de renda para aqueles que se intitulam “donos” das rádios comunitárias.

O fator proselitismo, mencionado anteriormente, pode, então, estar associado à falta de fiscalização dos conteúdos produzidos pela rádio, como afirma Leal (2007, p. 211), com base nas considerações do Grupo de Trabalho Interministerial (GTI)<sup>22</sup>. Foi reconhecido a partir desse relatório que “1) rádios **sem autorização podem ser** comunitárias; 2) rádios **com autorização podem não ser** comunitárias” (LUZ, 2011, p. 62 – grifos do autor). A burocratização parece, muitas vezes, estar em um patamar acima dos preceitos que fazem uma rádio comunitária ser designada pelo trabalho que desenvolve junto à comunidade ou pelo elo de mobilização que se constitui entre os atores sociais envolvidos.

Do contrário, pode ocorrer de uma rádio cumprir devidamente os requisitos da lei de radiodifusão comunitária, mas possuir uma programação que não representa o interesse comunitário, no sentido de buscar informar e, principalmente, formar cidadãos.

Ao invés de fundir as manifestações culturais, apagando as diferenças e ressaltando só os pontos comuns, as rádios comunitárias verdadeiramente comprometidas com as causas coletivas, por meio de sua programação, procuram evidenciar a pluralidade de manifestações culturais de grupos indivíduos na projeção de uma segmentação que é sempre resultado da ampla participação popular (NUNES, 2004, p. 74).

Na RádioCom, observa-se que a estruturação da grade de programação, tal como se encontra atualmente, passou por lutas políticas e processos comunicacionais e culturais que demandaram a mobilização dos sujeitos em cada etapa. Analisando apenas a questão da produção dos conteúdos, já se pode notar os desafios, as potencialidades e as conquistas que ela engloba no âmbito da cidadania.

Na escolha dos atores sociais que irão desenvolver os conteúdos são priorizados os movimentos sociais, representantes das minorias excluídas socialmente; e o conteúdo em si, busca, de forma singular, fazer um contraponto aos meios de comunicação comerciais e, portanto, especificando-se, ao menos na produção de conteúdo, como uma rádio fundamentalmente comunitária.

A transmissão por Frequência Modulada<sup>23</sup> (FM) destinada à recepção do sinal no rádio também exclui as rádios comunitárias de tornarem-se parte das comunidades. Primeiro, porque a lei determina uma mesma frequência para todas as rádios comunitárias operarem.

<sup>22</sup> O Grupo de Trabalho Interministerial foi criado para analisar a situação da radiodifusão brasileira.

<sup>23</sup> Ver mais sobre tecnologia radiofônica no capítulo 4, em FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

Com isso, o efeito de captura, uma desvantagem dos receptores FM, recebe apenas os sinais de maior potência e desconsidera os demais. Outro determinante é a produção de aparelhos de rádio que, em sua maioria, são fabricados para receber determinados sinais de frequência que não contemplam o sinal destinado às rádios comunitárias.

Os aparelhos de rádio produzidos para o mercado foram construídos para receber sinais de rádio FM na faixa de 88 a 108 MHz. Como escutar uma rádio que opera abaixo de 88 MHz se o aparelho, em tese (porque alguns, precariamente, captam sinais abaixo), só recebe a partir de 88 MHz? (LUZ, 2011, p. 70).

Esse questionamento faz-se pertinente à medida que, ainda segundo Luz (2011), a lei 9.612, no seu Art. 5º, estabelece que “o Poder Concedente designará, em nível nacional, para utilização do Serviço de Radiodifusão Comunitária, um único e específico canal na faixa de frequência do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada”. No caso de impossibilidade técnica, a ANATEL disponibiliza canais alternativos que, entretanto, estariam na faixa de 87,5 MHz a 87,7 MHz, de acordo com a Resolução 356 (LUZ, 2011, p. 70), impedindo as rádios comunitárias de ocuparem seu espaço no dial.

[...] do ponto de vista tecnológico, ou seja, no espectro radioelétrico brasileiro em frequência modulada [...] cabem mais 100.000 emissoras [comunitárias], pelo sistema analógico. Se considerarmos o sistema digital, de tecnologia já dominada, o número é praticamente ilimitado (COELHO; SILVEIRA, 1995 *apud* Peruzzo, 1998b, p. 12).

A exclusão social e comunicacional das rádios comunitárias ocorre também em relação ao alcance preestabelecido, uma vez que, mesmo com a Portaria 197, não houve grandes avanços ou transformações em benefício das rádios comunitárias. Cabe questionar, aqui, se a dimensão espacial, exclusivamente, define o que é a comunidade de uma rádio comunitária.

Uma comunidade, como apresentado no item 2.1 deste capítulo, pode ser conceituada por diferentes elementos constitutivos que incluem, além do espaço geográfico, o espaço virtual e elementos sócio-culturais em comum. Além do que, esses elementos em comunhão podem ou não fazer parte de um mesmo padrão cultural ou social em um mesmo espaço territorial.

De outro modo e, além disso, pode-se pensar em uma comunidade que compartilhe dos mesmos interesses coletivos e que tenha os mesmos ideais concernentes ao que consideramos o objetivo intrínseco às rádios comunitárias: a democratização da comunicação. Coloca-se em debate, assim como Luz (2011, p. 57), se seria mesmo o termo comunitário o

que designaria o papel e a relevância das rádios comunitárias para as sociedades democráticas.

A defasagem da legislação das rádios comunitárias estende-se, entre outros aspectos, à ausência de proteção contra interferência e à proibição de veiculação de propaganda – exceto no formato de apoio cultural. Ambas dissimulam as intenções de grupos políticos e econômicos que são contrários à atuação das rádios comunitárias ou que as empregam como instrumental para direcionar seus propósitos pessoais/econômico-político-partidários.

A questão do apoio cultural configura um paradoxo: como pode (sobre) viver um meio de comunicação que, sendo sem fins econômicos, tem direito a veicular somente apoio cultural? Esse apoio cultural, vale dizer, tem a finalidade única, segundo a lei 9.612, de custear os programas da rádio. E as empresas – que devem pertencer a área de abrangência da rádio – não podem divulgar preços, promoções ou endereço, ficando restritas à divulgação do contato (telefone ou e-mail) do estabelecimento. Se essa seria uma estratégia para beneficiar o comércio local, por que ficam restritas as formas de divulgação desses estabelecimentos comerciais?

Do ponto de vista da constituição de uma rádio comunitária a partir de uma associação comunitária, esta não deve tornar-se comercial (LOPES, 2005, p. 71); porém, entende-se que cabe ao Estado garantir possibilidades de sustentabilidade para essas rádios, como, por exemplo, mediante editais que contemplassem projetos desenvolvidos pelas rádios comunitárias ou pela criação do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Radiodifusão Comunitária, proposta da I Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM) (PERUZZO, 2010, p. 13).

A interferência causada pelas rádios comunitárias em outras rádios pode acarretar a imediata interrupção das transmissões, como prevê a norma nº 2, de 2004. Do mesmo modo, as rádios comunitárias estão proibidas de se articularem a outras emissoras comunitárias para formar redes. Esses pontos da lei declaram a posição inferior ocupada pelas rádios comunitárias dentro das políticas de comunicação brasileiras e, ao mesmo tempo, refletem a inexistência de políticas públicas que garantam o direito à liberdade de expressão, como firmado no Art. 5º da Constituição; e, mais que isso, o reconhecimento do direito à comunicação como um direito social, como sugere Lopes (2005, p. 54). O que se quer dizer é que o direito à comunicação:

É um direito que fomenta o exercício da cidadania necessário ao exercício pleno do conjunto dos direitos de cidadania e, portanto, um fator decisivo no processo de aprofundamento democrático. Como consequência do raciocínio, o entendimento de

que o acesso à informação é uma porta de acesso a outros direitos: numa sociedade de massas moderna, o acesso à informação jornalística, por parte do cidadão, pode potencialmente vir a consistir num direito que assegura outros direitos, confere condições de igualização de sujeitos e oferece a visibilidade ao poder e ao mundo (GENTILI, 2002, p. 42).

A nossa perspectiva entende que se pode ir além do direito à informação, conquistando também o direito à comunicação. Ou seja, o direito de ser coprodutor de sua realidade, de atuar a partir de seu potencial de transformação para desconstruir o mundo e suas próprias concepções para criar novos conceitos. Expandir o conceito de liberdade de imprensa ou, de modo geral, de liberdade de expressão e de comunicação é, de acordo com Bertrand (1999, p. 57), “satisfazer o direito à informação de cada cidadão. O direito de ser bem informado. E também o direito de informar, quer dizer, ter acesso aos meios de comunicação”.

Neste sentido, percebe-se que há possibilidades de atuação das rádios comunitárias como agente de transformação, tomando, como princípio, os itens supracitados para qualificar as rádios comunitárias. Eles podem, neste processo que antecede a regularização da emissora (na constituição da entidade, do estatuto, da sede, do conselho comunitário, na definição da política editorial e outras etapas), fortalecer seus vínculos de mobilização social, desenvolver a corresponsabilidade, o empoderamento e o amadurecimento acerca do exercício da cidadania.

[...] realiza-se o direito de comunicar ao garantir o acesso aos canais de comunicação. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor – tão presente quando se fala em grande mídia –, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de produtor e difusor de conteúdos (PERUZZO, 2008, p. 376).

Há também o desenvolvimento da autoestima dos sujeitos que, pelo envolvimento com uma causa coletiva e um objetivo comum, fortalecem a democracia e melhoram as condições de vida de sua comunidade. Desenvolve-se um sentimento de coletivização que os faz capazes de transformar, pela sua atuação e contestação social, a realidade em que vivem.

Esse processo é visualizado durante os três anos em que foram realizadas reuniões e assembleias destinadas ao desenvolvimento da proposta da RádioCom e à preparação das documentações e comprovações exigidas pela lei 9.612. Somente após esse período – que durou de 1998 a 2001 – é que a RádioCom encaminhou a documentação e, então, foi ao ar, oficialmente, em 12 de julho de 2001.

Infere-se que, a partir do conceito de mobilização social na perspectiva comunicacional apresentada no capítulo 1, essas etapas estimulam o envolvimento dos atores

sociais ao desenvolver elementos que, coletivamente, formam um contributo para a mobilização social capaz de fomentar práticas de cidadania.

Do ponto de vista da legislação, esses estágios de constituição de uma rádio comunitária precisam ser repensados. A sede da emissora ter que estar dentro do limite de alcance da rádio, podendo ultrapassar o raio de 1 (um) km é uma questão problemática. Como discutimos, uma rádio comunitária, não necessariamente tem que ter um alcance irrelevante para que, assim, atenda a uma comunidade local. Portanto, sua sede, bem como o seu alcance, não deveriam, no nosso entendimento, estarem confinados a 25w de potência.

O conselho comunitário é um dos pontos legais construtivos para as rádios comunitárias, visto que eles são uma forma de acompanhar e avaliar se a programação da rádio está de acordo com os princípios estabelecidos para a programação. Esta, por sua vez, deve possuir uma política editorial que se oriente pelo Art. 4º da lei 9.612:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
- II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
- III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
- IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

Esses princípios é que, a nosso ver, orientam as práticas de uma rádio comunitária e que fundamentam o seu papel social. Em relação a isso, Bertrand (1999) introduz o conceito de deontologia das mídias para designar um conjunto de valores, normas, deveres e procedimentos a serem seguidos pelas mídias para oferecer um serviço de qualidade aos cidadãos. É compreender a função midiática sob a ótica da responsabilidade perante a sociedade e que o seu papel não é restrito ou exclusivamente de cunho mercadológico, mas que, além disso, cumpra com as funções dos meios de comunicação, que, segundo Bertrand (1999, p. 27), estão agrupadas em seis categorias: observar o entorno, assegurar a comunicação social, fornecer uma imagem do mundo<sup>24</sup>, transmitir a cultura, contribuir para o entretenimento e fazer comprar/consumo.

---

<sup>24</sup> Sobre a função da mídia de “fornecer uma imagem do mundo”, Bertrand (1999, p. 27) explica que “ninguém possui conhecimento direto do conjunto do globo. Além de sua experiência pessoal, o que se sabe provém da escola, de conversas – mas sobretudo da mídia. Para o homem comum, a maior parte das regiões, das pessoas, dos assuntos dos quais a mídia não fala, não existem”.

Essas categorias congregam às mídias, respectivamente, o papel de fiscalizadoras dos poderes públicos; a construção de um fórum de debates sobre temas de interesse público; a construção de representações sociais; o fomento, a criação e a reprodução das culturas; uma fonte de entretenimento e o incentivo ao consumo, seja por meio da publicidade (em mídias comerciais) ou apoio cultural (em mídias educativas e comunitárias). Diante disso, entende-se que

[...] a verdadeira comunicação põe em jogo não é a enganosa demagogia com a qual se conservam as pessoas em sua ignorância ou provincianismo, mas a palavra que mobiliza as diferentes formas e capacidades de apropriar-se do mundo e de dar-lhe sentido (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 69-70).

A comunicação é compreendida, sob esse viés, como um encontro (PERUZZOLO, 2006) entre sujeitos que produz uma relação cuja essência é o reconhecimento da igualdade e da diferença. É, pois, a superação dos limites de entendimento da comunicação como aparato tecnológico-instrumental norteado por políticas neoliberais nas quais prevalece a autonomia do mercado.

Busca-se, diferentemente, ampliar a concepção de comunicação e de comunicação midiática como uma “comunicação plural” que significa, “na América Latina, o desafio de assumir a heterogeneidade como um valor articulável à construção de um novo tecido coletivo, de novas formas de solidariedade [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 73).

Comunicação significará então colocação em comum da experiência criativa, reconhecimento das diferenças e abertura para o outro. O *comunicador* deixa, portanto, de figurar como *intermediário* – aquele que se instala na divisão social e, em vez de trabalhar para abolir as barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma comunicação na qual os emissores – criadores continuem sendo uma pequena elite e as maiorias continuem sendo meros receptores e expectadores resignados – para assumir o papel do mediador: aquele que torna explícita a relação entre diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 69 – grifos do autor).

O papel do comunicador e, extensivamente, do comunicador comunitário são transformados pelo novo sentido da relação entre comunicação e sujeitos, cujo alinhamento dá-se pela desconstrução das relações de poder desiguais para dar lugar ao protagonismo social. Nessa dimensão comunicacional, excluem-se as especializações, as qualificações e o conhecimento estritamente científico para determinar quem pode (ou não) ser produtor e quem pode ser consumidor de informação.

Portanto, os limites e possibilidades da mobilização social para as rádios comunitárias apresentam-se na divergência entre o plano teórico e ideal de rádios comunitárias, bem como dos conceitos de comunidade e comunicação comunitária; e a realidade apresentada pela lei de radiodifusão comunitária.

A comunidade precisa da mobilização para gerar iniciativas de comunicação comunitária que resgatem os valores da coletividade, do bem comum. O desenvolvimento de um projeto político de comunicação é um processo que apresenta possibilidades de novas concepções para o sentido da comunicação e do comunitário, oportunizando o acesso amplo para a participação na gestão, no planejamento e na produção de uma emissora comunitária.

No entanto, para a realização do direito à comunicação via rádios comunitárias de modo regulamentado, deve-se passar pela lei 9.612, cujas qualificações e desqualificações foram discutidas nesta seção. O processo de legalização demonstra que o fomento da mobilização social é essencial para a aquisição da outorga, embora o apadrinhamento político ainda prevaleça como fator decisivo. Aliás, o processo de mobilização social acompanha as rádios comunitárias desde o seu surgimento, no contexto das rádios livres que lutaram por espaços comunicacionais democráticos em oposição ao regime militar e ao monopólio de empresas de comunicação.

Pelo apanhado de considerações realizadas, propõem-se, como operadores analíticos das rádios comunitárias, além dos (i) aspectos legais, (ii) o sentido de comunitário, relativo à apropriação da rádio pela comunidade, como a gestão compartilhada e as relações comunitárias horizontais; (iii) a política editorial desenvolvida, levando-se em conta a finalidade dos conteúdos veiculados, cujos pressupostos devem ser guiados pela promoção da educação, da cultura local, da aprendizagem coletiva, do aperfeiçoamento profissional, do debate e a reflexão de assuntos de interesse público, haja vista o caráter público da emissora; (iv) a abordagem desses conteúdos que deve propor novos formatos, linguagens, gêneros, vieses e temáticas relacionadas à comunidade local, (v) aliado à participação no nível das mensagens; no nível da produção de mensagens, materiais e programas; no nível do planejamento dos meios; e o nível da gestão dos meios, propostos por Peruzzo (1998a).

### **3. OPÇÕES METODOLÓGICAS: a estratégia de pesquisa, a unidade de análise e a proposta de coleta e análise dos dados**

Este capítulo apresenta os caminhos e escolhas realizadas pelo pesquisador quanto à estratégia de pesquisa, as técnicas de coleta de dados e a proposta analítica relativos à Rádio Comunidade FM, de Pelotas, a partir de sua história e programação radiofônica.

Em primeiro lugar, a unidade de análise, a RádioCom FM, foi investigada do ponto de vista da produção. A opção por essa abordagem deu-se em virtude do interesse em investigar e compreender a realidade da emissora por dois motivos principais: pela valorização dos sujeitos que se mobilizam em torno de um meio de comunicação potencialmente dotado de mecanismos para o exercício da cidadania; e pela possibilidade de analisar um fenômeno comunicacional comunitário a partir de suas dimensões estratégicas de mobilização social.

A Associação Cultural Rádio Comunidade FM de Pelotas, a RádioCom, possui interfaces profícuas para a análise de estratégias comunicacionais de mobilização social, além de um quadro fecundo de inferências a serem investigadas do ponto de vista da produção de uma rádio comunitária. Sua história e sua luta pela democratização da comunicação evidenciam suas particularidades e, desse modo, justificam a escolha da RádioCom 104.5 FM para compor o estudo de caso. Diante disso, apresentam-se a seguir a história da emissora e a programação radiofônica.

#### **3.1. A estratégia de pesquisa – O estudo de caso**

A escolha da RádioCom como unidade de análise foi determinada por vários fatores que contribuíram para que a rádio se configurasse como um caso com características peculiares que mereciam a atenção do pesquisador. Entre eles, estão a história e a programação da emissora. Outro fator é que a missão e a visão da emissora são convergentes com o escopo deste estudo, a democratização da comunicação. Neste sentido, o estudo de caso, como estratégia de pesquisa surge “do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos” (YIN, 2001, p. 21) como o que se apresenta na conjuntura da unidade de análise.

De acordo com a problemática e os objetivos pré-definidos neste estudo, entende-se que o estudo de caso é a estratégia de pesquisa adequada para o desenvolvimento desta

investigação, em conformidade com os pressupostos de Yin (2001). O *como e o porquê* são tipos de questões recomendadas pelo autor quando se deseja realizar um estudo de caso. O problema de pesquisa possui as condições a que Yin (2001) se refere, já que o tipo de questão proposta compreende *como as estratégias comunicacionais de mobilização social das rádios comunitárias contribuem para a democratização da comunicação*. Dessa forma, define-se o estudo de caso como uma modalidade de pesquisa que “visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações” (VENTURA, 2007, p. 384).

Propõe-se, de acordo com Yin (2001), que o escopo da pesquisa esteja alinhado com o planejamento e a realização do estudo de caso. Por isso, intenciona-se, para responder ao problema de pesquisa, como objetivo geral, investigar as estratégias comunicacionais da RádioCom FM e suas interfaces com a mobilização social e a democratização da comunicação. E, de forma específica: (1) identificar o perfil da RádioCom; (2) Verificar as estratégias de mobilização social presentes na programação da rádio e (3) Perceber as relações existentes entre mídia comunitária, estratégias de mobilização social e democratização da comunicação.

As dimensões do perfil e da programação estão, de alguma forma, inseridas nos processos de mobilização social comunitário. Isso quer dizer que a mobilização social perpassa essas dimensões, já que, na gestão coletiva, na produção/realização de programas radiofônicos pela comunidade, este conceito faz-se presente.

Entende-se o perfil da rádio, a partir de sua gestão, como um processo de poder compartilhado em diferentes níveis de decisão (na definição dos conteúdos da programação, nas formas de sustentabilidade, no planejamento de eventos, e outros) marcado pelo empoderamento dos sujeitos e pelo sentimento de corresponsabilidade.

O perfil de uma rádio comunitária também é caracterizado pela pluralidade na composição do grupo participante da associação comunitária, em que se preza pela “autonomia política em relação a empresas, pelo poder público, partidos políticos, igrejas, etc” (PERUZZO, 2007, p. 81). Passa também por instâncias deliberativas para a escolha de sujeitos que irão representar os interesses da emissora e semear, por meio da mobilização social, os propósitos de um projeto político para a democratização da comunicação.

A programação da rádio comunitária envolve os processos de participação e de planejamento dos conteúdos radiofônicos. Segundo Peruzzo (1998a, p. 145 – grifos da

autora), esse processo envolve a “*preparação* (linha política, objetivos, estrutura, conteúdo, duração, horário), *elaboração* (textos, roteiros, diagramação, locução, montagem) e *edição* (seleção, cortes, complementos) [...]”.

A democratização da comunicação é a condição contextual para que se possa, *a posteriori*, fazer conexões com as implicações apresentadas na sociedade contemporânea, ao passo que o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa abrangente e generalizante. Como afirma Ventura (2007, p. 383), “[...] em relação aos estudos de caso, deverá haver sempre a preocupação de se perceber o que o caso sugere a respeito do todo e não o estudo apenas daquele caso”.

Para complementar a apresentação da unidade de análise que compõe o estudo de caso, nas próximas seções, aborda-se a história e a programação da RádioCom FM como aporte de sustentação para compreender a atual configuração comunicacional desse veículo comunitário.

### **3.1.1 A história da RádioCom 104.5 FM**

Primeiramente, salienta-se que a história da RádioCom FM suscita fluidez e continuidade, delineando-se como trajetória incompleta, já que seus radiocompanheiros continuam buscando construir e reconstruir a RádioCom na realização de seus propósitos. Diante disso, antes de apresentar a unidade de análise, é interessante observar, através de uma contextualização da cidade, onde a rádio localiza-se (Pelotas-RS), para compreender sua influência na constituição da emissora comunitária.

O contexto da cidade de Pelotas está intimamente ligado com a escravidão e as Charqueadas. As Charqueadas – que iniciaram no século XVIII – eram propriedades de terra de grandes latifundiários onde se produzia o charque, carne salgada e seca ao sol, para aumentar seu tempo de consumo. A produção dos charques era impulsionada por alguns fatores, como: a criação de gado, a mão-de-obra abundante e a posição geográfica que facilitava o escoamento da produção. Essa produção era baseada no trabalho escravo, no qual se destacava, pela escravidão intensa existente, a cidade de Pelotas. O tratamento dado aos escravos, como se sabe, era desumano.

Parte desse tratamento brutal dado aos escravos se devia ao interesse econômico: quanto mais produzissem, mais seus donos lucravam. Outra parte, entretanto, vinha do medo: com uma enorme população escrava, Pelotas era, potencialmente, um foco de rebeliões. Por isso, ao menor sinal de revolta eram tomadas providências drásticas. Para que se tenha uma idéia do tamanho da

população escrava de Pelotas: existiam ali, em 1833, 5.169 escravos, 3.555 homens livres e 1.136 libertos<sup>25</sup>.

Esse contexto reflete-se, nos dias de hoje, na atual configuração de Pelotas. São fatores que caracterizam Pelotas com uma cidade constituída, principalmente, pela etnia negra. Os reflexos desse período são visualizados também no processo de formação das periferias e sua crescente desigualdade em relação à área central da cidade.

A influência econômica, cultural e política das famílias europeias que vinham instalar-se, aqui, no Brasil e das famílias que, com a renda do charque, foram tornando-se abastadas interferiram no contexto de constituição de Pelotas. Isso fez dela uma cidade bastante desigual, com demarcações dicotômicas salientes entre centro/periferia. Periferia e centro não dialogam nem interagem nesse cenário. São, assim, mais que posições geográficas distintas, mas também posições sociais que determinam as condições de vida das pessoas.

Soma-se a isso, segundo os entrevistados, o cenário de uma cidade eminentemente conservadora, na qual um mesmo governo permaneceu por muitos anos sem produzir avanços para a melhoria das condições de vida da população. Todavia, ainda que permaneçam os mesmos problemas sociais e políticos daquela época, percebe-se que, hoje, Pelotas começa a experimentar uma mistura cultural que provém da diversidade de pessoas que migram para essa cidade para trabalhar ou estudar em busca de oportunidades.

Essa contextualização histórico-política interferiu nos espaços midiáticos que surgiram na cidade. Essas famílias que detinham o poder econômico na cidade, também detiveram o poder sobre os meios de comunicação. O Diário Popular, tradicional jornal impresso da cidade, representa, impreterivelmente, os ideais da classe dominante e, por isso, uma representação unilateral da sociedade.

Apesar disso, os sindicatos de Pelotas, em intensa articulação e bastante numerosos na cidade, ocupavam um espaço na programação da rádio da Universidade Católica de Pelotas (UCPel). No entanto, internamente, os sindicatos romperam e um grupo permaneceu com o programa na Rádio Universidade e o outro articulou-se para montar uma nova rádio, que mais tarde, em um longo processo de mobilização e articulação da comunidade, resultou no projeto comunitário da RádioCom FM.

---

<sup>25</sup> Fonte disponível em: <<http://www.sic.org.br/pdf/charqueadas.pdf>> Acesso em 24 jun. 2013.

Por esses dois fatores – a barreira política no contexto de Pelotas e os sindicalistas dissidentes –, parte do movimento sindical de Pelotas articulou-se com o objetivo de construir seu próprio espaço midiático. O movimento sindical surge nesse cenário para o enfrentamento coletivo na luta pelos direitos do trabalhador e, somam-se a ele, outros movimentos, como o movimento hip hop e o movimento negro.

Os movimentos sindicais configuram-se como uma estratégia de representação para dar voz as suas reivindicações, suprimidas pela invisibilidade social da mídia comercial. Além disso, manifestações, reivindicações e informações relativas à luta dos movimentos não encontravam ressonância na grande mídia pelotense. Foi devido a essa ausência de espaços representativos que o movimento sindical de Pelotas uniu-se para buscar, como alternativa, a criação de uma rádio comunitária que pudesse ser representativa dos movimentos que se constituíam em Pelotas.

Surge, então, a Rádio Comunidade FM<sup>26</sup>, ou somente RádioCom – como é conhecida –, uma rádio comunitária localizada na cidade de Pelotas, no estado do Rio Grande do Sul. Foi idealizada em 1998 pela iniciativa do sindicato dos trabalhadores da cidade de Pelotas (RS) e, um ano depois, foi fundada a Associação Cultural Rádio Comunidade FM de Pelotas, a RádioCom. Com um projeto político definido com base na Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRACO), a criação da rádio comunitária foi um anseio por um espaço de participação múltipla dos diversos segmentos da comunidade.

A rádio tem como missão transformar a comunicação da sociedade em um processo plural, democrático, no qual os sujeitos comunitários tornam-se protagonistas sociais. Visa a democratizar o acesso e a participação dos sujeitos e promover a formação crítica e cidadã.

Os trabalhadores, com a contribuição mensal dos sindicatos, poderiam subsidiar as demandas financeiras necessárias, como sala, mesa de som, antena, microfone, funcionários, despesas fixas (água, luz, telefone, internet) e outras. Junto a isso, com a organização e mobilização coletiva do movimento sindical, além de outros movimentos sociais e culturais, a RádioCom foi tomando forma. Seu escopo é ampliar o rol de informações apresentadas à sociedade, dar vazão para as culturas dos bairros e trazer a tônica do posicionamento crítico para a produção dos conteúdos radiofônicos.

---

<sup>26</sup> Fonte: [http://www.radiocom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2&Itemid=4](http://www.radiocom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=4)

Por isso, ao longo do processo de construção da emissora, foram sendo agregados, além do sindicato dos trabalhadores, representantes de outros segmentos sociais, como o movimento hip-hop, artesãos, músicos, ambientalistas, estudantes, curiosos, jornalistas, movimento negro e radialistas excluídos das rádios comerciais. Esse processo de mobilização social enfrentou seus primeiros desafios na legalização da rádio, nas estratégias de sustentabilidade e na definição de suas políticas de comunicação.

As decisões para o enfrentamento de cada uma dessas etapas foram tomadas em reuniões, nas quais foi definido que a RádioCom teria como princípio balizador a luta pelo direito à comunicação e a democratização dos meios de comunicação. Da mesma forma, a rádio seria um espaço de participação plural e de inclusão das minorias excluídas; uma forma de controle social midiático; de articulação com os movimentos sociais; de compromisso com a informação, a educação e a valorização da cultura local e popular.

### 3.1.2. A programação radiofônica

A observação da grade de programação da RádioCom foi realizada em dois momentos: entre maio e junho; e entre setembro e outubro de 2013. Os áudios foram coletados com o auxílio do *Software Audacity*, via *streaming*, diretamente do *site* da emissora, totalizando cerca de sessenta e quatro (64) horas de gravação.

A estratégia empregada para a coleta dos áudios baseia-se em uma adaptação da “semana artificial” de Bauer (2012) em um dia artificial. Para compor esse dia artificial da programação da RádioCom, o número total de horas de um dia de programação (16 h/dia) foi dividido por sete (uma semana), chegando-se ao período de duas horas e vinte e oito minutos (2h28min) de gravação diária<sup>27</sup>.

