

**CLAUDIA MARA STAPANI RUAS**

**A RÁDIO COMUNITÁRIA COMO FATOR DE  
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL  
MESTRADO ACADÊMICO  
CAMPO GRANDE/MS  
2002**

**CLAUDIA MARA STAPANI RUAS**

**A RÁDIO COMUNITÁRIA COMO FATOR DE  
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Dissertação apresentada como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento Local à Banca Examinadora, sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mariluce Bittar.

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL  
MESTRADO ACADÊMICO  
CAMPO GRANDE/MS  
2002**

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mariluce Bittar

---

Prof. Dr. Vicente Fideles de Ávila

---

Prof. Dr. Eron Brum

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora e professora Dra. **Mariluce Bittar**, pela competência, compreensão e tranqüilidade nos atos e palavras, demonstrados em todo o decorrer deste trabalho, toda minha admiração e carinho!

À minha família, **Carlos, Lis, Michele e Carla**, que, com muita paciência, souberam entender minhas noites e dias de ausência. Em momento algum, deixaram de incentivar e acreditar que eu seria capaz de alcançar o meu objetivo.

Às minhas grandes amigas e irmãs de coração, **Deise e Ana**, que, em momentos de angústia, souberam me garantir a paz, a serenidade, a crença que o momento requeria.

Ao **Curso de Comunicação Social da Universidade Católica Dom Bosco** e à própria Instituição, que viabilizaram condições para que eu realizasse esta pós-graduação.

A **todos** aqueles que, direta ou indiretamente, acompanharam e participaram mais de perto da elaboração desta dissertação, discutindo, criticando, corrigindo, sugerindo e incentivando.

Enfim, muito obrigado aos meus *pais e irmão*, **Cláudio, Ideal e Cláudio Jr.**, que sempre investiram na minha capacitação e acreditaram em mim; sem eles, nada disso teria acontecido.

*É a prática nova da democracia participativa que gera novo homem e nova sociedade. É o homem com o mundo e não no mundo, no dizer de Paulo Freire. O desenvolvimento local comunitário irá se constituindo no bojo da gestação e da plenitude de novo projeto de sociedade. É o projeto popular, desalienante e superador da divisão em classes. E os meios de comunicação têm a ver com isso porque são meios facilitadores do movimento popular para construção desse projeto.*

*Cicília Peruzzo (1999, p. 3)*

## RESUMO

Esta dissertação teve como objetivo geral analisar até que ponto a radiodifusão comunitária pode ser considerada como fator de desenvolvimento local. Investigou-se também o tipo de programação veiculada, o grau de influência da grade de programação e sua importância no cotidiano dos ouvintes, bem como as características das comunidades pesquisadas: Bairro Guanandi e Bairro José Abrão. Para o desenvolvimento deste estudo, optou-se por pesquisa qualitativa e questionários semi-estruturados, aplicados aos presidentes das associações comunitárias e aos ouvintes das emissoras locais, escolhidas para esta investigação: Rádio Comunitária Nova Maracanã e Rádio Comunitária Metropoly. Com base nas conceituações teóricas de radiodifusão e nas abordagens orientadas pela perspectiva do desenvolvimento local, constatou-se que os dois processos assemelham-se em suas essências, principalmente porque devem ser geridos pela e para a comunidade. Apesar de todas limitações, tanto de ordem interna como externa, a radiodifusão possui o poder, seja em que localidade for inserida, de construir cultura democrática, indivíduo cidadão em direção a sociedade que considere o ser humano como força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do relacionamento entre a radiodifusão local e desenvolvimento comunitário. Concluiu-se que, a radiodifusão comunitária pode ser considerada como fator de desenvolvimento local ou não, dependendo de como a própria comunidade se apropria dela como instrumento de cidadania.

**Palavras-chaves:** Radiodifusão comunitária - desenvolvimento local - cidadania

## ABSTRACT

The present study has the purpose of investigating how community broadcasting became a tool in favor of local development. It also analyses the kind of radio programme, the way the messages were received by the listeners, their influence, how important they were in their daily lives, and finally, it identifies features of the two communities: Guanandi and Jose Abrão. For the development of the study, the methodology was based on qualitative research and semi-structured questionnaires, applied to the presidents of the community associations and the listeners of the local radio: Nova Maracanã and Metropoly. Based upon theoretical concepts, historical experience of Brazilian broadcasting and the information directed by the perspective of local development, similarities in both processes were noticed, mainly in the way of self-management: for and by the community. Although there were many limitations, in and out of the process, community broadcasting has the power to construct a democratic culture, a citizen directed towards a society capable of considering human beings as a strength that motivates, propels and receives the benefits of local broadcasting and community development. All the statements collected, concluded that community broadcasting can become strategy of local development or not, depending on how communities appropriate the local vehicle as a tool for citizenship.

**Key-words:** community broadcasting; local development; citizenship

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO LOCAL.....</b>	<b>18</b>
<b>1. A COMUNICAÇÃO A SERVIÇO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL .....</b>	<b>18</b>
<b>2. A EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM BENEFÍCIO DO HOMEM .....</b>	<b>28</b>
<b>3. O RÁDIO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA SOCIAL .....</b>	<b>32</b>
<b>4. A RÁDIO COMUNITÁRIA COMO ALTERNATIVA À COMUNICAÇÃO DE MASSA .....</b>	<b>38</b>
<b>CAPITULO II</b>	
<b>RADIODIFUSÃO E RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA EM MATO GROSSO DO SUL: SEU PAPEL NO DESENVOLVIMENTO LOCAL.....</b>	<b>47</b>
<b>1. BREVE HISTÓRICO DA RADIODIFUSÃO EM MATO GROSSO DO SUL ...</b>	<b>47</b>
<b>2. BREVE HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA: A RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA ATUAÇÃO EM MATO GROSSO DO SUL .....</b>	<b>54</b>
<b>3. A RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA RELAÇÃO COM A COMUNIDADE .....</b>	<b>63</b>
<b>4. A RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E O DESENVOLVIMENTO LOCAL...</b>	<b>67</b>
<b>CAPITULO III</b>	
<b>A RÁDIO COMUNITÁRIA NA PERSPECTIVA DA COMUNIDADE: FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL .....</b>	<b>77</b>

<b>1. HISTÓRICO DAS COMUNIDADES PESQUISADAS.....</b>	77
1.1 BAIRRO GUANANDI.....	77
1.2 BAIRRO JOSÉ ABRÃO .....	78
1.3 ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS DAS COMUNIDADES PESQUISADAS .....	80
<b>2. CARACTERIZAÇÃO DAS EMISSORAS COMUNITÁRIAS PESQUISADAS .....</b>	89
2.1 PERFIL DAS EMISSORAS .....	90
2.2 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DAS EMISSORAS PESQUISADAS .....	97
<b>3. RÁDIO COMUNITÁRIA E AS COMUNIDADES: FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL .....</b>	105
3.1 RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SEU PAPEL NAS COMUNIDADES ..	106
3.2 INFLUÊNCIA E IMPORTÂNCIA DA PROGRAMAÇÃO PARA A COMUNIDADE LOCAL.....	112
3.3 PARTICIPAÇÃO POPULAR NA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA INTERFACE COM O DESENVOLVIMENTO LOCAL.....	121
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	129
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	134
<b>ANEXOS.....</b>	141

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Sexo.....	81
Gráfico 2. Faixa etária.....	82
Gráfico 3. Faixa salarial .....	82
Gráfico 4. Local de trabalho.....	84
Gráfico 5. Profissão.....	85
Gráfico 6. Estado civil.....	86
Gráfico 7. Escolaridade .....	86
Gráfico 8. Importância da rádio .....	116
Gráfico 9. Influência da programação nas atitudes dos moradores .....	117
Gráfico 10. Influência da programação na resolução dos problemas do bairro.....	119
Gráfico 11. Tipo de programa que mais gosta .....	120
Gráfico 12. Participação na programação .....	123

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1. Presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã, Adelino Ferreira dos Santos e sua esposa Renilde Martins dos Santos .....	92
Figura 2. Presidente da Associação Comunitária Reunida,Claudemir Rivarola e sua filha Lílian Rivarola .....	92
Figura 3. Aparelhagem das emissoras pesquisadas .....	94
Figura 4. Acervo das emissoras .....	95

## **LISTA DE ANEXOS**

ANEXO 1 – Roteiro de entrevistas.....	142
1.a) Questionário semi-estruturado aplicado aos moradores dos Bairros Guanandi e José Abrão, ouvintes das emissoras pesquisadas.....	142
1.b) Questionário semi-estruturado aplicado aos presidentes das Associações Comunitárias das emissoras pesquisadas - Rádio Metropoly e Rádio Nova Maracanã.....	144
ANEXO 2 – Entrevistas na íntegra.....	146
2.a) Presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã .....	147
2. b) Presidente da Associação dos moradores do Bairro Guanandi .....	154
2.c) Presidente da Associação Comunitária Reunida .....	160
ANEXO 3 – Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998 que institui o serviço de radiodifusão comunitária no Brasil.....	168

## **INTRODUÇÃO**

Recentemente, pesquisadores das áreas de ciências humanas, foram estimulados pela busca constante de novas possibilidades em mudar o cenário de uma determinada localidade, utilizando a comunicação como ferramenta potencial para o desenvolvimento.

Deste relacionamento, comunicação e desenvolvimento local, surgiu o tema desta dissertação: “A radiodifusão comunitária como fator de desenvolvimento local”.

Neste estudo, dada a popularidade do meio de comunicação, o rádio, delineou-se como objetivo geral, analisar até que ponto a radiodifusão comunitária pode ser considerada como fator de desenvolvimento local. Nesta perspectiva, tomou-se como referência a experiência de duas emissoras comunitárias instaladas no Bairro Guanandi e José Abrão: Rádio Comunitária Nova Maracanã e Rádio Comunitária Metropoly, buscando-se, primeiramente, a identificação dos tipos de programas veiculados nas emissoras, sua influência quanto à grade de programação, e, posteriormente, identificar a importância desse veículo comunitário, no dia a dia dos moradores, como agente transformador da realidade social, em todos os seus aspectos: cultural, político, econômico, educacional e outros.

Para entendimento a respeito dessa nova alternativa de radiodifusão é preciso reconhecer que a comunicação se interpõe nas redes sociais, assumindo configurações conforme o movimento histórico em que se situa. Nos anos recentes, com o processo de consciência política e de reconstituição da cidadania vivido pela maioria da população no Brasil, aflora, dentre outros mecanismos sociais, a comunicação popular, entendida nesta pesquisa como radiodifusão comunitária.

Trata-se da comunicação gerida no interior do processo dos movimentos sociais nos anos setenta e oitenta. São movimentos que se constituíram com mais

desenvoltura na fase de declínio do regime militar autoritário, no contexto da sociedade civil inconformada com as condições sociais, políticas e econômicas no Brasil.

É um momento importante na história do país. Novos personagens ajudam a compor a dinâmica social que constitui novos valores sociais, culturais e políticos. Nesse processo, a cultura brasileira se reproduz em múltiplos aspectos, ao mesmo tempo em que cria e recria outros em seu benefício.

Dentre esses novos personagens surge a radiodifusão comunitária aliada ao pensamento de desenvolvimento local que trata, como indica a expressão, da implementação simultânea de um modelo de desenvolvimento sócio-cultural do qual fluem todas as outras dimensões de desenvolvimento, o econômico, o político, o tecnológico etc., em uma determinada comunidade. A experiência brasileira com o tema “desenvolvimento local” só começou a merecer destaque em nosso cenário há 6 anos, a partir de outubro de 1996, por meio da promoção de um curso oferecido pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, sendo que, em alguns países europeus, esse processo vem sendo estudado há mais de 20 anos. Portanto, assim como a radiodifusão comunitária, o desenvolvimento local é um tema novo, atual, polêmico e atua unicamente no âmbito local.

O rádio possui a capacidade de se fazer presente no cotidiano das pessoas, devido às suas características de baixo custo, penetração, oralidade, mobilidade, disponibilidade de recepção, praticamente, em todos os locais, a toda hora, exigindo do receptor apenas o uso de um sentido: a audição, torna-se, por todas essas vantagens, forte aliado do desenvolvimento local. É indiscutível a popularização e o reconhecimento de seu amplo alcance, facilitando sua utilização e fomentando qualquer processo de desenvolvimento, pois não há nenhum outro veículo que tenha colaborado tanto para a integração nacional, desde a sua chegada no Brasil, em 1922, até os dias de hoje.

O rádio é diurno. Enquanto algumas emissoras de televisão interrompem suas transmissões de madrugada, o rádio está funcionando. Enquanto jornais e revistas utilizam seqüencialmente pautas, redações de notícias e, finalmente, as rotativas no rádio, a produção e transmissão são obrigatoriamente contínuas. Enquanto o cinema se limita em sua última sessão, o rádio prossegue transmitindo, do fim do dia ao amanhecer do próximo.

Além dessas características peculiares ao meio, destacam-se também a instantaneidade na transmissão de mensagens, a utilização de linguagem intimista e o apelo

à imaginação do ouvinte. O rádio apresenta inúmeras potencialidades como meio de comunicação, fomentadas, ainda mais, pela radiodifusão comunitária, que desde de 1998 conta com sua própria legislação.

Para a realização desta pesquisa, nas emissoras comunitárias selecionadas, surgiram alguns imprevistos logo no início. Os presidentes das associações, pelo receio dos órgãos controladores desse tipo de radiodifusão, retinham informações ou até mesmo não chegavam a fornecê-las. A Polícia Federal e a Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL estão, constantemente, lacrando e apreendendo equipamentos de emissoras que não possuem a concessão do Ministério das Comunicações, concessão esta que legitima sua transmissão e funcionamento. Os entrevistados acreditavam que as informações obtidas pudessem ser depois repassadas à ANATEL.

Dessa forma, antes de chegar à escolha final das emissoras supracitadas, várias outras foram procuradas como campo desta pesquisa que adotou, na escolha do universo a ser pesquisado, os seguintes critérios:

- a rádio comunitária mais antiga, no caso a Rádio Comunitária Ciclista, localizada na Vila Nhá-Nhá;
- a rádio com maior diversidade de programação oferecida à comunidade, no caso a Rádio Segredo, da Vila Nasser, a mais bem estruturada, tanto em recursos técnicos quanto humanos.

Entretanto, estas duas emissoras comunitárias negaram-se a colaborar com a pesquisa. Das emissoras comunitárias existentes em Campo Grande, apenas as duas emissoras pesquisadas neste trabalho, a Rádio Comunitária Nova Maracanã e a Rádio Comunitária Metropoly, apresentaram características que se aproximaram dos critérios inicialmente propostos. Contatos pessoais e explicações detalhadas sobre a pesquisa, acompanhadas de carta de apresentação da Universidade Católica Dom Bosco, permitiram a aproximação da pesquisadora aos presidentes das Associações Comunitárias, ações que possibilitaram a penetração no meio e na comunidade, de modo a pesquisar e analisar os dados necessários ao alcance dos objetivos propostos.

Cabe citar outra dificuldade encontrada. Com freqüência, todas as vezes que circulava entre o pessoal que opera as rádios comunitárias a informação de que havia possibilidade de rastreamento de suas transmissões por parte da ANATEL, estas emissoras interrompiam, espontânea e temporariamente, suas atividades, de modo a evitar uma

possível apreensão de equipamento e seu fechamento definitivo. Este fato implicou o atraso do desenvolvimento dos trabalhos, uma vez que a pesquisadora precisou reorganizar seu cronograma em diversos momentos.

Ainda que a Constituição de 1988 garanta a liberdade e o direito de expressão, as rádios comunitárias sofrem, constantemente, pressões da ANATEL e da Polícia Federal, que deixam de levar em conta a democratização da informação garantida por lei. Buscam, a todo custo, silencia-las e impedir suas transmissões. Mesmo pressionadas, as duas emissoras comunitárias continuaram no ar até o final de 2001. Em setembro daquele ano, a Rádio Comunitária Nova Maracanã, do Bairro Guanandi, foi lacrada, seus equipamentos foram apreendidos e o seu presidente indiciado como infrator primário. Em dezembro do mesmo ano, os dirigentes da Rádio Comunitária Metropoly, no Bairro José Abrão, resolveram, espontaneamente, paralisar sua programação antes que fosse lacrada. Para que seus locutores voluntários não ficassem parados, foi firmada uma parceria com a Rádio Comunitária Atalaia - FM 97,3, que está instalada no Bairro Santo Amaro e possui uma liminar em juízo, na esfera federal, para funcionar sem a concessão definitiva. Esta parceria aconteceu de novembro de 2001 a junho de 2002, quando a ANATEL, descumprindo a lei, lacrou a Rádio Comunitária Atalaia.

Quanto ao processo metodológico utilizado para contextualizar os objetivos e averiguar a importância e influência da programação das rádios comunitárias no cotidiano das comunidades pesquisadas, foi elaborado um questionário semi-estruturado (anexo 1.a), aplicado a um universo de 100 (cem) pessoas, moradores dos Bairros Guanandi e José Abrão, ouvintes das emissoras, sendo 50 (cinquenta) entrevistados pertencentes à comunidade José Abrão e 50 (cinquenta) da comunidade Guanandi.

As questões foram formuladas de modo a captar o perfil dos ouvintes das rádios comunitários e verificar a influência da programação no cotidiano. O processo de identificação da recepção e influência das rádios comunitárias nas comunidades buscou entender e analisar a importância das programações, sua montagem e a forma como modifica o dia-a-dia dos moradores. Se realmente representam a voz e a vez do povo, para o pleno exercício de sua cidadania.

Dando continuidade a este processo, utilizou-se questionário semi-estruturado (anexo 1.b), aplicado aos presidentes das Associações Comunitárias das emissoras pesquisadas, buscando, desta vez, traçar os perfis das Associações que presidem, conhecer

os objetivos das emissoras comunitárias, detalhes sobre a programação e a sua interatividade, colher dados sobre seu funcionamento, estrutura física, recurso humano e financeiro, de que forma é adquirido e atualizado o acervo das emissoras e se há participação dos comerciantes do bairro, em forma de apoio cultural.

Para enriquecimento da metodologia, são apresentados dados na íntegra das entrevistas realizadas, por meio de questionário previamente elaborado aos Presidentes das Associações das emissoras comunitárias: Rádio Comunitária Metropoly e Rádio Comunitária Nova Maracanã (anexo 2). Estas entrevistas tiveram como objetivo apurar a razão que os motivou a organizar e estruturar, voluntariamente, uma emissora comunitária, desde o processo de escolha dos integrantes até a entrada do pedido de interesse no posto avançado do Ministério das Comunicações, em Campo Grande.

Este trabalho se apresenta em três capítulos. Primeiramente, como recurso de investigação, foi realizada revisão da literatura, a qual teve importância fundamental para a compreensão do problema desta pesquisa. Comprovou-se, teoricamente, por meio de autores renomados e clássicos da comunicação, como David Berlo (1999), Marshall McLuhan (1964) e Juan Diaz Bordenave (1986), a relação entre a comunicação e o desenvolvimento. Neste primeiro capítulo estudaram-se conceitos básicos relacionados com desenvolvimento local, comunicação e radiodifusão comunitária, a fim de promover a sistematização e atualização dos temas, e oferecer suporte à compreensão e análise dos dados. No tocante à comunicação, pesquisou-se a evolução dos meios de comunicação, com ênfase na radiodifusão comunitária, e como este meio alternativo pode ser colocado a serviço do desenvolvimento local, promovendo-o.

No segundo momento, discorreu-se sobre a história da radiodifusão convencional e comunitária no estado de Mato Grosso do Sul, principalmente na cidade de Campo Grande, situada cronologicamente, mesmo quando ainda não era a capital do estado, mas, coincidentemente, quando a radiodifusão começou.

Por meio do estudo dos conceitos descritos analisou-se a relação entre os processos de desenvolvimento local e radiodifusão comunitária, que se assemelham em suas essências, principalmente quando se constata que devem ser geridos pela e para a comunidade, concluindo-se que a radiodifusão local é um veículo de dinamização do desenvolvimento comunitário.

Para finalizar, analisou-se no último capítulo, o perfil de dois bairros da cidade de Campo Grande, onde estão inseridas as duas rádios comunitárias pesquisadas: a Rádio Comunitária Nova Maracanã, localizada no Bairro Guanandi e a Rádio Comunitária Metropoly, localizada no Bairro José Abrão. Neste capítulo, averiguou-se o ambiente no qual se deu a formação das Associações Comunitárias Nova Maracanã e Reunida, o conseqüente surgimento dessas emissoras comunitárias e de que modo estão influenciando e/ou modificando a realidade dessas comunidades.

Concluindo, ressaltou-se que a radiodifusão comunitária pode ser considerada como um fator de desenvolvimento local ou não, dependendo de como a própria comunidade apropriar-se-á dela.

# **CAPÍTULO I**

## **COMUNICAÇÃO SOCIAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

### **1. A COMUNICAÇÃO A SERVIÇO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

A Jesus de Nazaré, o mais completo comunicador da história, porque foi, ao mesmo tempo, fonte, meio, signo e mensagem (BORDENAVE, 1986, p. 5).

Comunicação e desenvolvimento são assuntos tão relevantes no cenário nacional que foi dedicado ao tema um evento específico, organizado pela INTERCOM<sup>1</sup>, no campus da Universidade de São Paulo, em 1986, reunindo pesquisadores e professores, não só brasileiros como também de vários países latino-americanos. Esses convidados debateram o papel que se atribui à Comunicação Social em quadro de retomada do crescimento das economias nacionais e, ao mesmo tempo, de reconstrução democrática dos respectivos sistemas políticos estigmatizados pelas experiências autoritárias remanescentes no seu tecido social.

O desenvolvimento no Brasil sempre foi entendido como desenvolvimento econômico, exclusivamente como planejamento centralizado, tendo como objetivo único a acumulação de capitais. Inicialmente, nesse encontro, superou-se esse conceito empregado desde os anos 60 e privilegiaram-se outras maneiras que propõem indicadores para dimensionar novos modelos de desenvolvimento, relativizando os critérios de produtividade econômica e de modernização tecnológica, em favor daquilo que é a razão de ser dos processos de desenvolvimento: a melhoria das condições e qualidade de vida da população.

---

<sup>1</sup> A INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação é uma associação civil, sem fins lucrativos, que reúne pesquisadores da área. Fundada em São Paulo, no dia 12 de dezembro de 1977, legitimou-se como entidade representativa da comunidade acadêmica da Comunicação Social.

De acordo com Cardoso (1980, p. 38): “Deve-se valorizar a definição autônoma de estilos de desenvolvimento e vida, que estimulem a criatividade e conduzam à melhor utilização dos fatores de produção, diminuam a vulnerabilidade e a dependência, de tal modo que as sociedades contem mais com suas próprias forças de resistência, confiem em si próprias e tenham meios para serem dignas”.

No que diz respeito às principais definições do vocábulo “desenvolvimento”, o “Novo Dicionário Aurélio”, o conceituou como: “[...] estágio econômico, social e político de uma comunidade, caracterizada por altos índices de rendimento dos fatores de produção, i.e., recursos naturais, capital e o trabalho”. Já Larousse (1992, p. 338) definiu de uma forma mais simplificada, ou seja, “1) ato ou efeito de fazer crescer. 2) . Crescimento global de um país, de uma região”.

Outra forma de conceituar desenvolvimento, levando para o detalhamento etimológico, de acordo com Ávila (2000b, p. 19-20), explicou que o termo desenvolvimento,

[...] provém do verbo desenvolver, formado pela junção de três outros vocábulos: *des* [do prefixo latino *dis-*, expressando coisa ou ação contrária àquela que é expressa pelo termo primitivo] + *en* [significando em grego posição interior, movimento para dentro] + *volver* (virar, voltar, dirigir). Ajuntando *en+volver* forma-se o termo primitivo *envolver* com o sentido de virar, voltar, dirigir para dentro.

Pela análise sociológica, temos uma concepção extraída das afirmações acima, em que Ávila (2000b, p. 19) afirmou que

[...] a idéia que o resultante termo desenvolver nos enseja, em se tratando de pessoas, instituições e povos, é a do rompimento das amarras que os prendem - enrolam, embrulham cingem - em seus *status quo*, aqueles histórica e tradicionalmente já entranhados em suas maneiras de ser e agir, a fim de que se orientem para novas maneiras de evolução com equilíbrio e progresso.

Para complementar as afirmações anteriores, recorremos a Pereira (1985, p.19) para quem

Desenvolvimento é um processo de transformação econômica, política e social, através do qual o crescimento do padrão de vida da população tende a tornar-se automático e autônomo. Trata-se de um processo social e global, em que as estruturas econômicas, políticas e sociais de um país

sofrem contínuas e profundas transformações. Não tem sentido falar-se em desenvolvimento apenas econômico, ou apenas político ou apenas social. Na verdade, não existe desenvolvimento dessa natureza, parcelado, setorializado, a não ser para fins de exposição didática. O desenvolvimento, portanto, é um processo de transformação global.

Tradicionalmente, o desenvolvimento de um país é medido apenas pelo Produto Interno Bruto - PIB, isto é, a soma de todos os bens e serviços produzidos no país em um determinado ano. Esses conceitos estão até hoje enraizados na sua essência, mas já se observa por meio de algumas teorias formuladas por grandes nomes da política nacional, a emigração de um conceito puramente econômico, para conceito mais humano, ou seja, um desenvolvimento que satisfaça as necessidades básicas do homem. Ênfase maior está sendo atribuída quanto a melhor distribuição de renda, a implementação de programas de saúde, educação, lazer, combatendo a fome e o desemprego. As teorias de desenvolvimento centralizavam-se mais na acumulação de capital, entretanto, foi possível alterá-las, passando de algo quantificável, para um conceito mais amplo: o *ser* ou o *tornar-se*, em substituição ao *ter*.

Conforme Melo (1989, p. 56-7), o novo conceito de desenvolvimento é: “Um processo contínuo de libertação dos povos e da sociedade, em que estes são capazes de afirmar sua autonomia e, com autoconfiança, incrementar atividades de seu interesse. Este é o desabrochar da imaginação individual e social para definir objetivos e inventar meios de atingi-los”.

Observa-se que há duas frentes de desenvolvimento, a vertente social e a econômica, caminhando juntas, para que ocorra a transformação global, conforme Ávila (2000b, p. 24-5) assinalou:

[...] o que nos parece lógico é que as duas frentes de desenvolvimento - a social e a econômica - andem interativamente juntas, a social potencializando as pessoas para se tornarem sujeitos e agentes inclusive da econômica e a econômica ensejando sustentação material e apoio instrumental ao alavancamento da social no curso da cadeia processual, disso resultando, aí sim, partilhada quantidade com qualidade em todas as dimensões de concretude de vida humana: saúde, higiene, salubridade, trabalho, segurança, educação, moradia, lazer, cultura, iniciativa, criatividade e congêneres.

Estas reformulações teóricas a respeito do assunto foram necessárias à medida que o contexto mundial sofreu profundas modificações com a globalização, trazendo assim

a necessidade de outro tipo de desenvolvimento, aquele autopropulsionado, ultrapassando conceitos quantificáveis, em que a análise do desenvolvimento teve que se armar de novas ferramentas. Paradoxalmente, este momento que nos remete ao global, também fortaleceu os níveis locais de decisão e de estabelecimento de programas voltados ao desenvolvimento de uma localidade. De acordo com Callou (2002, p. 51): “[...] é deste cenário de relações combinatórias do global e local e das mediações do urbano e rural, do massivo e do popular, que emergem novos arranjos institucionais que impelem as organizações a estabelecerem parcerias com as comunidades para a construção do desenvolvimento local”.

O núcleo conceitual, de acordo com Ávila (2000b, p.68), dessa nova estratégia para o desenvolvimento local, consiste:

[...] essencialmente no efetivo desabrochamento das capacidades, competências e habilidades de uma comunidade definida, no sentido de ela mesma incrementar a cultura da solidariedade em seu meio e se tornar paulatinamente apta a agenciar e gerenciar o aproveitamento dos potenciais próprios assim como a metabolização comunitária de insumos e investimentos públicos e privados externos, visando à processual busca de soluções para os problemas, necessidades e aspirações, de toda ordem e natureza, quemais direta e cotidianamente lhe dizem respeito.