Assim, ao final de uma semana, obteve-se uma amostra de conteúdos sonoros da programação da RádioCom FM, coletando-os de forma escalonada e, assim, configurando um dia artificial. Os programas foram ouvidos e classificados de acordo com o tipo de programa, com base em Ferraretto (2001). Diante disso, os programas observados foram agrupados em três grandes blocos – programas de cunho musical, de cunho jornalístico e de variedades, conforme o Quadro 1.

---

<sup>27</sup> A gravação dos programas da RádioCom para compor o *dia artificial* foi realizada de acordo com a disponibilidade técnica da programação ao vivo através do *site* da emissora. Sendo assim, foram descartados os dias de gravação em que os áudios não estavam disponíveis via *streaming*.

QUADRO 1 - Tipos de programas observados na RádioCom

CARACTERÍSTICA PRINCIPAL	PROGRAMAS OBSERVADOS
Programa de cunho musical	A Casa do Reggae; Belos e Malditos; Cantos de Luta e esperança; Comunidade Musical; Chá de Fita; Manhã Cultural; Momento do Choro; Nativismo Sem fronteiras; Pausa; RádioCom a Todo Tango; Revendo o passado; Samba e Liberdade; Só Noia.
Programa de cunho jornalístico	Contraponto; Escambo; Navegando RádioCom; Rede COEP de Mobilização; Tribuna Popular.
Programa de variedades	Gente como Gente; Olhares; Som do tempo.

FONTE: elaborado pelas autoras

Foram identificados traços marcantes para caracterizar cada programa, visto que os programas observados apresentavam características bastante peculiares, que envolviam tanto a música quanto a informação e suas formas de apresentação radiofônica (entrevistas, debates, reportagens e outros). Os programas, neste sentido, não apresentavam um formato padrão e único, embora houvesse programas puramente musicais ou puramente informativos. De outro modo, verificou-se que, por seus

conteúdos e pela dinâmica de participação social que envolve a RádioCom, os programas assumiam aspectos híbridos, colocando a música e a informação no mesmo patamar.

Destacam-se os programas Cantos de Luta e esperança; Escambo; e Samba e Liberdade por apresentarem conteúdos que envolvem, por meio da música e da informação, uma postura de contestação e crítica social. São programas relacionados à questão do negro na sociedade, no caso dos programas Escambo e Samba e Liberdade; e à música latino-americana, no programa Cantos de Luta e esperança. Esses programas trazem informações histórico-sociais relacionadas à música, introduzindo-as em um contexto mais amplo, no qual ela é vista como elemento cultural.

Entre os programas que veiculam, principalmente, música, estão: A Casa do Reggae; Chá de Fita; Manhã Cultural; Momento do Choro; Nativismo Sem fronteiras; Pausa; RádioCom a Todo Tango; Revendo o passado; e Só Noia. Cada um desses programas concentra-se em um gênero musical que possui, como ponto em comum, o fato de não pertencerem aos princípios da indústria cultural. São programas musicais de reggae, rock, música popular brasileira, nativista, tango, música popular antiga, entre outros. Em alguns desses programas observados, como o Chá de Fita, há participação de convidados que falam sobre música e literatura para os ouvintes.

Os programas Contraponto; Navegando RádioCom; Olhares; e Rede COEP de Mobilização assumem notoriedade na grade de programação da RádioCom por serem programas que caráter jornalístico, informativo e opinativo. Como exemplo, no programa Contraponto<sup>28</sup>, foram abordadas temáticas sobre alimentos proibidos para consumo de bebês; políticos envolvidos com a crise na saúde em Pelotas e os movimentos sociais ambientais.

O programa Navegando caracteriza-se como jornalismo cultural, apresentando música, entrevistas e informações que fomentam e divulgam as produções artísticas locais. As entrevistas realizadas com artistas, músicos, escritores, promovem a cultura local. Vitor Ramil, pelotense, músico, cantor, compositor e escritor brasileiro, foi um dos entrevistados no período observado.

No mês de outubro, em que aconteceu a campanha Outubro Rosa, referente ao câncer de mama, a programação da RádioCom foi direcionada para esta temática de interesse público. O programa Rede COEP de Mobilização realizou uma entrevista com membros da Casa Viva, uma instituição de amparo assistencial em combate ao câncer,

---

<sup>28</sup> Programa gravado pela pesquisadora, ao vivo, em 30/set/2013.

localizada em Pelotas, para trazer informações sobre o diagnóstico, o tratamento e as formas de prevenção da doença.

Na mesma linha, o programa Olhares engloba música, entrevistas, cultura e informação. Em um dos programas observados, o convidado era Tiago Kickhöfel, morador de Pelotas, escritor e blogueiro (<http://lapisnoolho.blogspot.com.br/>), que trabalha com audiovisual e foi ao programa para contar sua história e sua arte.

O movimento feminista também se tornou pauta na programação da RádioCom. No período observado, os programas convergiam para essa temática, divulgando a Marcha das Vadias e problematizando as questões de gênero. O programa Som do Tempo exemplifica essa abordagem.

Uma peculiaridade entre os programas da RádioCom é o programa Gente como Gente, produzido e apresentado pelos usuários dos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) de Pelotas. É caracterizado como um programa de variedades por versar entre música, notícia, receitas e eventos sobre saúde mental, assunto de interesse público. O programa funciona como um espaço aberto para a discussão, o debate e as informações sobre essa temática, envolvendo os problemas enfrentados pelos usuários, as políticas públicas de saúde, o caso da lei Antimanicomial, entre outros.

Por fim, o programa Tribuna Popular, de caráter informativo e opinativo, utiliza veículos massivos como fonte. As notícias são lidas e comentadas, às vezes concordando, outras discordando do que é apresentado pelo veículo-fonte. Os temas observados em um dos programas foram: sonegação de impostos; democratização dos meios de comunicação; FIFA e venda de bebidas alcoólicas durante a Copa no Brasil.

De modo geral, durante o período de observação dos programas que compuseram o “dia artificial”, identificou-se que a linha editorial da RádioCom preza pela qualidade como critério de escolha das pautas. A abordagem dos conteúdos veiculados possui uma postura crítica, de aprofundamento e pesquisa sobre os assuntos de interesse público, como educação, saúde, consumo sustentável, cultura, política, convertendo-se em insumos para o exercício da cidadania.

A participação de diferentes segmentos da comunidade que comungam com os mesmos ideais da emissora e dos movimentos sociais (como o movimento negro e o movimento da mulher) refletem a pluralidade de expressões culturais que permeiam a grade de programação. Ainda que em sua maioria a programação seja musical, são somadas informações sobre os ritmos, gêneros, biografias dos artistas e contexto social e histórico em que se inserem. Portanto, infere-se que a RádioCom possui uma

programação diversificada, polifônica, participativa e democrática, incluindo a comunidade e os assuntos de interesse público.

Dessa forma, a partir das proposições apontadas sobre a história e a programação radiofônica, a unidade de análise pode ser investigada por meio dos gestores da rádio comunitária e de grupos/movimentos sociais que participam dela. Por isso, adotam-se, como fontes de evidência, a pesquisa documental; a observação da programação e do cotidiano da rádio; e a entrevista semiestruturada, apresentadas a seguir.

### **3.2 Fontes de evidência**

Utilizaram-se, como técnicas de coleta de dados, as entrevistas semiestruturadas, a pesquisa documental e a observação simples. A pesquisa documental e a observação simples foram realizadas a fim de complementar o quadro de evidências e ampliar o rol de informações para compreender o estudo de caso. Enfatiza-se, portanto, que as entrevistas semiestruturadas instituíram-se como nossa principal técnica de coleta de dados, assumindo maior relevância frente à pesquisa documental e à observação simples. Os principais autores desta seção são Triviños (1987), Gil (2010), Moreira (2011), Richardson (2011) e Duarte (2011).

#### **3.2.1 Pesquisa documental**

A pesquisa documental é, segundo Moreira (2011), utilizada por diversas áreas do conhecimento como técnica de coleta de dados em pesquisas científicas, principalmente, pelas ciências sociais. É entendida, simultaneamente, como método e como técnica que pode gerar dados qualitativos e/ou quantitativos. “Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário” (MOREIRA, 2011, p. 272).

Para atingir os objetivos deste trabalho, realizou-se a pesquisa documental na ata de fundação; no estatuto social – ambos disponibilizados pela RádioCom FM –; na lei 9.612/1998; e na Portaria nº 197/2013. O intuito foi obter informações relevantes para conhecer a trajetória e a repercussão da unidade de análise, a partir da reinterpretação desses documentos.

A análise crítica do material encontrado constitui importante fio condutor para a memória de eventos, pessoas e contextos. Muitas vezes a consulta aos acervos pode estimular aspectos ou ângulos de abordagem não previstos na fase de elaboração do projeto de pesquisa. Nesta peculiaridade – a possibilidade de desenvolvimento quase autônomo do tema a partir dos dados encontrados nos arquivos pesquisados – reside um atributo fascinante da análise de documentos (MOREIRA, 2011, p. 274).

Procurou-se, também, através da análise documental, conseguir informações que possibilitassem situar a unidade de análise em seu contexto histórico e social, a fim de compreender seu surgimento, seus anseios e suas demandas do ponto de vista de seus sujeitos idealizadores. Essas informações foram importantes para sua posterior confrontação com teóricos que problematizam o papel das mídias comunitárias na democratização da comunicação. Por isso, compreender as motivações que levaram os sujeitos sociais a desenvolverem em suas comunidades um percurso de comunicação comunitária pode levar a conhecer os processos de emancipação e mobilização sociais que os envolvem e a resgatar sua memória coletiva.

Ressaltamos que a pesquisa documental foi apropriada pelo pesquisador como suporte, que, aliado a outros recursos metodológicos, ofereceu subsídios para complementar os instrumentos de coleta de dados, como os apresentados nos itens a seguir.

### **3.2.2 Entrevista semiestruturada**

A entrevista semiestruturada, principal fonte de evidência do estudo de caso, foi compreendida neste trabalho como uma possibilidade de conhecer, de forma dialógica, a RádioCom FM e aprofundar as temáticas apresentadas na pesquisa documental e na observação simples. Referindo-se ao termo entrevista, nota-se que este é constituído por “duas palavras, *entre* e *vista*. *Vista* refere-se ao ato de ver, ter preocupação de algo. *Entre* indica a relação de lugar ou estado no espaço que separa duas pessoas ou coisas” (RICHARDSON, 2011, p. 207-208 – grifos do autor). A realização de entrevistas semiestruturadas foi um meio de estabelecer uma relação entre entrevistador e entrevistado a fim de colocá-los em uma posição de equidade em busca das informações pertinentes.

Pressupõe-se que, ao não vivenciar a realidade do objeto, devia-se ter em mãos uma estratégia que abrisse espaços flexíveis e não impositivos para a plena manifestação

dos entrevistados. Surgiu, então, como uma opção metodológica adequada, a aplicação de entrevistas semiestruturadas. Essa técnica qualitativa possui como principal atributo a “flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas” (DUARTE, 2011, p. 62). Assim, pode-se coletar informações para os objetivos (geral e específicos) deste trabalho, com vistas ao contexto da democratização da comunicação.

Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada (DUARTE, 2011, p. 63).

Procurou-se, através da entrevista semiestruturada, não somente identificar os modos de gestão, a programação veiculada ou quais as ações são realizadas pela rádio. O principal objetivo foi investigar como se configuram, de que forma atuam e como se constituem no interior dos processos de comunicação comunitária. Afinal, como afirma Duarte (2011, p. 64), “saber como e por que as coisas acontecem é, muitas vezes, mais útil do que obter precisão sobre o que está ocorrendo”.

A entrevista semiestruturada caracterizou-se por apresentar um roteiro de questões que serviram como um guia para o pesquisador no momento da entrevista. Os pontos a serem tratados na entrevista, segundo Richardson (2011), dependem do pesquisador, mas as respostas a essas questões vão sendo respondidas com maior liberdade e flexibilidade pelo entrevistado. Isso ocorre porque as questões propostas são utilizadas como uma referência para o pesquisador, sendo exploradas e aprofundadas até o esgotamento das mesmas a fim de obter o máximo de informações/relatos/experiências dos entrevistados.

Podemos entender por entrevista *semi-estruturada*, em geral, aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa (TRIVIÑOS, 1987, p. 146 – grifos do autor).

Para a formulação das questões que compuseram a entrevista semiestruturada foi adaptado o processo de mobilização social apresentado por Demo (2001). Os aspectos

pensados pelo autor para o planejamento de ações e intervenções que levem os grupos a um processo de mobilização foram trazidos em formato de pergunta, adaptados ao contexto e às informações que o pesquisador já obtinha sobre a unidade de análise, bem como aos objetivos deste trabalho.

Teve-se como base também Triviños (1987), ao citar Sprandley (1979), para definir pré-requisitos na escolha dos entrevistados. Utilizou-se como critérios a antiguidade e o envolvimento do possível entrevistado com a rádio comunitária; o conhecimento que possui sobre a RádioCom e a capacidade expressiva; e a disponibilidade do mesmo. Para complementar as informações e obter uma posição diferente das apresentadas, também incluímos um membro da rádio (entrevistado 5) com menor envolvimento em relação aos demais entrevistados. Assim, foram selecionados cinco entrevistados<sup>29</sup>:

- O coordenador da rádio, envolvido com a rádio desde a sua idealização – identificado como entrevistado 1<sup>30</sup>;
- Um dos jornalistas da RádioCom, participante do programa Navegando, envolvido com a rádio há sete anos – identificado como entrevistado 2<sup>31</sup>;
- Um dos participantes do programa Gente como Gente – identificado como entrevistado 3<sup>32</sup>;
- Um dos idealizadores da rádio, apresentador e operador de som – identificado como entrevistado 4<sup>33</sup>;
- E um voluntário, participante do programa Contraponto, envolvido há cinco anos com a rádio – identificado com entrevistado 5<sup>34</sup>.

As questões que compõem a entrevista foram agrupadas em nove blocos temáticos, contemplando: diagnóstico, conhecimento prévio, contato com a rádio, preparação para a fundação da associação, instituição da associação, condução do processo produtivo-comunicativo de forma associada, processo participativo, sustentabilidade e espaço de cidadania.

A temática ‘diagnóstico’ deu-nos condições para contextualizar o local (PERUZZO; VOLPATO, 2009) em que a RádioCom está inserida. Buscou-se

---

<sup>29</sup> Devido a questões éticas, a pesquisadora optou pela preservação da identidade dos entrevistados, não revelando seus nomes.

<sup>30</sup> Entrevista realizada em 31 de maio de 2013, na RádioCom, em Petotas – RS.

<sup>31</sup> Entrevista realizada em 31 de maio de 2013, na RádioCom, em Petotas – RS.

<sup>32</sup> Entrevista realizada em 26 de julho de 2013, na RádioCom, em Petotas – RS.

<sup>33</sup> Entrevista realizada em 26 de julho de 2013, na RádioCom, em Petotas – RS.

<sup>34</sup> Entrevista realizada em 17 de outubro de 2013, na RádioCom, em Petotas – RS.

compreender como se constituiu a cidade de Pelotas, sua história, população, economia e demais aspectos que podem ser do interesse do pesquisador. Após conhecer o contexto de Pelotas, questionou-se, a partir disso, que problemáticas permeiam-na e por que, diante desse cenário, tiveram a ideia de ter uma rádio comunitária naquele local. Na etapa seguinte, houve questões sobre as formas de mobilização para a concretização dessa ideia, os propósitos e quem estava envolvido. Em um segundo bloco, foram reunidas questões sobre o processo de legalização da rádio, processos deliberativos e associativismo comunitário.

E em um último bloco, questões relacionadas à constituição da programação da rádio, suas rotinas produtivas, processos participativos e formas de sustentabilidade financeira foram tratados. Abordou-se, ainda, a temática de espaços de cidadania com questões sobre o papel político, social e cultural da rádio, como ela articula-se com a comunidade e os significados da relação da rádio com aqueles que participam dela. A seguir, são enumeradas as temáticas e os subtemas, com base em Demo (2001).

QUADRO 2 - Guia para as questões da entrevista semiestruturada

<p><b>1) Diagnóstico</b></p> <p>a) Demográfico b) Econômico c) Social d) Outros pertinentes.</p>
<p><b>2) Conhecimento prévio</b></p> <p>a) Sobre a região b) Sobre problemas e conflitos (internos e externos) c) Sobre a potencialidade organizativa.</p>
<p><b>3) Contato com a rádio</b></p> <p>a) Autodiagnóstico dos problemas sociais b) Grupos apoiadores.</p>

**4) Preparação para a fundação da associação**

- a) Sobre associativismo (o grupo organizado e capaz de se conduzir)
- b) Representatividade
- c) Estratégia das reuniões (periodicidade, lideranças, deliberação, funções, aspectos democráticos e produtividade das reuniões)

**5) Instituição da associação**

- a) Fundação e estatutos
- b) Diretoria e conselho de representantes
- c) Sede e regras de funcionamento

**6) Condução do processo produtivo-comunicativo de forma associada**

- a) Estratégia de enfrentamento dos problemas diagnosticados
- b) Rotinas produtivas
- c) Produção de conteúdos

**7) Processo participativo**

- a) Canais de participação
- b) Defesa dos direitos de cidadania
- c) Formas de cogestão
- d) Formas de participação na programação
- e) Mecanismos de luta contra a monopolização da comunicação social
- f) Recuperação da democracia.

**8) Sustentabilidade**

- a) Questões de sobrevivência material
- b) Geração de renda
- c) Capacitação técnica
- d) Seleção e rotatividade.

### 9) Espaço de cidadania

- a) Papel político, social e cultural da rádio
- b) Articulação comunitária
- d) Caráter simbólico.

FONTE: elaborado pelas autoras, com base em Demo (2001)

Há, além disso, peculiaridades, microinterações e subjetividades que demandam uma aproximação por parte do pesquisador, tanto em relação ao espaço físico quanto à programação da rádio. São elementos complementares que surgem na complexidade de objetivos, transformações, atitudes, comportamentos e atividades de cada sujeito que faz parte de um veículo de comunicação comunitário. Para compreender essas nuances do cotidiano e da programação radiofônica é que descrevemos, na próxima seção, a técnica de observação simples.

#### 3.2.3 Observação simples

A observação simples foi uma técnica de coleta de dados que permitiu complementar determinados dados obtidos com as entrevistas semiestruturadas. Foram realizadas observações física e sonora da emissora, sendo a primeira a partir de seu ambiente e sujeitos atuantes; e a segunda uma “observação” sonora da programação. A observação foi, neste sentido, um recurso adicional para o aprofundamento dos objetivos da investigação a fim de mergulhar nas particularidades e significações que somente o contato direto com a unidade de análise e com os programas transmitidos nos permitiu.

A ideia de utilizar a observação como técnica de coleta de dados remeteu à possibilidade de aproximação com a programação transmitida pela emissora e a posterior reflexão sobre as informações coletadas. Essa etapa incluiu a gravação dos programas, com o auxílio do programa *Audacity*, em que foram “observados” os seguintes programas: A Casa do Reggae; Belos e Malditos; Comunidade Musical; Cantos de Luta e esperança; Chá de Fita; Contraponto; Escambo; Gente como Gente; Manhã Cultural; Momento do Choro; Nativismo Sem fronteiras; Navegando RádioCom; Olhares; Pausa; RádioCom a Todo Tango; Rede COEP de Mobilização; Revendo o passado; Samba e

Liberdade; Só Noia; Som do Tempo; e Tribuna Popular, no período de maio a junho (duas semanas) e setembro a outubro de 2013 (duas semanas).

Realizou-se, também, a observação simples do ambiente físico da emissora no qual foram observados e descritos comportamentos, ações, atitudes, sujeitos, meio físico, diálogos, entre outros aspectos considerados relevantes pelo pesquisador no momento de realização das entrevistas. Os relatos da observação deram-se em três momentos distintos em que foi possível, através da percepção do pesquisador, visualizar como se constituíam as dinâmicas da RádioCom em seu lócus comunitário: a descrição física do ambiente, os comportamentos e as atitudes dos sujeitos.

O ambiente em que se localiza a emissora é semelhante à realidade de outras rádios comunitárias, caracterizado por um pequeno espaço físico – uma sala comercial no centro de Pelotas, RS –, onde ficam dispostos uma sala de recepção, uma sala de computadores e telefone, um banheiro e um estúdio. A sala de recepção é o local em que os convidados ou ouvintes aguardam sua participação nos programas da rádio. Já a sala dos computadores é onde acontecem as reuniões de pauta e as conversas informais sobre o planejamento dos programas. Os computadores, conectados à Internet, são fonte de busca por atualidades e notícias a serem remodeladas pelo olhar dos radiocompanheiros. O estúdio, embora pequeno, carregava grande prestígio e emoção para os que dele faziam parte, contendo uma mística traduzida na forma de conduzir os programas, impregnada no comportamento dos apresentadores e operadores de som, dedicados intensamente ao rádio e à RádioCom.

Salienta-se a presença de alguns cartazes nas paredes da emissora sobre o direito à comunicação, a democratização da comunicação e a luta dos trabalhadores e trabalhadoras domésticas. Havia também uma grande quantidade de discos expostos no estúdio, juntamente com a mesa de som, um computador e três microfones, que eram revezados entre apresentadores e participantes dos programas.

Quanto aos comportamentos e atitudes, percebeu-se o envolvimento e o entusiasmo dos sujeitos no planejamento e realização dos programas. Havia uma noção de pontualidade compartilhada por seus membros, que iniciavam e terminavam os programas dentro de períodos de tempo pré-estabelecidos. Porém, observou-se, também, que a feitura dos programas demonstrava a ausência de um planejamento prévio das temáticas e da produção dos scripts, algumas vezes, transformados em tópicos e traduzidos em falas espontâneas. Outros programas, mais elaborados e com uma identidade mais sólida em relação aos demais, eram planejados antes de ir ao ar.

Verificou-se que essas atitudes refletiam a relação dos sujeitos com a RádioCom, uma vez que a maioria de seus integrantes possui atividade remunerada anterior à rádio comunitária. A ausência de planejamento, por sua vez, refletia a escassez de atores sociais engajados com o projeto, bem como de recursos econômicos para sua sustentação. Isso não impedia de aflorar a dedicação dos sujeitos para com a RádioCom, fomentada pela paixão pelo rádio e gerada pela identificação com a causa e com o projeto de comunicação comunitária.

A partir dessas observações, percebeu-se que a RádioCom é uma rádio comunitária com dinâmicas próprias, bastante peculiares no que tange à participação comunitária, à produção e ao planejamento dos conteúdos. A emissora não possui uma rotina de produção padrão, mas sim uma complexa interação entre os sujeitos, em que se observou, *a priori*, a troca de experiências e conhecimentos como principal estratégia comunicacional.

### 3.3 Proposta analítica

A análise dos materiais coletados nas fontes de evidência foi baseada na proposta de análise de conteúdo de Laurence Bardin (1977; 20--). Segundo a autora (1977, p. 31), a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações” que poderá expandir as possibilidades de interpretação sobre as informações obtidas. Por meio da análise de conteúdo, pode-se acionar mecanismos interpretativos, sistemáticos e objetivos para analisar determinados aspectos tanto no interior das entrevistas quanto no seu contexto. Sendo assim,

a análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum<sup>35</sup>.

A análise de conteúdo diferencia-se de outras análises, como a discursiva ou a semiológica, pelas características de sistematicidade e confiabilidade (FONSECA JÚNIOR, 2010), sendo definida, no âmbito jornalístico, como um “método de pesquisa

---

<sup>35</sup> MORAES, Roque. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em <[http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise\\_de\\_conteudo\\_moraes.html](http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html)> Acesso em 26 out 2012.

que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia [...]” (HERSCOVITZ, 2010, p. 126).

O desenvolvimento da análise de conteúdo, de acordo com Bardin (1977), é um método de sistematização e interpretação para estudos quantitativos. No entanto, a autora aponta novos caminhos para a análise de entrevistas em que se pode “tirar partido de um material dito ‘qualitativo’ [...] [ao fornecer] um material verbal rico e complexo” (BARDIN, 20--, p. 89 – grifos da autora).

A análise de conteúdo em materiais qualitativos, como os relatos de observação simples, documentos e entrevistas deste trabalho, podem, então, ser analisados sob o prisma de Bardin (20--, p. 89-117), conforme os procedimentos específicos sugeridos pela autora no capítulo “Análise de entrevistas: férias e telefone”. Sem abandonar os pressupostos de uma análise de conteúdo clássica, mas construindo reformulações em conformidade com a unidade de análise, entende-se que uma proposta analítica adequada contempla a introdução de novos elementos que possam dar conta da complexidade qualitativa presente nos dados coletados. Sem essa transgressão metodológica, diluíra-se a riqueza dos conteúdos, tornando-os limitados e engessados pela rigidez da análise de conteúdo tradicional. “O resultado final será uma abstracção incapaz de transmitir o essencial das significações produzidas pelas pessoas, deixando escapar o latente, o original, o estrutural, o contextual” (BARDIN, 20--, p. p. 91).

Por isso, consoante com as sugestões de Bardin (20--, p. 91), propusemo-nos a realizar dois níveis de análise, denominados decifração estrutural e transversalidade temática. O processo de decifração estrutural permitiu buscar em cada material impresso ou transcrito (relatos de observação simples, documentos e entrevistas semiestruturadas) a sua particularidade semântica, os seus desdobramentos para construir as lógicas de pensamento, a expressão de ideias e as intencionalidades arraigadas ao texto.

Referindo-se às entrevistas, Bardin (20--, p. 93) diz que “sob a aparente desordem temática, trata-se de procurar a estrutura específica, a dinâmica pessoal, que, por detrás da torrente de palavras, rege o processo mental do entrevistado”. Nessa etapa, cada documento pode ser analisado isoladamente para que pudéssemos compreender a “unicidade” e os “paradoxos” (BARDIN, 20--, p. 90) que os compõem para que, a partir disso, alcançássemos a heterogeneidade substancial e própria dos dados qualitativos.

Esse movimento fez-se necessário e importante para chegarmos ao segundo nível de análise, a transversalidade temática, em que cada fonte de evidência, antes tomada como uma singularidade rica e complexa, passou a ser relacionada, comparada e ampliada

ao contexto dos demais documentos. Para Bardin (20--, p. 93), a análise transversal almeja conectar os dados qualitativos, extraindo de seu texto os sentidos e as significações que suas temáticas suscitam.

A reconstrução dos sentidos latentes e manifestos desses materiais trouxe-nos novos arranjos temáticos para compreender e desconstruir os processos comunicacionais da unidade de análise. Ambos os níveis de análise (a decifração estrutural e a transversalidade temática) foram imbricados aos procedimentos sugeridos por Bardin (1977) na análise de conteúdo temática, que compreende, aqui, as etapas de pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados, inferência e interpretação, estabelecidos cronologicamente.

No contexto qualitativo em que se insere este estudo, deve-se considerar, ao adotar esse método, que (1) os dados tais como se apresentam ao pesquisador representam o material no qual ele quer debruçar-se (não sendo possível deslocá-los do seu contexto); (2) o conhecimento do pesquisador interfere na construção da análise; e (3) a importância de enunciar os objetivos das inferências e tê-las como tarefa intelectual básica (FONSECA JÚNIOR, 2011).

Na etapa de pré-análise, o objetivo foi explorar e sistematizar os materiais coletados. Essa etapa iniciou pela leitura flutuante, na qual o analista entrou em contato com o material a fim de “conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 1977, p. 96).

Posteriormente, os documentos submetidos à análise foram selecionados de modo que estivessem de acordo com os critérios de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência<sup>36</sup>. Antes do tratamento e da interpretação do material – nossas próximas etapas –, passou-se pela edição dos textos, com a transcrição completa do material coletado e a codificação.

Na etapa de exploração do material, os dados a serem codificados foram tratados, possibilitando a identificação de características do texto que serviriam de índices para as inferências. “Devem ser determinadas operações: de *recorte do texto* em unidades comparáveis de *categorização* para a análise temática e de modalidade de *codificação* para o registo dos dados” (BARDIN, 1977, p. 100 – grifos da autora). Dessa forma, o

---

<sup>36</sup> Segundo Minayo (2010, p. 316 – grifos da autora): “[...] *exaustividade*: que o material contemple todos os aspectos levantados no roteiro; *representatividade*: que ele contenha as características essenciais do universo pretendido; *homogeneidade*: que obedeça à critérios precisos de escolha quanto aos temas tratados, às técnicas empregadas e aos atributos dos interlocutores; *pertinência*: que os documentos analisados sejam adequados para dar resposta aos objetivos do trabalho”.

texto passou por uma transformação: do seu estado bruto para o processo de codificação “envolvendo: o recorte (escolha das unidades), a enumeração (escolha das regras de contagem), e a classificação (escolha das categorias)” (GIL, 2010, p. 152).

No recorte, foram estabelecidas as unidades de registro e as unidades de contexto. A unidade de registro corresponde ao fragmento de conteúdo no qual nos debruçamos, neste caso, as temáticas. Para compreender as unidades de registro, acrescentaram-se as unidades de contexto, representadas pela historicidade de Pelotas (RS) e sua relação com a RádioCom FM. As unidades de contexto deram suporte para ampliar o conhecimento sobre o material analisado, a fim de revelar possibilidades de encadeamento entre as unidades de registro e as unidades de contexto.

Na etapa de categorização, foram definidas as categorias de análise, previamente selecionadas de acordo com as unidades de registro e os objetivos da investigação. Foi feito o reagrupamento dos elementos em duas etapas, segundo Bardin (1977): o inventário (isolamento dos elementos) e a classificação (organização dos elementos em categorias). O pesquisador apropriou-se de categorias da fragmentação da comunicação para validar sua análise. De acordo com Bardin (1977), essas categorias estão subordinadas às regras de homogeneidade; exaustividade; exclusividade; objetividade e pertinência.

Posto isso, realizou-se a análise das mensagens obtidas através dos dados coletados das fontes de evidências. A fim de dar conta do desafio de investigar as estratégias comunicacionais da RádioCom FM, destaca-se, primeiramente, que a análise foi fundamentada em “*todas as evidências relevantes*” (YIN, 2001, p. 154 – grifos do autor). São elas: relatos da observação simples (da programação e do cotidiano da emissora), pesquisa documental (ata de fundação, estatuto social, lei nº 9.612/1998 e portaria nº 197/2013) e entrevistas semiestruturadas. Tem-se em vista que, para tanto, “não é possível que o pesquisador detenha sua atenção exclusivamente no *conteúdo manifesto* dos documentos. Ele deve aprofundar sua análise tratando de desvendar o *conteúdo latente*” (TRIVIÑOS, 1987, p. 162 – grifos do autor).

Apresentadas a unidade de análise, a proposta de coleta e análise dos dados, elaborou-se, a partir disso, um protocolo de estudo de caso (Quadro 3), como sugerido por Yin (2001), a fim de sintetizar passo a passo as etapas do percurso metodológico adotado.

QUADRO 3 - Protocolo de estudo de caso

<b>PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO</b>	
<b>Definição do objeto de análise</b>	- RádioCom FM
<b>Listagem de fontes</b>	- pessoas a serem entrevistadas; - documentos impressos sobre a rádio; - relatos das observações sobre a programação e sobre o cotidiano da rádio.
<b>Plano de coleta de dados</b>	- gravação dos programas da rádio; - elaboração das entrevistas semiestruturadas; - cronograma de realização das entrevistas; - levantamento dos documentos
<b>Coleta de dados</b>	- realização das entrevistas - organização dos documentos - relatos sobre a programação - relatos sobre o cotidiano
<b>Análise dos dados pela técnica da análise de conteúdo</b>	- análise de conteúdo das entrevistas - análise de conteúdo dos documentos - análise de conteúdo dos relatos de observação
<b>Elaboração de relatório final</b>	- redação da dissertação

FONTE: Elaborado pelas autoras, com base em Yin (2010)

#### **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS: o empírico na compreensão das estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação**

Este capítulo apresenta a fase de análise e interpretação dos dados. Os dados coletados por meio de documentos, observação e entrevistas foram transformados em textos e submetidos à análise de conteúdo temática. Dos textos, foram extraídas categorias de análise que resultaram em 14 (quatorze) categorias iniciais, quatro (4) categorias intermediárias e duas (2) categorias finais. As categorias iniciais correspondem aos temas que se repetiram em maior profusão na análise dos dados e dizem respeito à constituição da RádioCom. As categorias intermediárias, em número de quatro, surgem após um segundo nível de interpretação e dizem respeito ao entendimento dos processos participativos e do sentido comunitário construído na e pela emissora. As categorias finais, que aglutinam as significações e ideias das categorias intermediárias, são agrupadas em duas, e dizem respeito à mobilização social e à democratização da comunicação. Essas categorias foram descritas e, posteriormente, passaram pela etapa de interpretação.

##### **4.1. As categorias iniciais – o processo de constituição da RádioCom 104.5 FM**

Após a realização das etapas de pré-análise e exploração do material, inicia-se a etapa de categorização com base no referencial teórico apresentado. O material submetido à análise foram os relatos da observação simples (programação e cotidiano da emissora), pesquisa documental (ata de fundação, estatuto social, Lei 9.612/1998 e Portaria N° 197/2013) e entrevistas semiestruturadas.

Desse processo, foram originadas as seguintes categorias iniciais<sup>37</sup>: de contextualização da cidade de Pelotas; criticidade em relação à mídia comercial; movimento sindical de Pelotas; articulação comunitária da rádio; sustentabilidade econômica da rádio; processos deliberativos da rádio; processo de legalização da rádio; estrutura pessoal da rádio; articulação social; a rádio como espaço de aprendizagem;

---

<sup>37</sup> Em estudos qualitativos, observa-se o uso corrente do termo *questões de estudo*; entretanto, mantém-se o nome *categorias* em conformidade com Bardin (1977).

estrutura física da rádio; programação radiofônica; critérios para participação na programação; e interação com os ouvintes.

As categorias iniciais, por suas afinidades temáticas e conteúdos latentes/manifestos foram reagrupadas, dando origem às categorias intermediárias e, estas, às categorias finais, que podem ser melhor visualizadas no Quadro 4.

QUADRO 4 - Processo de categorização

<b>Categorias iniciais</b>	<b>Categorias intermediárias</b>	<b>Categorias finais</b>
Contextualização da cidade de Pelotas	Processos de conscientização	Mobilização social
Criticidade em relação à mídia comercial		
Movimento sindical de Pelotas		
Processos deliberativos da rádio	Processos participativos	
Estrutura pessoal da rádio		
Estrutura física da rádio		
Interação com os ouvintes		
Sustentabilidade econômica da rádio	Mídia comunitária	Democratização da comunicação
A rádio como espaço de aprendizagem		
Programação radiofônica		
Critérios para participação na programação		
Articulação comunitária da rádio	Sentido de comunitário	
Processo de legalização da rádio		
Articulação social		

FONTE: elaborado pelas autoras

#### 4.1.1 Contextualização da cidade de Pelotas

A primeira categoria inicial remete à contextualização da cidade de Pelotas. Essa categoria situa a RádioCom dentro de um cenário específico, tangenciando as esferas política, histórica, social, econômica e cultural. A cidade de Pelotas é uma das temáticas englobadas por essa categoria, que contém interpretações dos entrevistados sobre os sentidos histórico-políticos da cidade. Percebe-se que o entendimento sobre o contexto de Pelotas conduz a uma situação de desigualdade social, que ocasiona outras formas de exclusão cultural e política.

Quanto ao contexto político, os entrevistados relataram o conservadorismo de Pelotas, resultante de um espaço-tempo em que a cidade promovia-se a uma reprodução europeia no Brasil. Infere-se que o imaginário e a percepção que os entrevistados possuem do contexto atual da cidade tem suas raízes no período colonial, em que as famílias europeias vinham instalar-se no Brasil e traziam consigo seus costumes, formas de pensar e agir próprios, definindo e impondo – pode-se dizer – sua cultura. Essas famílias, segundo os conteúdos das entrevistas, eram formadas por grandes proprietários de terra e, portanto, famílias abastadas que detinham o poder econômico e, por conseguinte, o poder político sobre a cidade. Caracterizavam-se por serem famílias de classe burguesa e conservadoras já que entre os seus interesses estava a reprodução do modo de vida dominante do qual faziam parte.

Por outro lado, o posicionamento crítico dos entrevistados quanto a esse contexto histórico está no modo como essas famílias conservadoras mantinham seu *status* político-econômico. O período das Charqueadas é lembrado pelos entrevistados como sendo um marco histórico que deixa vestígios até os dias atuais, no qual o negro – escravizado – era fonte de mão-de-obra abundante. O porto de Pelotas, localizado às margens da lagoa dos Patos, favorecia geograficamente a cidade para o comércio de matérias-primas e de escravos naquela época. Foi possível visualizar indícios desse contexto conforme as entrevistas, os programas observados e os atores sociais da RádioCom. Segundo os entrevistados:

Pelotas é uma cidade, digamos assim, bem peculiar no Rio Grande do Sul. É **uma cidade extremamente negra**, está entre as cidades mais negras do país. O contexto político, social tem total ligação **com o negro desde o início**. A questão das **Charqueadas**, toda **escravidão** que aconteceu na cidade, todo processo que até hoje a gente percebe nas periferias, na diferença da **periferia** para o **centro**, tem total ligação com esse contexto histórico (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

[...] Teve um apogeu no século XIX, até era uma cidade culturalmente e economicamente mais importante que Porto Alegre. Aquele auge do charque, e aquilo ali... Mas claro, o modo econômico não era, aquela coisa, assim, sustentável. Então aí, teve todo **regime escravocrata** e no século XX a cidade começou, enquanto as outras se desenvolviam - Porto Alegre, Caxias - Pelotas foi ficando, foi o movimento inverso. Eu cresci nos anos 1990 e a autoestima aqui do pelotense sempre foi baixa (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

Além da característica étnica de Pelotas, os entrevistados afirmaram que, no início do processo de estruturação da programação da rádio, a maior parte dos programas era ligada ao movimento negro. Eram programas para falar em nome da negritude, feitos por

negros. Logo, a contextualização apresentada na fala dos entrevistados revela-se também nos programas observados. Hoje, a programação da RádioCom conta com um programa semanal relacionado ao movimento negro, em Pelotas, chamado *Coletivo Negada*. Dois integrantes desse coletivo produzem e apresentam o programa *Escambo*, todos os sábados.

Também resulta da criticidade em relação à contextualização de Pelotas uma visão dicotômica da cidade, na qual os entrevistados assimilam noções de centro/periferia, direita/esquerda, hegemônico/contra-hegemônico, riqueza/pobreza, massivo/alternativo. Isso nos leva a inferir sobre a desigualdade social, política, econômica e cultural existente em Pelotas, bem como a preocupação dos atores da RádioCom em estreitar as distâncias entre esses polos opostos, que representam os antagonismos sociais.

Por fim, infere-se que os conteúdos dessa categoria conduzem a outro viés sobre a postura crítica frente ao contexto de Pelotas. Consta-se, nas entrevistas e na programação, que o entendimento desse contexto, permeado pelo olhar apurado, capaz de desconstruir a configuração atual da sociedade pelotense, é restrita a determinadas pessoas. A criticidade é para poucos, como se pode observar na rubrica de um dos entrevistados.

[...] pessoas que nem escutam a rádio e que tem essa dificuldade, que **nem todo mundo consegue entender** a proposta [da RádioCom]. [...] **Eles** não estão preocupados com a questão cultural, com a questão do artista que tem a alma, alma naquela música, que fez uma letra que diz alguma coisa. Eles não estão preocupados. [...] Então, muitas pessoas estão ligadas a isso e **não conseguem enxergar** (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

A polaridade é demonstrada inclusive no distanciamento entre os que têm postura crítica e os que não têm [*“eles”*] e, por isso, falta-lhes a compreensão sobre o contexto e a proposta da RádioCom. Neste sentido, o “eles” é o massivo-comercial e a RádioCom é o contraponto, o alternativo, em pequena escala.

Esse contexto é reinterpretado à luz de uma nova característica apontada por alguns dos entrevistados: a renovação populacional de Pelotas. Essa renovação é favorecida pela opção da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) em oferecer apenas o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) como forma de ingresso. Segundo os entrevistados, a vinda de estudantes de diferentes regiões do país estaria provocando pequenas mudanças na cidade. A promoção dessa diversidade cultural traria consigo

novas formas de pensar e novas culturas que agiriam de modo a atualizar e renovar a ideologia dominante, mesmo sem transformações de ordem estrutural.

#### 4.1.2 Criticidade em relação à mídia comercial

A categoria *Criticidade em relação à mídia comercial* abrange as temáticas relacionadas aos veículos de comunicação comerciais de Pelotas e a questão da indústria cultural. As rubricas desta categoria encontram-se nas entrevistas e na programação da RádioCom.

Os veículos de comunicação de Pelotas com propósitos mercadológicos são tomados como referência para a constituição da RádioCom. É a partir do conhecimento que se tem sobre o funcionamento desses veículos, suas lógicas de produção, circulação e consumo que se elaboram as bases para pensar em novas formas de comunicação.

O Diário Popular, principal veículo de comunicação (massivo e comercial) de Pelotas, é citado pelos entrevistados como uma mídia que não representa os movimentos sociais da cidade. Os mesmos grupos/famílias que possuem poder econômico dominam também a instância política, ocupando cargos públicos e a instância midiática, administrando os principais veículos de comunicação da cidade, como o Diário Popular. Um dos entrevistados assevera que

Ela [Pelotas] tem dois lados muito fortes, que é a **tradição** dessas famílias, que eram **famílias muito ricas** e que, hoje, mesmo falidas permanecem com toda essa tradição. Isso tem total ligação com a **mídia em Pelotas**, uma ligação com a **política**, porque, de alguma maneira, comandavam a cidade pela riqueza. Então, até hoje, de **geração em geração** isso se reflete. /Porque a gente tem um jornal, que é o **Diário Popular**, que tem muitos anos de história, mais de cem anos, e ele é formado por essas **famílias**. Então, até hoje, a gente percebe, por exemplo, uma **ausência de representação social** no Diário Popular. Porque, de fato, ele representa uma ideia política muito forte (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

A cidade é muito conservadora, tradicionalmente muito conservadora. Sempre foi, sempre foi conservadora. Politicamente, sempre teve aquela coisa das famílias, das Charqueadas. Ah, porque meu sobrenome, eu sou fulano de tal. Sou neto do charqueador. Até hoje, em Pelotas, tem muito isso./O Diário Popular é o único que dá pra levar a sério e mesmo assim a qualidade é baixíssima. É um jornal que é da família Fetter, que era o antigo prefeito. Então, é tudo meio provinciano... O cara era prefeito e a família dela era dona do jornal. Agora saiu, agora está o Eduardo Leite. Mas antes era da mesma família... Então sempre teve essa coisa das famílias. No poder político, são sempre os mesmos (ENTREVISTADO 5).

Parece que a proposta de surgimento da RádioCom está diretamente ligada à necessidade de comunicar, de fazer parte da mídia, mas um tipo de mídia que pudesse representar interesses diferentes daqueles que propunha o Diário Popular. A RádioCom busca, justamente, a ruptura com a transformação da informação e da cultura em mercadoria, tal qual uma indústria que produz em larga escala os seus produtos. Busca transgredir o círculo vicioso em que se encontra Pelotas desde o período do Charque e da escravidão e que se estendia à esfera midiática. Diz o entrevistado 4:

Sem dúvida, nós queríamos levar uma coisa em que o grande e o pequeno fossem tratados com o mesmo respeito. Tu vais numa **rádio comum**, um cara que não tem nome, que não é projetado socialmente, ele **não tem vez**. E nós queríamos que, se tu tem algo pra dizer, os microfones da RádioCom estão **abertos**. Eu acho que tem que ter uma rádio que seja **do povo**. Não de alguém pretensamente importante (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

A dualidade das concepções sobre mídia expressa-se na comunicação comercial e na comunicação não comercial ou comunitária. De modo geral, para os entrevistados, falar em mídia é sinônimo de grande mídia, com interesses mercadológicos de amplo alcance para um público heterogêneo. A grande mídia contrapõe-se às características de uma rádio comunitária que, embora tenha um importante papel para a sociedade, é limitada em termos de abrangência e comunidades atendidas. Há uma negação dos princípios da indústria cultural que regem as mídias comerciais, que circundam o senso comum e os interesses dos “donos” da mídia. A partir desse emaranhado de concepções, surge uma demanda comunicacional e social que se origina da exiguidade representativa dos movimentos sociais e de interesses plurais/comunitários na mídia.

Na programação e na observação da vivência da RádioCom, essa categoria apresenta-se pulverizada nos discursos de seus integrantes. Alguns programas que vão ao encontro desse discurso são *Samba e Liberdade* e *Cantos de Luta e Esperança*. São programas musicais (samba de raiz e música latino-americana, respectivamente), mas com foco na música que está distante dos padrões da indústria cultural.

Em outros, como o programa *Tribuna Popular*, o jornal de Pelotas, Diário Popular, como também o jornal Zero Hora, em circulação em todo o Rio Grande do Sul, são alguns veículos massivos e comerciais utilizados como fonte para o programa. Entretanto, a mídia comercial parece ser, na maioria das vezes, um balizador de suas

práticas, uma referência que conduz as atividades da rádio em outra direção: o comunitário.

#### 4.1.3 Movimento sindical de Pelotas

Essa categoria compreende o movimento dos sindicatos de Pelotas, em especial, o sindicato dos bancários, elo de articulação para o desenvolvimento da RádioCom. Os conteúdos dessa categoria remetem aos contextos em que o movimento sindical insere-se, como em relação ao surgimento da RádioCom até a concretização do projeto de rádio comunitária.

Reportando-se à categoria anterior, a ausência de representação na mídia comercial é um anseio que se originou da comunidade em articulação ao movimento sindical de Pelotas em busca de um espaço midiático representativo. O movimento sindical é mencionado por todos os entrevistados, relatando sua importância para o desenvolvimento e viabilidade da RádioCom. À vista disso, o surgimento da rádio é possibilitado pela soma de dois fatores: a falta de representação dos movimentos sociais de Pelotas e o suporte financeiro do movimento sindical.

O movimento sindical, segundo os entrevistados, é um movimento organizado politicamente e bem estruturado financeiramente. O comércio é a principal atividade econômica da cidade de Pelotas, que conta com grande número de trabalhadores. Estes organizaram-se e formaram diversos sindicatos, de acordo com cada setor, os quais, por sua vez, uniram-se formando o movimento sindical de Pelotas. Com a contribuição mensal de cada sindicato arrecadam um montante mensal para financiar suas despesas e atividades. Tinham, dessa forma, poder econômico; entretanto, suas pautas, suas reivindicações e seus interesses não tinham espaço na mídia comercial ou, quando tinham, eram feitas pelo viés do empresário, excluindo a versão do trabalhador. A rubrica a seguir exemplifica essa categoria.

O movimento dos trabalhadores, no Rio Grande do Sul, na cidade de Pelotas, é extremamente representativo./O **movimento sindical**, então, era forte, era unido. Por quê? Porque, de fato, existia uma **barreira política** muito grande em Pelotas que fez com que os sindicatos se organizassem (ENTREVISTADO1 – grifo nosso).

Só que pelo apoio dos sindicatos - tu já deve saber - **a rádio surgiu como a rádio do movimento sindical**. Os sindicatos conseguiram botar dinheiro e fazer funcionar isso aqui. Se não fossem os sindicatos, até hoje, eu não sei se a rádio se

sustentaria. É fundamental a visão... O grande mérito do movimento sindical de Pelotas foi ter a iniciativa de criar uma rádio. /O mérito do movimento sindical, lá em 2002, foi isso, criar uma rádio para tentar construir uma alternativa aos tradicionais meios. E a rádio conseguiu se estruturar aos 'trancos e barrancos', até hoje (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

Entre os sindicatos que faziam parte do movimento, destaca-se o sindicato dos bancários, do qual um dos idealizadores da RádioCom fazia parte e, à época, era estudante de jornalismo. Ao fazer contato com o entrevistado 2, hoje diretor geral da rádio, eles tiveram a ideia de estruturar uma rádio comunitária que pudesse representá-los. Assim, o movimento sindical foi e continua sendo a base estrutural da RádioCom.

#### **4.1.4 Articulação comunitária da rádio**

Na temática articulação comunitária, consideram-se os conteúdos relativos aos atores sociais, aos movimentos sociais e demais grupos que foram sendo agregados à RádioCom durante seu processo de desenvolvimento. O envolvimento e a participação de pessoas da comunidade, de segmentos excluídos socialmente, de movimentos sociais ou de qualquer instituição que venha compartilhar conhecimentos, aprendizados e contribuir para o desenvolvimento dos cidadãos e da rádio como um veículo potencial para tal, denominou-se articulação comunitária.

Foram sendo agregados, a partir do contato dos idealizadores da rádio, diferentes segmentos da comunidade para fazer parte do projeto de comunicação comunitária que estava sendo estruturado. Essa articulação comunitária, uma vez que buscou nas comunidades resgatar os movimentos sociais e as minorias, visava à integração pela afinidade de ideais e a oportunidade de participação na programação da RádioCom. A relação da rádio com esses segmentos da comunidade demonstrava também a busca pela aproximação centro-periferia (a RádioCom está localizada no centro da cidade de Pelotas), uma forma de resgatar os problemas sociais enfrentados nos bairros, traduzidos pelos movimentos para que, na rádio, tivessem o espaço de representação almejado.

Primeiramente, com o movimento sindical e, após, com a articulação de líderes comunitários, pessoas ligadas à cultura em Pelotas, ao movimento negro, ao movimento hip hop, ao movimento da mulher, entre outros como explicitado na rubrica.

Os líderes comunitários, o movimento cultural, que é muito forte, e o movimento sindical. Com isso, a gente conseguiu ter alguns pilares: o pilar da periferia, o pilar da cultura, o pilar político-ideológico. [...] movimento da mulher, movimento do negro, movimento do hip hop, movimento do reggae, movimento do jazz, os músicos mais instrumentais (ENTREVISTADO 1).

[...] porque a rádio envolve um grupo, como tu já deve ter visto. Ela envolve os sindicatos, os movimentos sociais, o movimento negro e outros movimentos que fazem parte da rádio (ENTREVISTADO 2).

E veio um palestrante de Santos [realizar uma palestra sobre saúde mental na UFPel] e ele falou como funcionava os CAPS em Santos, falou que lá eles tinham um programa de rádio, uma rádio comunitária voltada para a saúde mental [...]. Aí, ela [artista plástica do CAPS] entrou em contato com o Glênio [um dos fundadores da RádioCom] e falou com ele. Ela reuniu a gente lá [no CAPS] e perguntou quem gostaria de participar de um programa de rádio. [...] Até que um dia, dia nove de agosto de 2001, a gente fez o primeiro programa aqui (ENTREVISTADO 3).

Eu acho que esses diversos movimentos é que dão a alma para a RádioCom, a meu ver. Tem essa coisa boa. Toda sociedade representada na RádioCom, eu acho que isso dá uma visibilidade para a rádio que a gente acaba gozando de respeitabilidade. Por ter diversos movimentos (ENTREVISTADO 4).

[...] Eu acho que foi pela falta de espaço que esses movimentos, negro, hip-hop, anarquista, tiveram que achar espaço em outros níveis. Então, ficaram sabendo da rádio e a rádio é diferente porque ela é uma 'rádio de bairro', como essa rádio que é no centro, o pessoal investe mais, mais a classe média, eu mesmo sou de classe média (ENTREVISTADO 5).

Foi por meio dessa articulação que a RádioCom pode ramificar-se com outros setores sociais, expandindo-se para além dos limites do movimento sindical. Esse movimento, até hoje, parece desempenhar um papel fundamental na ideologia e no funcionamento da emissora. Porém, infere-se que esse movimento foi diluído pela inserção de novos insumos culturais, como os estudantes universitários, que complementam as estruturas da RádioCom.

Ademais, um dos entrevistados aponta que a emissora possuía uma articulação com as bases de esquerda, ligadas ao Partido dos Trabalhadores (PT), à Central Única dos Trabalhadores (CUT) e ao movimento sindical, como já explicitado, arraigadas aos ideais da rádio. A deformação ideológica das bases do partido fizeram com que a RádioCom se distanciasse da linha sindical e se aproximasse mais da linha comunitária.

#### **4.1.5 Sustentabilidade econômica da rádio**

Nesta categoria, foram abarcadas as temáticas que envolvem as formas de aquisição de patrimônio e fontes de recursos da rádio, como espaço físico, equipamentos,

colaboradores, apoiadores culturais. Sendo uma rádio comunitária, constituída a partir de uma associação comunitária e, portanto, sem fins lucrativos, a sustentabilidade financeira torna-se um desafio.

Como formas de sustentabilidade econômica da rádio são relatados, nas entrevistas, os apoios culturais, os eventos que a rádio participa/organiza e o projeto “Amigos da RádioCom”, em que havia um *spot* de divulgação do projeto que foi veiculado na rádio. Esse projeto foi criado na rádio para que as pessoas da comunidade, que não possuem um comércio local, pudessem fazer doações de qualquer quantia para a rádio. Essas estratégias de sustentabilidade econômica são importantes para que a rádio mantenha suas atividades, já que ela conta com voluntários e assalariados.

Na programação da rádio, a sustentabilidade econômica manifesta-se nos apoios culturais presentes nos intervalos dos programas. Alguns apoiadores são o Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA), a Água Faman, o restaurante ecológico Eco e o Portal da Palavra que pertencem à região de alcance da rádio.

Essa categoria também contém os conteúdos dos documentos analisados, como o Estatuto Social da RádioCom que traz em seu capítulo III o item “Do patrimônio e suas fontes de recursos”. Os artigos desse capítulo esclarecem a constituição dos bens móveis e imóveis e como devem ser utilizados os recursos da emissora, ou seja, para a consecução de seus objetivos<sup>38</sup>.

Recentemente, a rádio vem enfrentando dificuldades financeiras, além das despesas fixas com água, luz, telefone, internet, há os membros assalariados da rádio. Ao conhecerem uma rádio da cidade de Rio Grande, com uma história semelhante à RádioCom, mas que não conseguiu manter-se no ar somente com o voluntariado, é que seus gestores optaram por contratar alguns funcionários (operadores de som e jornalistas). Para dar conta de todas essas despesas, além dos apoios culturais e eventos já mencionados, o que garante a viabilidade da rádio é a contribuição mensal do movimento sindical de Pelotas. Especialmente o sindicato dos bancários, foi mencionado como sendo a principal fonte de recursos econômicos para a RádioCom. As rubricas destacam essa categoria.

Ela se sustenta pelos apoiadores, que a gente chama de apoio cultural. [...] O que sustenta é a doação dos sindicatos que pagam uma mensalidade por mês. Então, um sindicato dá quinhentos, outro dá dois mil, outro dá duzentos reais. Porque

---

<sup>38</sup> No documento, não são mencionados os objetivos da rádio. A referência que se presume ser relativa aos objetivos é o capítulo I, sessão II – das finalidades.

cada sindicato tem um tamanho, então, cada sindicato diz quanto vai dar. E é com isso que ela [a RádioCom] paga as contas (ENTREVISTADO 1).

Nós nos mantemos todos esses anos por causa do sindicato, sindicato dos bancários./Sim, essa sala é do sindicato dos bancários. Se não fosse isso a gente não existiria. Eu diria que sem os sindicatos não existiria. Porque eles são fundamentais/ a gente tinha esperança de se libertar do sindicato, mas não é possível/ Como é que tu podes ter renda, ter potencial para uma rádio comunitária faturar, somente faturar um egoísta qualquer, e numa rádio comunitária não tem chance com 25watts? Isso está errado (ENTREVISTADO 4).

A questão financeira é uma tristeza. O pessoal aqui ganha 'pingado' na rádio, eu nem deveria estar falando isso, mas o pessoal não ganha um salário nem de seiscentos reais, ou seja, um salário mínimo, e às vezes para trabalhar meio turno. É uma situação triste, porque às vezes, estagiários que a gente gostaria de remunerar, tipo uma bolsa para o estagiário, não podemos. O estagiário é voluntário (ENTREVISTADO 5).

Mesmo que a emissora tenha apoios culturais, provenientes do raio de alcance de uma rádio comunitária, essa fonte de sustentabilidade não é suficiente para manter as despesas e atividades que a rádio vem desenvolvendo. Um dos princípios mencionados por um dos entrevistados é que a RádioCom não admite patrocinadores para os programas, mas sim apoios culturais para a emissora como um todo, reafirmando os ideais de uma rádio comunitária. Outra questão mencionada nas entrevistas é que o movimento sindical, mais uma vez, foi protagonista na estruturação da rádio. Diz o entrevistado 2 que “os sindicatos, além de terem comprado o equipamento, dão uma verba para sanar essa dívida [referindo-se ao pagamento de funcionários]”, demonstrando a interdependência rádio-sindicatos. Segundo o entrevistado 4 (grifo nosso), “a gente [a RádioCom] tinha esperança de **se libertar** do sindicato, mas não é possível”. Então, percebe-se que o movimento sindical tem forte influência nos processos econômicos e comunicacionais da rádio, ao passo que a rádio passa a assumir um compromisso com os sindicatos em contrapartida à ajuda econômica que recebe.

#### 4.1.6 Processos deliberativos da rádio

Essa categoria compreende as temáticas relacionadas à tomada de decisão sobre os processos desenvolvidos na RádioCom, como os assuntos relativos à programação, à gestão, aos colaboradores. Remete às reuniões, às assembleias em que são realizadas as discussões e as eleições para compor o quadro associativo da emissora.

Exemplificam-se os conteúdos dessa categoria nas rubricas das entrevistas e nos documentos disponibilizados pela rádio, na ata da primeira reunião e no estatuto social. A ata descreve, passo a passo, como foi realizada a construção do projeto político da RádioCom, apresentando os participantes, as deliberações e, como produto, a criação da Associação Cultural Rádio Comunidade FM – RádioCom. Para a constituição da associação comunitária aconteceram, durante três anos, no sindicato dos bancários, reuniões para decidir como a emissora iria estruturar-se, quais seus princípios e diretrizes. Estes foram compilados no seu Estatuto Social, registrado em cartório. As rubricas exemplificam essa categoria:

Ela tinha uma coisa muito legal, que se chamava assembleia geral. Acontecia uma vez por mês, com todos os radiocompanheiros, todas as pessoas que têm programa aqui e a direção. [...] Ela era construída junto (ENTREVISTADO 1).

E a partir daí [da união dos sindicatos] foram feitas reuniões semanais (ENTREVISTADO 2).

O pessoal dos sindicatos e convidados, voluntários, quem estava a fim de criar uma rádio comunitária, participava das **reuniões**. E nessas reuniões, a gente formava a estrutura da RádioCom, o estatuto da RádioCom. E isso, a meu ver, foi de extrema importância para manter a **essência da RádioCom** e nesses doze anos que nós existimos manter o nível. Porque foi muito bem estruturado (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

[...] lutar pela formação de um **Conselho Municipal de Comunicação**, com poderes deliberativos (ATA DE FUNDAÇÃO, 2000, grifo nosso).