Este novo caminho ou esta outra forma de entender e aprimorar conceitos de desenvolvimento, começou a ser estudado no Brasil em de outubro de 1996, exatamente dez nos após o encontro que procurou entender a relação entre comunicação e desenvolvimento. Estes estudos também iniciaram na Universidade de São Paulo, dessa vez por meio do Departamento de Geografia, que conforme Ávila (2000a, p. 67):

[...] promoveu um curso sobre o assunto, ministrado por professores, dentre eles o Prof. José Carpio Martín, da área de Geografia Humana da Universidade Complutense de Madri. Além dos dos desdobramentos desse curso em atividades e projetos de pesquisa pelos respectivos alunos de várias regiões do país, foi através de um doutrando da UCDB na USP que surgiu a inspiração de institucionalização do Programa de Desenvolvimento Local, na Universidade Católica Dom Bosco, em convênio assinado com a mesma Universidade de Madri, em 1998.

Na esfera de ação governamental, não se tinha ouvido falar em alguma política parecida com a de desenvolvimento local. Somente em meados do final de 1998, início de

1999 é que se ouviu falar em alguma ação voltada ao desenvolvimento local, através do Programa Comunidade Ativa<sup>2</sup>, de acordo com Ávila (2000 a, p. 66):

[...] lideranças políticas, do próprio circuito governamental, levantaram a bandeira e a difundiram por todos os meios de comunicação, do combate imediato à extrema pobreza que se alastrava pelo país, cuja gravidade não mais poderia esperar, na opinião das mesmas, por efeitos macroeconômicos de médio ou longo prazo. Esse contexto levou o governo a criar, em regime de emergência, o chamado ‘Programa Comunidade Ativa’, vinculado ao pré-existente e mais abrangente ‘Programa Comunidade Solidária’ (coordenado pela Primeira Dama, Profª Ruth Cardoso), como estratégia para instituir e implementar, em municípios para isto triados em todo o Brasil, o assim chamado ‘Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável - DLIS’, envolvendo o governo federal, os governos estaduais, as prefeituras municipais e o Sebrae.

Este projeto do governo federal é uma proposta alternativa para redução de problemas das localidades mais pobres do país, com objetivo de deixar com que essas populações locais decidissem sobre os rumos de sua comunidade. É uma iniciativa que pretende romper com as práticas assistencialistas presentes em diversos projetos de redução de pobreza.

Por se tratar de um tema atual, novo e, portanto, ainda polêmico, vale ressaltar que o adjetivo “local”, que sucede a palavra “desenvolvimento”, assume, de acordo com López (1991, p. 42), o seguinte enfoque:

[...] quando falamos de local, estamos nos referindo a um espaço, a uma superfície territorial de dimensões razoáveis para o desenvolvimento da vida, com uma identidade que o distingue de outros espaços e de outros territórios e no qual as pessoas conduzem sua vida cotidiana: habitam, se relacionam, trabalham, compartilham normas, valores, costumes e representações simbólicas.

---

<sup>2</sup> O Programa Comunidade Ativa é uma estratégia inovadora de combate à pobreza e de promoção do desenvolvimento no país, um passo adiante na política social já desenvolvida pelo Programa Comunidade Solidária. Lançado pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, em julho de 1999, o Programa apostava no desenvolvimento local, integrado e sustentável como alternativa para reduzir os problemas sociais e econômicos de localidades mais pobres. A novidade do Programa Comunidade Ativa é que as ações de desenvolvimento são decididas pela própria população, rompendo com as práticas assistencialistas e programas impostos de redução da pobreza. A partir de uma ampla mobilização popular, os próprios municípios identificam suas vocações, necessidades e montam sua lista de prioridades. Num esforço coletivo inédito, todos (governo federal, governos estaduais, prefeituras, iniciativa privada e entidades não governamentais) executam as ações respeitando a realidade de cada município. Coordenado pela Secretaria-Executiva do Programa Comunidade Solidária, este programa começou a ser implantado em 157 localidades e deverá atingir mil até o final de 2002. (**O que é o programa comunidade ativa.** Disponível [http://www.presidencia.gov.br/estr\\_02/SecExec/OqueCA.htm](http://www.presidencia.gov.br/estr_02/SecExec/OqueCA.htm))

Além da importância em seu conceituar “local”, também há a necessidade em se explicar a diferença entre “desenvolvimento local” e “no local”, segundo Ávila (2000b, p. 72):

[...] há diferença fundamental entre estes conceitos. Diria até que se trata de conceitos contrários (não contraditórios):

- **desenvolvimento no local:** quaisquer agentes externos se dirigem à comunidade localizada para promover as melhorias de suas condições e qualidade de vida, com a participação ativa da mesma;
- **desenvolvimento local:** a comunidade mesma desabrocha suas capacidades, competências e habilidades de agenciamento e gestão das próprias condições e qualidade de vida, metabolizando comunitariamente as participações efetivamente contributivas de quaisquer agentes externos.

Independentemente se o desenvolvimento é “local” ou “no local”, não há como ele se efetivar sem que esteja envolvido em outro processo, tão importante quanto: a comunicação. Não podemos deixar de compreender, essencialmente, o campo de ação e o objetivo maior de algo tão amplo, como é a comunicação e os fatores integrantes de seu processo, o papel e o poder da linguagem, que podem ligar os fatos ao contexto histórico, fazendo-os comprehensíveis em suas circunstâncias históricas, tornando-se fatores de conhecimento. Seja dialogando, escutando rádio, vendo televisão, lendo jornal ou revista, recebemos não somente informações, mas uma bagagem formativa que contribui para nossa construção como indivíduos, seres livres e atuantes na sociedade. Portanto, o ato de informar está ligado à finalidade sócio-moral.

Etimologicamente, a palavra “comunicação” deriva-se do latim “*communicare*”, cujo significado seria tornar comum, partilhar, trocar opiniões, conferenciar. Assim, comunicação quer dizer trocar idéias, consultar os demais, tornar comum, tornar legível, fazer-se compreendido e compreender os outros.

Comunicar-se é uma das maiores prerrogativas do homem, porque implica em pensar, ter idéias, emitir juízos de valor. Ao transmitir ou partilhar estas idéias, o homem as codifica através de símbolos, palavra escrita e/ou falada. A outra pessoa que ouve e/ou vê a mensagem a decodifica. Esta troca de informações entre as pessoas é que chamamos de comunicação. [...] Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como um momento pedagógico que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade (NEUMANN, 1990, p. 13).

A comunicação é fundamental na vida do homem, capaz de atribuir significados aos fonemas. De acordo com Berlo (1999, p. 1) : “Gastamos cerca de 70% do nosso tempo ativo nos comunicando: ouvindo, falando, lendo e escrevendo, ou seja, cada um de nós gasta de 10 a 12 h por dia, todos os dias, em comportamento de comunicação”.

Desse modo, comunicação é um dos principais agentes do processo social, pois possibilita a permuta de informações que se processa entre um emissor, que envia a mensagem e um receptor, que a acolhe. Por meio da comunicação o homem se torna um ser social e assim mantém-se. De acordo com Steinberg (1986, p. 23):

Sem a comunicação, os homens não poderiam ajuntar-se, empreender tarefas conjuntas, nem progredir no domínio do mundo físico. Visto que as invenções e descobrimentos dependem quase sempre de uma acumulação de informações e de um gradativo desenvolvimento de conceitos transmitidos de uma geração à seguinte.

Dado esse conceito, podemos concluir que comunicação é um processo social ativo e não passivo. Ativo, pois é um processo que cria laços, envolve, amarra, influencia, dirige, manipula, oprime, reprime, liberta. Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como uma transmissão de idéias, quer seja por meio de processos convencionais, quer pela linguagem falada ou escrita, de aparelhamento técnico sonoro/visual, que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade.

Portanto, é fácil entendermos o motivo que levou, ao longo dos anos, a popularidade da palavra “comunicação”, a qual vem sendo estudada desde a Grécia Antiga, quando o filósofo grego Aristóteles formulou uma das primeiras definições de comunicação, em 380 ac. Segundo Aristóteles (*apud* Berlo 1999, p. 23), comunicação é: “a procura de todos os meios disponíveis de persuasão, a tentativa de levar outras pessoas a adotarem o ponto de vista de quem fala”.

Tal popularização, no mundo atual, vem servindo para classificar problemas de relações entre trabalhadores e dirigentes, entre nações e pessoas em geral, permeando, também, o meio universitário, no qual proliferam, a cada dia, as faculdades e universidades de comunicação social, no intuito de estudar os efeitos e a influência da comunicação na sociedade, por diversos meios: jornal, rádio, televisão, internet, cinema, entre outros.

A comunicação é o meio pelo qual os indivíduos exercem influência uns sobre os outros, é o transportador do processo social, que torna possível e compreensível a

interação individual. É a base em que nos apoiamos para considerar o homem um ser social, capaz de cooperar com os outros e empenhar-se em uma atividade socialmente útil.

Por meio da comunicação, o homem evita a solidão frustrante do isolamento e encontra meio de satisfazer as suas necessidades e desejos. Segundo Steinberg (1986, p. 18), “A comunicação é um processo social. A comunicação padroniza o meio para o indivíduo, sendo que os meios de comunicação refletem esse meio. A comunicação relaciona o indivíduo a outros indivíduos, no qual os meios de comunicação revelam certas relações entre os indivíduos e o meio social”.

Para entendermos essa definição, precisamos saber que o processo de comunicação pode ser resumido da seguinte maneira: quem diz o quê? De que modo? A quem? Com que resultado? O processo é praticável quando o emitente e receptor dominam uma mesma e determinada linguagem, seja ela escrita, oral ou gestual. A comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida da sociedade. Sociedade e comunicação são uma coisa só. Não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação. Sobre este aspecto Bordenave (1986, p. 32) concluiu que:

[...] assim se desenvolveu a grande árvore da comunicação. Começou com os grunhidos e gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance, aumentando sua influência nas pessoas e, através delas, incidindo na cultura, na economia, no desenvolvimento e na política das nações.

O ser humano e a sociedade, com a evolução da comunicação, também se evoluíram. O indivíduo começou a se sentir parte desta sociedade, em sua casa, seu bairro, sua escola, seus amigos. A comunicação é o canal responsável pela transmissão dos padrões de vida, de cultura, pelos quais se aprende a ser membro da sociedade, da família, do grupo, da vizinhança, da nação. Foi desse modo que construímos a nossa “cultura”, isto é, os modos de pensamento e de ação, nossas crenças e valores, nossos hábitos e tabus.

Esse processo não ocorre por “instrução”, pelo menos antes de ir para a escola: ninguém nos ensinou, propositalmente, como está organizada a sociedade e a cultura. Acontece, indiretamente, pela experiência acumulada em numerosos e pequenos eventos insignificantes em si mesmos, por meio dos quais o homem trava relações e aprende naturalmente a orientar seu comportamento na direção de quem o convém. Não são os professores na escola que ensinam a cultura ao aluno; é a comunicação diária com pais,

irmãos, amigos, na casa, na rua, nas lojas, no ônibus, no jogo, na igreja, que lhe transmitem as características essenciais da sociedade e a própria natureza do ser social.

A comunicação confunde-se com a própria vida. Temos tanta consciência de que comunicamos como de que respiramos ou andamos. Somente percebemos sua essencial importância quando, por um acidente ou uma doença, perdemos a capacidade de nos comunicar. Dada a importância da comunicação, podemos afirmar que é uma necessidade básica do homem em sociedade, tanto que outros meios de comunicação, além do som, do tato, do olfato e das pinturas nas cavernas, foram sendo adaptados e desenvolvidos para funcionarem como sendo a extensão do homem e, dessa forma, concretizarem esse empreendimento humano.

Quanto mais se aperfeiçoam as técnicas de comunicação, mais seguros se sentem os homens em sua área de ocupação e mais instrumentos são criados para facilitar seu contato com a comunidade, tais como o telégrafo, telefone, jornal, rádio e a televisão. A respeito dessa evolução nas técnicas de comunicação (Giovaninni, 1987, p. 144) escreveu que: “Só podemos compreender plenamente o significado e o andamento das evoluções históricas, sociais e políticas se as relacionarmos à condição contemporânea de técnicas de comunicação”.

Técnicas estas que nos levam a reconhecer que a comunicação efetivada pelas mídias, seja impressa ou eletrônica, é fundamental na mobilização da opinião pública, transformando-se em instrumento de poder como arma revolucionária, produto comercial ou meio de educação. Pode estar a serviço de causas de liberação ou de opressão; pode contribuir para a formação da personalidade individual e para doutrinamento uniforme dos seres humanos. O cidadão é afetado pelas informações e opiniões que fluem, sem parar, por meio da imprensa, rádio e televisão. Esse circuito cultural influencia o modo de pensar, sentir e agir das pessoas, sendo inconcebível, no mundo contemporâneo, descartá-la no diagnóstico do processo de desenvolvimento, o qual pretende ser pensado agora, a partir de dinâmicas sociais, de acordo com as aptidões de uma determinada localidade.

A comunicação representa variável fundamental no enfrentamento de crises, “[...] quer em uma crise política ou econômica, na medida em que todo o processo de relações sociais e de circulação das mercadorias, bem como a legitimação das decisões tomadas pelos detentores do poder de Estado, as informações são filtradas e conotadas pela estrutura de reprodução simbólica efetivada cotidianamente pela mídia” (MELO,1989,p. 8).

Por ser essa arma poderosa e por estar a comunicação a serviço do desenvolvimento, os investimentos para projetos deveriam ser alocados com a preocupação de mobilizar iniciativas comunitárias para produzir e difundir informações destinadas a fomentar o incremento do desenvolvimento local, quer na área da indústria, saúde, educação, religião, lazer etc., quer no despertar de um cidadão mais fortalecido para lutar pelo atendimento de seus direitos junto ao Estado e à sociedade.

## 2. A EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM BENEFÍCIO DO HOMEM

Cada nova tecnologia é uma nova extensão de nós mesmos. Cada novo meio que surge é uma nova possibilidade de expressão do homem (BOSI, 1986, p. 45) .

Justamente com a evolução das sociedades evoluiu a comunicação, consagrando também a evolução dos meios de comunicação: primeiro a palavra escrita sendo formalizada por meio da imprensa, que apareceu na segunda metade do século XV; a palavra falada, formalizada através da radiodifusão, no final do século XIX; o som aliado à imagem, pelo surgimento da televisão, no início do séc. XX; e, finalmente, a internet, representando hoje união de todos os meios de comunicação (jornal, rádio e televisão) em único veículo, o qual nos remeteu a novo conceito de comunicação, conforme explicou Santaella (1996, p. 11):

Há dois tipos de diálogo mediado pelo computador: não-sincrônico e sincrônico. No primeiro caso, através do correio eletrônico particular, uma pessoa escreve sua mensagem num momento diferente daquele em que o receptor a receberá e lerá. A diferença de tempo entre a emissão e recepção, entretanto, é mínima, podendo levar alguns minutos ou apenas segundos. No segundo caso, permitem que pessoas se liguem simultaneamente numa conversa digitando mensagens uma para a outra em tempo real.

No Brasil, a enorme disparidade de renda entre as classes sociais mantém a internet como meio de comunicação de uso ainda restrito às elites; poucos têm acesso a estes diálogos mediados pelo computador. Além desta novidade, a internet, estamos nos preparando para a chegada do rádio digital, o qual se reveste de caráter especial: o áudio com qualidade de CD, o que pode trazer para o rádio benefícios de mídia mais valorizada

pelo público e pelos anunciantes. A circulação do áudio em formato MP3<sup>3</sup>, a evolução do sistema de rádio digital americano e a expansão dos usuários de internet são outros recursos que marcam essa evolução radiofônica neste novo milênio.

O mundo digital é intrinsecamente maleável e muito mais flexível do que o reino analógico, pois os sinais podem carregar consigo toda sorte de informações adicionais sobre si mesmos. Este novo sistema pode crescer e modificar-se de uma forma mais contínua e orgânica do que os antigos sistemas analógicos. Ser digital é ter licença para crescer e nesse mundo as distâncias significam cada vez menos (NEGROPONTES, 1995, p. 46-170).

Toda esta evolução nos leva à compreensão de que não haveria sociedade, tal como conhecemos hoje, evoluída e globalizada, sem a consequente evolução da comunicação. Não haveria evolução no processo da convivência e do desenvolvimento humano sem a evolução dos meios de comunicação, que levam informação e entretenimento à casa das pessoas por meio de cinco caminhos: o satélite, a radiodifusão, o cabo, o telefone. Cada novo sistema veio facilitar e, de tempos em tempos, fez surgir, como no caso do computador, novos registros lingüísticos: temos hoje um novo tipo de escrita “falada”, um modo de escrever “oralizado”. São novas maneiras de se expressar, de se relacionar com o outro e de perceber o mundo na sua globalidade, em que espaço real e distância vão se tornando cada vez mais irrelevantes.

Cabe citar, voltando um pouco no tempo, que o aparecimento das indústrias da mídia teve sua base nas técnicas de impressão, originalmente desenvolvidas por Gutenberg. Espalhadas pelos centros urbanos da Europa, continuaram se desenvolvendo através da imprensa, com o surgimento de uma grande variedade de publicações periódicas, relatando eventos e transmitindo informações de caráter político e comercial.

---

<sup>3</sup> MP3 é um formato de compressão (como .zip). As siglas MP3 representam o nome Mpeg 1 Audio Layer 3, e seu algoritmo de compactação é baseado em um modelo psico-acústico bastante complexo. Esse modelo baseia-se no fato de que o ouvido humano não é capaz de captar todas as freqüências de audio. A audição humana só capta sons entre 20 Hz e 20 KHz, e é mais sensível entre 2 a 4 KHz. O modelo MP3, entre outras coisas, tenta eliminar as freqüências que o ouvido humano não consegue captar mantendo aquelas que são audíveis, deixando portanto intacta a música aos nossos ouvidos. Como resultado, a codificação MP3 é destrutiva. Isso significa que o algoritmo de codificação faz com que o arquivo perca alguma informação de tal forma que não pode ser restaurado para seu conteúdo original. Ao comprimir um arquivo audio usando o algoritmo MP3, você pode escolher o nível de codificação. Quanto maior for o arquivo resultante melhor a qualidade de audio do resultado. A maioria dos arquivos na internet é codificada em 128 kbits stereo 44khz, o que resulta num arquivo audio de alta qualidade mas com o tamanho 12 vezes menor que o arquivo original!! Isto, é claro, tem muitas consequências interessantes, como por exemplo: é possível transmitir uma música na internet (uma música de 4 minutos codificada é menor que 4 MB, enquanto sem compressão teria mais de 40 MB!). É por isso que MP3 se tornou a palavra mais buscada na internet. A maior desvantagem do formato MP3 é que ele precisa ser decodificado antes de ser tocado. Isso significa que nós precisamos de um computador para ouvi-lo e que não podemos escutá-lo num stereo comum. Mas isso é algo que tende a ser mudado já que muitas empresas grandes de hardware estão começando a dar suporte para MP3 em seus aparelhos (Disponível em <http://www.buscamp3.com.br>).

A escrita partiu da Europa para o mundo, transformando as instituições da mídia em interesses comerciais de grande escala. Parte desta transformação se deve às inovações tecnológicas na indústria da imprensa, tal como ocorreu com o desenvolvimento da prensa à vapor e, consequentemente, da prensa rotativa, que fizeram aumentar grandemente a capacidade reprodutiva da indústria gráfica. Para Thompson (1998, p. 73):

A prensa rotativa permitiu a produção de jornais e outros materiais impressos dentro de um conjunto de processos modernos que incluíam o uso de maquinaria elétrica, a divisão ramificada do trabalho dentro do sistema industrial, que estavam revolucionando outras esferas da produção de mercadorias. Ao mesmo tempo, muitas sociedades ocidentais experimentavam um substancial crescimento na população urbana e, durante a segunda metade do século XIX, um declínio significativo das taxas de analfabetismo de modo a favorecer uma constante expansão do mercado de impressos.

Embora o meio impresso seja o primeiro a ser considerado como meio de comunicação de massa, cabe ressaltar um pensamento de Bosi (1996, p. 45): “O livro isola, a palavra falada agrupa”. Apesar deste isolamento, não podemos ignorar que foi ele o responsável pelo grande avanço nos meios de comunicação, principalmente após a sua utilização como um veículo, não só de notícias, mas de propaganda, mola propulsora da economia moderna.

Com esse fato sendo consolidado e com o aumento do número de leitores, a propaganda comercial adquiriu importante papel na organização financeira da indústria, os jornais se tornaram vitais para a venda de outros bens e serviços e sua capacidade de garantir receita por meio dos anúncios, ficou diretamente dependente do tamanho e do perfil de seus leitores.

No Brasil, essa realidade não foi diferente, sendo que o primeiro jornal brasileiro, “Correio Brasiliense”, surgiu em maio 1808 e veio para substituir os escassos avisos em locais públicos (oficiais, comerciais ou religiosos) feitos pelos arautos e ambulantes, desde o Brasil Colônia, até a chegada da família real. Juarez (1990, p. 9-24) descreveu o início desse processo:

Correio Brasiliense, jornal editado em Londres, onde vivia exilado seu mentor Hipólito da Costa. Mesmo sendo perseguido politicamente, ousou escrever um jornal para os brasileiros, tornando-se patrono da imprensa brasileira. Era um jornal moderno, dinâmico, crítico e associava à natureza de jornal brasileiro ao caráter de um veículo de referência internacional.

O jornal que sucede o de Hipólito, a Gazeta do Rio de Janeiro, cujo nº 1 saiu no dia 10 de setembro daquele mesmo ano, apresentava grandes diferenças entre eles e não era apenas a questão da data de seu surgimento. Para a Gazeta, por ser ele editado no Brasil, apresentava o país como um paraíso terrestre, ao passo que o Correio questionava, indagava a respeito dessa falsa realidade. Outra característica do jornal a Gazeta do Rio de Janeiro é que ele não possuía pautas variadas, de seções e comentários como o Correio Brasiliense. Praticamente informava sobre a vida administrativa e a movimentação social do reino e que, por ser o único editado no país, absorveu a história de forma documental apenas, em formatos de editais, leilões, perdidos e achados e pequenos anúncios.

Por todo o século XIX houve o predomínio dos jornais e, com eles, desde o anúncio inaugural (de imóvel, datado de 1808), o classificado imperou. A respeito dos classificados, Penteado (1974, p. 25) comentou que: “Dentro deste espírito do classificado, tão substantivo, avulta o quadro da nossa escravidão, dando os traços, as características e virtudes dos negros e das negras à venda”.

Após a propaganda no jornal e de toda sua importância já consagrada por este meio, levou-se mais de um século para ser autorizada a utilização da propaganda no rádio brasileiro. A respeito, Ortriwano (1985, p. 15) escreveu que, em 1931, surgiu o primeiro documento sobre radiodifusão:

[...] o rádio brasileiro, no início da década de trinta, já estava comprometido com os reclames - os anúncios daquele tempo - para garantir sua sobrevivência. A propaganda foi autorizada no veículo, pelo então Presidente da República, Sr. Getúlio Vargas, por meio do decreto nº 21.111 de 1º de março de 1932, que regulamentou o Decreto nº 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre a radiodifusão, surgida nove anos após a implantação da rádio no Brasil.

Toda a evolução da propaganda, bem como a dos meios de comunicação, deve-se à revolução industrial deflagrada pelo homem do século XVIII. Por ela vieram os avanços na área das comunicações ao longo do século XX, agora chamados, como já citamos, o jornal e o rádio, os meios de comunicação de massa e, como tais, destinados a atingir o grande público. De acordo com Neumann (1990, p. 14):

[...] as imagens e os sons, em suas múltiplas apresentações (imprensa, rádio, televisão) estão modificando, não apenas a presença do homem no mundo, mas também o próprio meio cultural habitado pelo homem. Como consequência, os meios de comunicação de massa deram origem a um novo fato social: a cultura de massa ou, por que não dizer, o homem-massa.

Este pensamento de Neumann leva a crer que a cultura de massa criou um homem sem identidade, pois a idéia de massificação contém a da pasteurização cultural, na qual o espectador-mercadoria prevalece sobre o espectador-cidadão. Hoineff (1996, p. 110) nos dá um exemplo comentando que:

[...] a televisão tem a necessidade de falar ao mesmo tempo para uma grande massa, de avaliar seu desempenho pelo tamanho da massa atingida. Considera natural que quase cem milhões de pessoas estejam autenticamente pensando em ver a mesma coisa ao mesmo tempo, não importa se o telespectador esteja no centro de São Paulo ou no interior da floresta amazônica, não importa se ele seja um grande empresário ou um sem-terra, um intelectual ou um analfabeto. A maior parte dos estudos, sobre o telespectador nos últimos anos, converge para essa massificação, nos quais o telespectador não é mais considerado um objeto de laboratório, mas sim dentro do seu meio concreto.

Quanto a esta massificação no rádio, sente-se que, num país como o Brasil, o morador de uma favela carioca, o empresário paulista, o sertanejo nordestino e o caboclo amazonense estão recebendo, diariamente, em suas casas, programação com os mesmos valores, as mesmas formas de existir e pensar, conforme Lobo, no site <sup>4</sup> <http://www.intermega.globo.com/radiocomunitaria/htm> explicou:

[...] embora seu cotidiano e suas necessidades sejam extremamente diferentes, para a mídia empresarial são iguais. Para este tipo de mídia é necessário produzir produtos culturais que sejam aceitáveis pela mídia indiferenciada desta audiência. Esta aceitação geralmente não é natural, mas construída progressivamente, através da própria mídia. À audiência não é perguntado o que ela deseja, mas sim o que ela aceita, ou seja, o que ela aceita dentro do cardápio proposto e elaborado pelas próprias emissoras. Às pessoas faltam alternativas a este modelo padronizado da mídia empresarial. Alternativas que levem em conta a realidade de cada lugar, o cotidiano e as necessidades de cada comunidade, não irão partir deste tipo de mídia, pois ela necessita de uma estrutura que só pode ser lucrativa na medida em que é grande, centralizada e portanto distante da realidade específica, particular, parcial dos cidadãos. Vale citar aqui o que Bertold Brecht, em Teoria do rádio, 1932, disse: "o rádio é o mais fabuloso meio de comunicação imaginable na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse, não apenas de emitir, mas também de receber. O ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar, não isolar-se, mas ficar em comunicação com o rádio. A radiodifusão deveria afastar-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores".

---

<sup>4</sup> Um "lugar", ou seja, um computador ou uma rede de computadores conectados à Internet, onde se tem acesso as informações usando um navegador ou outro instrumento de navegação.

### 3. O RÁDIO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA SOCIAL

[...] Ninguém dúvida da importância do rádio hoje na sociedade brasileira, nem de sua capacidade de influenciar o comportamento das pessoas, de criar novos hábitos de consumo e de atender as demandas simbólicas por lazer, entretenimento, informação e companhia. (MEDITSCH, 1998, p.17)

O domínio das ondas electromagnéticas pelo homem, no século XIX, reduziu as distâncias do mundo e contribuiu para sua transformação em uma grande “aldeia global”. Se a alguns anos uma notícia precisava de quatro meses para chegar da Europa à América do Sul, hoje não demora mais que segundos. Tal domínio fez nascer a radiodifusão, que é um tipo de comunicação baseada na “fala”, uma característica exclusivamente humana, pois, ao falar, tendemos a reagir a cada situação.

A palavra falada envolve todos os sentidos intensamente. Ao falar, tendemos a reagir a cada situação, seguindo o tom e o gesto até de nosso próprio ato de falar. É a projeção do homem no falar. É a projeção do homem na fala que permite o intelecto destacar-se da vastidão real. Sem a linguagem, a inteligência humana teria permanecido totalmente envolvida nos objetos de sua atenção. A linguagem é para a inteligência o que a roda é para os pés, pois lhes permite deslocar-se de uma coisa a outra com desenvoltura e rapidez. A linguagem projeta e amplia o homem. [...] A fala separa o homem e a humanidade do inconsciente cósmico. A linguagem é considerada a mais rica forma de arte humana, pois é que a distingue da criação animal (MCLUHAN, 1964, p. 8).

Desta forma, a palavra falada tem valor indiscutível, desempenhando sempre um papel fundamental nos processos, colaborando para a integração nacional e tornando-se o meio de comunicação mais popular e de maior alcance, em termos geográficos, culturais ou econômicos.

O rádio, pela palavra, estendeu a voz do homem pelas montanhas e desertos, até os lares mais humildes e isolados.

A palavra falada carrega vasta quantidade de informação além das palavras em si. Ao falarmos, podemos transmitir paixão, sarcasmo, exasperação, ambigüidade, subserviência e cansaço, tudo isso por intermédio das mesmas palavras. Além disso a fala vai além das palavras, na medida em que possui subportadores de informação. Qualquer um que tenha um filho ou um bichinho de estimação sabe que a maneira de dizer

algo pode ser muito mais importante do que aquilo que é dito. O tom de voz é muito importante (NEGROPONTES, 1995, p. 134-5).