Nos documentos analisados, consta que a Assembleia Geral é o órgão máximo de deliberação da RádioCom (Cap. IV, Seção II). Os associados reúnem-se em assembleia duas vezes ao ano para avaliar as atividades da rádio, prestação de contas e discussão orçamentária. O Estatuto também determina os prazos, a deliberação sobre as pautas e a convocação das assembleias ordinárias e extraordinárias. São competências da Assembleia Geral, conforme art. 14º, deliberar sobre a indicação da mesa coordenadora, a política geral da entidade, questões econômicas, eleição dos membros, alterações estatutárias e dissolução da entidade. O processo eleitoral e os mandatos (de dois anos) são efetivados em Assembleia Geral, segundo o Capítulo V, seções I e II.

Esses processos de deliberação conformam uma das etapas e também uma estratégia para o debate e a tomada de decisões sobre os rumos que a rádio irá tomar. Essa estratégia engloba processos de participação e de construção coletiva de uma mídia comunitária, pois é através de assembleias e reuniões que são compartilhadas as

ideias e expostos os argumentos para a deliberação dos diferentes grupos representativos. Desse processo, emerge o desenvolvimento da coletivização, importante pilar de sustentação de mobilizações sociais para a concretização de uma rádio comunitária.

#### **4.1.7 Processo de legalização da rádio**

As temáticas dessa categoria envolvem as etapas para a legalização da RádioCom, relativas à lei 9.612/1998 que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária. A primeira etapa de regulamentação, de acordo com essa lei, inicia com a criação da associação comunitária e seu estatuto social. Nas etapas subsequentes, há uma série de requisitos exigidos pela lei, em que as rádios comunitárias devem estar adequadas, como os equipamentos, local da antena e da emissora, potência do transmissor, modulação em frequência preestabelecida, entre outras. “Há uma extensa lista de exigências determinadas por lei e, para cumpri-las, um padrinho político torna-se essencial” (PAIVA; CUSTÓDIO; MALERBA, 2013, p. 11).

De acordo com os conteúdos das entrevistas, uma das problemáticas enfrentadas é em relação ao raio de alcance do transmissor da RádioCom. Um dos entrevistados afirmou que a emissora estava operando com um transmissor de 100 watts, quando o permitido por lei é um transmissor de 25 watts. Isso se devia ao intuito da rádio em ultrapassar os limites do comunitário territorial para que a RádioCom “disputasse comunicação hegemônica em Pelotas” (ENTREVISTADO 1).

É consenso entre os entrevistados a limitação da lei das rádios comunitárias que traz a reboque inúmeros desafios e empecilhos para quem se propõe a estruturar uma emissora. A fiscalização, a repressão e as multas da ANATEL e do Ministério das Comunicações são queixas recorrentes. O alcance de um km é condenado por um dos entrevistados. Ele assevera que “uma rádio que tem que ter 25w, que é o máximo que eles possibilitam, é uma rádio de poste! Em uma época de comunicação que nós vivemos, uma área de 25w é brincadeira! Quem é que criou essa lei? Quem?” (ENTREVISTADO 4). Os entrevistados, ao se referirem aos órgãos reguladores e fiscalizadores (ANATEL e Polícia Federal) das rádios comunitárias, chamam-nos de “eles”, utilizando, a nosso ver, uma estratégia de distanciamento e repúdio. Dizem os entrevistados que:

**Eles** fazem tudo para destruir. Se tu queres montar uma rádio comunitária, acaba não montando, porque é **muito limitado**, é **muito injusto**/Conseguimos, conseguimos a outorga. Mas, claro, abaixo dos trancos e barrancos. Mas conseguimos (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

Tem toda uma **limitação** que é colocada pela própria mídia, que tem uma pressão que acaba limitando as rádios comunitárias, a potência, o raio também. E tudo isso é justamente para dificultar./ nós tivemos várias vezes a **presença da ANATEL** aqui, o órgão regulador. Ele esteve várias vezes aqui para **lacrar o material** (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

Nós tínhamos um **transmissor** maior que foi recolhido pela **Polícia Federal**. De 250w que, pelo trabalho que nós fazemos, seria o exato. **Mas eles** levaram e não nos entregaram mais. E a gente tem que usar esse **pequeninho**, que é o primeiro. Felizmente, temos a **Internet**./ Eu acho que tem que ser avaliado quem **fiscaliza** rádios comunitárias. Deveria avaliar se é **realmente comunitária**. Eu estou falando o óbvio. Como é que **eles não olham isso?** Como é que só pregam leis e não interessa se é comunitária ou não? **Eles deveriam** ouvir a programação da rádio e ver se é comunitária ou não é. Se há interesses comunitários (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

[...] a restrição da legislação é o que mais nos prejudica, porque a questão de patrocínio, que não são patrocínios, são apoiadores culturais, tu já deve ter ouvido falar, porque a gente não pode dizer ‘vamos ouvir nossos patrocinadores’ não, o correto é vamos ouvir as mensagens dos nossos apoiadores culturais. Claro que é um eufemismo, mas na legislação não pode, patrocínio não pode (ENTREVISTADO 5).

A questão da legislação para as rádios comunitárias tem, portanto, implicações a serem repensadas, visto que, desde a sua elaboração, a lei já é permeada por interesses que não beneficiam as emissoras. Por outro lado, as rádios comunitárias, como a RádioCom, também se aproveitam e se beneficiam das alianças político-partidárias para conseguir a outorga. Segundo o entrevistado 5:

Mas, hoje, a rádio está com outorga, **até tem haver essa identificação com o PT**, o Marroni mesmo é deputado federal lá, então quem era da rádio que tem um histórico com o PT e tem alguém [conhecido] no Governo Federal...tem aquela coisa ‘eu lavo a tua mão e tu lava a minha’. **Hoje não é mais assim** (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

Progressivamente, as rádios comunitárias entram com os processos de outorga, em situação de enfrentamento com os ditames da lei, pois esta apresenta-se como a forma *sui generis* de regulamentação. Uma alternativa, apresentada por um dos entrevistados, é transformar a rádio em educativa ou colocar a rádio na *web*, já que a Internet ainda é um espaço aberto, sem um marco regulatório que criminalize as rádios comunitárias.

#### 4.1.8 Estrutura pessoal da rádio

A categoria *estrutura pessoal da rádio* apresenta temáticas relacionadas a quem participa dos processos comunicacionais comunitários da emissora, tanto na gestão, na programação, no conselho comunitário e nos demais componentes do quadro associativo. Essa categoria apresenta-se, primeiramente, no estatuto social da RádioCom no qual consta, no Capítulo II, os direitos e deveres do quadro associativo. É definido, no documento, que só poderá associar-se à emissora “moradores da comunidade abrangida pela transmissão”. Entretanto, com a Portaria nº 197, de julho de 2013, o alcance de uma rádio comunitária pode até ultrapassar o raio de um km, “a depender de características geográficas e urbanísticas e mantidas as condições técnicas da autorização<sup>39</sup>”. É questionável o fato de que, mesmo com a alteração da portaria, os moradores que se localizam fora do raio de alcance dependam desse critério para associar-se à rádio.

Quanto aos direitos dos associados, o estatuto social (Seção II, dos Direitos e Deveres dos associados, art.6º) prevê que estes podem participar das atividades da associação comunitária, ocupando esses espaços para ter conhecimento sobre as decisões tomadas, bem como opinar sobre elas. Podem sugerir nomes para compor o quadro diretivo e encaminhar propostas que sejam do interesse dos associados e da comunidade atendida. Também são direitos do associado votar e ser votado, retirar-se da associação e escolher representantes dos órgãos deliberativos e administrativos.

Em relação aos deveres, o art. 7º diz que os associados devem “I – Respeitar e cumprir o presente Estatuto Social, bem como as resoluções das instâncias diretivas da RádioCom; II – Comparecer às Assembleias e a todas as atividades a que for convocado, ordinária e extraordinariamente”.

A estrutura pessoal da RádioCom, de acordo com seu Estatuto, também deve ser constituída, além do quadro associativo, por uma Coordenação Executiva, fiscalizada por um Conselho Fiscal. A coordenação executiva é composta por sete membros da comunidade atendida que se reúnem quinzenalmente. É constituída por um coordenador administrativo, um coordenador financeiro, um coordenador de operação, um coordenador de produção e programação, um coordenador de eventos e um coordenador de patrimônio. Suas funções e responsabilidades estão discriminadas na Seção VI, das Competências do Estatuto Social. Cabe destacar as atribuições do Conselho Comunitário

---

<sup>39</sup> Portaria nº 197, de 1º de julho de 2013. Disponível em <http://www.mc.gov.br/legislacao/port-tipo/portarias/portaria-n-197-de-1-de-julho-de-2013> Acesso em 12/09/13.

(Seção V, do Conselho Comunitário), que deve acompanhar a programação da emissora a fim de assegurar que os princípios comunitários, estabelecidos pelo Estatuto da RádioCom e pela Lei 9.612 sejam cumpridos devidamente.

Há, também, um conselho fiscal, responsável pela elaboração do regimento interno<sup>40</sup>, calendário anual, plano orçamentário, balancetes, eleição do presidente e outros membros, e por verificar os registros e livros fiscais sobre os órgãos que compõem a entidade (ESTATUTO SOCIAL, seções III e IV). Salienta-se que o quadro associativo, tal como se apresenta no Estatuto Social da emissora, não foi mencionado pelos entrevistados. O que se percebe, durante a observação do cotidiano da emissora, é que são atuantes o coordenador administrativo, o coordenador de produção e programação e o coordenador de operação.

A RádioCom FM é constituída por voluntários e assalariados, de acordo com os entrevistados. Essa estrutura pessoal manifesta-se no formato dos programas, visto que os membros assalariados produzem os programas editoriais da rádio e os demais programas são feitos por voluntários. No relato dos entrevistados, os funcionários assalariados contabilizaram cerca de sete pessoas, entre operadores de som, diretores de programação, editores e jornalistas. Visualiza-se esta categoria nas rubricas:

[...] O **voluntariado** existe muito no coração das pessoas. A gente sabe que não é fácil permanecer como voluntário por mais de dez anos num lugar./ Porque, às vezes, a pessoa não tem compromisso. Às vezes, o fato de ser gratuito faz com que a pessoa não valorize tanto./ [...] Ela tem espaço e as pessoas vêm; só que muitos deles não vêm (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

O Gil é um **contratado**. Isso é uma das razões que diferenciou a gente lá de Rio Grande./ [...] a RádioCom tem sete **funcionários**. São pessoas que estão aqui para fazer a rádio funcionar (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

Nós começamos, e até os dias de hoje, com **voluntários**. Nem dez pessoas recebem hoje em dia. O resto é tudo voluntário (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

A ideia de possuir essa mescla de assalariados e voluntários surgiu de uma viagem do atual coordenador da rádio na fase inicial de idealização da RádioCom. Ele foi visitar uma rádio comunitária da cidade de Rio Grande (RS) que, por também ter surgido de um sindicato, chamou a sua atenção. Seu objetivo era conhecer a rádio e tomar essa experiência como referência para a constituição da RádioCom. Na sua visita, o

<sup>40</sup> O regimento interno da RádioCom não foi disponibilizado para consulta.

coordenador da rádio percebeu que a rádio de Rio Grande não estava no ar pela falta de uma programação completa; e que isso podia estar relacionado à falta de comprometimento dos voluntários. Dessa forma, ao voltar para Pelotas e compartilhar essas experiências com o grupo interessado em criar a rádio comunitária, decidiram que teriam pelo menos dois funcionários.

O descomprometimento dos voluntários também foi mencionado pelo entrevistado 2. Exemplificou-se que os programas editoriais da rádio possuem estabilidade no formato, nos conteúdos e na periodicidade; e que isso, muitas vezes, não acontece com os programas realizados pelos voluntários.

#### **4.1.9 Articulação social**

Essa categoria compreende as estratégias de articulação da RádioCom que dizem respeito às atividades realizadas, como eventos e oficinas; e a sua presença no âmbito digital através do *site* da emissora. São estratégias que visam, a partir da articulação social, à aproximação com a comunidade atendida e com os demais bairros da cidade de Pelotas. Já o *site*, por outro lado, busca expandir o domínio territorial, transformando a noção de comunidade para a RádioCom.

Uma mídia comunitária compreende, pelo menos, três fases complementares: a inclusão social das minorias e pluralidade de representações, o desenvolvimento de atividades a serviço da comunidade (por meio da programação, eventos, oficinas, palestras) e seu posterior impacto em prol da comunidade. Nessa categoria, foram selecionadas as temáticas que envolvem as formas de atuação da RádioCom realizadas fora do âmbito dos estúdios que propiciem, de outra forma, uma articulação social. As rubricas que compreendem essa articulação são os eventos realizados pela rádio nos bairros e a criação do *site* e do *blog*, que, recentemente, saiu do ar, por razões técnicas.

O *site* (<http://www.radiocom.org.br>) é uma forma de articulação da rádio para além do espaço eletromagnético de alcance de uma rádio comunitária. Contém informações sobre a história da rádio, seus projetos, a grade de programação, as campanhas, as imagens, os vídeos, o contato. As notícias do *site*, com atualização constante, são divididas em núcleos: internacional, nacional e cidade, de acordo com a abrangência do conteúdo. A programação ao vivo também é disponibilizada. Dessa

forma, extrapolam-se os limites da localidade e, por meio dessas plataformas, a rádio pode articular-se com qualquer parte do mundo. As rubricas exemplificam essa categoria:

[...] pra gente fazer festa, pra gente fazer atividades **na rua**. Porque a RádioCom ela teve, por muito tempo, no início, **atividades nos bairros**. Ela levava **cultura** para os bairros. Montava palco, fazia shows./ O *site* nasceu com a rádio. Não nasceu com a rádio quando ela foi fundada, mas nasceu lá no início mesmo (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

Muitas vezes, a gente foi nos **bairros** e a gente fazia ...fazia muito, ultimamente a gente não tem conseguido. A gente ia para os bairros e fazia apresentações com **artistas**, levava a aparelhagem e tudo pra lá. E tudo era transmitido do bairro (ENTREVISTADO 2).

[...] Como aqui em Pelotas tem bastante CAPS, são sete, tiraram um ou dois de cada CAPS e fizeram uma **oficina de rádio**. O Glênio levou os equipamentos lá para o Castelo, o CAPS Castelo, que tinha antigamente. Fez uma produção, um ensaio, cada um falou de uma coisa, falaram de música, de receita/ A rádio está ao vivo no sábado, mas a produção é gravada dentro do CAPS. Toda quinta-feira é **dia de oficina** (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

Nos programas da RádioCom, a articulação da rádio com a sociedade manifesta-se na divulgação/apoio de eventos locais, sendo que o principal deles é o Sarau Poético-Musical. O Sarau é um evento criado por iniciativa da RádioCom que acontece mensalmente na Biblioteca Pública de Pelotas. Em sua 35ª edição, no mês de outubro de 2013, o sarau, que reúne manifestações musicais e literárias, teve entre os autores convidados Álvaro Barcellos e Gil Fernandes, ambos integrantes da RádioCom.

Em relação à programação, o *Navegando* é um dos programas que tem como mote a divulgação da arte e da cultura local; são lançamentos de livros, discos, *shows*. Além disso, merece destaque a compilação da produção cultural local feita pela RádioCom em três discos, com 60 artistas de música independente, chamado *Arte Daqui*<sup>41</sup>.

#### 4.1.10 A rádio como espaço de aprendizagem

Essa categoria envolve as temáticas que configuram a RádioCom como uma mídia que possibilita, por meio de seus processos comunicacionais, proporcionar espaços de

<sup>41</sup>O projeto Arte Daqui foi desenvolvido em três volumes, cada um contando com a participação de vinte artistas locais. Os áudios estão disponíveis em <[http://www.radiocom.org.br/index.php?option=com\\_phocadownload&view=sections&Itemid=26](http://www.radiocom.org.br/index.php?option=com_phocadownload&view=sections&Itemid=26)> Acesso em 06 jul 2013.

aprendizado e crescimento pessoal para o desenvolvimento da autonomia. A rádio comunitária pode, assim, potencializar os conhecimentos e promover a educação informal através das experiências coletivas e compartilhadas no convívio comunitário. Os trechos, na sequência, ilustram as temáticas dessa categoria:

[...] Mas eu ter a possibilidade de **falar**, de me **expressar**, melhorar minha **postura**./ [...] tenho uma dificuldade muito grande de me expressar [...] quando eu comecei, a rádio foi muito importante pela **mudança**. Eu tinha uma visão voltada para o **senso comum**. E quando eu tive acesso, na verdade, pelo movimento hip hop, que me trouxe um novo caminho, eu cheguei à rádio. [...] E quando veio a rádio me abriu uma outra...como se me abrisse uma janela, assim...que eu nunca vou conseguir fechar. Dessa coisa de ter um **senso crítico**, de ter uma compreensão maior sobre o mundo (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

[...] o Glênio ficava na operação. Daí ele perguntou se alguém queria ficar na operação, porque ele tem os afazeres dele. Daí eu **me ofereci** para ficar. Hoje, **eu opero** como técnico de som. Aí, hoje em dia, somos **só nós**, do CAPS. Não tem mais ninguém da rádio. A gente **toma conta**, pega áudio, gravações./ Ele perguntou se eu queria **aprender** e aí ele foi me **ensinando**. Principalmente, na hora da voz do Brasil, sabe? Que não tem muita gente aqui. Ele foi me **ensinando**./ [...] porque tem a Cristina e mais dois **estagiários** de psicologia que estão acompanhando o programa./Eles [usuários do CAPS ] acham que não tem **capacidade** pra vir para o programa, mas acabam vindo pra cá, acabam gostando e...faz muito bem pra eles (ENTREVISTADO 3 – grifo nosso).

E o Fernando é fundamental, ele é um comunicador, mesmo não tendo formação nenhuma, ele não cursou faculdade, mas é alguém que tu podes largar uma pauta para ele e ele consegue ‘destrinchar’ uma entrevista (ENTREVISTADO 5).

A aprendizagem propiciada pelo espaço radiofônico estende-se desde o aprimoramento e o desenvolvimento pessoal, da autoestima dos sujeitos envolvidos com ela até os processos formais, realizados em períodos de estágios. Neste sentido, a RádioCom situa-se como um espaço aberto aos universitários que podem complementar sua formação entrando em contato com formatos e conteúdos produzidos por uma mídia comunitária. Assim sendo, eles fazem parte de experiências inovadoras e conhecem as dificuldades e os modos de atuação diferente da mídia comercial.

Do mesmo modo, os sujeitos que se aproximam da rádio comunitária ampliam suas percepções, seus pré-conceitos, contextualizam e produzem conhecimentos valorizados por sua comunidade. Infere-se que, a partir disso, tornam-se mais sensíveis ao sentimento de coletividade, procurando desenvolver propostas e debater soluções para os problemas comuns que enfrentam. Assim, o fluxo de sujeitos que passam pela RádioCom e atualiza constantemente suas práticas comunicacionais, imprime nessa categoria traços de renovação social e cultural.

#### 4.1.11 Estrutura física da rádio

A *estrutura física da rádio* é uma categoria que envolve temáticas sobre a construção do espaço físico da rádio. Esse é um dos primeiros passos que a associação comunitária dá para a concretização de uma rádio comunitária. É no espaço físico que a rádio poderá instalar os equipamentos, encontrar os radiocompanheiros e operar.

Nas entrevistas, observa-se que o movimento sindical teve grande importância para que fosse viável a existência de um espaço físico para a rádio. Os primeiros encontros realizados foram, primeiramente, em um porão cedido pelo sindicato dos bancários. Nessa etapa, a rádio estava em período de gestação e ainda não possuía os equipamentos requeridos para montar suas instalações. Tanto que a primeira transmissão da rádio foi realizada, ao vivo, da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) sem nenhuma aparelhagem ou recursos técnicos. As rubricas reiteram as temáticas dessa categoria:

O movimento sindical é que montou a **estrutura** na época. Ela [RádioCom FM] começou em um porão, dentro do sindicato dos bancários (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

A primeira transmissão a gente fez no ICH<sup>42</sup>. Nós pegamos um bambu e colocamos no ar para **transmitir o movimento negro**. Foi bem no dia do movimento negro/ A primeira tentativa foi em uma pecinha, do sindicato dos bancários/ Esse espaço aqui é do sindicato dos bancários que eles praticamente cederam pra nós. Então, a gente foi montando tudo. Eu mesmo que sou carpinteiro – trabalho de carpinteiro e pedreiro – **fiz esse estúdio aqui**. Vinha de noite aqui pra fazer (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

Teve uma antena de bambu em uma casa, aí ele botou para funcionar a rádio (ENTREVISTADO 3).

Em um segundo momento, o sindicato dos bancários disponibilizou uma sala comercial, no centro de Pelotas, para ser ocupada pela RádioCom FM. Esse espaço é onde se encontra a rádio até hoje. Para que chegasse a essa atual configuração física, foi salientado pelos entrevistados que isso só se fez possível devido ao comprometimento e empenho das coletividades, em especial a ajuda do movimento sindical. O entrevistado 2, por exemplo, relatou sua própria história na rádio e afirmou que ele mesmo utilizou os conhecimentos de sua profissão para construir a estrutura física da rádio. Percebe-se que, para a operacionalização do espaço físico da rádio, foram necessários esforços não somente materiais, mas, principalmente, o empenho das coletividades para sua realização.

---

<sup>42</sup> O ICH é o Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas.

#### 4.1.12 Programação radiofônica

Essa categoria inicial refere-se às temáticas que envolvem a abordagem das pautas e o entendimento sobre o que é considerado notícia na RádioCom por aqueles que produzem os conteúdos. Destaca-se da fala dos entrevistados e dos programas observados que a rádio produz tanto notícias que são abordadas pelas mídias comerciais como conteúdos que não possuem espaços nessas mídias. Porém, há características que definem as notícias da RádioCom como pertencentes a uma mídia comunitária, como: imparcialidade, compromisso com o interesse público, escolha das temáticas, abordagem de interfaces temáticas, profundidade e criticidade.

O elemento marcante e recorrente presente nas entrevistas e na programação da emissora é a questão da qualidade como pressuposto para a seleção dos conteúdos a serem veiculados. Nos programas analisados, percebe-se que há uma preocupação em recuperar esse aspecto, privilegiando o princípio da qualidade em detrimento do produto cultural massivo e comercial. Visualizou-se, na maioria dos programas (são exemplos os programas Belos e Malditos, Cantos de Luta e Esperança, Chá de Fita, RádioCom a Todo Tango, Momento do Choro, entre outros), o aprofundamento dos assuntos abordados, ultrapassando os limites da simples transmissão musical ou informativa. Ambos, música e informação, reforçados por uma matriz cultural e política, são o diferencial da rádio. As rubricas, a seguir, ilustram essa temática.

Por exemplo: naturalmente, ela [pauta] não é igual a do Diário [Diário Popular] nunca. Naturalmente, ela não é igual a RBS TV. Porque a gente tem uma certa **crítica** com esses veículos que não têm uma profundidade na informação. [...] Então, assim: as eleições todo mundo vai cobrir. A RádioCom também vai cobrir. A **diferença é o viés** que se dá. Então, a nossa **diferença** está muito mais no **viés** do que propriamente na escolha da pauta. [...] Então, às vezes, as notícias são as mesmas, porque acontecimentos acontecem. E a gente tem que pautar. Mas a abordagem é **diferente**. E há também pauta que não está na grande mídia que a gente busca, que a gente vê (ENTREVISTADO 1 – grifo nosso).

A notícia com um cunho mais social mesmo, dos **movimentos sociais** [...]. Claro, sempre procurando essa coisa mais **crítica** da notícia, saindo do convencional./ Então, muita gente diz: ‘mas essa rádio não toca música do povo?’ Como se a música do povo fosse essa música aí, da grande mídia./ Politicamente, a gente tem toda uma postura. A gente está falando em **política social**, não em política partidária e de um entendimento em relação ao sistema que a gente vive. A questão do capitalismo e tudo mais. A gente tem todo um questionamento, acima de tudo, um **questionamento crítico**. Crítico e social (ENTREVISTADO 2 – grifo nosso).

A gente queria que abordasse a qualidade. Porque a gente notava que a mídia comum não tocava qualidade. A qualidade é menosprezada. Por que a qualidade é menosprezada? Por que não pode ter qualidade? Pode ser popular e ter qualidade. Isso a gente enfatizava. [...] Tu podes rodar jazz – música que

aparentemente é elitista – e torná-lo popular. Quer dizer, nós queríamos que houvesse uma compreensão maior na sensibilidade e no gosto musical. [...] E a RádioCom é uma rádio feita de pesquisadores. Isso é diferenciado (ENTREVISTADO 4).

[...] eu entro na internet, em *sites* tipo “Sul 21”, “Opera Mundi”, para notícias internacionais, *sites* locais, dentro das universidades, a UFPel, às vezes “lança” alguma coisa, UFPel, Católica, *site* da prefeitura a gente também utiliza, da câmara de vereadores e o Diário Popular também. Só que assim, a gente sempre com uma coisa **crítica**, às vezes, a gente tem que mexer, porque às vezes a assessoria de imprensa só realça o que o vereador fez, por exemplo, “o vereador participou de inauguração de um loteamento” - e mais da metade da notícia é elogiando o vereador... Aí nós cortamos aquilo e colocamos: “é inaugurado o loteamento tal”. Seguido a gente faz isso, porque a gente tem que ter muito cuidado com isso, **a gente tem que passar por esse filtro** (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

A abordagem dos conteúdos da RádioCom objetiva trazer a essência, a aura, a autenticidade da música, da arte, da informação, segundo os entrevistados. É notório que a grade de programação está direcionada para a qualidade, mas não em sua totalidade.

No programa Tribuna Popular, a fonte dos conteúdos abordados são jornais comerciais de grande circulação, como Zero Hora e Diário Popular, descaracterizando, até certo ponto, a linha editorial da rádio. Além disso, a abordagem do apresentador destoa dos princípios da rádio de enfatizar e defender o interesse comunitário, a cidadania, os direitos humanos, os movimentos sociais, as minorias.

É perceptível, por outro lado, que o princípio da qualidade na abordagem dos conteúdos é um ideal pré-concebido por aqueles que se interessam pela rádio, fazendo com que o caso deste programa seja uma exceção na grade de programação. Um bom exemplo é o programa Gente como Gente, produzido pelos usuários dos CAPS de Pelotas. O programa aborda a temática da saúde mental, transmitindo, todos os sábados, notícias, denúncias, eventos, receitas, músicas.

Dessa forma, a RádioCom, ao ser uma rádio comunitária e, portanto, um meio de comunicação sem fins lucrativos, pode ter formas de atuação que lhe permitam produzir conteúdos que priorizem o interesse público de modo imparcial. Isso quer dizer que a rádio não carece de comprometer-se com patrocinadores ou deixar de abordar temáticas/assuntos que lhes causem conflitos de ordem mercadológica, partidária, religiosa. Pelos vínculos observados com o PT e os sindicatos, esperava-se uma postura que os beneficiasse; o que não foi identificado na programação.

#### 4.1.13 Critérios para participação na programação

Essa categoria possui temáticas sobre como os sujeitos podem participar da produção de conteúdo da rádio e, assim, compor a sua programação. São, nesse sentido, temáticas que envolvem determinados critérios para a produção dos conteúdos para que os sujeitos possam participar da RádioCom como atores sociais.

No relato dos entrevistados, o primeiro critério para que os sujeitos possam fazer parte da programação é que desenvolvam um projeto contendo as seguintes informações: proposta do programa, objetivos, horários, duração, nome do programa e quantas pessoas estão envolvidas. O espaço é aberto, gratuito e qualquer pessoa pode ter um programa na rádio, desde que dentro de alguns pressupostos. É necessário que os interessados conheçam previamente a rádio, sua missão, seus valores, sua história e que se identifiquem com ela. As rubricas, na sequência, exemplificam essa categoria.

Os programas são feitos pelos colaboradores. Então, como que a pessoa faz pra ter um programa aqui na RádioCom? [...] Como é que ela faz? Ela paga? Ela tem que ser da direção? [...] Tem que ser amiga da Didi? Não. Ela só tem que pegar, se **aproximar da rádio**, escrever um **miniprojeto** que diga o que ela quer com o programa, quantas horas por semana, qual o principal objetivo e entregar pra nós. E daí, vai passar por uma **avaliação da direção**, especialmente do **diretor de programação**, que vai dizer sim ou não, se tem ou não a ver com a rádio. [...] A RádioCom não paga nada. Ela não paga nada pra RádioCom. E a única exigência é que ela **não tenha patrocinador** no programa dela, porque a RádioCom não é comercial./ Existem quatro programas da RádioCom, editoriais da rádio. O resto é tudo de pessoas que vem, que a RádioCom chamou./ A RádioCom não faz o **conteúdo** pra eles. Eles é que produzem o trabalho deles. Está na responsabilidade deles. [...] Porque não é a RádioCom quem produz. Ela **abre espaço**./ A RádioCom tem a **obrigação** de ter uma linha específica. Mas os outros programas vêm (ENTREVISTADO 1- grifo nosso).

No caso, todas as pessoas que querem fazer programa aqui **já conhecem** a rádio e, geralmente, elas sabem qual é a proposta da rádio. Então, quando elas vêm, a gente conversa com elas pra saber qual é a proposta, qual é a ideia./ [...] A gente pede pra mandar um **projotinho** pra nós, com o nome do programa, o horário que quer fazer, quantas pessoas são. E aí, a gente conversa com elas. [...] Mas, geralmente, elas já tem uma noção (ENNTREVISTADO 2 – grifo nosso).

Mas só que assim, tem as combinações [referindo-se ao programa Gente como Gente, dos CAPS]. Se a pessoa é nova, entrou pela primeira vez, tem que passar por quatro produções para depois vir pra rádio. E as oficinas são feitas pela gente, usuários do CAPS e pela Cristina, uma assistente social que coordena o nosso grupo. Ela não dá muita opinião não. Ela deixa a gente fazendo. Só se ela vê alguma coisa, ela corrige (ENTREVISTADO 3).

Tu coloca no papel o que tu queres fazer, traz pra ser avaliado por uma comissão de programação...pra ser avaliado se está dentro daquilo que nós esperamos e só isso (ENTREVISTADO 4).

A gente geralmente fala, porque não é algo doutrinado, que nós temos uma determinada linha e temos que seguir essa linha ideológica aqui. Segue uma linha crítica, uma de se contrapor ao sistema capitalista, pois a gente se identifica como não capitalista, apesar de a rádio estar dentro do sistema. Às vezes, os estagiários já conhecem a rádio, então, a pessoa vem e já tem uma noção de como que é. [...] Mas já teve casos de alguns virem aqui e terem opiniões conservadoras, mas é um risco da rádio isso aí, a gente tem que ter liberdade de pensamento, até comentaristas aqui, defendendo pena de morte, mas a rádio não vai defender pena de morte, mas têm militantes nossos que vão (ENTREVISTADO 5).

A participação dos sujeitos na programação da RádioCom perpassa, além desses critérios, pela exigência de que o programa não tenha patrocinador, mas sim no formato apoio cultural, contemplando a RádioCom e não um programa específico. Também são vetados programas relacionados a uma religião específica, evitando qualquer manifestação de dogmatismo. Por isso, a rádio possui um diretor de programação que atua como um filtro de avaliação das propostas que chegam.

Essas exigências materializam-se na programação da rádio, visto que, dentre os programas observados, detectou-se uma linha editorial específica, que guia toda a produção dos conteúdos. Identifica-se a ideia de que “o conhecimento é infinito” (ENTREVISTADO 4) nos programas que se desenvolvem a partir de pessoas “comuns” até aqueles com formação acadêmica em comunicação, propiciando uma variedade de concepções sobre assuntos de interesse público. Acrescenta-se a isso os *spots* sobre cidadania, saúde, alimentação saudável, direito à comunicação, que são veiculados nos intervalos dos programas e que complementam os conteúdos da programação.

Neste sentido, fica claro, na fala dos entrevistados, que a RádioCom abre espaços de participação para os sujeitos, porém, dentro de uma linha específica de fazer comunicação. Os contatos são feitos, na maioria das vezes, por relações interpessoais de proximidade, nas quais os sujeitos são convidados a participar da rádio. Para os que não conheciam a proposta da RádioCom, mas que se acreditava que poderiam desenvolver um trabalho de comunicação comunitária, eram realizadas oficinas para esclarecer os objetivos e o funcionamento da RádioCom como mídia comunitária.

Essa postura evita que pessoas que não tenham afinidade com a proposta da rádio queiram desenvolver um programa. Cabe à comissão ou ao conselho comunitário acompanhar a programação, verificar os princípios comunitários que se apresentam ou não nas propostas de programa.

#### 4.1.14 Interação com os ouvintes

Essa categoria compreende os canais de participação para o ouvinte, tais como redes sociais digitais, correio eletrônico, *microblog*, bate-papo *online*, mensagens via celular e telefone. São formas de interagir com o ouvinte e possibilitar que ele dê a sua opinião, colabore com a programação, inclua suas pautas, solicite informações, sugestões e críticas. Diferentemente da participação dos sujeitos na programação da rádio, que envolve a produção de conteúdos, essa categoria constitui-se de formas reativas de participação, tais como mensagens e comentários feitos através do *Facebook* de um dos programas ou de um questionamento para um convidado, via telefone. Esse tipo de participação é recorrente dentre os programas observados, como no programa *Navegando* e no programa *Rede COEP de mobilização*.

De acordo com um dos entrevistados, a participação dos ouvintes ocorre de modo imparcial, ou seja, independentemente de estar a favor ou contra as ideias da rádio, o ouvinte é escutado e sua opinião adquire relevância mesmo que ela não seja a mesma da RádioCom.

Dar voz aqueles que não têm. Dar voz e vez. A gente costuma dizer essa frase./ [...] é muito telefone por dia [...] mas tem outras fontes, tem a internet, pelo *Facebook*, tem o *Twitter*, tem *Msn*. A gente tem tudo que é veículo de interação com o ouvinte./ A gente falou tal coisa, o ouvinte não concordou, ligou e a gente botou ele pra falar no ar (ENTREVISTADO 1).

[...] a questão das pessoas estarem ligando pra cá, trazendo a informação também. Isso sempre foi aberto para os ouvintes darem a sua opinião. (ENTREVISTADO 2).

O programa é ao vivo, direto. Alguém que liga e quer falar “ah, no meu CAPS tá faltando remédio, não tem médico” (ENTREVISTADO 3).

É geralmente o pessoal universitário que nos escuta, militantes de esquerda, do PT, do PSOL, pessoas que têm ligação, que são críticas aos grandes meios, RBS, outras rádios aqui, a RU, que é a rádio da Universidade, Universidade Católica. Então, a rádio tem um público bem restrito (ENTREVISTADO 5).

A participação do ouvinte é incentivada em alguns programas observados, pois são divulgados os canais de participação durante os programas, como o *Navegando RádioCom*. Inferre-se que esses canais funcionam como pontes de diálogo entre os que estão diretamente envolvidos com a rádio, na gestão ou na programação, e os que se relacionam com ela apenas como espectadores.

## 4.2 As categorias intermediárias - O entendimento dos processos participativos e do sentido comunitário construído na e pela RádioCom

O processo de categorização vem se desenvolvendo na direção da complexidade dos sentidos suscitados pelas temáticas dos conteúdos analisados. Dando continuidade a esse processo, passa-se das categorias iniciais, mais numerosas e descritivas para as categorias intermediárias, menos numerosas, mais abrangentes e com um olhar mais apurado sobre as temáticas. Das categorias iniciais, descritas anteriormente, derivam as categorias intermediárias: *Processos de conscientização*, *Processos participativos*, *Mídia comunitária* e *Sentido de comunitário*, apresentadas na sequência e sintetizadas no quadro inicial de cada item. Para sustentar e elucidar as inferências, prossegue-se utilizando as rubricas dos conteúdos analisados.

### 4.2.1 Processos de conscientização

QUADRO 5 - Processo de derivação da categoria intermediária "Processos de conscientização"

<b>Categorias iniciais</b>	<b>Ideia principal</b>	<b>Categoria intermediária</b>
Contextualização da cidade de Pelotas	São temas relacionados ao contexto histórico das Charqueadas, ao conservadorismo, à escravidão e a desigualdade social que delineiam um cenário dicotômico entre centro/periferia, hegemônico/contrahegemônico, direita/esquerda.	Processos de conscientização
Criticidade em relação à mídia comercial	Informações que remetem aos meios de comunicação comerciais de Pelotas, especialmente o Diário Popular. Reflete o olhar crítico dos sujeitos sobre o cenário comunicacional, a indústria cultural e o papel da mídia nesses processos.	
Movimento sindical de Pelotas	Essa categoria inicial situa o movimento sindical de Pelotas como elemento estruturante da RádioCom, base de sustentação do projeto político de comunicação comunitária.	

FONTE: elaborado pelas autoras

A categoria intermediária *processos de conscientização* origina-se do agrupamento das categorias iniciais *contextualização da cidade de Pelotas*, *críticidade em relação à mídia comercial* e *movimento sindical de Pelotas*. Infere-se que, a partir do conteúdo dessas categorias, foi se desenvolvendo uma memória coletiva, um entendimento comum sobre o contexto sócio-histórico, político e cultural de Pelotas, juntamente com o movimento sindical, capaz de configurar um processo de conscientização que teve, como ponto de convergência, a mídia.

A contextualização da cidade de Pelotas arquiteta a descrição de acontecimentos que fizeram parte da história dessa cidade, como a escravidão, as Charqueadas, os resquícios do período colonial, as famílias tradicionais, as relações de poder historicamente determinadas. Aprofundando essas questões pelo conteúdo das entrevistas e dos programas observados, transpõe-se o limite do descritivo para um patamar explicativo, desenvolvido sob o viés de um raciocínio crítico e contestador. É o que se vê na críticidade em relação à mídia comercial.

O cenário que circunda as práticas sociais de Pelotas reverbera, de forma elementar, na instância midiática como produtora de discursos e sentidos sobre os valores e comportamentos sociais. Na análise dos materiais, identifica-se a postura de reconhecimento e contestação de práticas de dominação que se dão na mídia comercial como resultado histórico desse processo. A mídia comercial, segundo os entrevistados, torna-se espaço de reprodução das mesmas práticas de discriminação, exclusão social, cultural, desigualdade social que caracterizam o contexto histórico-político de Pelotas.

Diante disso, vão se alinhando processos de conscientização, entendidos por Souza (1999) como uma das etapas do processo educativo de participação. No caso da RádioCom, esse processo iniciou com o movimento sindical de Pelotas. Em um primeiro momento, parece que o movimento sindical teve apenas uma importante função econômica para o desenvolvimento da rádio. Porém, com um olhar mais atento, infere-se que o movimento sindical foi um elo articulador que carregava consigo todo o percurso histórico e ideológico das lutas populares.

No movimento sindical de Pelotas, destacou-se o sindicato dos bancários que, pelas relações e interações que foi desenvolvendo, abriu espaço para a articulação com outros movimentos da cidade que comungavam dos mesmos ideais. Desse modo, os processos de conscientização são desencadeados pelos sujeitos ao perceberem e desconstruírem os constructos sociais históricos e atuais. A organização coletiva

potencializa esse processo, construindo um pensamento e um ideal comuns propiciados pela conscientização em torno da problemática compartilhada.

#### 4.2.2 Processos participativos

QUADRO 6 - Processo de derivação da categoria intermediária "Processos participativos"

<b>Categorias iniciais</b>	<b>Ideia principal</b>	<b>Categoria intermediária</b>
Processos deliberativos da rádio	Refere-se à tomada de decisão sobre a gestão e a programação da rádio; discussões e deliberações que acontecem no espaço das reuniões; processo eleitoral da RádioCom.	Processos participativos
Estrutura pessoal da rádio	Essa categoria compreende a participação dos sujeitos na gestão, na programação, no conselho comunitário e os demais componentes do quadro associativo e nas formas de envolvimento com a rádio (voluntariado ou contratação).	
Estrutura física da rádio	São informações sobre a construção e a aquisição do espaço físico da rádio, a fim de possibilitar a instalação dos equipamentos e criar condições para produzir os programas.	
Interação com os ouvintes	Essa categoria compreende os canais de participação para o ouvinte, tais como redes sociais digitais, correio eletrônico, <i>microblog</i> , bate-papo online, mensagens via celular e telefone. São formas de interagir com o ouvinte e possibilitar que ele dê a sua opinião, colabore com a programação, inclua suas pautas, solicite informações, sugestões e críticas.	

FONTE: elaborado pelas autoras

Das temáticas que envolvem as categorias iniciais *processos deliberativos da rádio*, *estrutura física da rádio* e *interação com os ouvintes*, infere-se que possuem sentidos que remetem a processos participativos na relação sujeitos-RádioCom. Os processos participativos, como categoria intermediária, expressam, em diferentes níveis, as formas de participação que se manifestam nos processos comunitários da emissora. De

acordo com Peruzzo (2009, p. 140), “o morador pode não participar diretamente da gestão, mas ter espaço para programas, participar das reuniões de pauta etc. Pode não participar das reuniões de pauta, mas ter voz ativa na programação”.

Dessa maneira, as reuniões, as assembleias, a atuação do conselho comunitário possuem seus procedimentos próprios para incluir os sujeitos nas práticas comunicacionais da RádioCom. Esses processos deliberativos funcionam como elementos de estruturação para o desenvolvimento do projeto político de comunicação comunitária, já que ultrapassam o nível de conscientização. É uma primeira forma de atuação para pensar, refletir, discutir e decidir sobre como será a atuação da rádio comunitária, quais seus princípios, valores, missão, visão, enfim, suas responsabilidades e seu “campo de atuação” (TORO; WERNECK, 2004).

A participação também condiciona a definição de suas políticas para integrar a estrutura pessoal da rádio, buscando identificar formas de envolvimento que se sustentem com o passar dos anos. Das reuniões realizadas durante três anos para a estruturação da proposta da RádioCom, resultaram visitas a outras rádios comunitárias da região para conhecer e tomar como exemplo experiências já consolidadas. Segundo o Entrevistado 4 (grifo nosso):

[...] é preciso que se diga que nós tínhamos **reuniões** todas as quartas-feiras, que eram **reuniões de estruturação** da RádioCom. E isso não levou dois dias, não. Levou três anos!/[...] Claro que nessas reuniões a gente pensava na ideia de visitar rádios comunitárias que já existiam. E todas as que a gente via, a gente via que era primário demais. A gente queria algo mais elaborado.

De acordo com as entrevistas, uma das observações sobre essas visitas é a falta de comprometimento dos participantes das rádios comunitárias. Havia um envolvimento ínfimo e temporário que não estabelecia vínculos de afinidade e de responsabilidade que os mantivessem dentro da proposta da emissora por muito tempo. Essas experiências de comunicação comunitária eram feitas por voluntários que tinham a rádio como atividade secundária, procedente a sua profissão. Por essa razão, muitas vezes, a participação na rádio comunitária tornava-se completamente flexível, fazendo com que houvesse o descumprimento dos horários dos programas ou até que não conseguissem desenvolver uma programação completa e perene.

Neste sentido, a RádioCom, através das reuniões semanais e assembleia bianuais, procurou corrigir esses desvios, decidindo ter, em sua estrutura pessoal, participantes

voluntários e contratados. Como salienta Henriques (2004, p. 45), na análise dos vínculos entre sujeitos e projetos de mobilização, o nível da participação institucional pode ser tanto contratual quando espontâneo, no formato voluntariado. É importante, segundo o autor, que haja uma mescla entre os níveis de participação institucional que possa equilibrar a proposta do projeto, uma vez que,

de um sistema aberto, no qual as pessoas se inserem através da mobilização, passaria a um sistema fechado e pouco flexível, sob o risco do engessamento burocrático que acabe reproduzindo as relações sociais autoritárias que pretende evitar. Isso reforça a ideia de que a busca da participação institucional deve ser uma decisão estratégica (HENRIQUES, 2004, p. 45).

Uma segunda etapa pela qual passou a RádioCom, em seus processos participativos, foi a conquista de sua estrutura física. Possuir essa estrutura, para uma rádio comunitária, é mais que adquirir um espaço eminentemente físico; significa que o local onde ela situa-se determina, em parte<sup>43</sup>, a qual comunidade territorial ela destina-se (considerando o raio de alcance permitido pela lei 9.612). A estrutura física da RádioCom demandou a participação dos segmentos da comunidade, tendo como protagonista o movimento sindical que cedeu uma sala no centro da cidade de Pelotas para a emissora.

Por fim, os processos de participação podem acontecer através da interação com os ouvintes. Embora distante de uma participação ativa na RádioCom, esse tipo de participação também requer vinculação e envolvimento. Situa-se, de acordo com os níveis de participação sugeridos por Peruzzo (1998a), no nível das mensagens, no qual os sujeitos interagem com a rádio por meio de entrevistas, sugestões de pauta/músicas, reclamações ou denúncias.

### 4.2.3 Sentido de comunitário

QUADRO 7 - Processo de derivação da categoria intermediária "Sentido de comunitário"

<b>Categorias iniciais</b>	<b>Ideia principal</b>	<b>Categoria intermediária</b>
Articulação comunitária da rádio	Essa categoria compreende pessoas da comunidade, movimentos sociais, minorias excluídas socialmente e	

<sup>43</sup> Não se afirma que a localização territorial de uma rádio comunitária determina totalmente o seu alcance, pois se levam em conta outras formas de presença e de relação com as comunidades, como as transmissões ao vivo disponibilizadas na *web*.

	demais interessados no desenvolvimento da proposta de comunicação comunitária da RádioCom.	Sentido de comunitário
Processo de legalização da rádio	Envolve informações sobre os trâmites da lei 9.612, requisitos e etapas para a obtenção de concessão para o funcionamento da RádioCom. Envolve ainda as dificuldades enfrentadas pela emissora para cumprir com o tortuoso processo de legalização.	
Articulação social	Possui informações sobre as estratégias de articulação social da RádioCom que dizem respeito às atividades realizadas, como eventos e oficinas; e a sua presença no âmbito digital através do <i>site</i> da emissora.	

FONTE: elaborado pelas autoras

Os conteúdos suscitados pelas categorias iniciais *articulação comunitária da rádio*, *processo de legalização da rádio* e *articulação social* configuram o *sentido comunitário* como categoria intermediária. Essas categorias possuem temáticas que giram ao redor da ideia de comunidade, na dimensão social e normativa, bem como de articulação da RádioCom a essas comunidades.

A articulação comunitária da rádio desenvolve-se pela própria sistemática da RádioCom em arregimentar elementos da comunidade para o desenvolvimento, a ampliação e o fortalecimento da proposta de comunicação comunitária. Ao mobilizar vontades, que convergem para uma causa comum, a articulação comunitária pode ser compreendida como um mecanismo e uma estratégia para associar novas práticas de comunicação ao cosmopolitismo (B. SANTOS, 2005). Este visa provocar transformações para a emancipação social, convertendo a exclusão social em autonomia cidadã.

Já a lei das rádios comunitárias no Brasil desperta diferentes sentidos de comunitário. Pode-se entender o sentido de comunitário como aquele circunscrito à legislação, que impõe aos idealizadores de uma rádio comunitária que respeitem o limite de um km de alcance. As ondas de uma rádio comunitária, lançadas sobre determinado território, correspondem à comunidade atendida pela emissora. O sentido de comunitário é, dessa maneira, preestabelecido pelo Estado, que regulamenta e estabelece os limites sobre o que é ser comunitário, tratando-se de uma mídia como o rádio. Um segundo

entendimento faz referência às falas dos entrevistados, demonstradas nas rubricas a seguir.

Foi só em 2008 que a gente conseguiu a outorga provisória. Desde 2008. E nesse meio tempo, a gente teve várias vezes a presença da ANATEL aqui, o órgão regulador. Ela esteve várias vezes aqui para lacrar o material. Como tinha um juiz na época que não via como crime, um juiz daqui da região, eles não levavam o equipamento. Não podiam levar o equipamento. Mas eles podiam lacrar. Então, isso fazia com que a gente deslacrasse e continuasse, por entender a importância do que a gente estava fazendo (ENTREVISTADO 2).

[...] Não é isso que vocês querem? Não é isso que é ser comunitário? [questionando a ANATEL e o Ministério das Comunicações] Abranger todas as classes? Isso não é ser comunitário? Então, o que é ser comunitário? Como é que vocês proibem? Mas eles se agarram, até hoje, no endereço. [...] ‘Não! O endereço está errado! Tem que pagar multa!’ O que nós fazíamos tudo era ignorado/ [...] Porque a oficialidade é pejorativa para as rádios comunitárias, é secundária (ENTREVISTADO 4).

É diferente uma rádio comunitária que é criada em um bairro pobre, assim o público ficaria bem reduzido, pois que conheceria a rádio seria alguém que mora ali perto. Essa rádio é diferente porque ela é no centro, foi criada pelo movimento sindical, então ela tem origem diferente (ENTREVISTADO 5).

Esse sentido de comunitário é uma contraposição frente à lei das rádios comunitárias no Brasil. Comunitário, de acordo com o entendimento dos entrevistados, não deveria estar relacionado ao território, como consta no Estatuto Social da RádioCom. Ademais, a lei das rádios comunitárias pouco contribui para o desenvolvimento pleno das comunidades, já que suas restrições, no que tange à esfera econômica, não abrem possibilidades de expansão, de visibilidade e de oportunidades para uma articulação mais ampla com a sociedade. Outro fator que se soma a esse panorama é a burocratização.

A articulação social apresenta-se como uma tentativa de expansão dos limites do sentido de comunitário. As oficinas e os eventos realizados pela RádioCom, enquanto estratégias de articulação, buscavam sobrepor a comunidade territorial, indo até os bairros de Pelotas aproximar a comunidade do fazer radiofônico.

A gente já tentou fazer cursos de formação para as pessoas, tanto técnicas quanto políticas. De formação política, para a pessoa entender um pouco mais o que ela está fazendo, os problemas das pessoas [que] a gente pensa automaticamente que tem ligação com a rádio [...] (ENTREVISTADO 1).

Essas formas de articulação social aconteciam no período iniciativo da RádioCom, quando a emissora não era conhecida pela comunidade. Eram cursos de formação e

também oficinas de rádio que davam a base de informações sobre os princípios de uma rádio comunitária e de como os sujeitos poderiam fazer parte deste novo contexto.

#### 4.2.4 Mídia comunitária

QUADRO 8 - Processo de derivação da categoria intermediária "Mídia comunitária"

<b>Categorias iniciais</b>	<b>Ideia principal</b>	<b>Categoria intermediária</b>
Sustentabilidade econômica da rádio	Compreende as temáticas que envolvem as formas de aquisição de patrimônio e fontes de recursos da rádio, como espaço físico, equipamentos, colaboradores, apoiadores culturais.	Mídia comunitária
A rádio como espaço de aprendizagem	A categoria contempla informações da RádioCom como um espaço aberto para a aprendizagem e produção de conhecimento com vistas à emancipação social. Os processos comunicacionais da rádio são um espaço de educação informal.	
Programação radiofônica	Essa categoria refere-se às temáticas que envolvem a abordagem das pautas, e o entendimento dos sujeitos que produzem conteúdos sobre que é considerado notícia na RádioCom.	
Critérios para a participação na programação	Diz respeito a como os sujeitos podem participar da RádioCom para produzir conteúdos e compor a grade de programação com suas pautas e conhecimentos.	

FONTE: elaborado pelas autoras

A interpretação dos conteúdos dessas categorias iniciais conduz ao entendimento de *mídia comunitária* como categoria intermediária. As temáticas que envolvem a *sustentabilidade econômica da rádio*, a *rádio como espaço de aprendizagem*, a *abordagem dos conteúdos* e os *critérios para a participação na programação* coordenam sentidos de mídia comunitária por conterem uma matriz econômica, política, cultural e social em seus conteúdos.

O entendimento de mídia radical (DOWNING, 2002) nos permite flexibilizar as relações hierárquicas tornando-as horizontais e provedoras de novas sociabilidades,

participação plural, exercício da cidadania e democracia preparando-nos para uma compreensão sobre o conceito de mídia comunitária. Esta agrega funções de mídia radical e níveis de participação (PERUZZO, 1998) ancorados ao conceito de comunidade, filiado ao comunitário. Tendo em vista esses conceitos, a RádioCom, para definir-se como mídia comunitária, necessita de recursos econômicos (mesmo sendo de caráter público e, portanto, não comercial), do compartilhamento de aprendizados, de uma política de gestão e uma linha editorial que, em conjunto, apresente-se como a proposta da rádio. A rubrica exemplifica essa categoria intermediária.

Eu acho que isso não pode ser mudado. A RádioCom pode crescer, mas com esse **princípio**. [...] Eu lembro que alguém começou um programa na RádioCom e fez uma propaganda dentro do programa e a gente disse não, isso não pode acontecer. [...] Fazem o pior programa com mais patrocinadores, portanto, ele goza de respeitabilidade que um programa de qualidade não terá. /Isso é **diferenciado**. É uma rádio feita por **pesquisadores**, que conhecem o que fazem. E tu abordar a questão do estilo, seja qual for, até mesmo o rap, são pessoas que vivem aquilo ali. Essa é a diferença da RádioCom: uma rádio feita por pessoas que são **existenciais** (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

Uma mídia comunitária é constituída por princípios que vão ao encontro de seus objetivos, como a democratização da comunicação. É nessa luta que envolve o direito à comunicação que devem estar ancoradas as rádios comunitárias. Neste sentido, as mídias comunitárias possuem características de comunicação comunitária que as diferenciam das mídias comerciais.

Nas entrevistas, é relatada uma forma específica de abordagem dos conteúdos, com uma linha editorial e ideológica capaz de produzir conteúdos pautados na pesquisa, na crítica e sob o viés dos movimentos sociais e do trabalhador. As raízes da RádioCom, junto aos movimentos sociais, ao movimento sindical, vinculado, em sua historicidade ao Partido dos Trabalhadores (PT) e a Central Única dos Trabalhadores (CUT), realçam e explicam o direcionamento da emissora para essa abordagem.

Conjuntamente, o espaço de aprendizagem proporcionado pela rádio contempla sentidos de mídia comunitária. Em relação a isso, um dos entrevistados menciona que o alcance de uma rádio comunitária, por lei, é muito limitado. Ele diz:

[...] pela proposta que nós temos, pelo trabalho que nós temos. Aqui o pessoal da Universidade, a maioria passa por aqui. Eles são iniciados aqui. E como tu vai chamar uma rádio de 25watts, uma rádio de poste, com toda essa possibilidade? (ENTREVISTADO 4).

Essa rubrica demonstra a importância da RádioCom para o aprendizado coletivo, como um espaço de convívio comunitário, ideias inovadoras e produção de contrainformação. Na observação direta do espaço da emissora, durante a realização das entrevistas, foi possível perceber o intenso fluxo de jovens universitários que são voluntários e estagiários na RádioCom. De forma autônoma, chegavam e apropriavam-se do espaço da rádio com naturalidade, discutiam as pautas, produziam e apresentavam os programas. Vale ressaltar que a rádio como espaço de aprendizagem e a abordagem dos conteúdos, inicialmente, deve seguir os preceitos registrados na ata de fundação da RádioCom:

Dar oportunidade a difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; oferecer mecanismos à formação e integração para a comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; prestar serviços de utilidade pública, contribuir para o **aperfeiçoamento profissional** nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas de conformidade com a Legislação vigente; permitir a capacidade dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível; dar preferência à finalidades educativas; promover as atividades artísticas, jornalísticas e de integração dos membros da comunidade; não usar de proselitismo de qualquer natureza na programação [...] (ATA DE FUNDAÇÃO, 2000, grifo nosso).

Na observação dos programas da RádioCom, pode-se avaliar o cumprimento desses princípios que, a nosso ver, correspondem ao sentido de mídia comunitária presente nessa categoria. Dentre os programas observados, percebeu-se que se dividiam nos seguintes tipos de programas: os puramente musicais; os híbridos de música e informação; e os jornalísticos, com matizes de cultura e política. Nesses programas, há traços da cultura local contextualizada em nível nacional e global, como no programa jornalístico *Contraponto*, que combina jornalismo informativo e opinativo. Complementando a grade de programação, o programa *Rede COEP de Mobilização* debate questões de interesse público, com ênfase na temática cidadania. Esse programa conta com a participação de um estagiário de jornalismo da UFPel. Em todo o período de observação, não foi identificado o uso de proselitismo na abordagem dos conteúdos dos programas; pelo contrário, comprovou-se um senso de responsabilidade no tratamento discursivo sobre religiões, partidos políticos, condição social ou raça.

Entretanto, há ressalvas a serem feitas no que tange aos critérios para a participação na programação. Por um lado, é apropriado que, a partir de sua estruturação, sua historicidade e processos de conscientização, a RádioCom tenha desenvolvido sua

própria linha político-ideológica. Por outro, as restrições parecem excluir os sujeitos que não comungam dos mesmos ideais. As rubricas, que seguem, ilustram essa questão.

A questão básica da RádioCom é mostrar o que o povo não conhece. E é popular. Vamos dizer um Adalvo Alves que é um artista que foi famoso, tem verdadeiras criações e não é conhecido, não é enfatizado na mídia. Porque supostamente está ultrapassado. Não se enquadra no modismo. O modismo é muito perigoso. É ridícula a música que roda no rádio, que roda na parada, digamos assim. Nós queremos fazer uma parada de “sucessos”, entre aspas, de qualidade (ENTREVISTADO 4).

A rádio quando começou, era comunitária, mas era dominada pelo movimento sindical, foi criada como um meio de comunicação do movimento sindical, muito mais que pelos movimentos sociais, os movimentos sociais foram se agregando com o passar do tempo, mas a ideia da rádio surgiu em um movimento sindical (ENTREVISTADO 5).

### 4.3 As categorias finais - a mobilização social e a democratização da comunicação

O raciocínio desenvolvido até então, procurou, com base nos procedimentos de Bardin (1977), extrair as significações manifestas e latentes dos conteúdos sistematizados e categorizados. Chega-se às categorias finais que denotam maior complexidade e requerem maior profundidade na análise, com o cruzamento entre os conteúdos e a trama de conceitos desenvolvidos no referencial teórico. Assim, descrevem-se, nas próximas seções, as categorias finais de *mobilização social* e *democratização da comunicação*.