O desenvolvimento do meio radiofônico, bem como dos demais, interligaram-se de formas complexas com os poderes econômico, político e social, além de se constituírem em agentes facilitadores do processo da globalização, aproximando as partes mais distantes do globo, por meio de um intercâmbio mais tenso e complexo, que agiliza o volume e a velocidade das informações, recriando as relações em processos que vão desde a simples aproximação à interdependência funcional.

No Brasil, a primeira experiência de transmissão levando a voz a grandes distâncias, sem a utilização de fios, é a descrita por Tavares (1999, p. 47-52):

No dia 7 de setembro de 1922, ano em que foi descoberta a radiodifusão brasileira, o discurso do então Presidente da República, Sr. Epitácio da Silva Pessoa, chegou ao grande público por intermédio de um sistema de “telefone alto-falante”, montado na praia vermelha, e de um transmissor instalado no alto do Corcovado pela Westinghouse. [...] Para grande parte de pesquisadores, essa foi considerada a primeira emissora radiofônica que se implantou no Brasil. Devido à falta de uma documentação e a precariedade daquelas irradiações, persistirá a dúvida de que, se mesmo em caráter experimental e demonstrativo, aquela não terá sido efetivamente a primeira radioemissora a ser implantada em nosso país. [...] Anterior a esta data, cujo registro jurídico de radiotelegrafia é o mais antigo do país, datando de 06 de abril de 1919, temos a Rádio Clube de Pernambuco, PRA-8, na cidade de Recife, antes Clube de Recepção de radiotelegrafia.

A primeira emissora de rádio brasileira, considerada como tal, de acordo com Tavares (1999, p. 5), surgiu no dia 20 de abril de 1923, a PRA-2, Sociedade Rádio do Rio de Janeiro (hoje Rádio Ministério da Educação e Cultura), implantada por Edgar Roquette Pinto e Henrique Morize. Alguns pesquisadores consideram como pioneira a Rádio Clube de Pernambuco, antes radiotelegrafia, entretanto, a emissora transformou-se em “radiofonia”, somente quando do aparecimento da Rádio Clube, em 17 de outubro de 1923, fundada por Oscar Carrascosa, Agenor Miranda, Caio Moura e Gustavo Lopes, também em Recife, PE.

O rádio nascia como meio da elite, voltado aos que tivessem poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Para Roquette Pinto, a principal função do rádio era educar e, nos treze anos em que dirigiu a Rádio Sociedade, enfatizou os programas educativos. A programação da emissora era

basicamente constituída por palestras, cursos e aulas de português, física, geografia, história e higiene, entre outras, que comprova a função educativa como sendo a primeira função do rádio brasileiro.

As primeiras emissoras tinham sempre em sua denominação os termos “clubes” ou “sociedades”, pois, de fato, nasciam como clubes ou associações formadas e financiadas por idealistas, com o objetivo de difundir a cultura e favorecer a integração nacional. Nessa fase, as rádios se mantinham por meio de eventuais doações de empresas públicas e privadas, e de mensalidades pagas pelos possuidores de aparelhos receptores. Assim, apelos constantes eram feitos no sentido de conseguir a adesão de um número cada vez maior de sócios, de modo a manter as transmissões.

As estações de rádio criadas na década de 20 tinham como principal característica o fato de não se constituírem em empreendimentos comerciais. Eram, como foi dito, mantidas por grupos aficionados pelo rádio, geralmente de classes mais abastadas, e que se utilizavam desse meio muito mais para a diversão dos membros desses grupos do que dos demais ouvintes. Podemos dizer que o conceito da radiodifusão modificou-se bastante com o passar dos anos, de acordo com Sant'Anna (1982, p. 282):

Rádio é uma fonte de diversão e entretenimento e, em grau menor, de informação e cultura. É por excelência um veículo de apelo popular, com o qual se pode atingir rapidamente grandes massas, tanto nas capitais, como nas cidades do interior, dado o vasto número de emissoras existentes em todo o País e o elevado número de receptores em uso.

Traçando-se um paralelo entre as emissoras de hoje com as do início da década de trinta, Tavares (1999, p. 55) afirmou que:

No início dos anos 30, eram vinte e nove emissoras radiofônicas instaladas e funcionando no País, com uma programação baseada em óperas, músicas com discos emprestados pelos próprios ouvintes, textos instrutivos e recitais de poesia e concertos, sempre uma programação muito seleta, apesar de Roquete Pinto estar convencido, desde o início, de que o rádio se transformaria num meio de comunicação de massa. [...] Somente em 1931, é que o Governo Federal passa a se preocupar seriamente com o rádio, que era definido como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa” regulamentando o seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhe bases econômicas mais sólidas.

A partir do Decreto nº 21.111 de 01 de março de 1932, surgiu o tipo de radiodifusão mais comum no Brasil: a radiodifusão comercial, cuja autorização para a

veiculação de propaganda (mensagens publicitárias) provocou grande mudança no conteúdo do rádio, que até então era erudito, instrutivo e cultural, tornando-se agora veículo de lazer e diversão. Nesta época, com o despertar do comércio, da indústria e de seus produtos que precisavam ser implantados no mercado interno, o rádio encontrou o contexto ideal para sua expansão. Outro fato importante a ser mencionado, e que também chamou a atenção dos empresários da época, era a eficiência do rádio em comparação aos outros veículos de comunicação impressa, já que a grande maioria da população continuava analfabeta.

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado e perceberam que não poderiam mais viver da improvisação. Precisavam mudar, para fazer face à nova situação: investiram e contrataram artistas e produtores.

Com a publicidade como suporte da programação, o objetivo principal das emissoras passou a ser o de alcançar grandes audiências. Operou-se então uma radical mudança na forma e no conteúdo dos programas, buscando-se utilizar linguagem eclética, de maior apelo às emoções, livre e comunicativa. Iniciou-se a profissionalização na área da criatividade radiofônica.

Do início do século XX até hoje, pode-se dizer que o rádio rapidamente tomou conta do mundo inteiro, estabelecendo contato praticamente imediato entre o acontecimento, o fato, a informação e a notícia. De acordo com McLuhan (1964, p. 336): “O rádio afeta as pessoas, digamos como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular”. O profundo poder de envolvimento do rádio com seus ouvintes, passa a se manifestar pelo uso que estes fazem do aparelho de rádio, inclusive enquanto executam seus trabalhos, dentro ou fora de casa, com um contato íntimo que os particularizava nas multidões.

A descoberta do transistor, em 23 de dezembro de 1947, enfatizou esse aspecto. Adquirindo a mobilidade de que tanto precisava, livre de fios e tomadas, o rádio passou a estar presente em todos os lugares: na sala, na cozinha, no quarto, no carro, nas caminhadas, no bar, no trabalho. Onde estivesse o ouvinte, lá estava ele também: em qualquer situação, sem incomodar ninguém, fazendo parte do seu dia-a-dia,

transformando-se no único meio de comunicação móvel do mundo, além da vantagem de poder ser operado de forma extremamente simples.

Essa mobilidade fez com que o rádio, um meio de comunicação de massa, deixasse de ser meio de recepção coletiva e se tornasse cada vez mais individual. Os emissores passaram a se comunicar, para toda a sua audiência, como se estivessem falando para cada um dos seus ouvintes, em particular. Para Tavares (1999, p. 14):

A comunicação de massa é dirigida para uma audiência relativamente grande, heterogênea e anônima. Pode ser caracterizada como pública, rápida e transitória. É pública porque, na medida em que as mensagens não são endereçadas a ninguém em particular, seu conteúdo está aberto ao critério público. É rápida porque as mensagens são elaboradas para atingir grandes audiências em tempo relativamente curto, ou mesmo simultaneamente. É transitória porque a intenção é de que sejam consumidas imediatamente não se destinando a registros permanentes.

Mesmo sendo o rádio um veículo de massa, ainda havia uma grande dificuldade: descobrir o que o ouvinte desejava. Isto porque as emissões vislavam o público composto por enorme variedade de indivíduos, que sentiam e interpretavam, cada qual à sua maneira, as notícias, as informações ou mesmo as páginas musicais. Porém, intencionando atingir todas as classes sociais, o rádio procurava variar a programação, reforçando a idéia de que “rádio é audiência”. Esta expressão permaneceu válida por longos cinqüenta anos, quando, na década de sessenta, o panorama radiofônico começou a ser alterado com a implantação da rádio na Freqüência Modulada (FM), competindo com a Amplitude Modulada (AM) existente até então. Segundo Moreira (2001, p. 65):

O rádio AM no Brasil sofreu profundas transformações desde o seu surgimento em 1922. Primeiro foram as rádios sociedades com sua programação elitizada. A entrada da publicidade, poucos anos depois, provocou um crescimento no setor, culminando com a época de ouro do rádio brasileiro. Na década de cinqüenta surgem dificuldades com o aparecimento da TV e de todo seu glamour. [...] A entrada em funcionamento do transistor permitiu a mobilidade do aparelho rádio e poucos anos depois, o AM, na década de sessenta, voltou a sofrer um novo golpe com a entrada da Freqüência Modulada, que trouxe uma qualidade melhor de som e um novo conceito de musicalidade com interação de ouvintes.

Esta nova opção de sintonia radiofônica (FM) surgiu para contemplar os ouvintes, principalmente das classes A e B, que se julgavam excluídos daquele tipo de programação, popular e eclética, transmitida na época pelas emissoras AM. Houve fatores

que viabilizaram esse processo, tais como o crescimento da população brasileira, a diversificação cada vez maior do público, provocando aumento extremamente significativo no número de emissoras de rádio, e a conseqüente segmentação da programação, no sentido de propiciar ao ouvinte exatamente aquilo que ele intencionava ouvir ao ligar seu rádio. Para Santaella (1996, p. 18),

[...] a programação das mídias de massa, o rádio e, mais especialmente, a televisão, há vários fatores que apontam muito mais para a especialização, diversidade e multiplicidade do que para a massificação e homogeneidade. O fato de que as programações locais de rádio e televisão tenham começado a atrair muito mais público do que as programações importadas, levaram à proliferação de estações de rádio e ao fortalecimento de sistemas nacionais de televisão.

Embora no Brasil tal fator ainda não seja completamente perceptível, a inclinação das programações para a segmentação dos meios de comunicação, visando à variedade e ao atendimento das diferenças de interesse do público, tende a tornar-se regra, o que já ocorre no rádio, como é o caso da nova opção radiofônica: a comunitária.

A tendência de segmentação de todos os meios de comunicação (impresso e eletrônico) traz à tona, contrariamente, a teoria de um grande pesquisador da comunicação: Marshall McLuhan. Segundo Santaella (1996, p. 21): “[...] todos os fatores acima parecem evidenciar é que a idéia McLuaniana de aldeia global, a partir dos meios de comunicação de massa, encontra-se hoje seriamente comprometida pela multiplicação do diferencial, pelo crescimento da especialização, do específico no seio mesmo da globalização”.

Dentro desta aldeia global, que padroniza hábitos e costumes de forma indistinta, agora não mais com a mesma exclusividade de anos atrás, voltamos a enfatizar a importância da segmentação como arma poderosa contra os efeitos provocados pela comunicação de massa. Por meio dela é possível inverter o processo que impõe o global sobre o regional. O trabalho desenvolvido nas rádios comunitárias, que valoriza a cultura regional, nada mais é do que uma forma segmentada da comunicação do rádio, que tratamos neste capítulo.

Este tipo de emissora é mais uma modalidade dos serviços de radiodifusão, que de acordo com a Lei de Comunicação de massa, 5<sup>a</sup> versão, de 10 de dezembro de 1998, em seu capítulo II, artigo V.5., instituiu os tipos de radiodifusão, que podem ser comercial ou não:

§1. serviço de radiodifusão comercial é o que pode ser prestado com finalidade lucrativa;

§2. serviço de radiodifusão não-comercial é o prestado por entidades sem fins lucrativos e compreende: 2.1. serviço de radiodifusão educativa, aquele prestado com finalidade educativa; 2.2. serviço de radiodifusão institucional, aquele prestado e mantido diretamente por entidade da administração pública; 2.3. serviço de radiodifusão comunitária, aquele operado em freqüência modulada, em baixa potência e com cobertura restrita.

#### **4. A RÁDIO COMUNITÁRIA COMO ALTERNATIVA À COMUNICAÇÃO DE MASSA**

Ao mesmo tempo em que o rádio é o grande veículo de comunicação de massa, devido à sua cobertura, ele também representa excelente opção como mídia dirigida, uma vez que a grande quantidade de emissoras em operação no país, faz com que seja considerável a segmentação de seus ouvintes, devido às condições geográficas de distribuição dos sinais e de conteúdo da programação do rádio (SAMPAIO, 1995, p. 80).

No Brasil, as práticas e os conteúdos alienantes dos meios massivos de comunicação possibilitaram a organização de movimentos sociais que lutaram contra as injustiças e iniquidades do poder da classe dominante e do monopólio sobre esses meios, na perspectiva de criar um tipo de comunicação, em que o conteúdo da programação pudesse ser tudo o que realmente interessava, pois o que é difundido pode determinar a aproximação da emissão da recepção:

São inúmeros movimentos, grupos e experiências sociais e culturais que se desenvolvem na sociedade brasileira com o intuito de expressar diversas vozes, culturas e ideologias que não têm chance de se manifestar livremente ou são ignoradas pela mídia brasileira. São centenas de grupos de comunicação, cultura popular e sindical, que se articulam em complexas redes de movimentos sociais. Estas redes de movimentos que vem se formando articulam-se e comunicam-se politicamente, visando democratizar a comunicação no Brasil e lutar por mudanças na legislação nacional neste aspecto (SOUZA, 1996, p. 24).

A segmentação radiofônica voltada à comunicação popular ou alternativa ou comunitária, emergiu no interior destes movimentos e organizações sociais, em meio a uma conjuntura de profunda insatisfação por parte do povo e de grandes restrições à liberdade de expressão, que controlavam os meios de comunicação de massa. Os proprietários das concessões dos veículos de comunicação, associados ao poder público e econômico, sob o pretexto de promover o bem comum, consolidaram seu poder, por meio da determinação de pautas e conteúdos veiculados, manipulando as pessoas:

[...] como consequência disto, a maioria da população, além de pobre, desnutrida é também desinformada, ou, quando muito, informada daquilo que os veículos de comunicação de massa, controlados pelo poder econômico, com o apoio do poder político, permitem informar. Estes, por vezes, negam à população o direito fundamental da liberdade de manifestação, de reunião, de expressão ou de opinião. Isto quando as possibilidades de comunicação não são também limitadas pela falta de infra-estrutura, falta de sistemas de comunicação e de meios de produção (NEUMANN, 1990, p. 24).

Foi neste contexto de insatisfações que nasceu um veículo de comunicação alternativa, a radiodifusão comunitária, que, segundo o mesmo autor (1990, p. 11-2):

[...] é o veículo que tem como intenção romper com o capital através de um projeto sócio-político para transformar a estrutura social e construir um novo modelo de relações sociais. [...] Outros termos que podem ser usados para designar veículos alternativos: veículo de comunicação comunitária ou veículo de comunicação popular, sendo que este último só pode ser identificado como veículo de comunicação popular (televisão, rádio, jornal ou revista) quando se opõem aos meios de comunicação de massa e ao modelo vertical de comunicação. São veículos feitos pela comunidade e para a comunidade. Têm a função de informar e de resgatar o verdadeiro espírito comunitário de solidariedade, ajuda mútua, organização, participação e luta por objetivos comuns.

Como alternativa ao modelo existente de comunicação de massa, surgiu a radiodifusão comunitária, a qual se resume na participação de moradores locais como planejadores, produtores e intérpretes dos meios de comunicação de uma determinada comunidade, caracterizando-se por um intercâmbio de idéias, de notícias e de conteúdo e não por uma transmissão unilateral de informação:

As experiências iniciais de comunicação popular ou comunitária estão na realidade, na origem das próprias Comunidades Eclesiais de Base no País. Foram criadas escolas radiofônicas, como centros de educação e conscientização, sementes da Igreja. Assim catequizava-se pelo rádio. Aos domingos as comunidades se reuniam em torno do aparelho de rádio para responder à missa que o bispo celebrava, para escutar a sua palavra (COGO, 1998, p. 36).

Desde a década de 60, quando surgiram no país as primeiras emissoras comunitárias, em forma de alto-falantes, esse tipo de comunicação tem sido marcado por uma crescente proliferação desses veículos. Indubitavelmente, isso não só tem proporcionado aumento qualitativo e quantitativo na oferta de conhecimento e informação para determinado segmento da sociedade, mas, sobretudo, tem contribuído para maior

aproximação e conhecimento recíproco entre a cidade e seus bairros. Ainda de acordo com a mesma autoria (1998, p. 19),

As primeiras experiências de comunicação alternativa, na forma de alto-falantes, começaram a se consolidar como mais uma opção dentro da diversidade de experiências que constituem a comunicação comunitária. [...] Essas novas alternativas de comunicação tornam-se ainda mais significativas, seja em função das limitadas possibilidades de ocupação de espaços pelos grupos populares no interior das emissoras comerciais, seja pelo caráter autoritário da legislação de radiodifusão que impede o acesso desses grupos às concessões.

Aquele modelo de rádio idealizado por Roquette Pinto, para servir à educação como agente transformador da sociedade, começou a ficar mais perto da concretização. A radiodifusão comunitária, com a função de produzir programação centrada em determinada comunidade, cumpre este papel quando identifica os problemas que a afligem e suas necessidades. Trata-se da única forma de atingir seu público e provocar efeito sobre ele. Tal posicionamento faz com que o veículo seja identificado sob a ótica da participação, pela qual todos os membros da comunidade intervêm nas decisões e ações que afetam tanto a eles mesmos como ao seu entorno.

Criada com o objetivo de suprir necessidades ou promover melhorias na qualidade de vida de determinado segmento da população, a rádio comunitária promove a conscientização, a educação não formal e o desenvolvimento de consciência crítica. Essas pequenas rádios tentam construir nova e mais moderna forma de se comunicar: emissão e recepção mais próximas do cidadão e de sua realidade. Devem, pelo seu conteúdo, promover a cidadania, a movimentação subterrânea da economia e das culturas locais, deixando de ser, assim, mais do que simples emissoras de difusão de músicas, que compartilham espaço de sintonia nos aparelhos radiofônicos e disputam focos de desejos dos poderes constituídos.

Foram necessárias duas décadas para que milhares de rádios comunitárias incluíssem novas vozes na interlocução social, mesmo estando a maioria delas em processo de legalização. Priorizando mais o aspecto quantitativo do que qualitativo, por darem mais ênfase à quantidade de rádios operantes do que à qualidade do que é produzido, seguiram provocando micro-rupturas no sistema de comunicação social adotado particularmente após 1964, com estrutura que sobreviveu a despeito das novas tecnologias.

Retomando as origens das rádios comunitárias, as primeiras negociações a respeito da legalização das rádios de baixa potência começaram em 10 de abril de 1995, segundo informações da Associação Brasileira das Emissoras Comunitárias - ABRAÇO, entidade de caráter cultural, científico e educacional, criada em 1996, com o objetivo de defender os interesses deste tipo de radiodifusão.

O então Ministro das Comunicações, Sérgio Motta, recebeu, em seu gabinete, um grupo de representantes de rádios comunitárias, reconhecendo publicamente a existência de milhares de emissoras de baixa potência em todo o país e assumindo o compromisso de regulamentar seu funcionamento.

Em 18 de abril de 1995, o Deputado Federal Fernando Gabeira encaminhou àquele Ministério documento do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação - FNDC, constituído por comitês de sete estados brasileiros (SC, RJ, SP, GO, MG, MT e DF), nos quais eram relacionadas dezesseis emissoras comunitárias em funcionamento; segundo acordo verbal firmado, essas emissoras integrariam um projeto piloto que serviria de base para elaborar a proposta de regulamentação.

Dando continuidade ao processo de legalização, em 13 de dezembro de 1995, o então Ministro Sérgio Motta recebeu representantes do FNDC acompanhados da senadora Benedita da Silva e dos deputados federais Fernando Gabeira, Zaire Resende e Tilden Santiago, que entregaram outro documento de apoio à regulamentação das rádios de baixa potência, assinado por cento e cinqüenta parlamentares federais dos mais diversos partidos, dentre eles, Delfim Neto, Roberto Campos, Roberto Freire e Eduardo Suplicy.

Em março de 1996, o Ministro das Comunicações fez uma declaração à imprensa, na qual garantiu que estava encaminhando ao Congresso um projeto de lei regulamentando as rádios de baixa potência. Ao mesmo tempo, e contraditoriamente, determinou aos Delegados do Ministério, em todo o país, o fechamento das rádios comunitárias, por serem emissoras ilegais. Porém, as rádios comunitárias ou rádios populares, conforme as designações regionais que assumem, mesmo que consideradas ilegais - portanto piratas - seguem, por meio de suas equipes, estruturando programações, inspirando-se em experiências latino-americanas, re-apropriando formatos e conteúdos do rádio convencional ou ainda criando e recriando suas próprias e específicas formas de intervir no próprio cotidiano.

A busca de transformação da comunicação de massa para comunicação segmentada representa uma alternativa legítima de expressão das classes e grupos excluídos, no universo da comunicação. Para Cogo (1998, p. 43),

[...] não significa que essa outra comunicação, no caso a comunitária, tenha de se contrapor à comunicação de massa ou simplesmente negar ou descartar muitos dos referenciais contidos nos meios de massa (conteúdos, linguagens, formatos), que refletem o universo cultural da maioria dos receptores. A comunicação é popular ou comunitária não por contrapor-se à burguesia, mas pela forma de inserir-se num processo de transformação da realidade.

Nela impera, acima do conhecimento, a criatividade humana como superação para os momentos de crise. Essa mudança de realidade só é possível porque a rádio comunitária visa a identidade da própria comunidade na qual que está inserida:

[...] do ponto de vista individual, identidade quer dizer a propriedade ou o conjunto de propriedades fundamentalmente típicas de cada ser, não importa de que reino, gênero ou espécie, pelas quais o mesmo se diferencia de todos os demais seres da natureza; e do ponto de vista coletivo, identidade se refere a propriedades, além das individualizantes aludidas acima - iguais, comuns ou afins a dois ou mais seres, em razão das quais os mesmos podem se associar ou agrupar (ÁVILA, 2000b, p. 37).

Em 19 de fevereiro de 1998, a radiodifusão comunitária, teve sua legitimidade reconhecida pelas autoridades do nosso país, pela Lei nº 9.612 - publicada no Diário Oficial da União em 20 de fevereiro de 1998, que trata especificamente deste tipo de radiodifusão. Esta Lei permite à rádio comunitária assumir a condição de ser um veículo democrático de comunicação, com a finalidade de atender aos anseios e necessidades de uma comunidade específica e facilitar seu acesso à informação, provocando maior integração e união entre os integrantes da comunidade. Foi complementada e regulamentada no Decreto 2.615, pela norma complementar nº 2/98 e pela medida provisória nº 2.143-32, de 02 de maio de 2001. A esse respeito, Bruno, no site [www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder\\_local.shtml](http://www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder_local.shtml), comentou que:

[...] ninguém entendeu muito bem o porquê, mas no dia dois de maio, o governo federal surpreendeu ao expedir a Medida Provisória (MP) 2.143 que altera a Lei que regulamente o serviço de Radiodifusão Comunitária (anexo 3) e permite às emissoras, mediante uma licença provisória, entrar em funcionamento imediatamente após a autorização do Ministério das Comunicações e antes da aprovação final pelo Congresso. A alteração, que na verdade, trata da organização da presidência da República e dos

Ministérios, causou polêmica e encontrou resistência no Congresso. Os deputados federais que integram a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática apresentaram uma emenda que suprime o artigo 30 da MP, exatamente o que altera a Lei 9.612 e denunciaram o “contrabando” da disposição em uma MP que trata de outro assunto administrativo. Segundo o juiz Paulo Fernando Silveira, o governo percebeu que vai perder o poder de concessão e que vai haver um deslocamento do poder que hoje está concentrado nas mãos do Ministro das Comunicações.

Esta lei foi resultado de mobilização nacional, visando à regulamentação de atividade que já existia no país, o que reflete a importância do papel que estas emissoras podem e devem desempenhar em pequenas comunidades em termos de prestação de serviços, disseminação de informações relevantes para os moradores e estímulo à organização das atividades comunitárias, não importando se produtos, culturais ou sociais. Configuram-se, legalmente, como meio de comunicação inovador, barato e acessível à maioria das comunidades que desejarem fazer uso delas. A rádio comunitária é uma pequena estação de rádio, que dará condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas idéias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais.

A rádio comunitária é um tipo especial de emissora de alcance limitado. Deve operar com potência de transmissão de até 25 watts a partir de sua antena transmissora. Foram direcionadas para Freqüência Modulada pela simplicidade da técnica, transformando-se em agentes de proliferação da radiodifusão comunitária, segundo explicou Harari (1997, p. 2):

Um dos fatores que mais caracterizam as transmissões em FM (freqüência modulada) de baixa potência, vem a ser justamente a simplicidade técnica tanto para montagem quanto para a operação e manipulação dos equipamentos. O dial de FM é justamente a faixa de freqüências onde encontra-se apta a operação em freqüência modulada. Nos rádios analógicos é aquela faixa cheia de números que contém a marcação da emissora que vai de 88 a 108 mhz.

Em virtude de todas as suas limitações impostas pela lei, algumas mudanças importantes estão acontecendo e acenam alterações iminentes no universo da radiodifusão comunitária no Brasil. De acordo com Bruno, em seu artigo: No ar o poder local, disponível [http://www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder\\_local.shtml](http://www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder_local.shtml), informou que

[...] uma das mudanças, talvez a mais significativa, é o Projeto de Lei elaborado pelos vereadores Ricardo Montoro (PSDB) e Carlos Néder (PT), representando as duas maiores bancadas da Câmara Municipal de São Paulo. O Projeto que recebeu o parecer favorável, propõe a descentralização do processo de decisão da radiodifusão comunitária, transferindo a regulamentação da atividade da esfera federal para a municipal e foi elaborado pelo juiz federal aposentado, Paulo Fernando Silveira, um dos maiores especialistas na matéria. O juiz que encontra na Constituição Federal os argumentos para o projeto de municipalização dos serviços de radiodifusão comunitária, concedeu cerca de 100 liminares para o funcionamento de rádios comunitárias na região de Uberaba, Minas Gerais. Diz que quando a constituição federal no seu artigo 21 confere que compete à União Federal legislar sobre telecomunicações e radiodifusão, na realidade está dizendo naquilo que for da competência dela, ou seja, quando houver um interesse nacional em jogo ou envolvendo mais de dois estados. Agora, quando o interesse é eminentemente local, como é o caso das rádios comunitárias, é inconcebível que a União queira disciplinar como faz atualmente: a altura de uma antena, o alcance de um bairro ou vila. Para esses vereadores o Projeto de Lei é fundamental no processo de democratização do acesso à informação, pois sua regulamentação adequada representa uma maneira de estimularmos o exercício da cidadania nas comunidades que façam uso deste sistema e que, através de uma programação, privilegie o debate de idéias e opiniões, possibilita a participação das pessoas em ações de utilidade pública e assistência social.

De acordo com a lei da radiodifusão comunitária, a qual encontra-se no Anexo 3, também designa como ser de competência da ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações, lacrar os equipamentos da rádio comunitária que, não obedecendo à lei, entram em funcionamento antes da autorização do Ministério das Comunicações que, com a justiça federal, tem o poder de promover a busca e a apreensão dos equipamentos. A ANATEL é o órgão regulador das telecomunicações, criado em 16 de julho de 1997, pela Lei Federal 9.472, uma entidade integrante da Administração Pública Federal indireta, submetida a regime autárquico especial e vinculada ao Ministério das Comunicações. O artigo 19 desta lei diz que:

À Agência, compete adotar as medidas necessárias para o atendimento do interesse público e para o desenvolvimento das telecomunicações brasileiras, atuando com independência, imparcialidade, legalidade, imparcialidade, publicidade e especialmente, no seu parágrafo 15 - realizar busca e apreensão de bens no âmbito de sua competência.