#### 4.3.1 Mobilização social

QUADRO 9 - processo de derivação da categoria final "mobilização social"

Categorias intermediárias	Ideia principal	Categoria final
Processos de conscientização	Envolve o contexto sócio-histórico, político e cultural de Pelotas e a importância do movimento sindical para a estruturação ideológica da RádioCom. Com a organização do movimento sindical e a percepção crítica desse contexto – também reproduzido pela mídia comercial –, os cidadãos constroem um imaginário coletivo comum, chamado de processo de	Mobilização social

	conscientização.	
Processos participativos	Essa categoria contém informações sobre os processos deliberativos da RádioCom, como as reuniões e as assembleias; a definição do nível da participação institucional na estrutura pessoal da Rádio; e a participação através da interação com os ouvintes, no nível das mensagens.	

FONTE: elaborado pelas autoras

A categoria final *mobilização social* deriva do agrupamento das categorias intermediárias *processos de conscientização* e *processos participativos*. Em observação aos seus conteúdos, essas categorias compreendem as etapas de um processo mais amplo: a mobilização social. O primeiro movimento que se percebe é a transformação das condições simbólicas, cognitivas e políticas que orientam novas formas de pensamento, provocando um deslocamento do senso comum para o senso crítico da realidade social. Entende-se que, para haver mobilização social, faz-se necessário transpor a condição de indivíduo, tornando-se sujeito (TOURAINÉ, 2009). Essa trajetória passa pelos acontecimentos históricos destacados pelos entrevistados, tais como o período da escravidão e das Charqueadas, compreendidos como um reflexo da atualidade. É essa historicidade que não determina, mas explica a atuação da mídia comercial de Pelotas.

Outro fator que contribuiu para desencadear a mobilização dos sujeitos foi a intensa atividade do movimento sindical de Pelotas que fez com que se dissipasse o imaginário coletivo entre os atores envolvidos e definisse um campo de atuação estabelecido pelo princípio de coletivização (TORO; WERNECK, 2004). As rubricas, a seguir, ilustram a categoria final.

E a gente os observava [as rádios comerciais] fazendo rádio e observava que a gente podia ser mais intenso, ir mais longe. E isso ocorreu pela rádio, pelo nosso prazer em ouvir música, ter jornalismo também no programa que a gente fazia e colocava, o Clomar fazia, assistente de jornalismo. Ele **participava** dos sindicatos e pensei em levar a proposta para os **sindicatos**, o sindicato dos bancários, que ele trabalhava na época. E nesse meio tempo foi que o Clomar conheceu o Glênio – porque eu, o Clomar e o Glênio seríamos os mais antigos da RádioCom. Seríamos a **gênese** da RádioCom. E ele levou a proposta para o sindicato dos bancários, aceitou e levou para **outros sindicatos**. Foi aí o começo real, porque viabilizou a RádioCom. Porque nós tínhamos a **ideia**, mas a gente nem pensava que podia acontecer. Era um **sonho** que a gente tinha, levado pelo amor que a gente tinha pelo rádio, pela música, pela arte, enfim, pela informação. Esse foi o **grande começo** da RádioCom. Esse foi o **impulso** (ENTREVISTADO 4 – grifo nosso).

Por conseguinte, como apontado por Souza (1999) em nosso referencial teórico, os processos participativos demandam as etapas de conscientização, organização e capacitação contínua. Como se viu, a contextualização da realidade social e a criticidade em relação à mídia comercial são categorias inseridas na etapa de conscientização. À organização insere-se o movimento sindical como força política e articuladora, que fomentou o desenvolvimento do projeto político da RádioCom. Na concretização dessa etapa, a capacitação contínua converte-se na coletivização como estratégia para sustentar a mobilização dos atores sociais. Essa estratégia dá-se tanto na gestão, com a definição de políticas de participação institucional (HENRIQUES, 2004), quanto na participação unidirecional, pela interação dos ouvintes com a rádio.

### 4.3.2 Democratização da comunicação

QUADRO 10 - Processo de derivação da categoria final "Democratização da comunicação"

<b>Categorias intermediárias</b>	<b>Ideia principal</b>	<b>Categoria final</b>
Mídia comunitária	Contempla informações sobre as formas de sustentabilidade econômica da rádio e questões relativas à grade de programação, como a abordagem dos conteúdos e os critérios para participação nos programas. Também compreende a rádio como um espaço de aprendizagem e crescimento pessoal/profissional.	Democratização da comunicação
Sentido de comunitário	Essa categoria intermediária possui temáticas em torno da ideia de comunidade, a fim de desvelar quem é e como se articula essa comunidade. Além disso, contém informações sobre as dimensões social e normativa do conceito, bem como de articulação da RádioCom a essas comunidades.	

FONTE: elaborado pelas autoras

A *democratização da comunicação* é uma categoria final derivada das categorias intermediárias *mídia comunitária* e *sentido comunitário* por apresentarem, em seus conteúdos, confluências temáticas circunscritas ao conceito de comunidade. A relação que se estabelece entre mídia e comunidade é primordial para o entendimento da

democratização da comunicação como proposta e princípio das rádios comunitárias no contexto brasileiro.

Reveste-se a descrição desta categoria final das reflexões presentes no referencial teórico sobre direito à comunicação, comunicação comunitária e comunidade. Se a mobilização social é um processo que envolve a conscientização e a atuação dos sujeitos, a democratização da comunicação para as rádios comunitárias deveria ser seu objetivo e finalidade inerentes.

Assim sendo, algumas partes constituintes de uma mídia comunitária que se encontram na análise da RádioCom são o vínculo não econômico; a abertura de seu espaço para complementar e fomentar aprendizados e; a partir disso, a produção de conteúdos com teor crítico, dimensionados como conhecimento. Esses elementos situam-se no domínio da gestão de uma mídia comunitária e, por isso, carecem de um elemento fundamental para que todas essas práticas sejam desenvolvidas: a comunidade.

Primeiramente, afirma-se que os processos sociais contemporâneos, na sua estreita relação com a técnica (ou seja, a sócio-técnica), são interpelados pelos processos comunicacionais. Logo, uma mídia comunitária só se faz *comunitária* atrelada aos sujeitos e suas relações sociais. E este comunitário é um conjunto de relações sociais, culturais e políticas que se transformam e reorganizam a partir da inserção da mídia que produz novas sociabilidades entre os sujeitos. A comunidade para as rádios comunitárias é, desse ponto de vista, um conjunto de pluralidades ancoradas na legislação que regulamenta o serviço de radiodifusão. De acordo com o entrevistado 5, a RádioCom

É a única rádio, aqui, em Pelotas que consegue, dentro da rádio, fazer uma coisa mais **alternativa** às rádios comerciais, às rádios tradicionais. É a única, apesar de ser pouco ouvida, tem um público bem reduzido, ela se constitui, por exemplo, de um **meio artístico**, a rádio é conhecida pelo povo universitário, os artistas de Pelotas têm a RádioCom como um espaço que ‘roda’ a produção feita aqui, o que não ‘roda’ numa Atlântida, por exemplo, uma rádio grande, mas o artista que não tem ‘grana’ para pagar, **aqui não tem que pagar**, então o ‘cara’ vem. **Culturalmente é importantíssima**, a rádio, talvez, seja a rádio mais importante na parte de cultura, agora a parte política, ainda é muito reduzida, **não tem um impacto**, por exemplo, a gente faz uma crítica à prefeitura, não é uma ‘coisa’ que vai gerar repercussão/ Esse é o mito. **Não existe o neutro**, tu vai olhar o mundo, tu vai escolher as palavras, o meu discurso já reflete uma ideologia que eu sigo. Então, a gente tenta, claro, não ser neutro, mas **não se vincular a um partido** (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

A lei 9.612 prevê que a rádio comunitária contemple toda a comunidade em que está situada, sem fazer discriminação “de raça, religião, sexo, preferências sexuais,

convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias” (LEI 9.612, 1998, Art. 4º). A articulação da RádioCom ao movimento sindical, aos estudantes e outras pessoas da comunidade, como consta na ata de fundação, confirma esse princípio, bem como a articulação social, através de eventos e oficinas realizadas nos bairros de Pelotas.

#### **4.4 Mobilização social e democratização da comunicação: a interpretação das estratégias comunicacionais da RádioCom FM**

As reflexões e inferências desenvolvidas a partir da categorização dos dados analisados têm como base os conceitos abordados no referencial teórico deste trabalho. Procura-se atualizá-las, trazendo os conceitos e as discussões já realizadas à luz da fase empírica que teve como unidade de análise a RádioCom FM. Buscar-se-á um aprofundamento interpretativo mais consistente, tecendo amarrações teórico-empíricas que possam ser pertinentes para um contexto mais amplo de democratização da comunicação.

Em relação às categorias iniciais e intermediárias que deram origem à categoria final *mobilização social*, tem-se, nas globalizações conceituadas por Boaventura Santos (2005), o pano de fundo de um cenário extensivo à contextualização da cidade de Pelotas. As globalizações econômica, política e cultural ensejam diferentes noções, mas que convergem para uma perspectiva hegemônica de mundo. É essa perspectiva que se viu nos entrevistados, na observação dos programas e nos documentos da rádio. Fazem referência a uma economia que reproduz as relações de desigualdade social, aumentando a pobreza e que privilegia as forças de mercado sobre o social, reforçando a política econômica neoliberal. É um tipo de globalização para o subdesenvolvimento da sociedade.

Como referido no primeiro capítulo, a globalização cultural é forjada pelas possibilidades de mobilidade e intensa circulação de bens e pessoas, acarretando processos de homogeneização, inter/multiculturalidade ou comunitarismo. E a globalização política representa os mecanismos de regulação e a permeabilidade da mídia sobre os processos políticos. Essas formas de globalização conectam-se com os sentidos apurados nas fontes de evidência. O contexto econômico, político e cultural de Pelotas em relação à mídia dialoga com essas percepções de globalização, uma vez que o panorama

da cidade reflete a desigualdade social, a exclusão midiática dos movimentos sociais e minorias, minimizando o papel da mídia diante desse cenário histórico.

A globalização cultural também contribui para reforçar a globalização hegemônica ao importar conteúdos e programas pré-formatados, empacotados, prontos para serem consumidos, como referido na categoria *criticidade em relação à mídia comercial*. Os limites entre o local, o nacional e o internacional são praticamente apagados, dando lugar ao global, provocando internacionalismos culturais que envolvem os processos midiáticos.

Por outro lado, percebe-se que a proposta de desenvolver um projeto político de comunicação comunitária vai de encontro aos efeitos culturais, políticos e econômicos da globalização hegemônica. Por isso, afirma-se que a RádioCom é uma proposta inserida em um projeto de globalização contra-hegemônico, ao passo que, segundo Boaventura Santos (2005), remete a um posicionamento crítico, contestatório e anticapitalista. De outro modo, importa considerar que o fenômeno das globalizações é inevitável e interpela-nos a rever as intersecções entre o global e local. Diante disso, como pensar em uma rádio comunitária de alcance local em um contexto globalizado? De acordo com Boaventura Santos (2005), isso dá-se pela inclusão ou pela exclusão subalternas, divididas em quatro formas de globalização: localismo globalizado, globalismo localizado, cosmopolitismo e patrimônio comum da humanidade.

Acredita-se que o ideal das rádios comunitárias e, em específico, da RádioCom, está centrado no cosmopolitismo por lutarem contra as formas de exclusão hegemônica, com o propósito da democratização da comunicação. Nessa proposta, o sindicato dos bancários foi protagonista no desencadeamento da mobilização social para construir um imaginário comum, fomentando processos de conscientização que tiveram, como produto, a produção radiofônica da emissora comunitária. Assim, as rádios comunitárias “desempenham importante papel no processo de conscientização e mobilização social sobre questões relativas à vida de segmentos da população empobrecidos e discriminados socialmente” (PERUZZO, 2010, p. 1).

Neste sentido, o cosmopolitismo é observado na programação da emissora, visto que produz conteúdos que articulam temáticas que envolvem os âmbitos local e global, relacionados aos movimentos sociais. São exemplos assuntos ligados a questões ambientais, de gênero, direitos humanos, direitos do trabalhador, consumo, entre outras, observadas nos programas.

Infere-se que o envolvimento dos indivíduos com os movimentos sociais, como aconteceu com o entrevistado 2, ao participar do movimento negro e do movimento hip hop, exemplifica a transição de indivíduo para a condição de sujeito (TOURAINÉ, 2009). O indivíduo mobiliza a si mesmo, interpela sua própria construção identitária; o sujeito toma consciência de si, se reconhece e, por isso, vê, no outro, as possibilidades de igualdade e diferença que ele carrega. Para que se favoreça o desenvolvimento de processos de mobilização social, o percurso indivíduo-sujeito deve ser ultrapassado para o nível da ação, ou seja, do tornar-se ator social, como discutido no capítulo um deste trabalho.

À vista disso, o movimento sindical para a RádioCom desempenhou um papel político importante ao expor e conscientizar os sujeitos de seus direitos e deveres, tecendo uma compreensão de cidadania. Porém, uma questão suscitada no conteúdo das entrevistas faz questionar: diante do vínculo entre o movimento sindical e a RádioCom, esta configurar-se-ia como uma rádio sindical e/ou como uma rádio comunitária?

O vínculo orgânico da RádioCom com o Partido dos Trabalhadores, e este articulado ideologicamente às lutas operárias, tem uma relação recíproca com o movimento sindical. E esse contexto não pode ser desvinculado da estrutura de comunicação que se desenvolveu na emissora. A RádioCom é uma rádio que, na sua gênese, por questões de legalidade, estruturou-se como uma rádio comunitária, de acordo com a lei de radiodifusão comunitária. Por outro lado, devido a sua historicidade e seu contexto político é, ao mesmo tempo, uma rádio ligada ao movimento sindical. Atualmente, essa relação dá-se por uma dependência econômica; no entanto, em seus primórdios, a idealização da RádioCom surgiu para abrir espaços de participação das pautas do movimento sindical na mídia (comunitária), como apresentado na história da emissora.

Vale ressaltar que uma rádio, ao constituir-se como comunitária, pode, a nosso ver, estar atrelada a movimentos sociais e sindicais desde que estes assumam uma postura de enfrentamento da realidade social que não substitua o sentido da coletividade pela individualidade ao vincular-se a um determinado movimento ou partido. Foi essa perspectiva que se encontrou na RádioCom que, ao longo dos seus 12 (doze) anos, mesmo com a articulação do movimento sindical, desenvolveu o sentido de comunitário, conforme os processos deliberativos e participativos realizados, desde a etapa de conscientização até a aquisição de um espaço físico.

Os processos deliberativos da RádioCom inserem-se, conforme as reflexões realizadas, nos princípios de democracia citados por Toro; Werneck (2004): princípio de autofundação, princípio de cosmovisão, princípio de público e princípio de incerteza. A democracia torna-se, diante desses princípios, uma construção social que amplia as bases de autonomia dos sujeitos. Na RádioCom, as reuniões e as assembleias não foram apenas processos deliberativos; tomaram os contornos da democracia em seu conteúdo e formato. Esse processo foi e continua sendo fundamental para fixar os pilares de sustentação da rádio, estruturando sua causa e seus objetivos, bem como sua forma de atuação.

Infere-se que os processos deliberativos foram um mecanismo de mobilização que proporcionou educação política para os sujeitos na medida em que as relações de poder foram flexibilizadas, bem como se teve uma aproximação sobre como as discussões e decisões são tomadas no âmbito da política brasileira.

Outra questão em relação à categoria final *mobilização social* refere-se à estrutura pessoal e à estrutura física da rádio. Nas etapas precedentes, havia a contextualização e a conscientização como um primeiro passo para dar início à mobilização social dos atores envolvidos. Segundo Toro; Werneck (2004), o processo de mobilização social demanda algumas dimensões básicas, tais como a formulação de um imaginário e os atores no processo, relativos ao processo de conscientização e a condição de ator social, respectivamente.

A estrutura pessoal da emissora traz o desafio da participação institucional (HENRIQUES, 2004), envolvendo a mobilização dos atores sociais. Para tanto, devem ter, com clareza, as motivações que os levaram a passar da condição de sujeito para ator social (TOURAINÉ, 2009). Pressupõe-se que esse processo, na RádioCom, foi desenvolvido na construção de um imaginário coletivo, fundamentado pela causa comum em abrir espaços midiáticos de representação dos movimentos sindicais e sociais.

Os processos participativos representam a tomada de decisão para fazer parte de uma causa, se há uma identificação e um imaginário coletivo que circula entre os sujeitos. Em um rádio comunitária, como a RádioCom, formada por uma associação comunitária e, portanto, sem fins econômicos, a participação voluntária é desafiadora. É preciso criar estratégias de mobilização bem elaboradas para que os atores do processo não se desencaminhem da proposta. As rubricas exemplificam essas inferências.

Então, tem muita gente que acabou saindo da rádio justamente por isso: arranjou um emprego, saiu da cidade. Vários fundadores, hoje, não estão em Pelotas. Então, ela [a RádioCom] se enfraqueceu, mas ao mesmo tempo se fortaleceu

porque houve uma renovação. Pessoas de fora vieram pra cá, pessoas novas e, ela foi se renovando. Mas não há uma permanência porque as pessoas se afastam por ser voluntariado (ENTREVISTADO 1).

[...] Porque foi tudo meio assim, tudo na parceria. O grupo se unia e fazia as coisas acontecerem. Foi bem legal porque a gente era um grupo. Ainda é, sempre foi, mas sabe como é essa coisa da novidade...fazer uma coisa nova, aquela empolgação [...] (ENTREVISTADO 2).

A participação institucional demanda comprometimento e, ao mesmo tempo, renovação. Em se tratando de uma rádio comunitária, esses elementos incidem sobremaneira na sua atuação, ao passo que, sem a mobilização para participar e construir coletivamente seu próprio espaço, não se desenvolve, inteiramente, a comunicação comunitária. O modelo híbrido de participação, que permite a participação de voluntários e de contratados proposto por Henriques (2004), oferece tanto uma base sólida quanto uma abertura constante à renovação. Isso possibilita, como se viu na RádioCom, que possui essas formas de participação, manter os pilares de sustentação da ideia da rádio, já que um dos contratados foi um dos idealizadores. E, ainda, pode aproveitar-se da rotatividade dos voluntários para trazer novas ideias, culturas e saberes que renovem a proposta da emissora comunitária. O desafio é que nesse movimento de renovação os valores da rádio comunitária não se percam.

Cabe ressaltar que esses processos participativos estão ligados à gestão das rádios comunitárias, em que há, também, formas de participação mais reativas, mas que têm seu valor pela interação, envolvimento e abertura ao diálogo. Na RádioCom, isso acontece pelos canais de participação para o ouvinte, tais como redes sociais digitais, correio eletrônico, *microblog*, bate-papo online, mensagens via celular e telefone. Essa interação demonstra que a rádio não está fechada em uma postura de comunicação unidirecional, mas sim aberta para inter-agir com a comunidade. A rubrica ilustra essa temática.

Muitos que têm programas, hoje, na rádio eram ouvintes. Queriam fazer um programa na rádio e, hoje, estão inseridos na rádio. Então, abrir espaço [...] pra quem tenha o que acrescentar. Esse é o foco da rádio (ENTREVISTADO 2).

Portanto, pode-se dizer, a partir da interpretação dos conteúdos das categorias iniciais e intermediárias que dão origem a categoria final *mobilização social*, que os processos de conscientização e processos participativos que se efetivaram na produção comunicativa da RádioCom situam-se entre as dimensões de mobilização social estudadas. Pela análise descritiva das categorias apresentadas, interpreta-se que o

processo de mobilização social que envolve a RádioCom é perpassado pelo associativismo local comunitário. O associativismo constitui-se como uma estratégia de organização da sociedade civil capaz de empoderar coletivamente os atores sociais.

Por conseguinte, a comunicação para a mobilização social deve considerar as dimensões dialógica, libertadora e educativa (HENRIQUES, 2004), o que implica a existência de um processo educativo de participação (SOUZA, 1999). “Mas é necessário que seja uma educação problematizadora, libertadora, que faça a pergunta, que questione a origem, os papéis e as práticas de nossa mídia” (GUARESCHI, 2007, p. 17).

A comunicação a que se faz referência é aquela idealizada por Wolton (2004) e Peruzzolo (2006), na qual pensar a comunicação é estabelecer relações de comunhão com outro. Então, a comunicação entre os sujeitos suscita a produção de sentidos partilhados no ato comunicativo, movimenta o mundo simbólico de cada um e, assim, aciona repertórios e significações. Essa perspectiva relacional incide sobre a mobilização social diante do pensamento complexo, como apontado no primeiro capítulo.

Refletir sobre os processos comunicacionais e a mobilização social propicia aproximação dos princípios dialógico, recursivo e hologramático do pensamento complexo de Morin (2003), já que se toma os processos de mobilização vinculados aos comunicacionais, no qual, presume-se o entendimento da comunicação como diálogo e não como transmissão de informações.

Inferese que o princípio dialógico, na RádioCom, aparece nas relações entre os sujeitos, inseridos em um processo de conscientização resultante da contextualização de sua realidade social e da criticidade em relação à mídia comercial. O caráter dialógico desse processo dá-se pela produção simbólica sobre os acontecimentos sociais confrontados com a subjetividade e a historicidade individual. Verifica-se aí o movimento dialógico que vai do sujeito (uno) à sociedade (múltiplo), paralelo aos princípios recursivo e hologramático.

O princípio recursivo remonta às possibilidades de produção e transformação da sociedade pelos indivíduos. A ideia recursiva pode, neste sentido, estar relacionada ao conceito de autonomia que, segundo Gohn (2008, p.33), é a capacidade de os sujeitos lerem e reinterpretarem o mundo de acordo com suas próprias ideias e convicções. Recriam e reinscrevem o mundo sob novas possibilidades, em um novo espaço-tempo histórico que, na RádioCom, realoca o contexto das Charqueadas, da escravidão e das relações de dominação para a realidade atual. Esse contexto histórico é, portanto, recursivo a um novo contexto midiático que o preenche de novos significados.

E o princípio hologramático, no qual se destacam as peculiaridades e os repertórios de cada sujeito histórico, traduzidos, no caso da RádioCom, em culturas, conhecimentos e vivências remodelam os processos de mobilização social no contexto social. Nessa linha de pensamento, a mobilização social é o produto das inter-ações e relações sociais tecidas na sociedade complexa, como também é um processo atuante e transformador dessa sociedade pelas possibilidades de emancipação que (re)cria.

Nesse sentido, mobilizar torna-se o estabelecimento de relações comunicativas (MAFRA, 2010) entre os atores sociais (TOURAINÉ, 2009), com o propósito de transformar e ampliar uma determinada realidade enquanto processo social (SOUZA, 1999). Por isso, a importância de construir estratégias comunicacionais para os processos de mobilização social a fim de gerar produtividade (TORO; WERNECK, 2004), participação e transformação social.

Assim, reportam-se às etapas do processo de mobilização social, cujas concepções foram formuladas no capítulo um – a conscientização; a formulação de um imaginário coletivo; a organização social; os atores no processo; o campo de atuação; a capacitação contínua; a coletivização; e a avaliação/acompanhamento (TORO; WERNECK, 2004; SOUZA, 1999) –, para interpretar o projeto da RádioCom.

Na etapa de conscientização, a RádioCom, de acordo com a análise, já continha, em seu movimento de base e articulação, o movimento sindical, um imaginário coletivo constituído e elaborado a partir de processos de conscientização. Para a etapa de arregimentação da comunidade, foram incluídos outros movimentos que pudessem dar um caráter plural e múltiplo ao projeto de comunicação. Esses diferentes segmentos, provenientes das comunidades de Pelotas, ao organizarem-se pelo desenvolvimento desse projeto, passaram a sujeitos atuantes por uma causa comum, desenvolvida diante da ausência de representatividade dessas minorias na mídia comercial. Então, dessas contextualizações foi definido o campo de atuação do projeto, a comunicação comunitária, influenciada pela conjuntura de 1998, ano de aprovação da lei de radiodifusão comunitária e ano em que iniciaram as mobilizações pelo projeto de criação da rádio.

A formulação de um imaginário coletivo em torno do projeto e, posteriormente, a capacitação contínua foram possíveis graças à existência de elementos de crítica social, engajamento, cooperação e mobilização do movimento sindical, somados a sua capacidade de absorver outros movimentos sociais e sujeitos da comunidade. Entre esses sujeitos, havia amantes da música e da arte que trabalhavam com rádio dispostos a ter um

espaço livre para dar vazão à cultura local e a conteúdos que não eram veiculados pela grande mídia.

A mobilização dos atores da RádioCom deu-se pela articulação de pessoas que comungavam deste mesmo ideal e, por contatos interpessoais, foram formando uma rede de interesses comuns em prol do exercício do direito à comunicação. Segundo Peruzzo (2008, p.376), “trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor – tão presente quando se fala em grande mídia –, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de produtor e difusor de conteúdos”.

A criação de uma rádio comunitária implicava, portanto, não somente as etapas de conscientização; formulação de um imaginário coletivo; organização social; atores no processo e campo de atuação. Era preciso, além disso, ter domínio sobre as técnicas radiofônicas de produção de conteúdo: linguagem, formatos, gêneros, locução, edição, elaboração de textos, técnicas de operação de som, entre outras, adequadas aos princípios de uma rádio comunitária.

Por isso, a importância da capacitação contínua para instrumentalizar técnica e politicamente os atores envolvidos. A capacitação, ao ser contínua, também contribui para o empoderamento pela aprendizagem coletiva, fortalecendo o sentimento de coletivização com o projeto.

Finalmente, infere-se que a avaliação/acompanhamento foi uma forma de reflexão sobre as práticas que foram desenvolvidas e seu posterior aprimoramento, percebidas nas entrevistas e na observação do cotidiano da emissora. Pode-se visualizar a autocrítica por parte dos idealizadores da rádio quanto à função social que ela desempenha, o compromisso com os princípios comunitários e os desafios ou falhas no que tange à lei 9.612.

Para tanto, faz-se necessário a elaboração de estratégias comunicacionais de mobilização social (HENRIQUES, 2004), dentre as quais, infere-se que há, na RádioCom, a difusão de informações pelos idealizadores da rádio como uma forma de transmitir e reforçar a história, a missão e os valores da rádio. Pelas entrevistas e pela programação, observou-se que as pessoas que fazem parte da rádio já conhecem esses elementos e compartilham do projeto político da rádio como um ideal. Essa estratégia materializa-se, portanto, tanto pelas relações comunitárias estabelecidas entre os fundadores e a comunidade quanto pelas informações contidas no *site* da rádio, uma estratégia para registrar a memória do projeto.

Ademais, no conjunto de informações que são transmitidas e que embasam a cultura da RádioCom, há elementos de identificação com a causa da democratização da comunicação através da programação veiculada. Os *spots* transmitidos durante os intervalos reiteram essa relação: “Você não gosta de cultura e informação? Não ouça RádioCom”; “Não basta estar no ar. Tem que ser comunitária”; “Não se deixe levar...subverta! RádioCom 104.5 FM”; “A comunicação é um direito de todos. E a informação, aqui, é prioridade. Um novo jeito de fazer rádio e de pensar o mundo. [www.radiocom.org.br](http://www.radiocom.org.br)”.

E os programas, por sua abordagem crítica e escolha de temáticas de interesse público, apresentam a proposta da rádio como um contraponto à grande mídia, permeados pelo viés da cidadania, dos direitos humanos e dos movimentos sociais, representando traços da causa pela democratização da comunicação que geram o reconhecimento desta com a RádioCom.

Com base nessas inferências, desconstroem-se as estratégias de mobilização social da RádioCom para pensar no modo como se constituíram e, a partir disso, elencam-se as seguintes etapas/conceitos desse processo: condição de ator social (TOURAINÉ, 2009), princípios de democracia (TORO; WERNECK, 2004), associativismo (SCHERER-WARREN, 2006), participação efetiva como sentido e significado (GOHN, 2008), organização social (SOUZA, 1999), repertórios mobilizados e busca pela autonomia (GOHN, 2008). Destaca-se que essas etapas não são estáticas ou lineares, ao passo que se inserem em processos complexos e relacionais de comunicação.

Agora, quanto à categoria final *democratização da comunicação*, que resulta das categorias iniciais e intermediárias, toma-se como referência os conceitos de comunidade, comunicação comunitária e rádios comunitárias presentes no referencial teórico para interpretá-la.

Conforme os indicadores analíticos propostos no referencial teórico (aspectos legais, sentido de comunitário, política editorial, abordagem dos conteúdos e níveis de participação), infere-se, pelas observações na rádio, pela programação e pelas entrevistas, uma gestão com bases comunitárias e de relações horizontalizadas; uma programação que atende aos interesses da comunidade, aos movimentos sociais e às minorias; e com a abordagem de conteúdos de interesse público. Isso dá-se pelas formas de participação, como se vê a seguir.

A RádioCom possui sujeitos atuando em todos os níveis apresentados por Peruzzo (1998a), tanto na gestão, na produção dos conteúdos, na interação com os ouvintes e no

planejamento da emissora. A participação na RádioCom foi identificada como democrática por permitir o empoderamento (PERUZZO, 2008, p. 376) dos sujeitos, a busca pela autonomia (GOHN, 2008), o desenvolvimento da crítica social, a valorização da cultura local, o sentimento de pertencimento e relações baseadas na cooperação e no comprometimento com o projeto político de comunicação comunitária.

A gestão é composta pelo conselho comunitário, representando a comunidade local e atuando em prol de seus interesses. Esse conselho realiza reuniões periódicas e, por ainda ser composto por membros fundadores da rádio, apresenta bases sólidas quanto aos valores e princípios que norteiam a emissora desde a sua gênese. As decisões são tomadas coletivamente e inseridas na visão e missão da RádioCom, demonstrando que não há um “dono” da rádio ou interesses particulares em jogo.