Sobre o poder da ANATEL foi publicado, em 19 de setembro de 2001, um artigo no jornal O Estado de São Paulo, escrito pelo jornalista Renato Cruz:

A ANATEL já fechou 1.955 rádios clandestinas nos primeiros oito meses do ano. Em 2000 foram lacradas 4.602 emissoras sem outorga. Só no Estado de São Paulo, foram encerradas as atividades de mais de 600 rádios piratas entre janeiro e agosto de 2001. Segundo o gerente regional da agência em São Paulo, Sr. Everaldo Gomes Ferreira, a faixa de freqüência modulada, FM, fica ao lado de uma das faixas reservadas para radionavegação aeronáutica e por isso há interferência, tanto na comunicação entre os aviões e as torres dos aeroportos, como nos serviços de segurança, como polícia e bombeiros. [...] Há em São Paulo mais de 300 rádios denunciadas, mas que ainda funcionam porque conseguiram liminar na Justiça. O principal argumento das emissoras é que solicitaram autorização para operar como rádios comunitárias, mas por causa da demora do processo de outorga, ainda não o receberam. [...] Entretanto muitas rádios piratas operam como emissoras comerciais, com anúncios e sorteios. Também há aquelas que recebem apoio de políticos ou grupos religiosos. A ANATEL classifica como crime a operação de rádios sem outorgas e aqueles que colaboraram para operação da rádio, como anunciantes e fornecedores de equipamentos, também são incriminados. Os fornecedores não podem vender equipamentos para quem não tem outorga. Além de processo na justiça, o responsável pela operação de uma rádio pirata também sofre processo administrativo na ANATEL, sendo inabilitado para obter licenças de telecomunicações e recebe uma multa que pode chegar a R\$ 10 mil reais. Existem 186 emissoras comunitárias no Estado de São Paulo com autorização do Ministério das Comunicações e mais seis com decreto permitindo sua operação. [...] Cerca de 9.500 emissoras do País enviaram documentos a Brasília para regularizar seu serviço, lembrando que é preciso diferenciar serviços comunitários de piratas. Os primeiros atendem às queixas da população do bairro.

Um dia após a matéria ser veiculada, uma de nossas duas emissoras pesquisadas, a rádio comunitária Nova Maracanã, foi lacrada. Em setembro de 2001, o Presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã, Sr. Adelino Ferreira dos Santos, foi preso por algumas horas e libertado, em seguida, após pagamento de fiança, mas permanecendo com mandado de prisão decretado, após a entrada da ANATEL e da Polícia Federal na rádio. Porém, a própria lei admite uma outra interpretação, já que:

[...] o Brasil faz parte e é signatário do Pacto de San José da Costa Rica, celebrado por ocasião da Convenção Americana de Direitos Humanos, em 22 de novembro de 1969, que declara que o exercício de liberdade de pensamento e expressão ‘não pode estar sujeito à censura prévia, mas a responsabilidade ulteriores, que devem ser expressamente fixadas em lei e que não pode restringir o direito de liberdade de expressão por vias e meios indiretos, tais como abuso de controles oficiais ou particulares de papel de imprensa, de freqüência radioelétrica ou de equipamentos e aparelhos usados na difusão de informação, nem por quaisquer outros meios destinados a obstar a comunicação e a circulação de idéias e opiniões (PERUZZO, 1998, p. 3).

Em Campo Grande, a Agência da Anatel funciona na Rua Joaquim Murtinho, ao lado do posto avançado do Ministério das Comunicações, o que causa ao público grande confusão, pois são duas entidades com funções totalmente distintas: o Ministério das Comunicações que recebe os pedidos de interesse das Associações Comunitárias e a Anatel lacra as emissoras não autorizadas.

Mesmo com tantos entraves para a sua efetivação, esse meio de comunicação comunitário é uma renovação criativa na radiodifusão, que tem o intuito, por meio do conteúdo de sua programação, inovar e reinventar a realidade dessas comunidades:

Deseja-se colocar o poder da comunicação a serviço da construção de uma sociedade onde a participação e o diálogo transformantes sejam possíveis. É próprio da comunicação contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos. Daí o imenso poder da comunicação. Daí o uso que o poder faz da comunicação (BORDENAVE, 1986, p. 101).

A comunicação, por meio dos veículos de comunicação, deve entender que colocar esforços para investigar ou alterar a realidade social brasileira não é mais uma questão de opção, mas um imperativo para a sobrevivência do país. Para que ao Brasil seja possível competir economicamente com os países avançados, os indivíduos devem aprender a aprender: condição indispensável para acompanhar as mudanças e avanços cada vez mais rápidos. Neste contexto Pascoal (2001, p.9) apropriadamente afirmou: “O papel da mídia é informar, ajudando a sociedade a saber, conhecer, pensar e agir. A educação, portanto, é, diretamente, uma característica da mídia. Um povo somente pode ser grande se sua educação for boa e, a mídia, livre, plural e responsável”.

## **CAPITULO II**

### **RADIODIFUSÃO E RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA EM MATO GROSSO DO SUL: SEU PAPEL NO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

#### **1. BREVE HISTÓRICO DA RADIODIFUSÃO EM MATO GROSSO DO SUL**

No final da década de trinta, de acordo com Tavares (1999, p.58) “exatamente em 26 de agosto de 1939, nasceu a PRI-7 - Radio Sociedade Difusa de Campo Grande”. Chegou a radiodifusão em nosso Estado com a mesma popularidade e influência que gozava em todo o país. No início era considerada mais do que veículo de comunicação e um dos principais entretenimentos da população, adentrava às casas das pessoas modificando hábitos, arrancando suspiros e lágrimas, criando dependência em seus ouvintes:

[...] foi o rádio um dos meios que mais contribuiu para o desenvolvimento da mídia. Ele foi a primeira mídia eletrônica do Brasil e viabilizou a comunicação de massa, exibida sem custos para a população. O rádio teve seu início apenas como um clube de serviço para a comunidade. A tecnologia limitada da época impediu a propagação do rádio em larga escala, mas, por outro lado, favoreceu a criação de várias emissoras, que cobriram grande parte do território nacional, gerando uma linguagem inicialmente regional (ROSA,1995, p.2).

Visto como objeto mágico, funcionava também como agente de reunião da família. Ao redor dos receptores, que ocupavam lugar de destaque nas residências, todos se agrupavam em busca de informação e entretenimento, acompanhando a transmissão dos fatos que promoviam a evolução do país.

Há pouco material bibliográfico sobre a história da rádio em Campo Grande. O chefe de expediente do posto avançado do Ministério das Comunicações do Mato Grosso do Sul, José Tadeu Amorim, informou que a documentação referente às primeiras

emissoras de rádio de Campo Grande ficou com o governo de Goiás. Como antigamente não havia em Mato Grosso nenhum setor responsável por esta atividade, tudo era arquivado naquele estado. Com a criação oficial de Mato Grosso do Sul, em 11 de outubro de 1977, o Estado perdeu definitivamente o pouco do registro histórico que ainda havia na região sobre as emissoras de rádio.

No sentido de resgatar essa memória, há uma pesquisa feita pela Secretaria Municipal de Cultura e Esporte, durante a gestão de Lúdio Martins Coelho como prefeito, que realizou levantamento histórico sobre os meios de comunicação na cidade de Campo Grande. Este estudo reuniu, inclusive, alguns dados sobre o início das atividades radiofônicas na cidade. A documentação necessária a essa pesquisa se encontrava dispersa ou extraviada. A equipe responsável por sua realização preocupou-se ainda em resgatar o pouco de relatos vivos que se tinha, tais como os de Doralice Vargas, Ramão Achucarro, Juca Ganso, Nasrala Siufi (Nassura), entre outros. Segundo Paulino (1990, p. 02), o trabalho:

[...] surgiu da necessidade de fontes de pesquisa sobre a história dos meios de comunicação em Campo Grande, visto que toda a documentação relativa a essa história estava dispersa, extraviada em vias de se perder. Desta forma, com o passar do tempo tornar-se-ia impossível efetuar levantamento ou pesquisa referente à memória da nossa cidade.

Assim nasceu, em 1990, com vinte e quatro páginas e após uma longa e exaustiva pesquisa, a primeira revista do Arquivo Histórico de Campo Grande, ARCA. Resgatando e preservando documentos, projetos arquitetônicos e fotográficos, a publicação se constituiu, ainda, na principal fonte de informação básica a respeito dos meios de comunicação em Mato Grosso do Sul. Neste registro, constatou-se que, segundo o mesmo autor (1990, p. 4): “[...] o rádio é a própria história de Campo Grande. Imagine que, na década de 40, a capital do Mato Grosso, Cuiabá, ainda não dava sinais de desenvolvimento e Campo Grande, o esquecido município, já tinha uma emissora de rádio”.

Reunidos na revista ARCA, existem também trabalhos de conclusão de curso realizados por alunos de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, da Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, e da Universidade para o Desenvolvimento da Região do Pantanal - UNIDERP. Eles tratam do papel da radiodifusão, da influência no contexto do estado e dos entraves da legislação radiofônica, principalmente, a comunitária, de maneira geral e específica.

Com a radiodifusão acrescentou-se mais uma ferramenta para contribuir com o progresso brasileiro. Roquete Pinto quando criou a primeira emissora de radiodifusão no Brasil, em 1923, não podia imaginar que estava dando um novo sentido à palavra “progresso”. Depois de 16 anos da radiodifusão brasileira e ainda após o advento da publicidade no rádio, autorizada em 1932, nascia, no estado de Mato Grosso, desempenhando este mesmo papel de progresso e interação, a primeira estação de rádio da Região Centro-Oeste, com sede no município de Campo Grande, ao sul de Mato Grosso. Campo Grande foi uma das primeiras cidades da região Centro-Oeste e a primeira de Mato Grosso a ter uma emissora de rádio. Porém, o primeiro proprietário da Rádio Difusora, Peri Alves Campos era médico, animador cultural e curiosamente cuiabano. De acordo com Paulino (1990, p. 9):

Na época, o Ministério da Aviação era o órgão federal responsável pelas concessões de rádio no Brasil. Um representante do Ministério apareceu na cidade, em meados de 1930, e vendeu a concessão a Peri, sendo que Getúlio Vargas era presidente do país na ocasião. Em seguida, Peri viajou para São Paulo e comprou todos os equipamentos da Rádio Record. Eram equipamentos velhos que a emissora estava substituindo por outros, bem mais novos.

Campo Grande, na época, era um pequeno município do estado de Mato Grosso, situado a mais de 700 quilômetros da capital, Cuiabá. Segundo dados colhidos no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, estima-se que, na década de 40, a população fosse de aproximadamente 35 mil habitantes, a maior parte dela vivendo na zona rural. Com o início da radiodifusão vieram, de diversas partes do país, profissionais do rádio à procura de emprego na cidade. Um deles foi Osmar Cardoso, que posteriormente se tornou famoso como astrólogo. Entretanto, os primeiros a trabalharem na rádio campo-grandense não recebiam remuneração nem sequer passavam por qualquer processo de seleção. A este respeito César (1990, p. 35) afirmou que:

[...] os locutores no início do rádio, por não existirem escolas para a formação de radialistas, foram os radioamadores, por já possuírem experiência com microfones. Uma característica era fazer uma programação cultural, tanto, que o slogan da rádio de Roquete Pinto era: Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e o no Brasil.

Aqueles que conseguiram entrar para o meio desempenharam todos os tipos de função, de locutor esportivo, sertanejo, comercial, animador de auditório a apresentador.

Escreviam reportagens, programas e ainda buscavam patrocínio, pois trabalhar nas rádios era sinônimo de *status*.

A novidade chegava no estado ao mesmo tempo em que o veículo de comunicação explodia e se tornava popular em todo o Brasil, aqui também criando ídolos e distribuindo sonhos. A inauguração da Rádio Difusora, durante as comemorações dos 40 anos de fundação da cidade de Campo Grande, foi uma grande festa, a concretização de um sonho antigo da população local. Prova disso era o sucesso que o Rádio Clube fazia na cidade, conforme Paulino (1990 p. 9): “Desde o início da década de 20, o Clube era o ponto de encontro para sintonizar as emissoras cariocas. Entretanto, era uma dificuldade ouvir as emissoras a centenas de quilômetros num rádio sem antena. Só uma vontade muito grande movia a forte paixão pelo rádio”.

Aqui foram reproduzidos os principais modelos de programas existentes nas grandes emissoras do Brasil, obtendo também o mesmo sucesso: as radionovelas, os programas de humor, os programas de auditório, o radioteatro, os espetáculos de grandes artistas. Os radialistas transmitiam jogos de futebol, carnaval local e acontecimentos importantes. Apesar do esforço que os profissionais do rádio faziam para alcançar a audiência, dividindo-se entre várias funções fora de sua especialidade, era muito difícil fazer rádio, conforme afirmou Paulino (1990, p. 14):

[...] as programações eram artesanais, sem nenhum recurso tecnológico e como no início não se tinha o rádio movido a pilha ou a bateria, somente energia elétrica que oscilava muito, o rádio funcionava, às vezes, apenas duas horas por dia. [...] As dificuldades encontradas eram principalmente pela falta de recursos tecnológicos. Por exemplo, quando se fazia uma transmissão esportiva de Corumbá, levava-se o gravador que precisava ser carregado por duas pessoas. Transmitia-se o jogo, e os locutores deviam esperar o trem ou o avião no outro dia, que era só três vezes por semana, para trazer a fita com a narração para Campo Grande.

A Rádio Difusora iniciava suas atividades pela manhã, com o programa sertanejo e com tiradas humorísticas. Depois vinham, pela ordem, os programas: disque-jóquei, “A voz do Brasil”<sup>5</sup>, às dezoito horas e, no horário nobre das vinte horas, as famosas

---

<sup>5</sup> O programa “A voz do Brasil” é o noticiário radiofônico oficial, produzido pela Radiobrás e irradiado para todo o Brasil, de segunda a sexta, entre 19 e 20 horas (Horário de Brasília). Tem caráter obrigatório já que, nesse horário, nenhuma emissora do país pode deixar de retransmiti-lo. O programa foi criado em 1931, sob orientação do DOP (Departamento Oficial de Propaganda), instituído pelo governo de Getúlio Vargas. Em 1939, com a criação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), o programa foi reformulado e recebeu a denominação “Hora do Brasil” (GARCIA, 1996 – [www.ngarcia.org/nel/artigos/avozdobr.htm](http://www.ngarcia.org/nel/artigos/avozdobr.htm)).

radionovelas, um tipo dos programas dentre os que mais contribuíam para que a rádio fosse líder de audiência. Conforme Tavares (1997, p. 203) comentou:

[...] a novela mais ouvida na rádio brasileira intitulava-se ‘O direito de nascer’, transmitida pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Naquele horário, os cinemas, os teatros e os meios de entretenimento ficavam vazios, as ruas, como por encanto, silenciavam e ninguém perambulava por elas.

As radionovelas eram, na verdade, a exploração do reino do imaginário, por meio da fuga para o mundo do faz-de-conta: cada ouvinte, em um processo de identificação peculiar, construía suas próprias imagens, de acordo com sua visão interior; as personagens e os cenários eram sugeridos pelo discurso e sonoplastia:

[...] O rádio é sempre mais gostoso quando é conversado ao pé do ouvido, com intimidade e confiança. É assim que ele fala mais perto do coração e da alma da gente. É também com ele que o cenário fica mais bonito... basta uma sugestão, um som de água corrente, o mar batendo nas pedras, pra gente se transportar rapidamente para uma sonífera ilha (GUILHON, 1998, p. 13).

A primeira radionovela de Campo Grande surgiu de um desafio proposto ao autor, Onésimo Filho, por um comerciante da cidade, que teria posto em prova sua capacidade de escrevê-la, de modo que ele a patrocinasse. A novela “A Sombra de uma Vida”, com 28 capítulos, foi então ao ar pela Rádio Difusora. Onésimo já sobrevivia, desde os dezessete anos, do sucesso das rádios, sendo conhecido em Porto Alegre, RS, onde foi criado, como o garoto que compunha quadrinhas de propaganda.

Seguindo a trajetória de sucesso da Rádio Difusora, em 1949, surgiu a Rádio AM Cultura e, na década de 60, a Rádio Educação Rural. Foram as principais emissoras que trouxeram o progresso, atraindo dezenas de trabalhadores de rádio, de todo o país para cá.

Devido às dificuldades de acesso ocasionadas por fatores geográficos, tais como as cheias do Pantanal e as longas distâncias entre as cidades, o rádio foi e ainda é o principal meio de comunicação regional, uma das poucas opções de informação do estado de Mato Grosso do Sul. Um bom exemplo desta situação é a comunidade negra Furnas de Boa Sorte, no município de Corguinho, há 130 quilômetros de Campo Grande:

Uma comunidade onde residem aproximadamente 40 famílias, as quais sobrevivem basicamente da agricultura de subsistência. Fundada por ex-

escravos, vindos de Minas Gerais, a área é considerada remanescente de quilombo. Sem contar com energia elétrica, a Comunidade tem no rádio a pilha, o principal e único veículo eletrônico de informação. Para os moradores, o programa Hora do Fazendeiro, transmitido pela rádio AM Educação Rural, é o elo de ligação entre Boa Sorte e as demais localidades do Estado e do País (OTA, 2000, p. 9).

Mesmo com o advento da televisão, o rádio consegue manter-se como veículo preferido em nossa região, pois atinge diretamente toda a população, de qualquer classe social, alfabetizada ou não, com disponibilidade ou não de energia elétrica. Aliás, mesmo com o advento de outros meios de comunicação, o rádio jamais deixou de ser popular, o meio mais presente nos lares brasileiros. Conforme Cogo (1998, p. 102):

O rádio pode ser escutado em qualquer cômodo da pequena e precária habitação popular, enquanto a pessoa cozinha, passa roupa ou espia a janela. A vulgarização do transistor permite que o rádio se estenda à lavoura, ao tanque de lavar roupas, à caminhada pela estrada. O rádio é a janela auditiva de contato das classes populares com o mundo. Por ele, as pessoas ouvem suas músicas, seus programas preferidos, o noticiário.

É significativo insistir na importância desse veículo em Mato Grosso do Sul, principalmente pelo poder que possui em cobrir grandes distâncias. De Três Lagoas a Ponta Porã, há mais de 65 emissoras de rádios espalhadas por todo o estado. Somente em Campo Grande, entre AM e FM, temos, segundo Ota (*apud* Brum, 2002, p. 96), disponíveis para sintonia: “cinco emissoras FM e seis AM. Quanto às FMs - Canarinho, Capital, Cidade, Ativa e Educativa e seis AM’s - Capital, Ativa AM, Cultura, Educação Rural, Cidade AM e CBN Pantanal”.

Em geral, podemos dizer que as rádios AM e FM apresentam características diferentes. As emissoras, em Campo Grande, sintonizadas nas faixas AM, mantêm programação voltada para o atendimento da comunidade, principalmente da zona rural, sendo que grande parte delas intercala entretenimento e serviço. Tocam músicas, estimulando a participação dos ouvintes e contam com um público fiel. A única exceção é a Rádio CBN, Companhia Brasileira de Notícias, que se diferencia por operar no sistema *all news*, ou seja, transmite notícias 24 horas.

Quanto às FMs, podemos dizer que seguem a mesma programação encontrada na maior parte das freqüências modulares localizadas nas demais cidades brasileiras, conforme Ortriwano (1985, p. 23): “Nos últimos anos, as emissoras FM, com uma

programação exclusivamente musical, têm sido as responsáveis por uma ebulação no meio que o rádio não conhecia desde o surgimento da televisão, no início dos anos 50”.

Em Campo Grande, dentro da faixa FM, há uma exceção à citação acima. A Rádio Ativa 102,7 foi arrendada ao pastor evangélico Edir Macedo, em 1998, que transformou sua programação musical em exclusivamente evangélica. Apesar do grande número de emissoras de rádio em nosso estado, podemos afirmar que elas pertencem basicamente aos poderosos grupos empresariais que dominam suas concessões:

- Grupo Zahran - Rádio Difusora e TV Morena, TV Cidade Branca e Centro América (afiliada ao Sistema Globo em MT e MS) .
- Grupo Correio do Estado - Rádio Cultura, Canarinho, Jornal Correio do Estado e TV Campo Grande (afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão).
- Ivan Paes Barbosa - FM Cidade, Rádio AM IPB (Ivan Paes Barbosa) e da TV MS (afiliada ao grupo Record).
- Grupo Matosul - TV Guanandi, da Rádio AM Guanandi e TV Caiuás, em Dourados (afiliada à Rede Bandeirantes).

A relação entre a concessão de veículos de comunicação e os grupos detentores do poder é antiga, haja vista o retrato brasileiro das rádios convencionais e seus proprietários:

Possuímos menos de 5.000 emissoras de AM e FM, sendo que 3.000 pertencem aos partidos políticos (85% dos parlamentares do Congresso Nacional são donos de emissoras de rádio e televisão), e as demais são ligados à família de empresários dos meios de comunicação ligados a políticos. Os principais políticos sócios detentores das concessões dos meios de comunicação são, José Sarney, Fernando Collor de Mello, José Eduardo Andrade Vieira, Antônio Carlos Magalhães, Inocêncio de Oliveira, José Agripino Maia, Aloísio Alves Filho, João Alves Filho, Cícero Lucena, Geraldo Bulhões, Orestes Quêrcia, Jader Barbalho, Tasso Jereissati. Todos esses políticos são ou foram Presidentes da República, ministros ou senadores (SOUZA. 1996, p. 166-7).

Seguindo esse pensamento de apoderamento dos meios de comunicação pelo poder político, o artigo da Folha de São Paulo, de 12 de junho de 1994 (p. 18), comentou:

[...] é comprovado o uso de testas-de-ferro para burlar o Código Brasileiro de Comunicação. Vários políticos utilizam empresários-fantomas para monopolizar a comunicação. Essa mesma estratégia é utilizada pela maioria das famílias detentoras do monopólio de comunicação no país. O ex-governador Orestes Quêrcia, por exemplo, tem três rádios e uma de TV registrada em seu nome, porém a Folha de

São Paulo demonstrou que ele ainda possui posse efetiva de mais duas televisões no interior de São Paulo, através da estratégia dos empresários testa-de-ferro.

As principais famílias que detêm o domínio da radiodifusão no Brasil são, de acordo com Souza (1996, p. 167): “[...] as famílias Marinho (Rede Globo), Sirotsky (RBS), Bloch (Grupo Manchete), Saad (Bandeirantes), Abravanel (Grupo Sílvio Santos - SBT), Câmara (Grupo Câmara), Dou (TV do Amazonas), Jereissatti (Grupo Verdes Mares) e, mais recentemente, Andrade Vieira (Bamerindus/GNT)”. A respeito deste monopólio das comunicações no Brasil, Machado (1986, p. 143) apropriadamente comentou que:

[...] a vontade de gerar a difusão das ondas sem concessão, ou fazer a chamada pirataria, é reação ao monopólio as comunicações que aí está: um limitadíssimo número de rádios e TV, concedidos pelo próprio Presidente da República, historicamente usados como forma de dividir privilégios e até agraciar amigos e médicos pessoais dos generais-presidentes. Tal como é definida pela lei, a concessão é arma de apaziguar forças políticas palacianas, um privilégio trocado por sustentação política ou por caixa de ressonância dos discursos oficiais. A política do monopólio está assentada, por um lado, na legislação ordenadora, que define quem está apto a falar, e, de outro, na acomodação de uma sociedade que nunca soube cobrar outro estado de coisas para a matéria. Assim, o direito de o cidadão dar e receber informações torna-se crime, ou, mais precisamente, crime de lesa-majestade.

## **2. BREVE HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA: A RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA ATUAÇÃO EM MATO GROSSO DO SUL**

A comunicação alternativa com sua ideologia diferenciada, tanto no conteúdo, quanto na função e nível de participação, veio propor uma transformação do modelo de comunicação massiva, em que a comunicação assume o papel de fazer com que as pessoas criem conhecimento e informações juntas, ao invés de apenas recebê-los. Nessa perspectiva a comunicação comunitária constitui-se, em sua origem, como uma reação ao modelo hegemônico na noção mecânica de comunicação, como transmissão de informação de fontes ativas e receptores passivos. Esse tipo de comunicação converteu-se, ainda, em portadores das insatisfações e movimentos sociais e de setores da sociedade civil com as ditaduras militares que, entre os anos 70/80, predominaram na maioria dos países latino-

americanos, para os quais a comunicação de massa se constituiu em um dos principais instrumentos para a difusão e manutenção de seus projetos políticos.

No Brasil, a terminologia “alternativa” nomeia, nessa época, principalmente aquela comunicação feita pelos intelectuais que, em resistência à ditadura, criaram jornais e outros veículos de expressão própria. Conforme Peruzzo (1991, p. 68): “[...] a comunicação alternativa ou popular não é um fenômeno recente no Brasil. É na década de 80 que ela aparece com mais desenvoltura, pois corresponde a todo um processo de mudança, constituído no interior da sociedade brasileira”. Entende-se que o desenvolvimento do termo popular, ou do alternativo, em comunicação, está ligado à conjuntura sócio-política e, ao mesmo tempo, designa a comunicação desenvolvida no âmbito dos movimentos populares (das mulheres, das associações de bairro, pastorais, etc) onde são produzidos boletins mimeografados, panfletos, rádios de alto-falantes, etc. Foi por meio dessas experiências de alto-falantes que surgiu a radiodifusão comunitária, em plena era da informática, das novas tecnologias<sup>6</sup>, incluindo a era digital. Conforme Negropontes (1995, p. 22): “[...] ser digital significa a possibilidade de emitir um sinal contendo informação adicional para correção de erros como a estética do telefone, o chiado do rádio ou o chuvisco da televisão”.

Neste trabalho optou-se por enfatizar o termo comunitário, ao invés de popular e/ou alternativo, pois além de ser mais comumente utilizado na maioria dos países latino-americanos é em torno dele que se movimenta hoje toda a luta pela obtenção das concessões das chamadas “Rádio Comunitária”.

Podemos verificar alguns termos utilizados em países latino-americanos, como a formulação de José Ignácio Lopes Vigil, coordenador da Associação Mundial das Rádios comunitárias - AMARC, incluída na obra de Cogo (1990, p.17): “Rádios livres e comunitárias no Brasil, comunitárias na Argentina, participativas na Nicarágua, populares no Equador e Peru”.

---

<sup>6</sup> Agrupados sob o nome genérico de Novas Tecnologias de comunicação, estão os novos aparelhos de produção e de som e imagem, enfim, de informação; os suportes para tais aparelhos (programas pré-gravados); e todos os componentes de transmissão eletrônica de informações. A lista inclui o aparelho de videocassete, videodisco, a câmera de Tv portátil e de baixo custo, a televisão por cabo, os computadores (incluindo os domésticos de baixo custo), os video games, o teletexto e o vídeo texto, satélites de comunicação e muitos produtos, variantes dos já citados ou resultantes da interação entre alguns deles (MELO, 1989, p. 30).

A respeito da origem da radiodifusão comunitária, em geral, Barbeiro (2002, p. 44) escreveu:

O rádio nasceu nas pequenas cidades do interior como sucessor dos velhos alto-falantes. Eram as rádios comunitárias da época, que em vez de ocuparem uma freqüência de FM, usavam os alto-falantes espalhados nas ruas e praça principal. Só se falava de coisas que aconteciam no dia a dia das pessoas. Os anunciantes eram o açougue, a selaria, e o armazém de secos e molhados.

Essa utilização de transmissão tornou-se mais significativa em função das limitadas possibilidades de ocupação de espaços pelos grupos populares no interior das emissoras comerciais, assim, aos poucos, elas vão estruturando programações, reapropriando formatos e conteúdos do rádio convencional, ou ainda criando e recriando suas próprias e específicas formas de intervenção.

Em Campo Grande, a radiodifusão comunitária não seguiu caminho muito diferente do acima descrito. A primeira rádio comunitária por alto-falantes, de que se tem notícia, foi implantada por meio de um projeto de conclusão de curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, na comunidade de São Benedito, em Campo Grande. Sobre seu projeto, Silva (2000, p. 54) informou:

Em 1993, quando o professor Edson Silva ministrava a disciplina de Comunicação Alternativa, fez os alunos conhecerem na prática o conteúdo, o que se tornou projetos de conclusão de curso da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. A primeira comunidade a ser escolhida para a comunicação através de alto-falante foi a comunidade de São Benedito. Após essa data, por três anos consecutivos, a comunidade viveu o trabalho em rádio, com reuniões e discussões assistidas por professores da referida universidade, mas que depois, em função do afastamento do mentor do projeto, ela se desfez.

Coincide com esta época, início da década de 80, o começo dos movimentos sociais pela democratização dos meios de comunicação<sup>7</sup> e da conscientização popular sobre cidadania e participação. Limitados em suas comunidades e excluídos dos processos decisórios de maneira geral, moradores das periferias das cidades e de áreas geralmente não contempladas com os serviços usualmente oferecidos pelo poder público aos bairros e localidades de maior valorização imobiliária, movimentaram-se em todo o país, em um tipo específico de organização local.