A participação na programação, associada à formulação da política editorial da rádio comunitária, teve um importante papel quando da participação do movimento sindical e demais pessoas da comunidade para sua definição. Destaca-se que o vínculo sindical e partidário no processo de gestação da RádioCom não interferiu no desenvolvimento de uma comunicação comunitária, com princípios de democratização da comunicação.

A política editorial da emissora tem como peculiaridades a qualidade, a discussão de temáticas de interesse público, a informação contextualizada, a produção e a abordagem das pautas de modo apartidário e não mercadológico, configurando-se em uma linha político-ideológica que favorece o trabalhador, os movimentos populares/ sociais e as minorias socialmente excluídas. “Em um país com elevado grau de analfabetismo como o Brasil, as rádios comunitárias teriam um importante papel, não determinando, mas influenciando a formação do senso crítico, estimulando a reflexão” (NUNES, 2004, p. 74).

Uma das peculiaridades da programação da RádioCom é não permitir as produções de cunho privado para promover programas que visem à totalidade das temáticas. Por exemplo, de acordo com as entrevistas, a emissora não permite a realização de programas musicais que sirvam para promover um artista específico; pelo contrário, os programas que tiverem como temática a música, buscam, por meio dessa temática, divulgar, discutir e apresentar à comunidade a música local como pertencente à esfera artística. Da mesma forma, a rádio não permite que os espaços da programação sejam ocupados por instituições religiosas (vertentes católica, evangélica, espírita, candomblé,

entre outras). A emissora entende que pode haver programas que tratem da temática espiritualidade, mas não de uma religião específica.

O planejamento da emissora foi sendo desenvolvido desde os processos deliberativos da RádioCom. Eram reuniões de estruturação da emissora em que os sujeitos, ao fazer parte do espaço midiático criado pela rádio comunitária, colocavam-se no centro dos debates, das discussões, das argumentações e, principalmente, passaram a ter poder decisório sobre as suas demandas na constituição do projeto de comunicação comunitária. Durante os doze anos de existência da RádioCom, vislumbram-se, ainda hoje, reflexos desse planejamento que envolveu as instâncias participativas e deliberativas, cujo nascimento se deu com o propósito de democratizar a comunicação. Pelas inferências realizadas, esse propósito continua fortalecido, principalmente por meio da programação radiofônica.

A interação com os ouvintes finaliza o ciclo participativo da RádioCom, demonstrando que o veículo coloca os atores no processo de fazer rádio comunitária, desde a produção até a recepção da programação. Nesse polo, a rádio disponibiliza canais de participação para o ouvinte, tais como redes sociais digitais, correio eletrônico, *microblog*, bate-papo *online*, mensagens via celular e telefone, como formas de abrir espaço de diálogo e interação.

Para complementar os níveis de participação de Peruzzo (1998a), traz-se o pensamento de Downing (2002) sobre mídia radical alternativa. Esta é conceituada a partir de aspectos políticos, culturais, de aplicabilidade e de referencialidade. Os aspectos políticos, relacionados à potencialidade organizativa dos sujeitos, na RádioCom, são identificados nas formas de sustentabilidade econômica e na articulação comunitária. Na sustentabilidade econômica, os apoios culturais, segundo a lei 9.612, ao mesmo tempo em que limitam as formas de sustentabilidade das rádios comunitárias não dão oportunidades de crescimento, expansão e qualificação das atividades radiofônicas. Faz-se referência, novamente, ao paradoxo das rádios comunitárias que, mesmo pertencendo ao sistema capitalista, não podem adquirir recursos para manterem-se economicamente.

Infere-se que a organização política dessas mídias, que estruturam as relações de poder de forma horizontalizada, é uma importante característica para desenvolver uma mídia comunitária. O potencial organizativo contribui para que os sujeitos busquem alternativas quanto à questão econômica, já que uma rádio comunitária não pode ter fonte de renda para manter suas atividades, apenas apoio cultural.

A articulação comunitária é uma característica da RádioCom que pode ser realocada ao conceito de mídia radical alternativa, pois ela pode criar uma rede de grupos que desejam um espaço na mídia para suas pautas, um espaço que introduz aspectos culturais e diferentes manifestações artísticas da comunidade local.

Esse aspecto é observado na programação, além do potencial organizativo do movimento sindical e a articulação com os movimentos sociais e minorias, apontados nas entrevistas. Esses traços tornam a RádioCom, pelo aspecto da referencialidade, uma mídia que se diferencia dos meios de comunicação comerciais ao passo que sua aplicabilidade está direcionada ao desenvolvimento comunitário, à transformação social de uma determinada realidade; à produção de conhecimentos não formais; à abertura de espaços de reflexão e discussão de assuntos de interesse local.

Tomando essas características em conjunto, infere-se que o veículo utiliza estratégias políticas na abordagem das relações comunitárias, uma vez que, “[...] fazer rádio comunitária é uma forma alternativa de exercer a cidadania e estabelecer laços sociais mais amplos com o conjunto da sociedade” (NUNES, 2004, p. 67).

As potencialidades das rádios comunitárias podem fazê-las um meio de democratizar a comunicação ao produzir coletivamente o conhecimento e promover o exercício da cidadania. Esse conhecimento, vale ressaltar, é construído na interação entre os sujeitos e, portanto, pela comunicação/relação estabelecida entre eles. Portanto, delinear os contornos de uma mídia comunitária passa pela forma como a emissora aborda os conteúdos transmitidos por ela, de acordo com sua política editorial.

Sobre a legislação das rádios comunitárias no Brasil, o processo de legalização das rádios comunitárias envolve o contexto mais amplo do movimento pela democratização da comunicação. A aprovação da lei 9.612, exceto por ter sido conduzida e determinada pelos interesses das grandes empresas de comunicação, era, à época, uma das reivindicações desse movimento. Sabe-se, como foi demonstrado no referencial teórico, que a lei que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária ameaça as intenções democráticas por sua intensa burocratização, repressão à liberdade de expressão e comunicação, limitação de alcance e de opções de sustentabilidade econômica e pré-definição da Frequência Modulada não contemplada pela maioria dos aparelhos de rádio produzidos.

No entanto, algumas questões apresentam-se na análise da RádioCom. Percebe-se a sua dependência com o movimento sindical, especialmente o sindicato dos bancários, que teve ligação com a idealização e a estruturação da emissora; o conselho comunitário

foi mencionado, mas pouco se viu da sua atuação; e o termo cidadania não esteve presente em nenhuma das entrevistas. Pela programação, observou-se que a emissora não pratica o proselitismo na produção de seus conteúdos, respeitando “raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias”, conforme Art. 4º, parágrafo IV, da lei 9612.

Outro aspecto é que, conforme referido na portaria nº 197, a vinculação da emissora a entidades “financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais, implicará o imediato indeferimento do pedido de outorga e o consequente arquivamento do processo”. Encontrou-se, na RádioCom, não uma “vinculação”, mas certamente uma orientação política e ideológica em favor do Partido dos Trabalhadores, cuja ligação está relacionada ao surgimento da emissora. Infere-se que essa ligação permanece no imaginário da comunidade até hoje e influencia, em certa medida, suas decisões, seu caráter comunitário e a penetração na comunidade, uma vez que quem não partilha dos mesmos ideais partidários não se sente representado por ela. Porém, essa orientação não foi identificada na programação da rádio.

O alcance de uma rádio comunitária, de acordo com a legislação é limitado, como já discutido. Porém, isso não nos deixa de questionar a localização da RádioCom no centro de Pelotas. Se uma rádio comunitária possui potencialidades para desenvolver uma comunidade, melhorar sua condição de vida, discutir seus problemas coletivos e buscar soluções conjuntas, qual o sentido de estar localizado na região central? Essa região, inclusive, foi descrita pelos entrevistados como diferenciada do restante da cidade, pois estava associada a um pseudodesenvolvimento que acobertava as reais desigualdades que a cidade enfrenta historicamente.

Por outro lado, a pesquisa empírica também demonstrou que, na maioria das vezes, a localização central não estava relacionada a práticas comunicacionais hegemônicas ou elitistas. Pelo contrário: encontrou-se, além da referência nas entrevistas, vídeos disponíveis na *Web*<sup>44</sup> em que a RádioCom faz uma série de reportagens, chamada *RádioCom nos Bairros*. Realizadas em 2012, pelo Núcleo de Jornalismo da emissora comunitária, as matérias foram produzidas *in loco* em regiões periféricas de Pelotas, como Dunas e Pântano com o objetivo de dar voz aos moradores para exporem suas reivindicações sobre saúde, educação, transporte, calçamento, e outras. Além disso, na observação dos programas realizada durante os meses de maio, junho, setembro e outubro

---

<sup>44</sup> Disponíveis em [http://www.youtube.com/results?search\\_query=radiocom+nos+bairros&sm=3](http://www.youtube.com/results?search_query=radiocom+nos+bairros&sm=3) Acesso em 28 de jun 2013.

deste ano (2013), identifica-se um discurso plural que busca incluir a periferia, os movimentos sociais e as minorias, demonstrando a existência do princípio comunitário de diversidade polifônica.

Ao contrário da indústria cultural – que, muitas vezes, reconfigura as manifestações culturais com fins exclusivamente consumistas –, essa fusão entre o popular e o maciço resulta em uma recriação original das manifestações culturais de acordo com as experiências concretas e o referencial histórico político e cultural de cada comunidade (NUNES, 2004, p. 73).

Os programas reúnem, de modo geral, música e informação, sendo dos gêneros rock, tango, choro, samba de raiz, música popular antiga, música latino-americana. Outros programas têm, como foco, o jornalismo, como o *Contraponto*, programa editorial de jornalismo informativo, e o *Navegando RádioCom*, também editorial, de jornalismo cultural. A rubrica de um dos entrevistados traz outra visão para a questão da localização da rádio, demonstrando que a RádioCom pode ser um ponto de aproximação entre o centro e a periferia, entre o hegemônico e o contra-hegemônico, pulverizando perspectivas dicotômicas e fragmentadas da realidade social.

A própria localização da rádio, ela não pode estar no centro. A legislação não permite ela estar no centro. E isso tem dado uma 'dor de cabeça' para nós porque ela deveria estar lá no Laranjal. Tem até uma complicação, respondendo processo. E isso é realmente para liquidar com a rádio, entendeu? A rádio lá, a trinta quilômetros do centro, **assim ela fica restrita àquela comunidade**. Aqui, a gente tá aqui, a gente consegue pegar todo centro e vários bairros próximos (ENTREVISTADO 5 – grifo nosso).

O conceito de comunidade, que passou por diferentes categorias interpretativas (do ponto de vista político, social e cultural), assume novos sentidos no que tange às rádios comunitárias, levando-se em conta a sua legislação. Pode-se considerar como afirma o entrevistado, que a lei, nesse aspecto, é uma estratégia de exclusão, como visto em Lopes (2005) e Amaral Filho (2009). Diante disso, vale salientar “os perigos” (AMARAL FILHO, 2009) que se mascaram ao fazermos parte de uma comunidade quando atentamos para posicionamentos que tornam os sujeitos estigmatizados, estereotipados e/ou excluídos dentro dos limites comunitários. Essa crítica à visão romântica do conceito de comunidade faz-se pertinente para pensar se não seria essa a intenção da regulação das rádios comunitárias com a lei 9.612 ou, ampliando os horizontes, ao pensar a representação midiática de minorias étnicas, como exemplificado pelo autor. Ele argumenta dizendo:

Ora, o objetivo último de qualquer grupo comunitário subalternizado é melhorar a qualidade de vida de seu povo, garantindo o acesso a bens, saúde e educação. Mas desde que, diz a sociedade hegemônica envolvente, não se ultrapassem os limites. [...] Em nome de um suposto essencialismo identitário não se deve permitir que determinados muros sejam postos abaixo: o ideal é que grupos seja física e simbolicamente mantidos dentro das muralhas da comunidade. Não é à toa que se faz etno-turismo País adentro e grupos de estrangeiros sobem a Rocinha para ver como é uma 'favela' de verdade (AMARAL FILHO, 2009, p. 261).

Diante do exposto, afirma-se que a dimensão espacial não define as rádios comunitárias enquanto comunitárias; isso depende, em grande parte, do sentido de comunitário atribuído a ela. Se, uma das características das rádios comunitárias é empoderar os sujeitos da comunidade para trazê-los para dentro dos processos comunitários da emissora, pressupõe-se que a comunidade que ouve é a mesma que planeja e produz seus conteúdos.

Diante disso, e levando-se em conta que a análise da RádioCom é feita do ponto de vista da produção, a comunidade que se visualiza representa uma composição de atores, ancorados pelo espaço físico e pelos traços de uma comunidade gerativa (PAIVA, 2003, 2010) e da comunidade delineada por Peruzzo (2008). As concepções comunitaristas de Buber (1978), Tönnies *apud* Miranda (1995) e Bauman (2003), mostraram-se distantes do contexto da RádioCom, enquanto que as ideias de Castells (2008) e Goldsmith (1999) trazem algumas contribuições.

Para Castells (2008), as comunidades formar-se-iam a partir de uma identidade de entrenchamento, como uma forma de resistência ao global e à fluidez social. As novas tecnologias da informação e comunicação vêm para potencializar o cenário da sociedade global, em que Goldsmith (1999) apresenta a comunidade de interesses, constituída por laços efêmeros e relações passageiras, conforme os interesses de seus membros.

Para Goldsmith (1999), cujas atualizações do conceito de comunidade fazem-se no âmbito da sociedade global, cerne das novas tecnologias da informação e da comunicação, abrem-se as possibilidades de opções sobre o mundo, propiciadas pelo contato e pela interação global na qual o sujeito é interpelado a fazer escolhas. Para ele, a comunidade global do futuro será uma comunidade de escolhas, formada por laços fracos, baseados no interesse entre as inúmeras opções que se apresentam.

Embora a comunidade de interesses não limite a comunidade da rádio ao seu espaço físico, somente a vinculação frágil de interesses volúveis não garantiria a mobilização social para a democratização da comunicação nas rádios comunitárias. Por

outro lado, a comunidade de interesses pode expandi-la, por meio do ambiente digital (através do *site* da RádioCom) para novos horizontes conectados pelo interesse em comunicação comunitária.

Essa comunidade só representa a RádioCom, a nosso ver, na medida em que surgem comunidades de escolha, desterritorializadas e descontextualizadas da proposta da rádio, mas que participam dela como ouvintes via *web* (pela programação disponibilizada ao vivo no *site* da RádioCom) e podem interagir pelos canais de participação, como as redes sociais digitais.

A concepção de comunidade, que se identifica na RádioCom, é a gerativa, conceituada como “a vinculação entre sujeitos cujo propósito maior é efetivamente seu florescimento organizativo em harmonia com o contexto histórico e social de seu tempo” (PAIVA; CUSTÓDIO; MALERBA, 2013, p. 6 – grifo dos autores). É uma comunidade gerativa que produz, atua, discute, critica, questiona, e renova a vida em comum coletivamente, em um movimento “espiral” (PAIVA; CUSTÓDIO; MALERBA, 2013, p. 7) que articula diferentes pensamentos e representatividades por um propósito comum. O conceito de comunidade gerativa pode, dessa forma, ser compreendido no âmbito das rádios comunitárias por assumir uma perspectiva direcionada para o fortalecimento dos laços comunitários e, portanto, dos vínculos que se baseiam no espaço da comunidade.

Nessa perspectiva, o entendimento de comunidade que se identifica na RádioCom é baseada no comprometimento, na reciprocidade de interesses, na vinculação territorial e/ou virtual de seus membros, na identidade comum, na interação e, portanto, de acordo com o conceito de comunidade de Peruzzo (2008). Depende da intensidade dos níveis de vinculação propostos por Henriques (2004): localização espacial, quantidade de informações, nível de julgamento (processo de conscientização), nível das ações (condição de ator social e processos participativos), nível de coesão (imaginário coletivo), nível de continuidade (coletivização), nível de corresponsabilidade e nível de participação institucional.

Pensar as relações sociais na mídia comunitária sob a conjectura da globalização contra-hegemônica (B. SANTOS, 2005) e do pensamento complexo (MORIN, 2003) é reconhecer que as sociabilidades demandam relações de conflito. Novas sociabilidades podem fazer surgir relações de afeto e cooperação, superando a visão de tolerância ou respeito às diferenças. Ademais, a comunicação em uma mídia comunitária busca desconstruir o processo de produção das relações de igualdade e diferença. Desse modo, infere-se que a comunicação comunitária da RádioCom atualiza estratégias de abordagem

política na produção dos conteúdos da programação, já que problematiza questões de gênero, culturais, contextuais. Segundo o entrevistado 4, “Cultura é isso. Cultura é tu saber porque que a coisa existe. Não apenas consumir, mas saber porque existe”.

Essa forma de comunicação está ancorada nos pilares que Paiva (2007) sugere em relação à presença da perspectiva comunitária no campo comunicacional: a comunicação comunitária como uma força contra-hegemônica que, com sua estrutura plural e polifônica, produz novas linguagens e novos sistemas produtivos. É capaz de aproximar e integrar os atores comunitários por meio da participação na gestão e na programação da emissora, sendo, assim, um meio de contribuir para a educação.

Portanto, infere-se que a proposta que envolve os objetivos da RádioCom parece ser a da democratização da comunicação, entrelaçada às intersubjetividades, diferentes repertórios, entendimentos, ideologias que a configura como uma mídia comunitária múltipla. Neste sentido, a prática da democratização da comunicação, entendida como o reconhecimento e a luta pelo direito à comunicação, indica que a emissora incorpora os seguintes pressupostos:

- a) de tornar-se sujeito (TOURAINÉ, 2009), em processo de conscientização (SOUZA, 1999), capaz de reconhecer a si mesmo e ao outro como portador de direitos universais;
- b) de uma comunicação inserida na dimensão normativa de Wolton (2004) que implica não somente a transmissão de informações, mas a busca pelo entendimento e o diálogo;
- c) da redefinição do papel do comunicador (MARTÍN-BARBERO, 2010) comunitário, com potencial para produzir e emitir mensagens;
- d) da abertura de espaços midiáticos a pluralidades com a possibilidade de reeditar a realidade social como também atuar como agente de transformação;
- e) e do desenvolvimento de uma educação política, crítica e emancipatória, em que os atores tornem-se protagonistas sociais no exercício da cidadania (DAGNINO, 2004).

É esse processo que faz crer na abordagem complexa-relacional-comunicativa da mobilização social das rádios comunitárias, fluxos de relações permeados de significações e sentidos comunitários que se (auto) produzem pelo encontro intrínseco e único com o Outro.

A teoria da epistemologia do sul (B. SANTOS, 2009) é, neste sentido, um importante aporte teórico para a compreensão da democratização da comunicação. As rádios comunitárias, como a RádioCom, podem ser possibilidades de gestação de uma nova racionalidade, baseadas na razão proléptica e nas ecologias apresentadas por Boaventura Santos (2009). Esse autor busca, justamente, dar vazão às pluralidades e às mobilizações das comunidades.

Nesse entendimento, as monoculturas estão para a mídia comercial, tais quais as ecologias estão para as rádios comunitárias. As ecologias dos saberes; das temporalidades; do reconhecimento; da *transescala* e das produtividades, nada mais são que pluralidades que podem ser manifestas em processos de mobilização social que têm, como propósito e valor incomensurável, a democratização da comunicação.

Por fim, pela interpretação dos conteúdos das categorias finais, reitera-se a importância do debate sobre a democracia na mídia e do direito à comunicação cujo contexto brasileiro vem atrelado de disputas entre o movimento pela democratização da comunicação e os empresários “donos da mídia”. Essas discussões devem ser desprendidas dos discursos dos especialistas e passar a ocupar a vida cotidiana dos sujeitos, endossadas por um novo pensamento crítico sobre as políticas públicas de comunicação que os conduzam à mobilização por mudanças no setor. A mobilização, enquanto processo que objetiva a democratização da comunicação, é gradual e progressivamente delineada pela contextualização crítica da realidade social, capitaneada pela articulação da sociedade civil e dos movimentos sociais e populares nos processos participativos instaurados por eles.

A estrutura hegemônica de comunicação estabelecida historicamente no Brasil, cujo reflexo é verificado no atraso das leis que regulamentam os serviços de radiodifusão (em comparação com a Lei de Responsabilidade do Rádio e da TV, na Venezuela ou na Lei de Meios, na Argentina, por exemplo), tem demonstrado que o desenvolvimento de um pensamento pós-abissal (B. SANTOS, 2009) é imperativo. Pelo processo de mobilização aliado aos ideais democráticos na busca pelo efetivo exercício da cidadania abrem-se possibilidades (e também limites) tal como visto nos desafios que colocam às mídias comunitárias e às comunidades.

A ecologia dos saberes é, neste sentido, um conceito a ser absorvido pelas mobilizações em prol da democratização da comunicação posto que se desconstroem os paradigmas colonizadores e incluem-se novos entendimentos sobre o mundo e as relações sociais. Não somente pelas mídias comunitárias, como as rádios comunitárias, que já vêm

contribuindo para a justiça social e cognitiva, mas também pela consciência crítica que se desenvolve diante da descoberta das epistemologias do Sul (B. SANTOS, 2009) e que podem contrapor-se ao modo como apropriamo-nos dos conteúdos midiáticos. Ecologia dos saberes, para o contexto da unidade de análise, representa o esforço em investir esse conceito de forma prática, incluindo o sentido de comunitário na gestão e na programação da emissora, fazendo da RádioCom um híbrido de comunicação comunitária, mobilização social e democratização da comunicação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento desta pesquisa, o referencial teórico foi articulado a duas matrizes conceituais basilares: a democratização da comunicação e a mobilização social, que envolveram a problemática inicialmente proposta: como as estratégias comunicacionais de mobilização social das rádios comunitárias contribuem para a democratização da comunicação?

Expandindo os horizontes da democratização da comunicação para contextos ampliados que interferem nesse processo, tem-se a globalização e suas particularidades. Dentro da pluralidade conceitual de globalização, há globalizações econômica, política e cultural. Estas dividem-se em globalismos localizados e localismos globalizados (fazem parte da globalização hegemônica); e cosmopolitismo e patrimônio comum da humanidade (formam a globalização de resistência), demonstrando que há diferentes formatos e abordagens frente aos processos de globalização.

É perante esses movimentos globais, conduzidos pelos sujeitos em nível local que se percebe que as práticas sociais reproduzem a perspectiva hegemônica adotada pela estrutura capitalista. Entretanto, as nuances e as discontinuidades capitalistas trazem oportunidades para novas reflexões sobre a organização sistêmica e complexa do mundo. A articulação em rede em prol de uma causa comum, no cosmopolitismo; e a luta pela preservação de espaços que devem servir para melhorar a qualidade de vida das pessoas, no patrimônio comum da humanidade, exemplificam essas oportunidades.

Nessa mesma linha de raciocínio, se as globalizações são conduzidas pelos sujeitos e estes relacionam-se pela comunicação, como pensá-la nesses processos de resistência? A comunicação, quando fixada à globalização hegemônica, possui caráter de instrumentalização do indivíduo, favorecendo relações de dominação e reprodução do *status quo*. Contrariamente, a comunicação, inserida em processos de resistência, busca romper com essas relações e colocar o indivíduo como protagonista social, autor na construção de sua realidade. É por esse ângulo que se vislumbra, no contexto da globalização contra-hegemônica, a proposta da democratização da comunicação.

As políticas de comunicação brasileiras caracterizam-se, principalmente, pela concentração de propriedade; o que resulta na limitação da oferta de conteúdos e suprime a pluralidade como fator contribuinte para a democracia. Para avaliar o modo como a mídia opera é preciso, entre outros aspectos, observar se dispomos de opções e acesso a conteúdos variados do ponto de vista ideológico e editorial. E, além disso, desenvolver

um percurso que envolve a educação para a mídia, no sentido de compreender suas lógicas de produção, circulação e consumo, e suas estratégias comunicativas. Diante disso, também se firma um processo de politização, fomentado pela formação de um senso crítico e conscientização dos sujeitos em relação aos contextos sócio-históricos.

Por conseguinte, a democratização da comunicação serviu para o entendimento do escopo de idealização do projeto de comunicação comunitária da unidade de análise. É nesse contexto que se situam as rádios comunitárias, seu papel social e sua luta política, pois possuem finalidade mediadora entre os atores sociais e os meios de comunicação, demonstrando ser uma possibilidade de exercício da cidadania.

Imbricados, nesse contexto, apresentaram-se os conceitos que envolvem a democracia e a mídia; dentre os quais interessamo-nos pela reflexão sobre o direito à comunicação. Faz-se referência também a como se desenvolve a democratização da comunicação no processo de tornar-se indivíduo, sujeito e ator social, chegando à ecologia dos saberes.

Propõe-se que o escopo da democratização da comunicação na idealização e construção de mídias comunitárias passa pelas fases de subjetivação, individuação e atuação, chegando-se ao conceito de ator social. Cada fase corresponde a um nível de reconhecimento de si que pode transformar o caráter das relações sociais comunitárias.

Na categoria indivíduo, está a formação das personalidades, das intersubjetividades e, assim, do processo identitário. A categoria sujeito está vinculada a processos de conscientização que a transporta do plano individual para o coletivo. O sujeito é capaz de reconhecer-se como um ser de direitos. A noção de sujeito diz respeito, portanto, a relações sociais que nos interpelam para a aproximação com o outro e, além disso, uma relação de igualdade e equidade econômica, social, cultural e política.

A fim de articular a mobilização social que possui como propósito a democratização da comunicação, encontram-se, na teoria da epistemologia do sul, contribuições dessa ordem. O conceito de ecologia dos saberes, inserido nessa teoria, dá respaldo para um novo pensar sobre as rádios comunitárias e suas estratégias de mobilização social para a democratização da comunicação. Constrói e desconstrói as antigas percepções de mundo, fazendo compreender que as sociedades carregam múltiplos entendimentos sobre o desenvolvimento econômico, social, cultural e comunicacional dos sujeitos. E, diante disso, que se pode encontrar no verso desses processos novas formas de relacionar-se com o mundo, trazendo à superfície conhecimentos informais, culturas locais, comunidades gerativas, economias solidárias.

Vale destacar que esse processo não é linear ou instantâneo; mas sim tortuoso e conflitante e, por isso, demanda mobilização social como processo complexo, relacional e estratégico. Por isso, aborda-se a mobilização social na perspectiva relacional com vistas a abandonar a concepção informacional do processo comunicativo. Pontuam-se os princípios dialógico, recursivo e hologramático como elementos que se unem ao processo comunicacional, abrangem as subjetividades, as sociabilidades, os contextos de comunicação e os repertórios de significações dos sujeitos comunicantes. A mobilização tal como a comunicação são processos intercambiantes que se interferem mutuamente na circularidade e recursividade das relações sociais complexas.

Assim, propõe-se como fases de um processo de mobilização social: criar um projeto político, compartilhar informações, fortalecer o imaginário coletivo, desenvolver a coletivização e a corresponsabilidade, abrir canais de participação, promover a reflexão e o debate, manter vínculos e possuir atores sociais em um campo de atuação.

Parte-se do pressuposto de que as rádios comunitárias estruturam-se em um processo de gestão coletiva pela mobilização da comunidade. O surgimento desse processo está relacionado ao repensar do modelo comunicacional, no qual, anteriormente, predominava a passividade do receptor. Na verdade, acredita-se que os sujeitos nunca estiveram na condição de passividade perante os meios de comunicação. Porém, com o passar do tempo, foram encontrando alternativas, antes limitadas ou reprimidas, de expressão de sua própria voz. Neste sentido, atribui-se às rádios comunitárias o papel de ‘in-formar’ os cidadãos, de fazê-los reconhecer-se como sujeitos portadores de cidadania. Sendo assim, um dos principais diferenciais das rádios comunitárias é dar espaço às minorias. Retomam-se, dessa forma, algumas problematizações relativas ao sentido de comunitário nas rádios comunitárias.

Se, considerando que o alcance de uma rádio comunitária de acordo com sua legislação é de um quilômetro, importa apenas informar, dialogar, interagir, educar e promover a cidadania apenas em um espaço limítrofe? Não seria o objetivo intrínseco e fundante da mídia, sobretudo as comunitárias, fomentar e desenvolver a democratização da comunicação? Sendo assim, é coerente que a participação e o envolvimento dos sujeitos esteja condicionado aos interesses de uma comunidade territorial, conforme estabelecido pela lei 9.612?

É necessário expandir e transcorrer as fronteiras da comunidade em seu sentido físico para problematizar a sociedade como um todo. Para compreender os problemas sociais locais é preciso entender em que movimento histórico e político inserimo-nos,

entender como o sistema político atua, como os poderes instituídos (executivo, legislativo e judiciário) fornecem elementos para a efetivação da democracia. E, além disso, que outros mecanismos, como a mídia, podem contribuir para a politização dos sujeitos e para o exercício de sua cidadania.

Outra questão: é possível destituir a relação entre interesses individuais e interesses da coletividade, no sentido de que, mesmo com uma causa comum, os sujeitos possuem seus objetivos pessoais? É condenável contribuir para o coletivo mesmo que se tenham interesses particulares?

Na compreensão da comunidade que se faz presente na estrutura de comunicação comunitária da RádioCom, percebe-se que desvendar que comunidade é essa torna-se uma tarefa complexa. A comunidade possui os sentidos para os que dela fazem parte e os sentidos produzidos pela mídia em relação a ela. Neste sentido, uma comunidade, seja caracterizada do modo que for, não pode ser considerada uma totalidade homogênea.