---

<sup>7</sup> O movimento pela democratização da comunicação surgiu de forma organizada e institucional durante a redemocratização do país em 1983/1984. Seu objetivo é propor políticas democráticas e provocar modificações na legislação nacional de comunicação, a fim de democratizar seu uso.

A emissora comunitária passou, então, a exercer papel fundamental neste processo, por sua capacidade de captar e potencializar os anseios da comunidade. A partir do momento em que os moradores vêm tomando consciência de serem eles os promotores de uma diferenciação efetiva entre a sociedade e a comunicação de massa - monopolizada por pequenos grupos políticos, com seus mecanismos de despersonalização, desorientação, desarticulação, anonimato e reações isoladas -, começa a acontecer, por meio da comunicação alternativa, a formação e a ativação de um processo de combate à anulação individual e à passividade, de realização de valores comuns e individuais e transformação da realidade comunitária. Denomina-se este processo de “exercício de cidadania”, componente indispensável para o processo de desenvolvimento local.

Proliferaram, assim, emissoras comunitárias em todo o Brasil. Em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, a primeira emissora procurada para dar início ao processo investigativo proposto por este trabalho, foi a Rádio Ciclista, localizada na Avenida das Bandeiras nº 2.402, pertencente à comunidade da Vila Nhá-Nhá. Esta rádio, tida como a mais antiga de Campo Grande, desenvolveu, em seus seis anos de transmissão, de 1995 a 2001, alguns trabalhos considerados como comunitários. No princípio, esta pesquisa iniciou-se analisando seu conteúdo, após tal análise foram solicitadas cópias dos documentos, tais como do pedido de intenção de concessão e estatuto da emissora, os quais foram negados. Acreditou-se que a pesquisadora pertencesse a algum órgão fiscalizador que pudesse, com as informações obtidas, inviabilizar o funcionamento da emissora. Tal posicionamento impossibilitou a continuidade da pesquisa naquela emissora.

A segunda emissora procurada foi a Rádio Comunitária Segredo, cuja primeira transmissão aconteceu em 13 de agosto de 1995. Localiza-se na Vila Nasser e é a mais bem equipada emissora comunitária do estado. Com equipamentos de última geração, costuma, freqüentemente, encomendar procedimentos de pesquisas para medir o índice de audiência de seus programas. Sua programação é similar às das emissoras convencionais, sem vínculo direto com a comunidade local; tem como presidente da Associação Comunitária o Sr. Mariano Cabreira, vinculado ao “PT” - Partido dos Trabalhadores.

Sobre a emissora, Silva (2000, p. 15) relatou:

Mariano diz que a idéia de montar uma rádio comunitária começou com as discussões que o seu assessorado, o então Deputado Estadual, Zeca do PT, trouxe para o Estado. Comprados os equipamentos, o Sr. Ramão Cabreira, irmão de Mariano, ficou com a responsabilidade de colocar a rádio no ar, pois ele trabalhava como radialista desde 1990. Questionado

sobre quem seria o dono da rádio, Ramão disse que oficialmente a rádio não teria dono. Legalmente, seguindo o estatuto, ela não poderia ter um dono, seria apenas uma associação comunitária, mas isso é apenas na teoria, pois na prática seria Mariano, que foi quem investiu na emissora.

No início de 2001, ano em que efetivamente esta pesquisa de campo foi iniciada, encontramos as portas daquela emissora fechadas, pelos mesmos motivos já mencionados da Rádio Ciclista. Em abril de 2002, um locutor da emissora Comunitária Segredo foi ao ar, em uma entrevista para um programa da TV-UCDB, e disse que “A Rádio Segredo é uma Radio Comunitária Comercial”.

Tal comentário, associado aos motivos apresentados anteriormente, atestou a inviabilidade de utilizar a Rádio Segredo como objeto desta pesquisa. Mesmo sendo considerada inovadora quanto ao conteúdo de sua programação, a radiodifusão comunitária não pode inovar a ponto de ser chamada de Comunitária Comercial, pois essa denominação não existe na Lei que regulamenta essas emissoras.

Ainda que a pesquisa tenha detectado em Campo Grande a presença de Rádios Comunitárias, que se intitulam como tal, essas emissoras quando analisadas e comparadas às existentes no Brasil, que cumprem fielmente as normas e regulamentos conforme a lei<sup>8</sup>., deixam a desejar. Além das emissoras já mencionadas, verificamos também aquelas de cunho político-eleitoral, ligadas aos candidatos, cargos eletivos e seus respectivos partidos. Há ainda as emissoras religiosas vinculada aos setores da Igreja Evangélica, como é o caso da Rádio Comunitária Atalaia, no Bairro Santo Amaro, cujo presidente da Associação é pastor evangélico da Igreja de Cristo da Última Hora, condicionando quase toda sua programação à conteúdos evangélicos, nos mesmos moldes da Rádio Comunitária Nova Maracanã.

---

<sup>8</sup> Um exemplo de emissora comunitária que atua de acordo como deve ser, foi relatado em uma matéria feita pelo jornal “O Estado de São Paulo”, em vinte de setembro de 2001, a repórter Tatiana Favaro, escreveu: “Quem chega à favela de Heliópolis sem saber onde fica a rádio comunitária do bairro, não demora muito tempo para descobrir o endereço. Os moradores indicam o caminho e muitos até fazem questão de levar o visitante a única sala do sobrado da Rua da Mina. No local poucos equipamentos e um telefone são suficientes para atender às queixas, pois a prioridade é manter os moradores informados, diz o coordenador da Heliópolis FM, Sr. Geronino Barbosa de Souza, o Gero. Ele conta que foram os vizinhos que impediram o fechamento da rádio quando receberam a visita da Agencia Nacional de Telecomunicações. Ele é um dos trinta voluntários que compõem a equipe de produção nas suas programações, as quais são feitas pelos próprios moradores. Os serviços prestados consistem em cobrança de esgoto canalizado, asfalto, luz, divulgação de características de pessoas desaparecidas na região, informação sobre saúde. A emissora divulga as datas do rodízio de recolhimento de lixo, orienta os pais a não deixarem as crianças faltarem às aulas e recebem administradores regionais para esclarecer as dúvidas locais. Fala dos direitos dos cidadãos e explicam quais os seus direitos também”.

Quando as emissoras comunitárias atuam em conformidade com a lei, ou seja são criadas e mantidas pelas associações das comunidades, com programações voltadas aos seus interesses, com pequenos projetos de comunicação, localizados e integrados à realidade de suas comunidades, a participação de todos garante e legitima sua existência, pois essas emissoras são capazes de produzir conteúdos de qualidade, garantindo a audiência, fornecendo respostas às necessidades da população.

De acordo com Meiliani, em seu artigo disponível na internet [www.rbc.org.br](http://www.rbc.org.br), explicou que:

[...] temos a certeza de que o modelo oficial de comunicação, organizado sobre grandes redes nacionais que reproduzem informações geradas em centros industrializados, começa a se transformar. Primeiro porque se vê pressionado à revisão imposta pelas novas tecnologias. Segundo, porque milhares de pequenas emissoras espalhadas no território brasileiro jogam, diariamente, um incalculável número de novas vozes na interlocução social. Novos artistas, novos cantores, músicos, poetas, jornalistas, radialistas, mulheres, crianças, educadores, gente brasileira que jamais encontraria espaço nos grandes meios, hoje pode dialogar com seus pares e movimentar o subterrâneo da produção cultural e da organização social. Entretanto, são muitos os preconceitos que enfrentamos quando defendemos as rádios de baixa potência. Veículo considerado menor e ultrapassado, o rádio, no entanto, é o que possui maior alcance junto à população de baixa renda e nas regiões pouco industrializadas. Possui altíssimo índice de recepção porque liberta o ouvinte para atividades paralelas.

Dessa forma, conhecedora de sua função social, a maioria das emissoras comunitárias está sob controle de poucas pessoas que, historicamente, são consideradas amantes do rádio, mas que não têm uma preocupação com o conteúdo veiculado. A esse respeito Luz (2000, p. 48) explicou:

[...] os estatutos da Rádio Comunitária devem prever um Conselho Comunitário composto por, no mínimo, cinco entidades pertencentes à comunidade da área abrangida pela emissora. De caráter consultivo, este conselho fiscalizará a emissora no tocante ao seu caráter comunitário, à sua administração, e à sua programação.

Por amor à arte e permeados de boas intenções, os amantes do rádio, planejam, elaboram e instalam essas emissoras comunitárias, entram no ar, mesmo correndo o risco de serem submetidos aos rigores da Lei da radiodifusão comunitária, que vem sendo aplicada, indistintamente, punindo com prisão àqueles que as estiverem operando e ainda lacrando e apreendendo seus equipamentos. O presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã, quando questionado sobre o motivo de montar uma rádio, respondeu: “ Isso

vem do gosto né? A gente já trabalhava sempre com rádio profissional na época e aí foi surgindo a rádio comunitária e continuamos a trabalhar com rádio. Surgiu a vontade de colocar uma rádio comunitária, compramos os equipamentos e colocamos no ar" (Adelino Ferreira dos Santos, Entrevista, 2001).

Constatou-se que os dois presidentes, tanto da Rádio Comunitária Nova Maracanã quanto da Metropoly, trabalharam em emissoras comerciais e levaram seu aprendizado e conhecimento para este novo tipo de radiodifusão, mas sem reconhecer seu poder articulador. De forma não intencional, oferecendo à comunidade aquilo que sabiam oferecer, músicas, limitavam-se a copiar os modelos adotados pelas rádios comerciais. Sobre essas emissoras Melo (1989, p.23) comentou: "[...] as emissoras de rádio comercial se caracterizam por uma pobreza de conteúdos, perfazendo a tarefa de difusão musical dos ritmos importantes, razão pela qual passam a ser chamadas de máquinas de moer músicas".

Essa pobreza de conteúdo, também não deixa de ser uma realidade das emissoras comunitárias, além do fato de que as rádios comunitárias pesquisadas, a Nova Maracanã e Metropoly, bem como Rádio Comunitária Segredo, Ciclista e Atalaia, dissemeliam informações que privilegiam apenas o nome da emissora e o número no dial<sup>9</sup>, em suas chamadas. A expressão mais importante do processo, a palavra comunitária, é omitida. São transmitidas as seguintes frases:

“Você está ouvindo a Rádio FM Nova Maracanã, 98,7”.

“Você está ouvindo a Rádio Metropoly, 104,0”.

Questionados a respeito, os presidentes das Associações Comunitárias, de ambas comunidades, confirmaram a omissão, esclarecendo que isso se deve ao costume, como explicou o presidente do bairro Jose Abrão, quando questionado a respeito:

[...] a omissão não é que a gente queria. Acontece que já tem o costume por você ter vindo de uma rádio e de repente não ligar de não dizer rádio comunitária. Até hoje nós nos reunimos para fazer uma mudança com relação a isso, exatamente pra chamar a atenção das pessoas que aqui trata de uma rádio comunitária, não é uma rádio comercial, é uma rádio que está aí à disposição (Claudemir Rivarola, entrevista, 2001).

---

<sup>9</sup> Dispositivo de um rádio receptor utilizado para sintonizar uma determinada freqüência.

Outro fator que deve inibir a propagação da palavra “comunitária” é a propaganda que a ABERT<sup>10</sup> faz, constantemente, proliferando a idéia de que as emissoras comunitárias ou de baixa potência interferem na comunicação de serviços essenciais, como o dos bombeiros e, principalmente, da aviação, causando sérios e perigosos riscos a essas atividades. Criou-se, assim, um preconceito com relação ao termo comunitário, que afeta as emissoras.

[...] É muito estranho que pequenas emissoras que funcionam com baixa potência (no máximo 50 Watts) venham a causar esse tipo de desarranjo nos aviões de carreira. Jamais conseguiríamos imaginar que grandes empresas da indústria aeronáutica como a “Boeing” ou a “Folcker” que têm a responsabilidade de produzir veículos aéreos que sobrevoam os céus do mundo inteiro, fossem tão ingênuas, incompetentes ou irresponsáveis em deixar sair de seus hangares aeronaves com tamanha vulnerabilidade em seus sistemas de navegação. Temos consciência que nenhum tipo de radiofrequência pode adentrar na fuselagem de uma aeronave, pois a engenharia aeronáutica prevê nos projetos qualquer possível interferência, através de blindagem e duplicação de comandos e comunicação, dado o fato dos aviões percorrerem os céus de todo o planeta, onde existem as mais diferentes práticas e intensidade de radiofrequência. Só para se ter uma idéia, segundo a INFRAERO, existem mais de 350 transmissores de mão (HT) e 50 transmissores bases (com 50 watts cada) no aeroporto de Cumbica em pleno funcionamento nas mãos dos funcionários das empresas aéreas e nas viaturas que percorrem as pistas e os hangares cargueiros, totalizando mais de 4.150 watts de possibilidade de irradiação. E nada interferem. O mundo inteiro, onde percorrem essas aeronaves, é pulverizado de todo tipo de emissoras (grandes, pequenas, legais ou não), mas só aqui no Brasil provocam essas supostas “interferências” como alega a ABERT (LOBO, <http://www.intermega.com>.)

Em Mato Grosso do Sul, em outubro de 2002, temos, em todo estado, 223 pedidos registrados no Ministério das Comunicações e 13 Associações Comunitárias operando em freqüência de FM, já com concessões autorizadas pelo Congresso Nacional, que viabilizam o seu funcionamento sem o risco de serem fechadas e/ou lacradas pela ANATEL.

Conforme pesquisa realizada no site [www.mc.gov.br](http://www.mc.gov.br) - Ministério das Comunicações - processos autorizados, as Associações Comunitárias, com concessões, se localizam nas seguintes cidades:

Alcinópolis - Associação Comunitária Ecológica Educativa e Cultural de Alcinópolis.

Antônio João - Associação de Integração Comunitária Novos Tempos.

Aquidauana - Associação Beneficente Renascer.

Brasilândia - Associação de Integração Comunitária Cidade Esperança.

---

<sup>10</sup> Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Fundada em 27 de novembro de 1962, tem como um dos seus principais objetivos lutar contra a proliferação das emissoras de rádios ilegais.

Chapadão do Sul - Associação Cultural Chapadão do Sul.

Coxim - Associação Comunitária e Cultura Pantaneira.

Eldorado - Associação Comunitária Novo Alvorecer.

Guia Lopes da Laguna - Associação Comunitária Cultural e Beneficente - Heróis da Retirada.

Ivinhema - Associação Comunitária Cultura Itapoá.

Naviraí - Associação Comunitária de Desenvolvimento Artístico e Cultural de Naviraí, Aconavi.

Rio Negro - Associação Comunitária da Comunidade de Rio Negro.

Sonora - Associação Comunitária de Desenvolvimento Artístico Cultural e Informação Princesa do Norte.

Três Lagoas - Associação Cultural Comunitária de Três Lagoas.

Além das treze emissoras comunitárias já com concessão, temos ainda espalhadas pelo estado mais quarenta e duas, com seus processos autorizados, segundo a medida provisória nº 2143-33 de 02.05.2002. Ela autoriza, temporariamente, a execução do serviço de radiodifusão comunitária, em função de ter transcorrido o prazo entre a entrada dos processos no Congresso Nacional e sua não apreciação por parte dos Parlamentares, de acordo com o art. 64, parágrafo 2 e 4, da Constituição Brasileira. Assim, o Poder Concedente, no caso, Ministério das Comunicações, poderá expedir uma autorização de operação, em caráter provisório, que perdurará até a apreciação do ato de outorga pelo Congresso Nacional.

Como se observa, não há nenhuma concessão autorizada para Campo Grande, assim como nenhum processo autorizado, o que possibilitaria as emissoras comunitárias, usufruírem da medida provisória 2.143. Até o final de 2001 registrou-se, junto ao posto avançado do Ministério das Comunicações, 44 pedidos de interesse das associações da capital, interessadas na radiodifusão comunitária.

A exclusão de processos autorizados, para as rádios comunitárias de Campo Grande, foi um dos motivos que levou algumas emissoras locais a solicitar a liminar ao Juiz Federal, de modo que pudessem fazer suas transmissões. Entretanto, de todos os pedidos efetivados, na Justiça Federal, apenas dois conseguiram a liminar: a Rádio Comunitária Atalaia e a Segredo, sendo que apenas esta última continua no ar.

Desconhecemos os critérios que determinam o tempo necessário às apreciações das solicitações de regulamentação das emissoras comunitárias. Contudo, segundo informações do Presidente da Abraço, Sr. José Luiz Soter, muitas solicitações de associações comunitárias foram outorgadas provisoriamente pelo Congresso Nacional, a partir de maio de 2001, em função da Medida Provisória (MP), em todo o território nacional.

Em Campo Grande, as emissoras que apresentaram suas solicitações ao Ministério das Comunicações detêm apenas Aviso de Habilitação. Dentre elas, algumas desde 1999 funcionavam sem que, contudo, tenham ainda sido expedidos seus processos de autorização, condição essencial do citado trâmite burocrático para serem contempladas na medida provisória.

Segundo dados da Associação Brasileira das Emissoras de Radiodifusão Comunitária - ABRAÇO calcula-se que, em todo o Brasil, há seis rádios comunitárias para cada rádio comercial, totalizando hoje, provavelmente, mais de 15 mil pequenas emissoras espalhadas no país, com um incalculável número de vozes atravessando a interlocução social. Trata-se de uma quantidade significativa, quando comparada ao das emissoras convencionais brasileiras.

### **3. RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA RELAÇÃO COM A COMUNIDADE**

Comunidade, para Cogo (1998, p. 51), significa:

[...] o espaço privilegiado de constituição e vivência dos valores fundamentais como a solidariedade, a união, a ajuda mútua que, articulados à religiosidade impõem-se como referenciais indispensáveis na compreensão das culturas populares na sua relação com a comunicação. Ela é o mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, por último, de comunicação entre parentes e vizinhos.

Comunidade é o lugar onde o homem se sente em casa, aparecendo como uma forma de organização, caracterizando-se por determinações quanto à estrutura, à dinâmica interna e ao indivíduo nela situado. Para Marcondes (1991, p. 158):

Toda comunidade tem uma dinâmica interna própria. Há um sentimento de comunidade que permeia as ações dos indivíduos, porque estes se

sentem como partes de um todo claramente delimitado e cuja dimensão são concretamente perceptíveis. No interior da comunidade há um caráter cooperativo entre os indivíduos, há representatividade. Estes são apenas aspectos que não podem ser descartados na identificação e no trabalho com comunidade. Comunidade: uma ação organizada de indivíduos que possuem ou estão sob condições comuns.

Complementando essa conceituação de Marcondes a respeito de sociedade e comunidade, Ávila (2000a, p. 71-2) analisou, sociologicamente, as duas formas básicas de agrupamento dos seres humanos, desde o surgimento da espécie até as chamadas comunidade e sociedade:

A comunidade se configura por grupo de pessoas que se convergem, articulam e interagem através de relacionamentos primários e a sociedade também se constitui de grupos de pessoas que se convergem, articulam e interagem só que, ao inverso da comunidade, por tipos de relacionamentos entendendo-se que:

- Relacionamento primário: consiste naquela cadeia de contatos e vínculos que as pessoas vão, paulatina, mas constantemente, formando entre elas, ao longo de suas cotidianidades de vida, de maneira fortuita, espontânea e informal: por eles as pessoas se conhecem, se avaliam e se controlam, assim como conhecem, avaliam e controlam o ambiente comum às suas existências. Esses laços de vinculações interpessoais se iniciam, expandem e consolidam do âmbito da vizinhança para os de bairro, de cidade, e assim por diante.
- Relacionamentos secundários: decorrem e se respaldam em regras formais (leis, regimentos, regulamentos e quaisquer outros tipos de normas e decisões coletivas) de controle externo à pessoalidade de cada um, gerando o princípio jurídico de que todos são iguais perante a lei.

De acordo com estas citações de Ávila, verificamos que as comunidades nas quais realizamos as pesquisas, tanto do Bairro José Abrão como do Bairro Guanandi, apresentaram predominância de relacionamentos primários sobre os secundários, pois há algum tipo de grau de parentesco entre a maioria dos moradores (constituída por primos, genros, cunhados), que ainda compartilham da mesma opção religiosa, ou seja, pertencem e freqüentam a mesma Igreja.

Notou-se que essas comunidades são dependentes e possuem pouca capacidade de se organizar, administrar, articular, solucionar, ou, pelo menos, participar ativamente da resolução de seus problemas básicos de educação, saúde, habitação, alimentação, lazer, cultura, desporto e locomoção, o que deixa clara a importância em se efetivar corretamente a implantação de um veículo local para iniciar esse processo articulador, inclusive para fazer emergir nos seus integrantes o sentido do “coletivo”. Não há como deixar de

evidenciar a presença de um líder de bairro, aliado à emissora comunitária, como aconteceu no Bairro Guanandi, onde Ivanor de Oliveira Brites, presidente da Associação de Bairro, conduzia um programa de fato seu, por mais de um ano, conforme pode ser observado em sua entrevista para esta pesquisa:

[...] já estamos ai com dois anos no ar. O programa na verdade esta com duas programações na rádio. Um que inicia ás 4:30min e informa a hora, acorda o pessoal, fazendo inclusive trabalho comunitário. E tenho à noite que é uma programação musical de pagode, inclusive também à disposição da comunidade para o que precisar na parte de divulgação de eventos, dia de missa na Igreja, o que precisar nós estamos à disposição. Dois anos de programação, bem divulgada. Temos informativos dentro do bairro que divulga a programação e divulga que nós estamos com um trabalho junto à comunidade. A programação é direção e produção toda minha (Entrevista, 2001).

Durante o tempo em que foi locutor, percebeu que, enquanto atuava sozinho, mal conseguia mobilizar os moradores para que tomassem alguma iniciativa, ainda que de caráter precário, para a melhoria do bairro. Este panorama foi modificado, pelo menos parcialmente, quando passou a utilizar a rádio comunitária como veículo disseminador de idéias em prol do bairro, conforme afirmou:

Teve um aniversario de um ano de programa. Reunimos vários grupos de pagode e juntamos com a copa Guanandi de Futebol Amador aqui no bairro. Fizemos uma parceria com os realizadores do campeonato, com a Funcesp e um intercâmbio com a rádio comunitária, associação de moradores e nós tivemos mais de três mil pessoas presentes (Ivanor O. Brites, Entrevista, 2001).

A pesquisa que resultou nas observações supracitadas foi realizada e confirmada em que se pode verificar que presidentes e líderes dos bairros sub-utilizam a rádio e as comunidades pesquisadas não têm conhecimento do papel ou do poder que uma emissora comunitária pode exercer em prol de si mesmos e junto aos poderes constituídos. Tal conscientização possibilitaria ainda mais, à comunidade, a promoção de sua coesão e mobilização. Sobre este poder, Peruzzo (1988, p. 3) esclareceu:

As rádios comunitárias, mesmo com números controversos: para uns têm-se 5.500, para outros 7.000, mas existem estimativas que falam na existência de 10.000 emissoras no país, ousaram iniciar a “reforma agrária no ar”. Trata-se de algo inédito na história do país, pelo elevado número de emissoras demonstrando uma disposição de ocupar as ondas, numa aberta contestação ao controle oligopolizado dos meios de comunicação de massa.

Cabe salientar ainda que, para melhor entendimento do cotidiano comunitário, que ao mesmo tempo em que se percebe essa passividade geral para a resolução de problemas coletivos, individualmente, a postura é diferente. Os moradores das comunidades pesquisadas, sem opção de trabalho e por questão de sobrevivência, procuram sozinhos, dentro da economia informal, meios para manter sua subsistência individual e familiar. Observou-se, por exemplo, a fabricação caseira de geladinhos (gelo com sabores), carrinhos para venda de cachorros-quentes e a prestação de serviços gerais em casas de família. Alguns moradores utilizam a rádio comunitária como uma espécie de central de empregos, principalmente, para oferecer de serviços autônomos, como os de pedreiro, servente de pedreiro, mestre de obra e empregada doméstica.

As considerações apresentadas a respeito dos tipos de relacionamentos existentes nas comunidades pesquisadas, alinhavadas às citações de Ávila, permitem-nos concluir que nossas comunidades, para se tornarem promotoras potenciais de desenvolvimento, necessitam priorizar ações que motivem maior interesse e consequente aprendizado sobre a utilização das rádios comunitárias como ferramentas poderosas na transformação dos relacionamentos calcadamente “primários” para o estágio de seu equilíbrio com os “secundários”, ou seja:

Uma comunidade para ser considerada média ideal, para efeito de desenvolvimento local, é aquela em que haja uma certa, mas não exagerada, preponderância dos relacionamentos primários sobre os secundários ou no máximo se constate o equilíbrio entre essas duas categorias (ÁVILA, 2000a, p. 71).

Entende-se nesse contexto, segundo o mesmo autor (2000a, p. 70-1), que:

Desenvolvimento local é o processo dinamizador da comunidade local a fim de que a mesma reactive a respectiva economia e todo o seu progresso de qualidade de vida. Representando, este desenvolvimento, a esperançosa novidade exatamente porque talvez represente, no momento, a única proposta de progresso integral, em nível concretamente local, capaz de despertar e impulsionar a própria comunidade.

#### 4. RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Neste novo milênio tivemos, na história nacional, dois acontecimentos do século passado que merecem destaque, por terem se configurado como poderosos fatores de progresso e de integração brasileira.

O primeiro deles, já consagrado e de incontestável importância no contexto popular, foi o rádio, que veio atender às demandas coletivas de lazer, entretenimento e informação. Rosa (1998, p. 10) confirmou que: “[...] é inegável o poder que o meio rádio exerce sobre a população, sendo o mais democrático e popular que atinge todas as classes sociais, sexos e idades. Além disso possui penetração, praticamente igual a da televisão, sendo consumido por 92% da população”.

O outro, ainda recente, mas que vem despontando e se fazendo presente nas discussões de organismos internacionais e nacionais: desenvolvimento local. Sua relevância tem sido notada em função das transformações operadas pela globalização, que demonstra que desenvolvimento, em nível nacional, está cada dia mais distante de ser concretizado.

O antigo modelo de soluções dos problemas nacionais vem sendo substituído pelo desenvolvimento local, entendido por Callou (2002, p. 50): “[...] como o processo de construção de oportunidades e melhores condições de vida para populações locais, mobilizando capacidades endógenas”.

O desenvolvimento local surgiu em meio às reflexões que buscavam encontrar soluções para problemas mundiais variados, tais como criação de novos empregos e melhorias de qualidade de vida, entre outros, como uma estratégia para perfilar novos modelos de desenvolvimento humano. É uma idéia criativa e renovadora, que tem como objetivo remodelar a realidade cotidiana das comunidades brasileiras, por se configurar como uma força capaz de desenvolver um ambiente propício na comunidade, incentivando o surgimento de idéias, líderes e ações que transformem o local. Alencar (*apud* Marques, 2000, p. 121) conceituou criatividade de forma muito interessante:

[...] criatividade tem a ver com processos de pensamento que se associam com imaginação, insight, invenção, inovação, intuição, inspiração, iluminação e originalidade. Ela diz respeito a uma disposição para pensar diferente e para brincar com as idéias. Tem também, aparentemente, algo de mágico e misterioso, uma vez que as idéias criativas nem sempre ocorrem quando nós as desejamos ou as procuramos, mas sim emergem inesperadamente em momentos em que estamos, muitas vezes, distantes do problema.

Assim, a criatividade poderá ser a habilidade ou até a estratégia necessária aos indivíduos, às organizações e à própria comunidade, que promove sua sobrevivência e modela seu futuro, com qualidade de vida. Este tem sido o efeito sentido no Brasil com a implantação da radiodifusão, que representou um novo símbolo da revolução nos meios de comunicação, como citou Sampaio (1995, p. 80): “[...] é o meio que mais atinge à população brasileira. É uma presença constante na vida de todos, representando muitas vezes o papel de único companheiro em momentos de solidão”.

Este pensamento é complementado por Tavares (1999, p, 10):

[...] o rádio está na cabeceira do Presidente da República em forma de rádio relógio, como também está pendurado no ramo adejante do pé de café do lavrador humilde e analfabeto, em forma de rádio de pilha, está no leito do enfermo e no carro que leva o cirurgião para a primeira operação do dia.

Durante a história nacional, não houve nenhum outro veículo que colaborasse tanto para a integração como o rádio, tornando-se, pelo seu alcance, presença marcante em qualquer processo de desenvolvimento. É considerado como a maior conquista científica do século XX e a maior conquista tecnológica do mundo. Não desapareceu quando foi ameaçado pela televisão, pelo contrário, foi cada vez mais conquistando novos caminhos e espaços:

[...] Aqueles que confiaram no rádio, continuem confiando, porque o rádio é insubstituível e se constitui na mais extraordinária arma, que tende a se aperfeiçoar mais e mais, com a tecnologia posta a seu serviço, que ninguém se arrependa de ter se empenhado tanto, em benefício de tanto, porque o rádio não tem limites: o que está dizendo neste momento, pode ser ouvido no mundo inteiro, nesse mesmíssimo instante. Isso não é milagre, isso é conquista tecnológica. É por isso que eu acho que o rádio nunca será substituído e nunca haverá nada que possa fazer com que o rádio se ofusque, o rádio está no caminho certo (TAVARES, 1999, p. 283).

O avanço do processo de radiodifusão, seguindo as abordagens de desenvolvimento segue paralelo ao do próprio crescimento do país. Ortriwano (1985, p. 15) estabeleceu muito bem este paralelo, afirmando que:

As transformações surgidas no país a partir da Revolução de 1930, com o despontar de novas forças, como o comércio e a indústria, que precisavam colocar seus produtos no mercado interno, aliados às mudanças na própria estrutura administrativa federal, com a forte centralização do poder executivo engendrada por Getúlio Vargas, é o contexto que favorece a expansão da radiodifusão: o rádio mostra-se um meio extremamente eficaz para incentivar a introdução de estímulos ao consumo. Os empresários começam a perceber que o rádio é muito mais eficiente para divulgar seus produtos do que os veículos impressos, inclusive devido ao grande número de analfabetos. Para o rádio, surgem então novas funções, diretamente ligadas ao desenvolvimento político, econômico do país.

Em todas partes do mundo, a humanidade experimentou, viveu e vive um desenvolvimento tecnológico sem precedentes. São inventos e descobertas que há pouco tempo só eram concebíveis em livros ou filmes. Esse desenvolvimento levou a outros desenvolvimentos, social, tecnológico e principalmente, na área da comunicação, em que o aumento na venda de computadores pessoais está acontecendo com tamanha rapidez que Negropontes (1995, p. 52-3) afirmou:

[...] a televisão de arquitetura aberta do futuro é o PC (computador pessoal). Em outras palavras não haverá uma indústria de aparelhos de televisão no futuro. Essa indústria será nada mais nada menos do que uma fábrica de computadores: tela repleta de toneladas de memória e enorme poder de processamento. O motivo para tanto é que os computadores estão se capacitando cada vez mais para o vídeo, equipando-se para processá-lo e mostrá-lo como um tipo de dado. A chave para o futuro da televisão é parar de pensar nela como televisão. Pensar em termos de bits. Bits são bits. O jornal da TV pode não apenas ser transmitido a hora que você quiser: ele pode também ser editado para você e ser acessado de forma aleatória. Se você deseja ver um velho filme com Humphrey Bogart às 8h17min da noite, a companhia telefônica pode providenciá-lo por meio de seu par trançado.

Verificou-se que, com o auxílio do desenvolvimento tecnológico, o rádio colocou e vem colocando todas as suas potencialidades a serviço da vida econômica nacional, consolidando-se como meio de múltiplos objetivos, de expressão popular e integração nacional e, agora, como veículo local, apto também a fomentar o desenvolvimento local.

Esta nova idéia, que adota a concepção de se trabalhar as comunidades conforme Martín (1999), vem ganhando espaço a partir do momento em que promover desenvolvimento local, em nossos dias: “[...] es el reto prioritario de muchos agentes e instituciones em todo el mundo. Ya no es solo una responsabilidad de los gobiernos. Más bien es una preocupación de los sociales, de las administraciones locales y regionales.”.

Estamos vivendo um momento em que o citado desenvolvimento local está sendo convertido em estratégia político-administrativa, em esperança e, ainda, em tema para debates acadêmicos, devido à sua relevância no contexto local. Para González (1998, p. 6):

[...] cada vez se habla más de desarrollo en congresos, libros, revistas... se crean cursos de especialización, se percibe como una puerta de trabajo para jóvenes licenciados, y en ocasiones se recurre a el como via alternativa para el incremento de los niveles de vida y bienestar de las sociedades. Sin embargo se mantiene aún con una entelequia falta de una definición global y ampliamente asumida por todos los profesionales e investigadores de esta temática.

Quando se trata de Desenvolvimento Local, ganha evidência atualmente a freqüente utilização de terminologias e conceitos paralelos, como desenvolvimento endógeno, comunitário, sustentável, integrado. Tais termos são cada vez mais utilizados na literatura científica e nos programas políticos e normativos das administrações. Entretanto, não há desenvolvimento local que não englobe todas essas terminologias, como afirmou Ávila (2000b, p. 76):

Neste, o intento primordial se limita a ressaltar, e tentar explicitar, algumas das mais relevantes características implicadas pela própria lógica (portanto a ela inerentes) do processo de desenvolvimento local, [...] Dentre essas características, chamam atenção as que se seguem: 6.1 – Processo ao mesmo tempo democrático e democratizando [p.77] (...) 6.2 - Processo de cunho endógeno em dupla acepção [p. 79] (...) 6.3 – Processo que implica descentralizações e redimensiona centralizações, [p.84] (...) 6.4 – Outras características trambem inerente à natureza do processo , [p.90] (...):

- finca raízes e projeta as perspectivas da auto-sustentabilidade do desenvolviemnto no âmbito das comunidades-localidades;
- requer tratamento profissionalizante (teoricamente concebido, planejado e operacionalizado) tanto da parte das instâncias ou agências e agentes externos quanto das pessoas e entidades internas às comunidades-localidades que nele se envolvam também como agências ou agentes não importa de que nível e em que função;
- se planeja e implementa integradamente, ou seja, de modo cooperativo, coparticipativo e co-responsável;
- consiste em investimentos comunitário-local de médio e longo prazos, tendo em vista que sua implementação pressupõe a abertura de brechas

nos diques da atual cultura imediatista do desenvolvimento que não se infiltra no âmago das pessoas e respectivas comunidades-localidades para de lá brotar e jorrar – com a adequada e preciosa colaboração externa – como no caso da criança que, ajudada pela obstetra, rompe o seio materno para, aos poucos e ainda pedagogicamente amparada pela família e pela sociedade, assumir a permanente tarefa da real conquista e edificação de sua vida.

A sociedade contemporânea tem sido tão fortemente influenciada pelo movimento de mundialização que a Europa, diferentemente do Brasil, já percebendo a importância do local sobre o global, despertou interesse pelo tema há mais de 20 anos. A respeito do assunto, Martín (1999, p. 7) explicou que o desenvolvimento local surgiu,

[...] como respuesta y alternativa, abarca las diversas experiencias que han surgido a partir de la crisis de los 70, cuando los espacios locales han pasado a constituir una nueva unidad de análisis para redescubrir y reintegrar los recursos y potencialidades locales, en la búsqueda de una nueva lógica de articulación de los espacios para enfrentarse a los desequilibrios y las dependencias de un desarrollo centralista y autoritario y a la desarticulación de las sociedades locales.

Na última década, as estratégias européias de desenvolvimento local estão sendo dirigidas para enfrentar problemas de desemprego produzidos pela reestruturação econômica e pelas políticas de ajuste nos mercados globais. Em 1980, na Espanha, o crescimento do desenvolvimento local vem sendo reforçado pelo processo de descentralização político-administrativa, pelas políticas de criação de emprego e pelas políticas européias. A respeito dessa preocupação em implantar estratégias de desenvolvimento local, González (1998, p. 6) fez o seguinte comentário: “[...] una aparente contradicción que esta nueva tendencia de entender la práctica del fomento del desarrollo económico y social de una población surge en primer lugar en países de elevados índices de desarrollo, como Europa Occidental”. Complementando o pensamento, Martín (1999) confirmou que a Europa, mesmo pertencente a países de elevados índices de desenvolvimento, foi a primeira a pensar nesse processo.

[...] El interés de los expertos europeos por el Desarrollo Local se puede seguir desde hace unos veinte años, aunque en los momentos atuales, el echo relevante es la unanimidad en la utilidad y oportunidad insustituible del Desarrollo Local. [...] El Desarrollo Local es comúnmente aceptado en Europa como una estrategia adecuada a las demandas sociales de mayor bienestar social y de creación de empleo.

Ainda que venha sendo estudado há vinte anos na Europa, no Brasil temos poucas reflexões sobre o assunto, o que leva Ávila (2000a, p. 68) a considerar que:

[...] ainda permanecem questões nebulosas no horizonte conceitual do que venha a significar, de fato, desenvolvimento local. Sua intenção é de que suas posições conceituais tomadas sobre o assunto, apenas devem contribuir para o avanço, em amplitude e profundidade, do que efetivamente se entenda por desenvolvimento local.

Reunindo e considerando as definições de desenvolvimento local e revendo os conceitos de radiodifusão comunitária, podemos verificar que há similaridades nos dois processos. A parte mais importante da sua igualdade, o núcleo desses processos em questão, tem no homem a sua grande essência e a potencialidade de ser ele o sujeito e promotor da história. Não há possibilidade de desenvolver, de crescer, sem que este processo aconteça primeiro dentro do próprio ser humano.

Esse mesmo homem, que segundo Peruzzo (1998, p. 26) : “tem contado menos nas decisões das classes dominantes, por meio de governantes, políticos, empresários e tecnocratas”. Por esta constatação é que o homem tem procurado formas criativas de se fazer ouvir e produzir, procurando a todo custo não transformar-se em um objeto, uma mercadoria, coisa manipulável, em detrimento de sua essência e do caráter de sua espécie. Outra similaridade confirmada é que ambos são oriundos e planejados no meio local, utilizando recursos e iniciativas locais, com o objetivo de integrar e melhorar as condições de vida dos moradores e atingir metas coletivas da comunidade.

Tanto a radiodifusão quanto o desenvolvimento local são processos que vêm criando e recriando suas próprias e específicas formas de intervenção no cotidiano das comunidades. Contribuem para trazer novas formas de produzir e compartilhar experiências, reavivar a participação cidadã, fazer crescer a democracia e ainda para que cada um encontre razões para viver dentro do espírito ético e de cidadania, na comunidade. Ambos surgiram como opções inovadoras no sentido de mobilizar e dinamizar a comunidade, de modo que ela possa utilizar os recursos disponíveis com criatividade e assim, conquistar, coletivamente, uma melhor qualidade de vida para os moradores daquela determinada localidade.

Outro fator de semelhança que deve ser levado em conta nos dois processos, tanto de radiodifusão comunitária, quanto no desenvolvimento local é de que não podem

ser processos cuja iniciativa, mesmo que inovadora, seja imposta. São processos que devem emergir dentro da própria comunidade, para que ela seja sua gestora.

As evidências empíricas se avolumam no sentido de demonstrar o fracasso de projetos de desenvolvimento local, na maioria deles iniciativas governamentais. Isto acontece principalmente por falta de gestores da comunicação que possibilitem a interlocução entre atores sociais diferentes, a negociação dos conflitos, o estabelecimento das parcerias, indispensáveis ao avanço do desenvolvimento local. Os exemplos mais emblemáticos dessa incomunicação são encontrados na gestão dos conselhos municipais, fator indispensável para garantir a democracia no processo de municipalização por que passa o país; e nos assentamentos de Reforma Agrária onde, muitas vezes, o conflito entre os atores envolvidos se estabelece, em grande parte, pela incapacidade de gerenciar os atos comunicativos de negociação (CALLOU, 2002, p. 52).

Assim, a comunidade ao assumir a tarefa de ser a gestora do processo de comunicação de sua localidade, por meio da radiodifusão comunitária, sensibilizando a comunidade e as autoridades envolvidas que podem ser locais e ou regionais, face aos problemas e as estratégias para a implementação de ações promotoras do desenvolvimento local, podem ser mais bem dirigidas e trabalhadas, maximizando a possibilidade de sucesso.

Esse sucesso estará cada vez mais garantido no desenvolvimento local e na radiodifusão comunitária, quando a própria comunidade assume a gestão de seu processo, traduzindo as idéias dos fatores endógenos em ações, de modo que ela possa, passo a passo, democraticamente, ser capaz de impulsionar seu próprio progresso, diagnosticando, planejando, avaliando, controlando seu desenvolvimento, emergindo suas potencialidades que lhe tragam uma melhor qualidade de vida. Os fatores endógenos, de acordo com Ávila (2000a, p.70):

[...] se constituem daqueles potenciais, dinamismos e forças tanto individuais, familiares e coletivos quanto físico-ambientais presentes explícita ou implicitamente no cotidiano de cada comunidade. A título de exemplificação, são fatores endógenos: os interesses e objetivos comuns, a identidade social, cultural e histórica, a diversidade de funções individualizadas (pedreiro, costureira, administrador, contador, maceneiro, etc, etc.), muitas das quais isoladamente mal garantem a sobrevivência individual ou familiar mas que, se mobilizadas, somadas e canalizadas, constituem autênticas e concretas forças de alavancamento de progresso coletivo que a todos beneficiam; sindicatos, associações, igrejas, condições hídricas e de solo; e assim por diante.

Com relação aos fatores endógenos aliados à radiodifusão comunitária, temos muitos exemplos espalhados por todo o Brasil, em que as comunidades se tornam fontes potencializadoras de seu próprio desenvolvimento. Entretanto, para nossa análise, o que mais importa é a capacidade que cada comunidade tem de despertar, mentalizar e de se mobilizar, mesmo que para isso, necessite: “de algum empurrãozinho externo, e de edificar paulatinamente o seu progresso em todas dimensões<sup>11</sup> (infra-estrutural, social, econômica, cultura, meio-ambiental, etc). Este é o estopim de desencadeamento do processo de desenvolvimento local” (ÁVILA, 2000a, p.70).

Quanto aos fatores exógenos, vale a pena continuar seguindo o pensamento de Ávila (2000a, p. 69):

[...] há cerca de 30 anos quase todos eles eram bem visíveis e destacáveis, pois se referiam a oportunidades de acesso das comunidades aos serviços e bens que extrapolavam suas fronteiras, tais como energia elétrica, água canalizada, saneamento básico, condições de emprego (cuja oferta, em grande escala, recaía na área empresarial, sobretudo nos setores de indústrias, comércio e em pequena escala no da prestação de serviços), estradas, assistência médico-hospitalar e ainda no financiamento de moradias, de produção, de bens de consumo, no aumento de vagas em escolas públicas e assim por diante. Até a década de 60, a sobrevivência de núcleos urbanos de muitas comunidades apontou para iniciativas, em todo o Brasil, de autoprovisão, principalmente de água, energia e outros, através de cotizações, mutirões e similares. Apos 1964, o governo militar extinguiu todas essas iniciativas locais, empobrecendo as localidades em três aspectos: esvaziamento de iniciativas no nível das comunidades locais; deslocamento das fontes de renda e chances de emprego para os centros urbanos estratégicos e maiores, embora e contradiitoriamente, onerando toda população com tarifas, calculadas à revelia da mesma; abertura das comunidades interioranas e periférico-urbano para a exploração político-eleitoreira-promesseira, verdadeiro crime social só corrigível pelo surgimento de lideranças políticas visceralmente comprometidas com a teoria e prática do desenvolvimento local.

<sup>11</sup> [...] em várias cidades mineiras a radiodifusão comunitária tem mobilizado escolas, associações de pais, empresa, igrejas, estudantes e aposentados para o PACTO PELA EDUCAÇÃO. O movimento idealizado por um comunicador começou com um mutirão, o qual foi articulado através da rádio comunitária e que levou pessoas de casa em casa para identificar os problemas de educação. Com os dados nas mãos, os grupos planejaram o que iam fazer para melhorar a situação. Em cada lugar a solução foi diferente. Em Campos Altos, por exemplo, com reuniões marcadas através do apoio da rádio comunitária, chegou-se à conclusão que o problema não era falta de vagas, mas a necessidade das crianças de acompanharem os pais para o meio rural, na época da colheita do café, isso interrompia a freqüência às aulas. Sabe o que fizeram? No primeiro ano, cada família da cidade “adotou” uma criança durante o período em que os pais precisaram ficar na roça. Nos anos seguintes, foi feita uma adaptação do calendário escolar, permitindo-se às crianças cumprir o ano letivo. [...] Outra ação da comunidade foi que sentaram-se à mesa com os representantes dos sindicatos dos agricultores e dos trabalhadores rurais para estabelecer acordo de não permitir trabalho infantil na colheita. A cidadania falou mais alto e venceu resistências. A população sabe que nada disso seria possível sem o apoio, antes, durante e depois da rádio comunitária (SANDER, 2000, p. 16).

Podemos, neste contexto, entender que a radiodifusão comunitária, particularmente, deixou de ser fator externo ao contexto de cada comunidade, ou seja, um fator exógeno, quando havia apenas as emissoras comerciais, distantes da mensagem que o ouvinte poderia interessar-se e passou a ser fator endógeno, pois sua proposta é atuar somente dentro da comunidade, existindo apenas em função dela e de seus integrantes. Esta nova prática de comunicação, suscita uma perspectiva promissora de mercado de trabalho para os moradores, que pode, como determina a lei (anexo 3), que uma de suas finalidades como rádio comunitária é colaborarem para a inserção de membros da comunidade no processo de comunicação, para serem não só gestores dos processos comunicacionais como também locutores, radiojornalistas e todo o leque de funções que este veículo pode abrir.

Os integrantes desse veículo local devem ser capazes de assessorar, planejar e executar políticas de comunicação voltadas para viabilizar o desabrochar das potencialidades da comunidade, em favor do desenvolvimento local. Devem colaborar no despertar do conhecimento de suas próprias deficiências, carências e problemas de todas as ordens, no sentido de conscientizá-las e encorajá-las a tomar soluções pelos caminhos corretos para resolvê-los. Dessa forma, o autêntico desenvolvimento local, segundo Ávila (2000a, p. 71), pode ser considerado como: “[...] aquele que emerge do desabrochar de capacidades, competências e habilidades no âmbito e do seio da própria comunidade, isto é, de dentro para fora”. Se o que foi descrito fosse cumprido na íntegra, utilizando a comunidade em todo o processo comunicativo, o autêntico desenvolvimento seria uma consequência certeira.

De acordo com este pensamento esta pesquisa investigou de que forma um meio de comunicação, a rádio comunitária, pode atuar no fomento do desenvolvimento local, por meio da análise de sua inserção com a comunidade.

Por meio dele compreendemos - e aqui enfatizamos - que a maior parte das emissoras que se dizem comunitárias, na verdade, apesar de cumprirem as exigências legais para sua regulamentação como tal, ainda não conseguiram unir as forças que, durante todo nosso discurso, colocamos como absolutamente necessárias para fomentar o tipo de desenvolvimento por nós evidenciado. Trata-se de uma situação presente não só em

Campo Grande, mas também na maior parte do país<sup>12</sup>, pois segundo Moreira (2001, p. 242): “[...] muitas associações fantasmas foram criadas por políticos, arregimentando a participação popular graças às práticas clientelistas, que envolvem uma indiscriminada troca de favores”.

Cabe enfatizar que, segundo Ortriwano (1985, p. 34): “[...] as rádios comunitárias procuram abrir possibilidades para uma apropriação coletiva dos meios, apresentando uma mensagem alternativa cujo objetivo é atingir, não mais as grandes massas, mas as minorias e os grupos socialmente marginalizados”.

Acreditamos que a “apropriação coletiva dos meios”, citada por Ortriwano, seja, de fato, a prática da cidadania integrada ao crescimento individual, que estimula o surgimento de lideranças populares e consolida as já existentes. Essa é uma das maiores contribuições das rádios autenticamente comunitárias aos cidadãos, às comunidades e ao país. De acordo com Herbert (1994, p. 22), a cidadania ocorre quando:

[...] o cidadão, indivíduo informado e conscientes de seus direitos e deveres. Participa ativamente de todas as questões da sociedade. Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade ou no meu bairro, acontece comigo. Então preciso participar das decisões que interferem na minha vida. Um cidadão, com um sentimento ético forte e com consciência de cidadania, não deixa passar nada, não abre mão desse poder de participação. A idéia de cidadania é ser alguém que cobra, propõe e pressiona o tempo todo. O cidadão precisa ter consciência do seu poder então, se há um problema na sua rua, você chama o seu vereador e, se elegeu o prefeito, chama o prefeito.

Julgamos fundamental entender a grande importância das emissoras comunitárias para o fomento do desenvolvimento local. Elas informam, ajudam a comunidade a pensar, agir, conhecer e cobrar soluções para os problemas. Enfim, a exercer sua cidadania. Porém, o fator determinante para que essas emissoras possam agir como promotoras do desenvolvimento local será, única e exclusivamente, a forma como a comunidade se apropriará delas.

---

<sup>12</sup> Há cerca de quatrocentas emissoras denominadas comunitárias em todo o Ceará atualmente, sendo que apenas 10% são autenticamente comunitárias, ou seja, têm gestão coletiva, programação plural e participação popular efetiva em todas as instâncias da emissora. A grande maioria vem assumindo um papel nitidamente instrumental, quer seja para fins político-partidário, quer para fins comerciais, desvirtuando-se do seu real papel, que seria a promoção dos interesses autenticamente comunitários (MOREIRA, 2001, p. 238).

## **CAPITULO III**

### **RÁDIO COMUNITÁRIA NA PERSPECTIVA DA COMUNIDADE: FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL**

#### **1. HISTÓRICO DAS COMUNIDADES PESQUISADAS**

Para a realização das entrevistas que possibilitaram traçar o perfil das emissoras de baixa potência, aqui denominadas “comunitárias”, de Campo Grande - MS, bem como dos bairros onde estão instaladas, foi aplicado um questionário semi-estruturado aos Presidentes das duas Associações Comunitárias do Bairro Guanandi, onde está a Rádio Comunitária Nova Maracanã, e do Bairro José Abrão, da Rádio Comunitária Metopoly. Além da pesquisa de campo, para coleta desses dados, foi efetuada consulta aos arquivos do PLANURB, Instituto Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente da Prefeitura Municipal de Campo Grande, mais especificamente nos gráficos e documentos históricos do seu plano diretor de dezembro de 1998.

##### **1.1 BAIRRO GUANANDI**

De acordo com dados do PLANURB, o Bairro Guanandi pertence à região urbana do Anhanduizinho, tendo iniciado seu processo de urbanização no final da década de cinqüenta, com a aprovação dos loteamentos Taquarussu e América. Já na década de sessenta, surgiu um loteamento de 3.500 lotes, dando origem ao Bairro Guanandi. Nestes lotes se estruturou o bairro, eram de propriedade da família de João Correia da Costa e seus limites estabelecidos são: ao norte, com o Bairro Nova Bandeirantes; ao sul, com uma

propriedade da família Coelho; ao leste, com o córrego Anhanduizinho, confrontando-se com o Bairro Nhá-Nhá; e a oeste, com a avenida Bandeirantes até o trevo Imbirussú.

Oficialmente, foi constituído em 15 de agosto de 1968, mas somente a partir de 1970 que realmente começou a entrar em processo de desenvolvimento mais acelerado, com a construção, no perímetro do bairro, da primeira indústria de laticínios e seus derivados do nosso estado, a Cooperativa de Leite, que, além de ser pioneira, existe até hoje com o nome de Comleite.

Com seu desenvolvimento, conquistou asfalto para a maioria das ruas, ganhou Escolas Municipais, posto de saúde, coleta de lixo, distribuição de água e iluminação pública, saneando aos poucos seus problemas e melhorando o aspecto, tornando-se, hoje, um dos maiores bairros de Campo Grande, só perdendo para o das Moreninhas.

De acordo com os dados obtidos no PLANURB, em 1998, o Bairro Guanandi tinha uma população de 3.460 domicílios, contando com 13.044 moradores, na sua maioria, mulheres, 6.680 versus 6.364 homens, sendo que, estatisticamente, em cada moradia, havia uma média de 3,77 pessoas por domicílio. Os habitantes do Bairro Guanandi são, na sua grande maioria, nordestinos vindos, no início de sua formação, da região de Fátima do Sul e do sul do estado de Mato Grosso do Sul. Por causa da proximidade do estado com o Paraguai, o bairro conta também com grande número de paraguaios.

A maior densidade demográfica da cidade de Campo Grande, de acordo com os dados do PLANURB (1998), está no Bairro Guanandi, 70,74 (habitantes/hectares), a maior dentre todos os bairros da cidade. Observações “*in loco*” mostram que este bairro não possui espaços vazios e se caracteriza por ser totalmente adensado, o que se comprova pelo fato de, entre 1991 e 1996, ter havido um decréscimo de 1,71% no total da população, por falta de espaço para construção de novas moradias.

## 1.2 BAIRRO JOSÉ ABRÃO

De acordo com a coleta de dados do Plano Diretor, realizado em dezembro de 1998, pelo PLANURB, o Núcleo Habitacional José Abrão faz parte da região urbana Segredo, situada na região norte da área urbana de Campo Grande. Esta região deve seu

nome ao córrego que a corta no sentido norte-sul e que é um referencial importante para a cidade, do ponto de vista histórico, social e cultural. Possui características físico-geográficas e morfológicas que lhes são próprias e a diferem das demais regiões urbanas de Campo Grande. Situado na parte norte da cidade, tem sua estrutura urbana marcada por usos tradicionalmente rurais, chácaras de recreio ou de produção de hortifrutigranjeiros, destinados ao abastecimento alimentar, misturados a loteamentos urbanos de implantação recente e de conjuntos habitacionais de classes de renda D e E.

Conhecer a região do Segredo, onde está o Bairro José Abrão, é quase um passeio pelo campo, embora dentro da cidade. Fazendas e sítios se misturam à malha urbana em uma convivência histórica. A região foi ocupada pelos imigrantes japoneses que, no começo do século, instalaram-se ali para o cultivo de verduras e hortaliças. A região conta com um dos mais importantes hospitais brasileiros, que trata da hanseníase e de outras doenças dermatológicas, o Hospital São Julião. Quanto ao lazer, a região possui dois grandes clubes: o Tênis Club, de propriedade particular, e o Clube do Trabalhador do Sesi.

O Bairro José Abrão foi fundado em 10 de outubro de 1995, sendo um dos que mais cresceu em termos populacionais, em Campo Grande. Porém, sua participação, em 2000, no total da população da capital, era pequena: apenas 4.385 habitantes, dos quais 2.275 mulheres, o que representava 7,8% a mais que os homens, que eram 2.111. Trata-se de um polígono com área de 212,22 hectares, com imensos espaços vazios, várias chácaras e sítios, e de densidade demográfica muito baixa. Desta forma, o índice de habitantes por hectare não é incoerente com o que se verifica *“in loco”*. Comparando com as demais regiões, a do Segredo é a terceira com menor densidade, estando à frente das regiões do Prosa e do Bandeira.

O padrão de construção predominante é o de habitação de baixa renda ou baixo padrão, térrea, unifamiliar. No caso dos conjuntos habitacionais, a autoconstrução ou construção de fins de semana é predominante, apresentando aspecto de construções que parecem nunca terminar.

No tocante à educação, de maneira geral, todos os setores da Região do Segredo possuem escolas públicas e, o mais importante, não há déficit de vaga no ensino fundamental, de acordo com as estatísticas oficiais e as projeções populacionais. Esta afirmação é possível, tendo em vista que, em 1998, de acordo com o PLANURB, existiam

13.794 crianças, na faixa etária de 7 a 14 anos, e 15.348 vagas para aquele ano letivo, oferecidas pela rede pública. Cabe salientar que este dado deve ser cautelosamente estudado, visto que há matrículas no ensino fundamental de alunos cuja idade escolar é tardia (essa informação considera que os alunos de 7 anos não estejam na primeira série e assim sucessivamente).

A constituição dos moradores do Bairro José Abrão, apresentou, em 2000, um total de 1.106 domicílios com 4.386 moradores, havendo, em cada moradia, uma média de 4,96 pessoas por domicílio, ou seja, havia mais moradores por residência do que o Bairro Guanandi. Entretanto, percebe-se mais pobreza neste último, se forem observados o tamanho quase que sub-humano das casas, do tipo “favela”, e as próprias condições do bairro em termos de espaço.