A comunidade da RádioCom, composta por minorias e grupos excluídos sem representação midiática, pode ser interpretada de modo negativo. Essa conotação de comunidade revela a ausência do cumprimento do papel do Estado, das políticas públicas que atendam as demandas sociais, educacionais e culturais dessa comunidade. São comunidades, por vezes, invisibilizadas pelos governos e pela mídia e, em última instância, composta por pessoas que ainda não ultrapassam o nível do indivíduo para tornarem-se sujeitos/atores sociais dispostos a exercer sua cidadania e questionar/transformar sua realidade.

Há, ainda, de modo geral, a estigmatização dessas comunidades representadas na grande mídia por suas carências, problemas sociais que parecem irresolúveis, marginalidade, criminalidade. Desconhecem-se as capacidades e as possibilidades dos sujeitos que ali habitam e que, certamente, mobilizam vontades para transformar seu ambiente social. Tanto a percepção desses indivíduos como minorias excluídas, marcadas pela desigualdade estrutural presente em nosso país, quanto a abordagem da mídia *mainstream* para com essas comunidades reforçam seus lugares sociais como intransponíveis, pequenos e frágeis diante das relações de poder dominantes.

Entende-se que a produção e reprodução dessas relações desiguais reforçam a aceitação e a naturalização dos indivíduos como inertes e incapacitados de promover a mudança social, já que se situam nas fissuras do sistema dominante e, portanto, não fazem parte de uma proposta de globalização contra-hegemônica que poderia desenvolver-se. Isso vai contra todas as concepções teóricas utópicas e idealizadas de

comunidade. São processos de diferenciação que geram igualdade/diferença e, assim, inclusão/exclusão social.

Por isso, uma estratégia política para a compreensão dessas disputas renova as possibilidades de pensar a democratização da comunicação, na qual fazer parte de uma estrutura de comunicação comunitária é aprender a colocar-se no lugar do Outro.

Diante disso, pelo percurso realizado nas fases teórica e empírica deste trabalho, pode-se *investigar as estratégias comunicacionais da RádioCom FM e suas interfaces com a mobilização social e a democratização da comunicação*, respondendo ao nosso objetivo geral. Infere-se que a RádioCom busca construir relações de pertencimento, gestão horizontal, convívio comunitário, partilha de experiências, debates sobre assuntos de interesse público, fomento à conscientização dos sujeitos, abertura à participação e ao diálogo para desenvolver uma cultura de comunicação comunitária como estratégia comunicacional que envolve as etapas de mobilização social para a constituição e manutenção de uma rádio comunitária.

Quanto ao primeiro objetivo específico deste trabalho, *identificar o perfil da RádioCom*, chega-se ao entendimento de uma mídia multidimensional, que compreende, no complexo de uma estrutura de comunicação comunitária as dimensões coletiva, jurídico-normativa, política e sócio-comunicacional. Essa estrutura versa entre práticas flexíveis e democráticas e uma base político-ideológica associada ao movimento sindical.

Na estrutura de comunicação comunitária da RádioCom, a dimensão coletiva corresponde ao conceito de mídia comunitária, que une as características da comunicação comunitária, mídia radical alternativa e níveis de participação. Apresenta diferentes formas de participação, promovendo a coletivização de seus membros pelo seu potencial organizativo. Suas estruturas de poder são horizontalizadas. Porém, nota-se que os fundamentos, os princípios da concepção da RádioCom permanecem sendo vigiados pelos seus fundadores. O que também caracteriza o perfil da RádioCom é a articulação comunitária, incluindo os movimentos sociais, formatando-se como um espaço que introduz diferentes culturas e conhecimentos.

A dimensão jurídico-normativa está relacionada ao processo de legalização da RádioCom que, como visto, passou por várias etapas até a obtenção da outorga. Essa dimensão demonstra as limitações e problemas da lei 9.612 e seus desafios à mobilização social. Demonstra também que a lei e seu caráter de morosidade fizeram da RádioCom uma rádio que, além dos esforços coletivos, teve que contar com um apadrinhamento político facilitador.

É inegável a necessidade de implementação de políticas públicas de comunicação que renovem o defasado Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962 (o mesmo há mais de meio século), reformulado por decretos e portarias que pulverizam e dificultam o acesso e o entendimento da lei. Da mesma forma, a tardia regulamentação da radiodifusão comunitária, de 1998, segue na luta por mudanças na sua legislação, influenciada por grandes empresas de comunicação, que minaram os interesses pela democratização da comunicação.

Avanços que institucionalizem a diversidade e pluralidade de propriedade e conteúdos são fundamentais para os avanços democráticos do País, a exemplo das reformas no setor de comunicações em outros países da América Latina, como aconteceu na Venezuela, no Uruguai e na Argentina. Mas somente uma reforma nas formas de regulamentação das comunicações não garantiria o direito à comunicação. Esse processo só poderá ser viabilizado com a mobilização popular, pelo controle social do Estado e da sociedade civil no cumprimento das responsabilidades midiáticas para com a sociedade.

Na dimensão política do perfil da RádioCom, tem-se as relações de igualdade e diferença das relações comunitárias e suas estratégias de abordagem na emissora. Infere-se que a rádio desempenha um papel importante na construção das culturas e sociabilidades, objetivando transformar os sujeitos pelas temáticas e formas de abordagem dos conteúdos. As formas de relacionamento observadas também deram pistas da emancipação social desenvolvida na e pela emissora.

Essa dimensão também se reflete na luta pela democratização da comunicação desde as rádios livres até o surgimento das rádios comunitárias. A RádioCom vem contestando o uso exclusivamente comercial dos meios de comunicação e as práticas de radiodifusão descomprometidas, impedindo o acesso à informação e à comunicação de forma plural e democrática. Como exemplo, recentemente, um dos membros da rádio formou um comitê pela democratização da comunicação, ligado à campanha Para Expressar à Liberdade.

E a dimensão sócio-comunicacional refere-se ao sentido de comunitário, expresso no conceito de comunidade gerativa e de uma comunidade baseada na comunicação comunitária que os envolve. Pelas inferências realizadas, a RádioCom é constituída de coletividades mobilizadas em torno de uma causa comum que estruturaram um projeto político de comunicação comunitária. Seu envolvimento dá-se pelos interesses convergentes e comprometidos entre os sujeitos e a proposta da rádio.

Em relação às *estratégias comunicacionais de mobilização social identificadas na programação*, infere-se que a RádioCom é qualificada pela pluralidade de conteúdos de interesse público e pelo viés diferenciado dos meios de comunicação comerciais. Essa pluralidade expressa-se, ainda, nos diferentes atores que são mobilizados para a atuação da rádio: movimentos negro, hip hop, anarquista, da mulher, os artistas locais e outros.

Além disso, um dos aspectos marcantes que identifica o seu perfil e diferencia-a dos meios de comunicação massivos é a abordagem dos conteúdos pelo viés da qualidade, da pesquisa, da crítica ainda que utilizem como fonte os veículos massivos. Vale ressaltar que há uma contradição nesse aspecto, já que a mídia comercial é criticada pelos entrevistados e ao mesmo tempo seus conteúdos são reintroduzidos na linha ideológica da RádioCom. Porém, na totalidade da programação da emissora, esse fato converteu-se em exceção perante a qualidade dos conteúdos apresentados nos demais programas observados.

À programação da rádio também são articulados eventos que ela organiza e/ou participa, produções culturais, como o *Sarau Poético* e o projeto *Arte Daqui*. Observa-se que essas estratégias comunicacionais ocorrem em um âmbito estrito de circularidade, no qual a RádioCom, embora com uma proposta de democratização da comunicação em vigor, acaba relacionando-se mais entre “seus pares”, deixando de interagir com outras comunidades. Isso, porém, não inviabiliza a proposta de comunicação comunitária do veículo ao aproximar os atores e as perspectivas hegemônica e contra-hegemônica, a fim de promover um espaço de participação com bases e princípios comunitários.

Essa articulação com a comunidade merece destaque, já que é através dela que a rádio fortalece-se como um movimento que luta pela democratização da comunicação e o faz por meio de suas produções de conteúdo, de sua programação. Sem esse envolvimento das e com as comunidades não haveria mobilização social.

A pesquisa aponta que o *entrelaçamento dos conceitos de mídia comunitária, estratégias de mobilização social e democratização da comunicação* estabelecem-se pelas significações dadas a cada conceituação. Portanto, o entendimento proposto a partir da RádioCom é que as mídias comunitárias possuem uma comunicação relacional e complexa, baseada na problematização da igualdade e da diferença como forma de promover uma ecologia de saberes e construir novas epistemologias para o entendimento do mundo.

Os aportes teóricos e metodológicos também levam-nos a inferir que a comunicação na RádioCom tornou-se comunitária na medida em que foi fomentada e

originada em contextos de dominação visando a sua superação. Além disso, na busca por desconstruir as relações de poder social e culturalmente estabelecidas, foram emergindo espaços de participação e representatividade das comunidades que se refletem na produção de seus conteúdos.

Por outro lado, as conclusões desta dissertação levam a novas inquietações sobre a comunicação comunitária. Em relação ao conceito de comunidade, abrem-se possibilidades de reinterpretação desses processos por vias de um estudo de recepção que possa investigar, na interação entre os sujeitos, as formas de apropriação das mídias comunitárias. E também, nessa mesma linha, no contexto digital, como se define a comunidade das mídias comunitárias. Outra possibilidade é ampliar o estudo das estratégias de interação empregadas pelas Rádios Comunitárias para se aproximar e relacionar com a comunidade, tanto territorial quanto virtual, tendo por amostragem um número significativo de rádios que atuam em contextos mais amplos do território brasileiro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL FILHO, Nemesio C. As perigosas fronteiras da “comunidade”: um desafio à comunicação comunitária. I/C – **Revista Científica de Información y Comunicación**, 2009, 6, pp. 253-263.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

\_\_\_\_\_. Análise de entrevistas: férias e telefone. In: BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 20--]. pp. 89-117.

BARROS, Chalini Torquato Gonçalves de; DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano. **O conceito de democratização da comunicação e o ambiente regulatório do MERCOSUL**. V Congresso Compólítica, Curitiba/PR, maio de 2013. pp. 1-29.

BAUMAM, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BAUER, Martin w. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. 10ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. pp. 189-217.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: EDUSC, 1999.

BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1987.

CARPENTIER, Nico; LIE, Rico & SERVAES, Nico. Community media – muting the democratic media discourse? In: **Koccc Centre for Critical Studies in Communication and culture**. Brighton, July 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 2). São Paulo: Paz e Terra, 2008. pp. 78-87.

CUNHA, Mágda Rodrigues da. **A era pós-mídia desenhada nas rádios livres: o pensamento de Félix Guattari**. In: INTERCOM, XXVIII, 2005, Rio de Janeiro.

COMUNICAÇÃO, Fórum Nacional pela democratização da. **Democratização da comunicação**. Como domar essa tal de mídia? 1ª ed., Cartilha nº 1, s/a.

DAGNINO, Evelina. ¿Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando? In: MATO, Daniel (coord.). **Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización**. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, 2004. p. 95-110.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista: noções de política social participativa**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e nos movimentos sociais**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DURTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.62-83.

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

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GENTILLI, Victor. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 19, dez 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOHN, Maria da Glória. **O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2008. p. 9-88.

GOLSMITH, Marshall. Comunicaciones globales, y comunidades del elección. In: HESSELBEIN, Frances; GOLSMITH, Marshall; BECKHARD, Richard; SCHUBERT, F. Richard (org.) **Comunidad del futuro**. Granica: Buenos Aires, Barcelona, Cidade do México, 1999. pp. 131-146.

GUARESCHI, Pedrinho, A. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.1, n.1, p.6-25, jul.- dez. de 2007.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.) **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. p. 123-142.

LEAL, Sayonara de Amorim Golçalves. **Rádio comunitária, espaço público e democracia: estudos de casos na França e no Brasil**. Brasília, 2007. Tese (doutorado em Sociologia). Universidade de Brasília.

LIMA, Venício de; LOPES, Cristiano Aguiar. **Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)**. Junho de 2007. Disponível em <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo\\_eletronico\\_de\\_novo\\_tipo.pdf](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf)> Acesso em 12/mar/2013.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Política pública de radiodifusão comunitária no Brasil – exclusão como estratégia de contra-reforma**. Dissertação (mestrado em comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

LUZ, Dioclécio. **Radiojornalismo nas rádios comunitárias: conceitos e práticas.** Dissertação (mestrado em comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. **Relações Públicas e Mobilização Social: a construção estratégica de dimensões comunicativas.** In: I Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. Mobilização social e comunicação: por uma perspectiva relacional. **Mediação**, Belo Horizonte, v.11, n. 10, jan-jun de 2010.

MARCUSE, Herbert. O homem unidimensional. Ideologia da sociedade industrial. 4ª ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de (org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2010. 5ª ed. p. 57-86.

MIRANDA, Orlando de (org.) **Para ler Ferdinand Tönnies.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995. p. 231-272.

MONTORO, Tânia. Da comunicação mobilizadora. In: MONTORO, Tânia (org.) **Comunicação, cultura, cidadania e mobilização social.** Série Mobilização social, vol. 2. Brasília/Salvador: UnB, 1997.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DURTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.269-279.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** 4ª ed. Instituto Piaget: Lisboa, 2003.

NUNES, Márcia Vidal. As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da cidadania ou instrumentalização (1998-2000). **Revista Sociologia Política**, Curitiba, 22, p.59-76, jun. 2004.

PAIVA, Raquel. Política de minorias: comunidade e cidadania. **Estudos em Comunicação/ Communication Studies**, v. 1, p. 1-7, 2003.

\_\_\_\_\_. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (org.) **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 133-148.

\_\_\_\_\_. A consolidação da estrutura comunitária na atualidade. **IC – Revista Científica de Información y Comunicación**, 2010, 7, p. 279-292.

PAIVA, Raquel; CUSTÓDIO, Leonardo; MALERBA, João Paulo. **Comunicação comunitária nos BRICS: comunidade gerativa e comunidade de afeto como propostas conceituais.** Trabalho apresentado no XXII Encontro da COMPÓS, Universidade Federal da Bahia, 2013.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998a.

\_\_\_\_\_. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. Trabalho apresentado no XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife-PE, 1998b. Versão ampliada, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>. Acesso em 03 de jun de 2013.

\_\_\_\_\_. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra Chave**, vol. 11, n. 2, dez de 2008. pp. 367-379.

\_\_\_\_\_. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 69-94.

\_\_\_\_\_. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n.17, p. 131-146, jun.-2009.

\_\_\_\_\_. **Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM**. Encontro Anual da Compós, Rio de Janeiro, 2010.

\_\_\_\_\_. Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 69-94.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. **Líbero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. 2009.

PERUZZOLO, Adair. **A comunicação como encontro**. Bauru: EDUSC, 2006.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MARQUES DE MELO, J. ; SATHER, L. **Direitos à comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: UMESP, 2005. P. 245-253. [online]

RICHARDSON, Roberto Jarry; PERES, José Augusto de Souza; *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Milton. **As formas de pobreza e da dívida social**. Palestra proferida pelo Prof. Milton Santos, por ocasião do Momento Nacional, agosto de 1998. In: Momento Nacional, textos, abril de 1999.

\_\_\_\_\_. **O espaço do cidadão**. 3ª ed. São Paulo: Nobel, 1996.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.) **A globalização e as ciências sociais**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2005. p. 25-102.

\_\_\_\_\_. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007. Disponível em: [http://www.4shared.com/document/tQC0NNV5/Renovar\\_a\\_Teoria\\_Crtica\\_e\\_Rein.html](http://www.4shared.com/document/tQC0NNV5/Renovar_a_Teoria_Crtica_e_Rein.html)

\_\_\_\_\_. **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almedina, 2009.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Movimentos sociais**: um ensaio de interpretação sociológica. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1984.

\_\_\_\_\_. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 21, n. 1, p. 109-130, jan./abr. 2006.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: BARBALHO, Alexandre; PAIVA, Raquel (org.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 11-14.

SOUZA, Maria Luiza de. **Desenvolvimento de comunidade e participação**. 6ª ed. São Paulo: Cortez, 1999. p. 59-117.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. **Mobilização social** – um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

TOURAINÉ, Alain. **Pensar outramente**: o discurso interpretativo dominante. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Pesquisa qualitativa. In: TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. p.116-165.

VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SOCERJ**, 20 (5), p.383-386, set./out. 2007.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora UNB, 2004.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

### Sites consultados

BRASIL, Constituição Federal, Art. 5º. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em 12/09/13.

BRASIL, Lei 9.612. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, 19 de fevereiro de 1998; 177º da Independência e 110º da República. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19612.htm). Acesso em 14/05/13.

BRASIL, Portaria nº 197, de 1º de julho de 2013. Estabelece data limite para a apresentação de pedido de renovação de outorga de serviço de radiodifusão comunitária e altera a Norma nº 1/2011, aprovada pela Portaria nº 462, de 14 de outubro de 2011. Disponível em <http://www.mc.gov.br/portarias/27271-portaria-n-197-de-1-de-julho-de-2013>. Acesso em 30/09/13.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Rádios comunitárias ganham novo prazo para renovar outorgas vencidas. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/radio-e-tv/noticias-radio-e-tv/27263-radios-comunitarias-ganham-novo-prazo-para-renovar-outorgas-vencidas> Acesso em 12/09/13.

PARA EXPRESSAR A LIBERDADE. Mais informações sobre a campanha em <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/quem-somos/quem-somos> Acesso em 12/09/13.

PROJETO DONOS DA MÍDIA. Disponível em <http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos>. Acesso em 19/08/2013.

RÁDIOCOM. Disponível em [www.radiocom.org.br](http://www.radiocom.org.br). Acesso em 06/04/13.

**ANEXOS**

## **ANEXO A - Lei Nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998**

### Regulamento

Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.

§ 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.

§ 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila.

Art. 2º O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, modificada pelo Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, e demais disposições legais.

Parágrafo único. O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição Federal.

Art. 2o O Serviço de Radiodifusão Comunitária obedecerá ao disposto no art. 223 da Constituição, aos preceitos desta Lei e, no que couber, aos mandamentos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, e demais disposições legais. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)

Parágrafo único. Autorizada a execução do serviço e, transcorrido o prazo previsto no art. 64, §§ 2o e 4o da Constituição, sem apreciação do Congresso Nacional, o Poder Concedente expedirá autorização de operação, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do ato de outorga pelo Congresso Nacional. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 2001)

Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

I - dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;

II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;

III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;

IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;

V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;

II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;

III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;

IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

§ 1º É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.

Art. 5º O Poder Concedente designará, em nível nacional, para utilização do Serviço de Radiodifusão Comunitária, um único e específico canal na faixa de frequência do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada.

Parágrafo único. Em caso de manifesta impossibilidade técnica quanto ao uso desse canal em determinada região, será indicado, em substituição, canal alternativo, para utilização exclusiva nessa região.

Art. 6º Compete ao Poder Concedente outorgar à entidade interessada autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, observados os procedimentos estabelecidos nesta Lei e normas reguladoras das condições de exploração do Serviço.

Parágrafo único. A outorga terá validade de três anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes.

Parágrafo único. A outorga terá validade de dez anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes. (Redação dada pela Lei nº 10.597, de 2002)

Art. 7º São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente constituídas e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

Parágrafo único. Os dirigentes das fundações e sociedades civis autorizadas a explorar o Serviço, além das exigências deste artigo, deverão manter residência na área da comunidade atendida.

Art. 8º A entidade autorizada a explorar o Serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores, desde que legalmente constituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.

Art. 9º Para outorga da autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária, as entidades interessadas deverão dirigir petição ao Poder Concedente, indicando a área onde pretendem prestar o serviço.

§ 1º Analisada a pretensão quanto a sua viabilidade técnica, o Poder Concedente publicará comunicado de habilitação e promoverá sua mais ampla divulgação para que as entidades interessadas se inscrevam.

§ 2º As entidades deverão apresentar, no prazo fixado para habilitação, os seguintes documentos: I - estatuto da entidade, devidamente registrado;

II - ata da constituição da entidade e eleição dos seus dirigentes, devidamente registrada;

III - prova de que seus diretores são brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;

IV - comprovação de maioria dos diretores;

V - declaração assinada de cada diretor, comprometendo-se ao fiel cumprimento das normas estabelecidas para o serviço;

VI - manifestação em apoio à iniciativa, formulada por entidades associativas e comunitárias, legalmente constituídas e sediadas na área pretendida para a prestação do serviço, e firmada por pessoas naturais ou jurídicas que tenham residência, domicílio ou sede nessa área.

§ 3º Se apenas uma entidade se habilitar para a prestação do Serviço e estando regular a documentação apresentada, o Poder Concedente outorgará a autorização à referida entidade.

§ 4º Havendo mais de uma entidade habilitada para a prestação do Serviço, o Poder Concedente promoverá o entendimento entre elas, objetivando que se associem.

§ 5º Não alcançando êxito a iniciativa prevista no parágrafo anterior, o Poder Concedente procederá à escolha da entidade levando em consideração o critério da representatividade, evidenciada por meio de manifestações de apoio encaminhadas por membros da comunidade a ser atendida e/ou por associações que a representem.

§ 6º Havendo igual representatividade entre as entidades, proceder-se-á à escolha por sorteio.

Art. 10. A cada entidade será outorgada apenas uma autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Parágrafo único. É vedada a outorga de autorização para entidades prestadoras de qualquer outra modalidade de Serviço de Radiodifusão ou de serviços de distribuição de sinais de televisão mediante assinatura, bem como à entidade que tenha como integrante de seus quadros de sócios e de administradores pessoas que, nestas condições, participem de outra entidade detentora de outorga para exploração de qualquer dos serviços mencionados.

Art. 11. A entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais.

Art. 12. É vedada a transferência, a qualquer título, das autorizações para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária.

Art. 13. A entidade detentora de autorização para exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária pode realizar alterações em seus atos constitutivos e modificar a composição de sua diretoria, sem prévia anuência do Poder Concedente, desde que mantidos os termos e condições inicialmente exigidos para a outorga da autorização, devendo apresentar, para fins de registro e controle, os atos que caracterizam as alterações mencionadas, devidamente registrados ou averbados na repartição competente, dentro do prazo de trinta dias contados de sua efetivação.

Art. 14. Os equipamentos de transmissão utilizados no Serviço de Radiodifusão Comunitária serão pré-sintonizados na frequência de operação designada para o serviço e devem ser homologados ou certificados pelo Poder Concedente.

Art. 15. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária assegurarão, em sua programação, espaço para divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade.

Art. 16. É vedada a formação de redes na exploração do Serviço de Radiodifusão Comunitária, excetuadas as situações de guerra, calamidade pública e epidemias, bem como as transmissões obrigatórias dos Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo definidas em leis.

Art. 17. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária a ser fixado na regulamentação desta Lei.

Art. 18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

Art. 20. Compete ao Poder Concedente estimular o desenvolvimento de Serviço de Radiodifusão Comunitária em todo o território nacional, podendo, para tanto, elaborar Manual de Legislação, Conhecimentos e Ética para uso das rádios comunitárias e organizar cursos de treinamento, destinados aos interessados na operação de emissoras comunitárias, visando o seu aprimoramento e a melhoria na execução do serviço.

Art. 21. Constituem infrações - operação das emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária:

- I - usar equipamentos fora das especificações autorizadas pelo Poder Concedente;
- II - transferir a terceiros os direitos ou procedimentos de execução do Serviço;
- III - permanecer fora de operação por mais de trinta dias sem motivo justificável;
- IV - infringir qualquer dispositivo desta Lei ou da correspondente regulamentação;

Parágrafo único. As penalidades aplicáveis em decorrência das infrações cometidas são:

- I - advertência;
- II - multa; e
- III - na reincidência, revogação da autorização.

Art. 22. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária operarão sem direito a proteção contra eventuais interferências causadas por emissoras de quaisquer Serviços de Telecomunicações e Radiodifusão regularmente instaladas, condições estas que constarão do seu certificado de licença de funcionamento.

Art. 23. Estando em funcionamento a emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária, em conformidade com as prescrições desta Lei, e constatando-se interferências indesejáveis nos demais Serviços regulares de Telecomunicações e

Radiodifusão, o Poder Concedente determinará a correção da operação e, se a interferência não for eliminada, no prazo estipulado, determinará a interrupção do serviço.

Art. 24. A outorga de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária fica sujeita a pagamento de taxa simbólica, para efeito de cadastramento, cujo valor e condições serão estabelecidos pelo Poder Concedente.

Art. 25. O Poder Concedente baixará os atos complementares necessários à regulamentação do Serviço de Radiodifusão Comunitária, no prazo de cento e vinte dias, contados da publicação desta Lei.

Art. 26. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 27. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 19 de fevereiro de 1998; 177º da Independência e 110º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO  
Sergio Motta

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 20.2.1998

## **ANEXO B - Portaria N° 197, de 1° de julho de 2013**

Estabelece data limite para a apresentação de pedido de renovação de outorga de serviço de radiodifusão comunitária e altera a Norma n° 1/2011, aprovada pela Portaria n° 462, de 14 de outubro de 2011.

O MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição, e  
Considerando a necessidade de fixar data limite para o recebimento de pedidos de renovação de outorga dos serviços de radiodifusão comunitária, tendo em vista o prazo previsto na legislação em vigor, bem como a simplificação do procedimento decorrente das alterações na Norma n° 01/2011 estabelecidas por esta Portaria; e  
Considerando a necessidade de conferir tratamento isonômico às prestadoras dos diversos serviços de radiodifusão,

**RESOLVE:**

Art. 1° Os pedidos de renovação de outorga de serviços de radiodifusão comunitária apresentados até 30 de novembro de 2013, por protocolo ou postagem pelos Correios, que não atendam ao prazo referido no item 20.2 da Norma n° 1/2011 – Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovada pela Portaria n° 462, de 14 de outubro de 2011, serão conhecidos pelo Ministério das Comunicações, que dará prosseguimento aos respectivos processos e avaliará a sua conformidade com os demais requisitos previstos na legislação em vigor.

§ 1° As entidades que cumprirem o disposto no caput, poderão manter suas emissoras em funcionamento, em caráter precário, até a conclusão do processo de renovação.

§ 2° Serão considerados intempestivos e não serão conhecidos pelo Ministério das Comunicações, os pedidos de renovação de outorga de serviços de radiodifusão comunitária apresentados após a data a que se refere o caput e que não atendam ao prazo referido no item 20.2 da Norma n° 1/2011.

§ 3° Expirado o prazo de vigência da outorga, a autorização será declarada extinta:

I - na hipótese do § 2° deste artigo; e

II - nos casos em que a entidade não tenha apresentado pedido de renovação.

Art. 2° A Norma n° 1/2011 – Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovada pela Portaria n° 462, de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"3.1.1 O apoio cultural poderá ser realizado por entidades de direito privado e de direito público.

.....

3.2.1 A depender de características geográficas e urbanísticas e mantidas as condições técnicas da autorização, o sinal da emissora poderá ultrapassar o raio de um quilômetro.

.....

5.2 Respeitada a atribuição de um canal exclusivo para a execução do serviço por município e a disponibilidade de frequências na região, a Anatel poderá atribuir canais diferentes à execução do serviço de radiodifusão comunitária em municípios vizinhos, nos casos de manifesta impossibilidade técnica ou como forma de tornar mais eficiente o uso do espectro, observadas as necessidades específicas do serviço.

.....

8.1 .....

b) Estatuto Social e Ata de Constituição da entidade devidamente registrados no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas;

.....

f.1) que todos os seus dirigentes residem na área a ser coberta pelo sinal da emissora, nos termos do Projeto Técnico.

.....

8.1.3. O estabelecimento ou manutenção de vínculos que subordinem a entidade e seus dirigentes à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais, implicará o imediato indeferimento do pedido de outorga e o consequente arquivamento do processo.

.....

8.3.1. Serão indeferidos os processos de pedido de outorga das entidades cujos estatutos não observem o disposto nas alíneas, “f” e “g” do subitem 8.2.

.....

11.2.2 Nos casos que a entidade recorrente concorrer sozinha e quando o seu processo for o único em andamento na localidade, o Ministério das Comunicações poderá acatar a documentação encaminhada na fase recursal.

.....

15.3.4. A alteração do local de instalação da estação somente poderá ocorrer após a expedição da autorização em caráter provisório.

.....

20.2.3. A alteração do local de instalação da estação que esteja operando em caráter precário somente poderá ocorrer após a aprovação do ato de renovação da outorga pelo Congresso Nacional e publicação de Decreto Legislativo correspondente, ressalvados os casos de força maior e caso fortuito.

.....

20.3.....

e) Ata de eleição da diretoria em exercício, devidamente registrada no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas;

.....

21.6.1 Para fins do disposto no item 21.6., entende-se por área da comunidade atendida a área de alcance da transmissão, observado o disposto nos itens 3.2 e 3.2.1.

.....” (NR)

Art. 3º Os Anexos II e XII da Norma nº 01/2011, aprovada pela Portaria nº 462, de 2011, passam a vigorar com as alterações constantes dos Anexos I e II a esta Portaria.

Art. 4º Ficam revogados a alínea “d” do item 8.2 e a alínea “b” do item 10.8., bem como os itens 14.2, alíneas “f” e “g”; 20.3, alíneas “f”, “g”, “i”, “j” e “k”, 20.3.1, 20.3.2 e 20.3.3 e o Anexo XIV, todos da Norma nº 01/2011 – Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovada pela Portaria nº 462, de 14 de outubro de 2011.

Art. 5º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

PAULO BERNARDO SILVA