### 1.3 ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS DAS COMUNIDADES PESQUISADAS

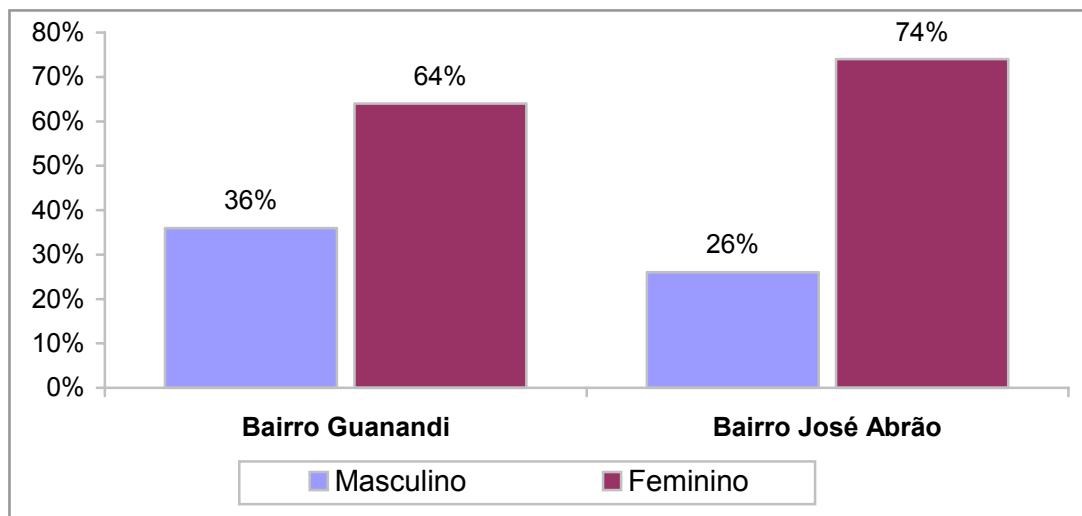
Comparando as informações levantadas por meio de pesquisa realizada nos bairros Guanandi e José Abrão, podemos fazer algumas constatações. Os dados obtidos na pesquisa de campo coincidem, em muitos aspectos, com aqueles apresentados pela estatística populacional do IBGE, em relação ao Brasil. Quanto à diferença entre os sexos, há maior número de mulheres em relação ao de homens. O jornal O GLOBO, de 09.05.2001, em artigo intitulado “Censo 2000”, comprovou:

A sinopse divulgada pelo IBGE, mostra que a população brasileira atingiu em 1º de agosto do ano um total de 169.590.693 habitantes, sendo 83.576.015 composto por homens e 86.233.155 por mulheres, ou seja, aproximadamente 3,2% a mais. É a quinta maior população do mundo. Nos anos 50, o Brasil ocupava o oitavo lugar no ranking mundial. Em 2000, passou para a quinta posição, com uma participação de 2,8% da população mundial, que era de 6,1 bilhões de habitantes.

Sabe-se, de acordo com dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, que tal predominância do sexo feminino se deve à sua longevidade em relação ao masculino. No Brasil, a expectativa de vida das mulheres era de 41 anos, em 1935, indo para 65 anos, em 1991, e para 71 anos, em 1996, enquanto que a expectativa de vida dos homens é de apenas 63 anos, no mesmo ano.

Os dados comparativos apresentados, a seguir, da pesquisa de campo para detectar o perfil das comunidades dos Bairros Guanandi e José Abrão, demonstram a semelhança dessa população com a do país.

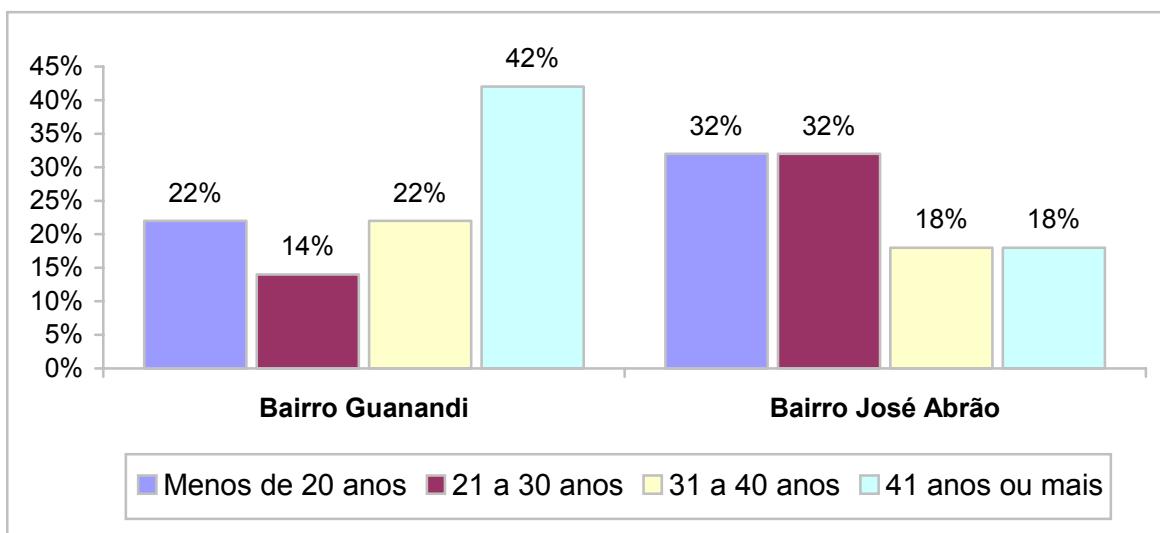
**Gráfico nº 1 - Sexo**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

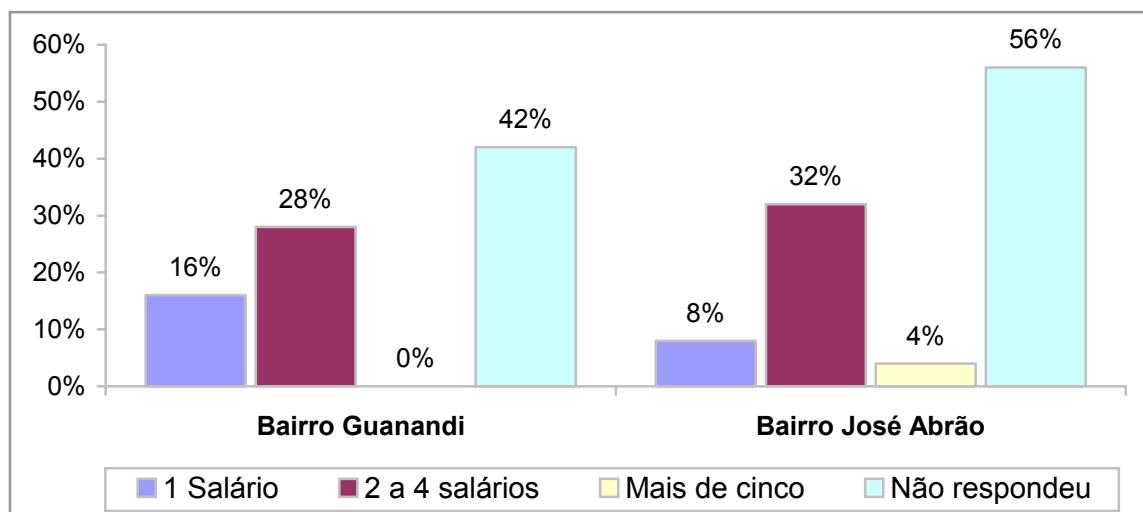
Ainda segundo o Censo 2000, constata-se que o Brasil é um país jovem, pois, dos 169 milhões de habitantes, 17.030.815 têm entre 15 e 19 anos e 16.141.515 ficam entre os que têm 20 e 24 anos. Tais informações também coincidem com os dados obtidos nos bairros pesquisados: Guanandi e José Abrão.

O Bairro José Abrão, mesmo tendo sido fundado depois, apresenta as mesmas características do Bairro Guanandi com relação à faixa etária de seus habitantes: 1.484 moradores com idade entre 21 e 40 anos; 1.051 com idade entre 11 a 20 anos; e 871 pessoas entre 41 a 70 anos. Na pesquisa de campo, com os moradores dos bairros, fez-se uma leitura similar.

**Gráfico n° 2 - Faixa Etária**

Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Quanto à faixa de renda, os dados do PLANURB (1998) acusam que a maior parte dos moradores do Bairro Guanandi - 1165 pessoas - recebem de um a dois salários mínimos, tal como verificado no Bairro José Abrão, com 278 pessoas nesta faixa. Em segundo lugar, há 668 pessoas na faixa de 2 a 3 salários mínimos versus 210 pessoas do Bairro José Abrão. Em terceiro lugar, com renda de meio salário a um salário mínimo são 590 moradores no Bairro Guanandi e 99 no Bairro José Abrão. Os dados do PLANURB são comprovados pela pesquisa de campo realizada para este estudo, como demonstram os gráficos a seguir.

**Gráfico n° 3 - Faixa salarial**

Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001..

Constatou-se ainda, através da pesquisa, que o Bairro Guanandi é mais carente que o Bairro José Abrão. Tal carência, no Guanandi, aponta para a predominância de habitação horizontal, de baixo padrão, e quantidade maior de casas, tipo cortiços, quase sem mobílias, chegando a se caracterizar inclusive como favelas, o que não foi observado no outro bairro pesquisado.

O número de desempregados do Bairro José Abrão quase dobra em relação ao do Guanandi: são 14% versus 8% deste. Porém no Bairro José Abrão, aparece uma categoria não existente no Guanandi, a dos que recebem entre 3 a 5 salários mínimos. Curiosamente, mesmo que tenha um índice maior de desempregados, o Bairro José Abrão é o que apresenta infra-estrutura mais completa e grau de escolaridade mais elevado.

Sabemos que o desemprego é um dos mais complexos problemas da sociedade brasileira, já que o trabalho representa a independência individual e determina status social. Sendo assim, o desemprego produz o agravamento de problemas sociais tais como exclusão social, perda da auto-estima, desigualdade social e aumento dos índices de violência. A respeito desses dados, existe uma análise no site do IBGE ([www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br))<sup>13</sup> com o seguinte relato:

Aos poucos, o IBGE tem divulgado os dados do Censo do ano passado que vão se encaixando até formarem o “quebra-cabeças” chamado Brasil. Na primeira semana de abril ficamos sabendo que o País evoluiu muito ao longo da última década. No geral, os indicadores sociais melhoraram: a mortalidade infantil caiu, a expectativa de vida aumentou, o analfabetismo decresceu, as matrículas escolares e o tempo médio de permanência nos estabelecimentos de ensino registraram excelentes desempenhos. Até mesmo o rendimento médio passou de R\$ 402,45, em 1992, para R\$ 525,10, em 1999, com inflação controlada. Tal “retrato” do País, devidamente “retocado”, pode perfeitamente servir de “cartão postal” para atrair o investidor estrangeiro, mas não consegue esconder as graves carências, que passam quase despercebidas numa seqüência de boas notícias que formam um “baralho” otimista. Porém, uma leitura mais atenta de tais dados permitirá ao analista algumas conclusões críticas. A principal delas refere-se ao “pecado original” da concentração da renda, único indicador importante que cresceu ao invés de diminuir. A evasão escolar continua alta e o saneamento básico, embora tenha aumentado, está longe da média dos países desenvolvidos. O nível de concentração da renda em uma década de indicadores positivos expõe o lado pobre da “Belíndia”, neologismo inventado pelo economista e ex-ministro Mário Henrique Simonsen, para designar um país - como o nosso -, formado por uma metade rica, a Bélgica; e outra miserável, a Índia. Em palavras mais simples, a porção Índia vem crescendo bem mais rapidamente do que a porção Bélgica. E isso, num contexto de

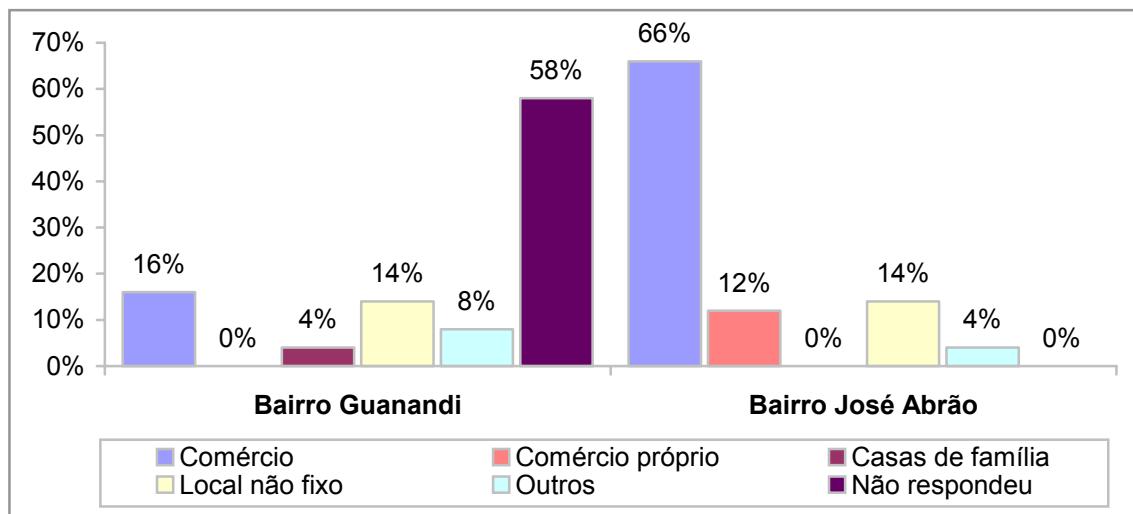
---

<sup>13</sup> Acesso em 16 de outubro de 2001

desemprego, embora decrescente; de violência urbana e de informalidade, ainda em alta, preocupa.

Apesar da baixa renda, a maior parte dos moradores do Guanandi encontra-se empregada, em condição autônoma (32%), principalmente no comércio informal (16%). Destaca-se, também, que há 14% desses empregados que não têm local fixo para exercerem sua função, conforme demonstram os quadros resultantes da pesquisa.

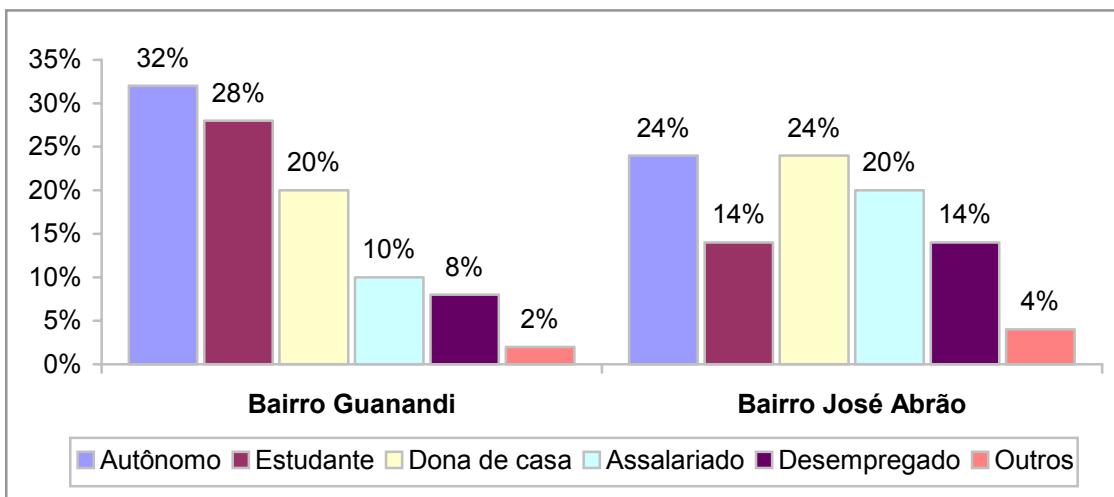
**Gráfico nº 4 - Local de Trabalho**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Quando falamos em profissão e trabalho, percebemos no Bairro José Abrão algumas similaridades com o Bairro Guanandi: os autônomos também são a maioria (24%) dos pesquisados nos dois bairros. A ausência de local fixo continua imperando (14%), apresentando também uma certa informalidade no trabalho. Aqui se deve incluir o “bico”, a “camelagem”, o emprego sem carteira assinada. Essa situação, na qual encontramos um significante número de moradores das comunidades pesquisadas, é provavelmente resultante da desaceleração da economia, que vem diminuindo a oferta de emprego e, consequentemente, aumentando o número de pessoas que buscam sua sobrevivência em atividades não formais. Quanto à profissão dos moradores, verificamos a seguinte situação:

Gráfico n° 5 - Profissão

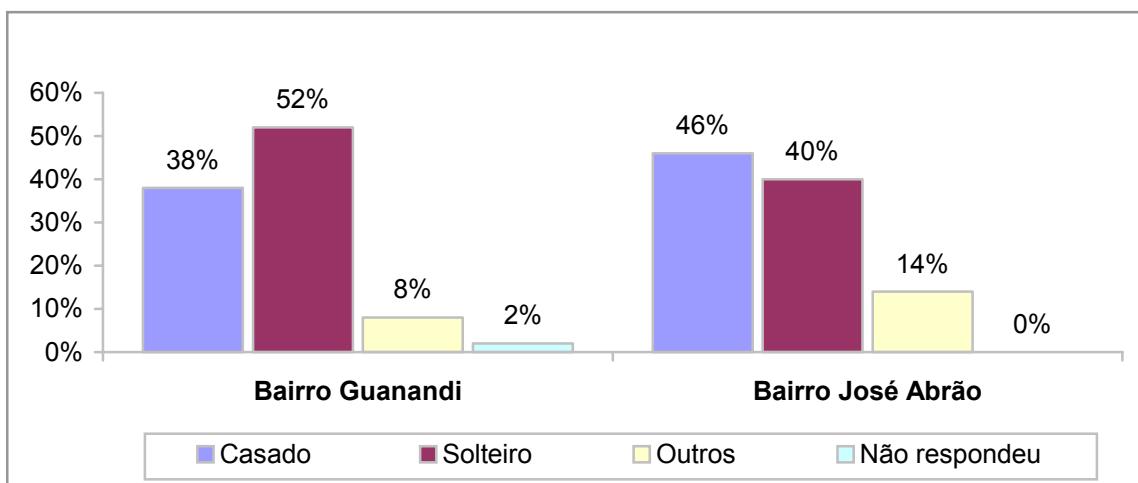


Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Uma diferença encontrada, entre os dois bairros, foi a que no Bairro José Abrão há outra classe de trabalhador inexistente no Bairro Guanandi, a dos funcionários públicos (4%), ou seja, há parte da população local com salário certo e fixo no final do mês.

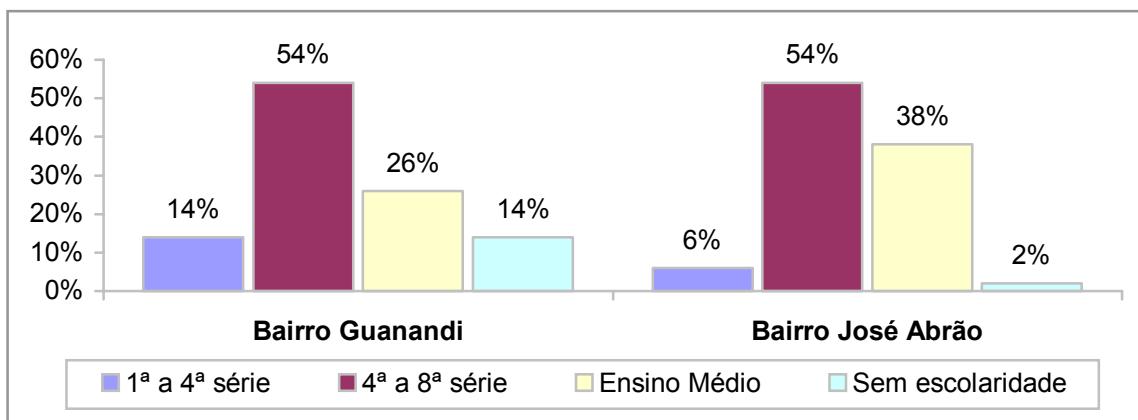
Vale ressaltar que a maioria dos entrevistados, nos dois bairros, foi constituída por mulheres (doras de casa). Por não ser classificado como profissão, o trabalho de casa torna-se invisível e desconsiderado como atividade econômica. O constrangimento das entrevistadas diante de tal fato ficou claro durante a coleta de dados para a elaboração da pesquisa, que titubeavam antes de responder a respeito de sua profissão. Muitas afirmavam, inclusive, que eram inativas economicamente, deixando de levar em conta que, se não estivessem em casa cuidando dos filhos e das demais atividades, teriam que pagar pelo serviço. E mais, provavelmente, seu ganho não compensasse sair para trabalhar fora.

Outra diferença entre os bairros pesquisados é a maior concentração de pessoas casadas no José Abrão, 46% de pessoas oficialmente casadas e 14% não oficiais, enquanto que, no Bairro Guanandi 38% oficial versus 8% não oficialmente casados.

**Gráfico n° 6 - Estado civil**

Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Outro dado importante, complementando as análises de profissão e renda, é referente aos dados educacionais, cujos resultados podem ser visualizados a seguir.

**Gráfico n° 7 Escolaridade**

Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

A leitura que se faz da pesquisa de campo, quanto à escolaridade, é que, no Bairro Guanandi, 54% dos entrevistados cursaram apenas o ensino fundamental, enquanto 26% completaram o ensino médio. O índice de pessoas sem escolaridade (14%) também é considerável. Já no Bairro José Abrão, apesar da semelhança dos resultados em relação ao ensino fundamental, ou seja, 54%, o número de moradores que possuem o ensino médio é mais relevante: 38%. Acredita-se que tal fato se deve à boa estrutura educacional constatada e já citada anteriormente, que não demonstra carência de vagas no ensino fundamental no Bairro José Abrão. A consequência lógica dessa análise é a constatação de nível salarial melhor para o Bairro José Abrão.

Percebe-se, nos gráficos analisados, que o significado dos números referentes à faixa de renda, escolaridade e profissão está visivelmente estampado não só nos bairros pesquisados, como também nos bairros periféricos da maioria das cidades brasileiras, onde só pequena parcela da população tem acesso à riqueza e às “benesses” do capitalismo, em um contexto de grande desigualdade social. Constatou-se, nos bairros, as consequências da má distribuição de renda, tais como empregos informais, pobreza, falta de atendimento adequado às necessidades de moradia, nutrição, saúde e educação, entre tantas outras. De acordo com Peruzzo (1998, p. 27) essa situação das comunidades refere-se ao: “[...] processo de crescente acirramento de seus antagonismos e, consequentemente, de exclusão social, fundado em mecanismos estruturais inerentes ao modo de produção capitalista, à inflexão conjuntural nacional de um tipo de capitalismo e ao sistema de gestão político-administrativa”.

Com essas desigualdades que provocam no ser humano apatia e desencanto, há ainda o seu reflexo, que é a dificuldade de acesso à cidadania, que pode também ser considerada como estímulo à luta por transformação da realidade. A iniciativa dos movimentos comunitários, tanto na legitimação da radiodifusão comunitária como na emersão de um processo de desenvolvimento local, tem forte representação nessa luta. Mesmo com suas limitações, esses movimentos vão ocupando lugar nas comunidades, por ser encarados como tentativa de amenizar as carências sociais e de construção de uma sociedade mais justa e livre.

[...] a questão das rádios comunitárias como forma de evidenciar as alterações no cenário social é que vão se configurando enquanto novas mídias comunitárias, na realidade brasileira, incorporando princípios gestados no contexto dos movimentos sociais. Quem assiste a um programa numa emissora de rádio comunitária, ou um programa de televisão num canal comunitário de TV a cabo, talvez nem pense que se trata de uma evolução pela qual vem passando a chamada de comunicação alternativa ou popular (PERUZZO, 1996, p. 143).

Para dar início a essa luta, as comunidades pesquisadas, por meio de associações<sup>14</sup> - movimento típico da sociedade civil organizada no qual as pessoas são articuladas, oferecem possibilidades para uma apropriação coletiva dos meios através de uma comunicação alternativa. Seu objetivo é atingir não mais as grandes massas, mas dos

---

<sup>14</sup> Associação é uma forma de personalidade jurídica, pela qual pessoas físicas se reúnem e fundam uma organização, ou seja, associam-se. Compõe o terceiro setor, um segmento em expansão no Brasil. Surgiram em meio à crise do Estado, como espaço de articulação da sociedade civil na busca por soluções para os problemas sociais.

problemas específicos de um segmento da população, ocupando-se essencialmente das coisas da comunidade e de suas aspirações. A experiência da radiodifusão comunitária evidencia uma crescente demanda pela mídia local e por programas locais, que são canais que possibilitam a expressão das diferenças e, ao mesmo tempo, das identidades culturais das populações locais.

As associações comunitárias Guanandi e José Abrão formalizaram, em 1998, seu pedido de interesse junto ao posto avançado dos Ministérios das Comunicações, em Campo Grande. Apresentaram objetivos comuns de promover comunicação que corresponda mais aos interesses dos destinatários, democratizando o consumo das mensagens e aumentando o alcance do veículo, de modo que mais pessoas sejam atingidas, contribuindo para a formação da consciência política, econômica, social.

Ainda que as emissoras pesquisadas estejam localizadas em bairros da periferia, classificados socialmente como desprivilegiados, uma rádio comunitária pode ser instalada em qualquer bairro da cidade, independentemente de sua classificação sócio-econômica. Trata-se de mais uma intersecção com o processo de desenvolvimento local, que pode ser promovido em qualquer município, em qualquer cidade, em qualquer comunidade, por depender fundamentalmente da articulação da sociedade civil e não de sua condição sócio-econômica. Tal como ocorre no processo de instalação da radiodifusão comunitária.

O patamar desses processos é, prioritariamente, a sociedade civil, vista por Bobbio (1987, p.35-6) como: “[...] o verdadeiro centro, o verdadeiro palco da história. O lugar onde surgem e se desenvolvem os conflitos econômicos, sociais, ideológicos e religiosos”. A sociedade civil representa as pessoas que se organizam geralmente em associações, tendo como referência o local de moradia, promovendo melhorias e/ou reivindicando aos órgãos competentes as ações prometidas ou desejadas, seja em que segmento for.

Peruzzo (1998, p. 47) analisou a força das articulações da sociedade civil, constatando que : “[...] quando os objetivos se tornam comuns eles podem ser vistos como exemplos marcantes pela organicidade, como foi a luta pelas eleições diretas já e pelo impeachment do presidente Fernando Collor de Melo”. As ações da sociedade civil refletem no mundo todo, como disse muito bem Teixeira (2001, p. 114):

[...] Estratégias governamentais transferem muitas das atividades do Estado para as organizações da sociedade civil. É uma tendência mundial forte, sobretudo nos países da Europa, não só porque algumas delas têm se mostrado eficazes, do ponto de vista do custo e da qualidade do serviço, mas também pelos rendimentos políticos resultantes da legitimação desse processo. [...] As diferentes alternativas que visem construir e fortalecer a sociedade civil, vão depender da capacidade de mobilização das organizações, dos espaços públicos e da natureza do regime político do país quanto ao respeito e atendimento aos direitos da cidadania.

## 2. CARACTERIZAÇÃO DAS EMISSORAS COMUNITÁRIAS PESQUISADAS

Por ser de pequena dimensão, uma rádio comunitária tem como característica ser um veículo de comunicação barato e de fácil domínio técnico. Exerce um enorme fascínio nas pessoas, que se encantam, automaticamente, ao presenciar de maneira próxima e real a “magia” da comunicação social, um direito de todos, sem exceção. Para as comunidades que possuem uma emissora comunitária, o rádio transforma-se num pólo aglutinador de interesses e desejos e, à sua volta, os moradores são estimulados a construir sonhos, formular objetivos, criar cultura, divulgar projetos e talentos locais, integrar-se à comunidade e descobrir-se, até mesmo, futuros profissionais.

Outras características importantes das emissoras comunitárias, são o pluralismo, em que todos os segmentos sociais e cidadãos têm direito a voz; a sintonia com as especificidades de cada realidade em que está inserida e a participação ativa de entidades não governamentais e sem fins lucrativos, representadas neste trabalho em forma de associações comunitárias. Criadas com objetivo de proporcionar à comunidade uma forma de expressão e de colocar uma novidade no ar, utilizam a rádio local como um instrumento de comunicação pública, auxiliando na resolução de problemas imediatos de sobrevivência social e cultural e conferindo parcelas de poder às comunidades, pois são elas as responsáveis por uma parcela de audiência, ainda não mensurada, que se identifica com uma linguagem local e que não tem receio de trocar os grandes projetos massivos de comunicação por projetos pequenos e localizados.

As raízes das associações comunitárias estão fincadas na mobilização de pessoas de uma determinada comunidade, com objetivo de melhorar as condições de saúde, cultura, educação e trabalho para seus moradores. Nos bairros pesquisados, algumas pessoas, já profissionais de rádios comerciais, decidiram investir na criação de um espaço

local adequado para transformar-se em um meio de comunicação que pudesse envolver a comunidade. Estavam lançadas as sementes de um meio para concretizar as reivindicações e aspirações da comunidade.

Na entrevista realizada com o presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã, tem-se a informação de como tudo começou:

A rádio comunitária em Campo Grande começou na direção de Josias Gonçalves, da rádio Boas Novas da Paz, na Vila Kelly. Aqui no Guanandi fui eu que montei, estamos atuando, trazendo para a população da região bem conhecida e esperando que todos fiquem satisfeitos com o trabalho que a gente vem fazendo. Para montar a rádio, procuramos o modelo e sentimos muitas dificuldades para montar o estatuto que tem que estar dentro das leis, mas a gente com ajuda dos amigos e advogados que a gente tem aí, montamos e conseguimos. A associação foi montada, nós nos reunimos com a comunidade e foi decidido quem ia ficar na direção, como conselho, e nós montamos. São varias as pessoas que atuam, que ajudam uns aos outros, uns que fazem programas, uns que ajudam como parceiro na contribuição (Adelino Ferreira dos Santos, Entrevista, 2001).

No relato feito pelo presidente da Associação Comunitária Reunida, do Bairro José Abrão, há semelhanças com as declarações do outro presidente, quanto à formação das duas emissoras comunitárias.

[...] a gente já tinha uma vontade de buscar algum meio de comunicação que pudesse trabalhar mais no meio comunitário, até porque eu já trabalhava em rádio. Conversei com as pessoas do bairro aqui do José Abrão, expliquei que existe uma lei que inclusive esta sendo regulamentada e dá para gente sair com uma rádio comunitária nossa; e ai nasceu. As pessoas interessadas, participaram, fizeram reunião com o pessoal e começamos a discutir. Então começou assim por exemplo, mais dentro do meio familiar, porque tem eu que trabalhava em rádio, a Lílian que já trabalhou com a gente na rádio. O problema é que toda associação quando ela vai nascer, depende do financeiro, porque nada vem assim tão de graça. Porque você não pode contar com todo mundo e ainda com esse mundo de desemprego que tem aí, então normalmente sobra para alguém e eu fui quem pegou essa coisa toda (Claudemir Rivarola, Entrevista, 2001).

## 2.1 PERFIL DAS EMISSORAS

Para traçar o perfil das emissoras comunitárias, aplicou-se um questionário aos presidentes das duas Associações, de modo a levantar os seguintes dados:

IDENTIFICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO		
	<b>Guanandi</b>	<b>José Abrão</b>
<b>Nome da empresa</b>	Associação Comunitária Nova Maracanã	Associação Comunitária Reunida
<b>Nome Fantasia</b>	Rádio Comunitária Nova Maracanã	Rádio Comunitária Metropoly
<b>Data da formação</b>	15/12/98	06/11/98
<b>CNPJ</b>	02.933.214/0001-31	02.951.126/0001-77
<b>Freqüência</b>	Modulada	Modulada
<b>Potência</b>	25 watts	25 watts
<b>Tempo de Operação/ dia - de segunda à sexta</b>	20h/dia	4h semanais - somente período noturno
<b>Tempo de Operação/ dia - de sábado à domingo</b>	20h/dia	17 h, em média, nos finais de semana
<b>Endereço Completo</b>	Ângelo Serenzo, 43 Bairro Guanandi	Armando Holanda, 512, Bairro José Abrão
<b>Telefone</b>	386-6902	365-0086
<b>Data de chamada pelo diário oficial</b>	1999	1999
<b>Sede própria</b>	Não tem sede própria. Funciona em um cômodo de uma residência alugada, cujo morador é o genro do presidente da Associação.	Não tem sede própria. Funciona em um cômodo de uma residência alugada, cuja moradora é a filha do presidente da Associação.

### FORMAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO

	<b>Guanandi</b>	<b>José Abrão</b>
<b>Presidente</b>	Adelino Ferreira dos Santos	Claudemir Rivarola
<b>Vice - Presidente</b>	Ozeas Martins dos Santos (filho do Adelino)	Olívia G. de lima (esposa do presidente)
<b>Secretário</b>	Sérgio da Silva Sena (genro do presidente)	Luciano Duran Leite (genro do presidente)
<b>Tesoureiro</b>	Renilde Martins dos Santos (esposa do Adelino)	Sérgio Ferreira da Silva (cunhado do presidente)
<b>Funcionários</b>	Emprega apenas um funcionário, que toma conta do som e tem um salário fixo, pago pela emissora. Os demais são voluntários e pastores evangélicos.	Todos são voluntários e nenhum possui registro de emprego ou estágio (a maioria membro da família).

Para a formação das Associações Comunitárias interessadas em formalizar o pedido para explorar o serviço de radiodifusão comunitária, recorreu-se a parentes, diretos e/ou indiretos. A gestão, do presidente ao locutor, das duas associações que formaram as emissoras, foi exclusivamente familiar: esposa, filhas, cunhados, genros, como demonstram as figuras a seguir.

Figura 1  
Presidente da Associação Comunitária  
Nova Maracanã - Adelino Ferreira dos  
Santos e Renilde Martins dos Santos

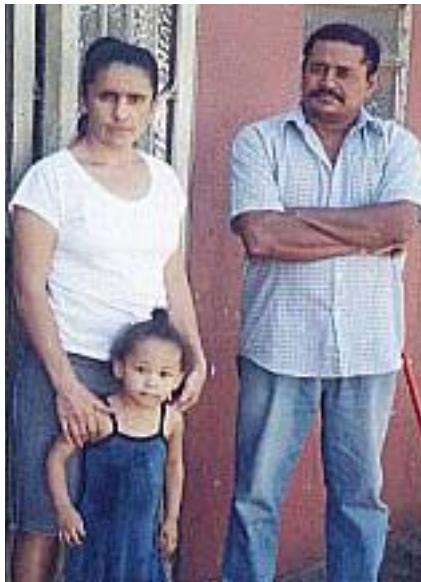


Foto: Claudia Ruas

Figura 2  
Presidente da Associação Comunitária  
Reunida - Claudemir Rivarola e sua filha  
Lílian Rivarola



Foto: Claudia Ruas

Os presidentes das Associações são brasileiros natos e residem na área da comunidade atendida, conforme rege a Lei nº 9.612, no seu artigo sétimo (anexo 3). São pessoas simples, trabalhadores informais, sem nível superior, realidade que se espelha também nos seus locutores. Há exceção no caso da rádio Metropoly, cujo presidente é advogado e uma das filhas, Lílian Rivarola, também locutora da emissora, cursa Comunicação Social na Universidade Católica Dom Bosco, na habilitação de Rádio e TV. Ressalta-se mais uma vez que, tanto na Rádio Comunitária Nova Maracanã quanto na Rádio Comunitária Metropoly, não existem locutores profissionais, com formação na área, mas todos possuem timbre de voz diferenciado, fator importante para o veículo, mas que conforme explicou César (1990, p.71):

[...] é engano pensar que ser dono de uma bela voz é tudo para ser um bom locutor. O bom profissional de rádio é avaliado pela sua originalidade, pelo poder de síntese, criatividade, improvisação, carisma e também por uma voz bem colocada. A voz é um elemento de importância efetiva na comunicação pelo rádio e quando mal trabalhada ou impostada, provoca um efeito negativo na execução da comunicação pelo microfone.

Foram detectadas algumas características nas emissoras durante o período de pesquisa. Além da programação pouco variada, as rádios comunitárias conviveram com sérias falhas e limitações, dentre elas:

a) **Horário**: normalmente, o horário era escolhido e estipulado pelos próprios locutores, procurando encaixar sempre em horários vagos das emissoras, entretanto não era rigorosamente seguido; freqüentemente o programa não começava e nem terminava na hora certa, outras vezes nem começava, e a programação seguia apenas com músicas. Sabe-se que quanto mais a emissora tiver regularidade, tanto na questão de horário, quanto na questão de programação, mais estará alcançando os objetivos de audiência. Deve-se cumprir os horários prometidos aos ouvintes com pontualidade.

b) **Equipe**: o trabalho dos membros da equipe da rádio, no caso os locutores, voluntários em sua maioria, em espaços de seu tempo livre e sem remuneração. Eram jovens pertencentes à comunidade que exerciam a função por paixão. Não havia mecanismos para cobrar comprometimento, o que levava à inconstância dos envolvidos e, de certo modo, atrapalhava o funcionamento da emissora. Esse fato era minimizado quando se tratava de trabalho em família, como no caso da Rádio Comunitária Metropoly. A equipe desprovida de qualquer capacitação técnica ou teórica, desconhecia o efeito multiplicador que seu trabalho poderia ter e de seu próprio papel social. Outra falha observada era o despreparo técnico, tanto no manuseio da aparelhagem simples, quanto à locução.

c) **Organização**: a organização, nas rádios pesquisadas, se dava de forma caseira. Pedidos, recados, solicitações de músicas e apoio cultural eram anotados em um mesmo caderno. Não havia coordenação, conselho ou diretoria que pudesse se responsabilizar por certos processos, nem outros mecanismos estruturais que facilitassem seu funcionamento. Normas relativas a tempo e tabelas de preços para o apoio cultural, por exemplo, não existiam; a questão ficava solta, em aberto. Operando, era comum que entrassem no ar sem fala de abertura, que membros da equipe fossem chamados ao estúdio pela própria rádio, assim como vários pedidos de desculpas por atraso, uma vez que os horários não eram rigorosamente seguidos.

d) **Planejamento**: justamente pela pouca organização, tudo era feito de improviso, de última hora, ou ao mesmo tempo em que o programa estava no ar. Sobre essa situação, Peruzzo (1991, p. 100) teceu um comentário interessante: “[...] claro que alguma dose de improviso é salutar num programa de rádio popular, mas o seu excesso pode comprometer a qualidade do mesmo”. Nas rádios pesquisadas eram os próprios locutores que elaboravam os avisos, os recados, as chamadas. Eles chegavam à emissora para fazer seu programa, por exemplo, trazendo seu acervo pessoal, com algumas

músicas de seu gosto para serem tocadas. Na verdade, isso significava que os programas eram feitos de última hora, sem nenhuma preocupação com script e o roteiro geral era guardado na cabeça do presidente da Associação Comunitária. Como não havia planejamento, a abertura dada para a comunidade era muito pequena, como também era pouco incentivada a utilização do espaço para reivindicações, críticas, opiniões, cartas, entrevistas e questionamentos a respeito do bairro. Era pequena a participação dos moradores, bem como sua capacidade de promover a articulação de todas essas pessoas, instituições e empresas em prol do desenvolvimento da comunidade.

e) **Edição:** as falhas com a edição eram ocasionadas, geralmente, pela insuficiência de preparação técnica: cortes de músicas no ar sem qualquer critério, “músicas de fundo” tão altas durante a transmissão de informações que mal se compreendia uma ou outra.

f) **Equipamentos:** em suas “humildes” instalações, as duas emissoras possuíam mesa de som, dois aparelhos de CD e um toca discos, rádio pré-escuta, um microfone, além do seu transmissor de 25 watts. A Rádio Comunitária Metropoly contava com alguns recursos extras, tais como uma mesa híbrida<sup>15</sup>, um microfone e um equalizador, conforme demonstra a figura abaixo.

Figura 3. Aparelhagem das emissoras pesquisadas



Foto: Claudia Ruas



Foto: Claudia Ruas

---

<sup>15</sup>[ Este equipamento é chamado de Chave Híbrida e tem como finalidade interligar a linha telefônica na mesa de som. É um elemento que permite colocar o ouvinte no ar para que o repórter da emissora possa entrevista-lo. A híbrida funciona basicamente como um isolante da linha, já que o telefone trabalha por meio de impulsos elétricos. A chave se encarrega de tirar a tensão contida na ligação e enviar o áudio para a mesa de som. É também, pela híbrida, que o ouvinte recebe (via telefone) o retorno da emissora. Por exemplo, se a rádio quer fazer uma entrevista ao vivo com um deputado que está em Brasília, obviamente ele não consegue sintonizar a emissora. Nesse caso, a híbrida manda o sinal da rádio via linha telefônica (HARARI, 1997, p. 20). ]

**g) Acervo:** aL Rádio Comunitária Nova Maracanã não possuía mais que 100 CDs, na sua maioria pirata e, a Rádio Comunitária Metropoly, contava com mais de 300 CDs e 200 discos de vinil. A atualização dos acervos, nas duas emissoras, não acompanhava os lançamentos do mercado e eram feitas apenas quando havia sobra de verba (ou seja, quase nunca), ou quando se efetuava permuta com locutores, pastores e/ou anunciantes. Havia uma carência de recursos financeiros para a compra de novos CD's, para manutenção e reparos de aparelhos. Trata-se de uma falha constante, verificada durante um ano e meio, tempo que durou a pesquisa, não havendo preocupação em se desenvolver estratégias para suprir essas necessidades, tais como bingos, festas e/ou doações, nas quais a comunidade poderia contribuir.

Figura 4. Acervo das emissoras

Rádio Maracanã



Foto: Claudia Ruas

Rádio Metropoly



Foto: Claudia Ruas

Observou-se ainda que, durante as programações, as músicas eram cortadas pelo meio. Algumas vezes isso ocorria por falha do locutor, mas na maior parte delas, pelo fato de os CDs serem piratas e não tocarem as músicas até o fim.

**h) Jornalismo:** Ausência de programas jornalísticos, noticiários locais e regionais e boletins informativos de utilidade pública, que poderiam ser inseridos durante toda a programação. Observou-se, esporadicamente, a inclusão de algum tipo de prestação de serviço à comunidade, como, por exemplo, solicitação de emprego, perda de documentos ou aviso sobre algum tipo de contribuição aos moradores da comunidade. Eventuais campanhas, mais sérias e planejadas, nascem nos movimentos da Igreja e não nos movimentos articulados pela emissora comunitária.

i) **Criatividade:** Quanto ao humor e espaço para criatividade popular, os programas musicais raramente tocavam músicas de artistas da terra. Uma exceção aconteceu na Rádio Comunitária Metropoly, que lançou uma dupla sertaneja, Patrícia e Adriana, que hoje têm CD gravado em Campo Grande. As programações excluíam poesias, dramas, piadas, radionovelas, bem como um roteiro cultural da cidade, especialmente das comunidades mais próximas. Tudo era muito sério, não se encontrando um momento de descontração, a não ser quando ocorria um deslize do locutor, como por exemplo anunciar uma música e tocar outra.

j) **Localização:** a localização das emissoras pesquisadas merece um comentário especial. Membros das duas associações, inicialmente, estudaram os locais possíveis e mais adequados para a instalação da antena, pois a Lei nº. 9.612, artigo primeiro, parágrafo primeiro (anexo 3) exige que a altura do sistema irradiante (antena) não seja superior a trinta metros. Após a análise a respeito da localização correta para instalação da antena, verificou-se que o melhor local era situado em área próxima a das suas residências. Entretanto, instalar uma rádio em casa de família seria uma afronta à privacidade e à tranquilidade. Porém, havia outro problema: a falta de recursos para locação de um imóvel. Após algumas reuniões com os membros da Associação, todos parentes, chegou-se à conclusão que, além de econômico, seria mais fácil controlar as operações diárias da rádio se ela lá se instalasse.

Na prática, essa foi a solução mais viável para colocar a emissora no ar; entretanto, significou invasão do recinto familiar, ao mesmo tempo em que representou uma forma de controle e interferência, que prejudicou sua autonomia e favoreceu seu uso de acordo com interesses unilaterais. Quando houve a decisão final de instalação da rádio na casa da família, tanto no caso da Rádio Comunitária Nova Maracanã, quanto da Rádio Comunitária Metropoly, houve a ressalva de que seria a sede provisória. Sedes provisórias que permaneceram instaladas nos mesmos locais até o encerramento de suas atividades, no final de 2001.

Mesmo quando a emissora comunitária é instalada nas residências de seus presidentes e, consequentemente, sendo gerida por eles e por seus familiares, ela pertence à comunidade e não ao grupo que trabalha pela sua viabilização e funcionamento.

## 2.2 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DAS EMISSORAS PESQUISADAS

A Lei n. 9.612 de 19 de agosto de 1998, no seu artigo terceiro (anexo 3), diz que as programações das rádios comunitárias (conteúdo, duração dos programas, seleção de horários) devem ser produzidas pela e para a comunidade e que devem ter por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a oferecer oportunidade à difusão de idéias, elementos da cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade. Elas devem existir para promover o desenvolvimento social, cultural, político e comunitário, buscando o exercício pleno da cidadania. No seu artigo quarto, a mesma lei rege que as emissoras do serviço de radiodifusão comunitária atenderão, em sua programação, assuntos, preferencialmente, com finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas e de entretenimento. Na verdade, a programação de uma emissora comunitária deve espelhar a comunidade, tanto em seus problemas quanto em seus anseios. Segundo Ferro (2000, p.29) sugestões de programações que poderão ser acrescidas de idéias e aptidões da própria comunidade:

Noticiários locais e regionais (de manhã ouve-se rádio para saber notícias e a hora certa), informativos de utilidade pública, musicais independentes e alternativos, roteiros culturais, variedades (poesias, trova, repetente, teatro) e rádio popular (a participação da população com reivindicações, críticas, propostas).

Para averiguar, fiscalizar e acompanhar a programação das emissoras, a lei prevê, no seu artigo 8º (anexo 3), um Conselho Comunitário, que deve ser instituído pela Associação autorizada à exploração do serviço de radiodifusão. Este Conselho deve ser composto por, no mínimo, cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores. No caso das emissoras pesquisadas, transcreve-se a resposta do presidente da Associação Comunitária Reunida, no bairro José Abrão, quando foi questionado a respeito da participação do conselho na rádio:

[...] o problema é que a rádio foi montada mais ou menos que atendia aos anseios da comunidade. Nós ficamos aí algum tempo sem esse conselho, que só veio um tempinho depois. Tem por exemplo no caso a Sra. Margarida, tem o Sr. Gilberto que, inclusive, já foi presidente do bairro e Dona Adilis, que é uma pessoa que também tem uma participação muito grande no grêmio que organiza o carnaval do bairro (Claudemir Rivarola, Entrevista, 2001).

Outro detalhe que se deve considerar é quanto ao tempo de permanência no ar que em seu artigo número dezessete da lei 9.612, (anexo 3), diz que, obrigatoriamente, as emissoras do serviço de radiodifusão comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária de 8 horas e a retransmissão de programas oficiais como “A Hora do Brasil” é também obrigatória. Pela grade das duas emissoras, apenas a Rádio Comunitária Nova Maracanã, do Bairro Guanandi, cumpria a lei. Entrava no ar, diariamente, às 04horas e encerrava suas atividades às 24:00horas, atuando 20 horas por dia, incluindo o horário do programa obrigatório. A Rádio Comunitária Metropoly, por sua vez, atuava fora da lei, pois tinha uma grade semanal (segunda à sexta) de apenas quatro horas por dia, em função de seus locutores, voluntários, cumprirem expediente normal no comércio; somente após esse horário ficavam disponíveis para a emissora. Para fazer funcionar a emissora, semanalmente, era feito revezamento entre o presidente da associação e uma de suas filhas, também locutora da rádio. O horário exigido por lei, a Rádio Comunitária Metropoly o cumpria somente nos finais de semana, quando a programação tinha, em média, 17 horas por dia.

**a) Grade de programação Rádio Comunitária Nova Maracanã - Bairro Guanandi**

PROGRAMAÇÃO	
Horário	SEGUNDA A SEXTA-FEIRA
04:00 às 7:00h	Ivanor - Presidente do Bairro Programa sertanejo com prestação de serviço voluntário
07:00 às 8:00h	Pastor Turiba Programa Evangélico Igreja Cristo é a resposta Paga mensalidade
08:00 às 9:00h	Roberta (voluntária) Programa Evangélico
09:00 às 10:00h	Pastor Valdir Godoy Programa Hora da Bênção Igreja Palavra de Cristo para o Brasil Paga mensalidade
10:00 às 11:00h	Pastor Miguel Programa Evangélico Coração para Coração Igreja Quadrangular
11:00 às 13:00h	Pastor Adércio Programa Evangélico Coração para Coração Igreja Quadrangular
13:00 às 16:00h	Livre (só música)

16:00h às 18:00h	Evangelização. Pastor indefinido Programa com leitura da Bíblia e músicas
18:00h às 19:00h	A Hora do Brasil
19:00 h às 22:00h	Cícero de Souza - voluntário - todos os tipos de musicas, inclusive evangélicas.
22:00h às 24:00h	Lauriano Ferreira - voluntário - músicas evangélicas
<b>Horário</b>	<b>SÁBADO</b>
04:00 às 7:00h	Ivanor - Presidente do Bairro Programa sertanejo com prestação de serviço voluntário
07:00 às 8:00h	Pastor Turiba Programa Evangélico Igreja Cristo é a resposta Paga mensalidade
08:00 às 8:30h	Pastor Hélio Programa Evangélico Momento com Deus
08:30 às 11:00h	Horário livre só música sertaneja
11:00 às 14:00h	Lauriano Ferreira e Hélvio - voluntários, não são pastores, mas o programa é só música evangélica
14:00 às 16:00h	Cícero de Souza - voluntário Programa Alegria com Cícero - todo tipo de música (pediu-tocou) (salada)
16:00 às 18:00h	Programa canal aberto para o sucesso com os JG Gatatau/Marquinho e Ninja Música dance (Programa para jovens)
19:00 às 21:00h	Presidente do Bairro - Ivanor Programa Musical com entrevista e serviço de utilidade pública (Axé/pagode/forró)
21:00 ás 24:00h	Locutor voluntário - Programa: Pede e oferece música a alguém
<b>Horário</b>	<b>DOMINGO</b>
04:00 às 7:00h	Ivanor - Presidente do Bairro Programa sertanejo com prestação de serviço voluntário
07:00 às 8:00h	Pastor Turiba Programa Evangélico Igreja Cristo é a resposta Paga mensalidade
08:00 às 13:00h	Programação em aberto - livre (só toca música)
13:00 as 16:00h	Cícero de Souza - voluntário Programa Alegria com Cícero
16:00 às 19:00 h	Programa canal aberto para o sucesso com os JG Gatatau/Marquinho e Ninja Música dance (Programa para jovens)
19:00 às 21:00h	Programação em aberto - livre (só toca música)
21:00 às 24:00h	Locutor voluntário - Programa: Pede e oferece música a alguém

**b) Grade de programação da Rádio Comunitária Metropoly - Bairro José Abrão**

<b>PROGRAMAÇÃO</b>	
<b>Horário</b>	<b>SEGUNDA À SEXTA-FEIRA</b>
18:00 às 19:00h	Programa obrigatório “A Hora do Brasil”
19:00 às 22:00h	Pediou – ouviu (com Juliana e/ou Rivarola)
<b>Horário</b>	<b>SÁBADO</b>
05:00 às 8:00h	Sertanejo 2001 - Sérgio/Linei
08:00 às 11:30h	Sertanejas variadas Prestação de serviços para a comunidade
11:30 às 13:00h	Momento de paz carismática - Pe. Zezinho
13:00 às 16:00h	Pagode e internacional - Vanessa
16:00 às 17:30h	Romântica - com Juliene
20:00 às 22:00h	Dance música/rock - com Luis Maciel
<b>Horário</b>	<b>DOMINGO</b>
07:00 às 10:00h	Flash back - Lilian
10:00 às 12:00h	Hora paraguaia - Rivarola
12:00 às 14:00h	Pediou ouviu - Luciano Duran
14:00 às 16:00h	Pop/rock - Flávio César
16:00 às 19:00h	Sertaneja (música ao vivo) - Rivarola
19:00 às 22:00h	Flash back - Lilian

Nas duas emissoras pesquisadas, a evangelização e o entretenimento, nas rádios do Bairro Guanandi e na do Bairro Jose Abrão, foram as nuances da programação. A maior parte do tempo em que as duas rádios comunitárias permaneciam no ar era dedicada ao entretenimento e feed-back da audiência, junto aos ouvintes das emissoras. Quando realizada, a pesquisa de campo mostrou que estes estavam satisfeitos, pois costumavam declarar que a “música da rádio alegrava” e sempre seus pedidos eram atendidos.

No caso da Rádio Comunitária Nova Maracanã há o predomínio das músicas evangélicas. Vários pastores se revezavam durante o dia para passar sua mensagem de fé, pelas músicas, sermões, leituras bíblicas e mensagens de conforto, amor e paz. As instituições evangélicas que têm programação diária na Rádio Nova Maracanã pagam um

valor simbólico à emissora para ocupar um determinado horário. Essa contribuição não era obrigatória e nem constante, por isso quando o pagamento não era efetuado procurava-se estabelecer algumas trocas de favores, tais como arcar com o custo de manutenção de aparelhos, doação de CDs para o acervo da emissora ou propiciar alguma melhoria na estrutura física da rádio. Eram elas: Igreja Cristo é a Resposta, Igreja Quadrangular, Igreja Palavra de Cristo para o Brasil, Igreja Comunidade Evangélica Nova Jerusalém e Igreja Pentecostal: Volta de Jesus.

A respeito dos programas religiosos na rádio brasileira, Cardoso (1994, p. 5) comentou:

Apesar das diferentes emissoras de rádio inserirem, há alguns anos, programas religiosos em sua programação, não existe ainda nenhum estudo aprofundado sobre o tema. O que existe são artigos esporádicos muito superficiais sobre alguns programas e seus dirigentes publicados em revistas e jornais. Conseqüentemente os programas religiosos na rádio, com suas diferentes linhas, tendências teológicas e doutrinárias, permanecem ainda como um campo fértil a ser cuidadosamente pesquisado, principalmente por aqueles que estão identificados com os fenômenos da comunicação.

A programação da emissora Comunitária Nova Maracanã, quando comparada com o estilo da Rádio Comunitária Metropoly, apresentava diferenciações. Nela não eram executadas músicas evangélicas e o único programa de cunho religioso ia ao ar aos sábados, durante uma hora e meia, tocando músicas do Padre Zezinho. Às vezes, aos domingos, transmitia-se a missa da igreja do bairro. Todos os estilos de músicas tocadas, na Metropoly, seguiam o padrão convencional das emissoras comerciais, tais como pagode, axé, sertanejo, romântica, flash back, poprock e outras. Aos domingos, porém, apresentava um programa com duas horas de duração tocando músicas paraguaias, de modo a agradar aos descendentes de paraguaios que residem na comunidade.

Nas duas emissoras comunitárias, durante a pesquisa, detectou-se que não havia elaboração de notícias para programas jornalísticos. Eventualmente, quando havia alguma notícia relevante em outros meios de comunicação, como no caso do jornal, recortava-se a matéria que era lida no ar durante a programação, procedimento esse denominado, entre os profissionais de comunicação, de “gilette press”. Com a precária estrutura e a não capacitação das emissoras, seria difícil produzir, sem um profissional competente, um programa jornalístico, como explicou Chantler (1998, p.22-3):

[...] Para ser radiojornalista é preciso saber combinar talento tradicional do repórter com as habilidades exigidas pelo rádio. Talento tradicional quer dizer escrever claramente, ter uma compreensão fácil do idioma, sair-se bem de situações complicadas e, o mais difícil de tudo, faro para as notícias ou competência para saber o que pode render uma boa história. Tem de ser versátil, tecnicamente competente e ágeis a ponto de gravar uma entrevista ou redigir uma nota sobre um caso ocorrido no tribunal, literalmente alguns segundos antes de a matéria ir para o ar. É preciso ter idéias de pautas originais e buscar notícias em lugares onde aparentemente elas não surgem, como nas agendas das reuniões das Câmaras dos Vereadores, exposições de flores e/ou inquéritos policiais.

Se as programações fossem, de fato, geridas pela comunidade, desde o processo de produção do programa, planejamento global até a gestão do meio de comunicação como um todo, conforme pede a lei, no seu artigo terceiro (anexo 3), grande parte dos problemas da comunidade poderia ter solução. Entretanto, não é essa a realidade da radiodifusão comunitária. Sua programação é feita por poucos e apenas dentro do seu precário estúdio. A respeito desse assunto, Cogo (1998, p. 137) observou que: “[...] é preciso substituir a concepção de se fazer rádio popular de estúdio, pelo desejo e iniciativa de se integrar com movimentos organizados ou simplesmente com as mais diversas manifestações ou expectativas da vida e do cotidiano da comunidade”.

De acordo com Lobo (2002) no site <http://intermega.globo.com>, as emissoras locais devem:

[...] organizar uma grade de programação com horários rígidos e reguladores distribuídos entre os programadores e procurar manter uma variedade na programação, distribuindo uma grade de acordo com os horários de disponibilidade e o interesse do ouvinte.

Além da necessidade em se aproveitar o tempo das emissoras com programações que atraiam os ouvintes, é necessário também que os lugares da comunidade, como a praça, a rua e também a casa dos moradores passem a ser entendidas não como meros espaços geográficos ou coisas físicas mensuráveis, mas como produtos, em que se possa extrair conteúdo para as programações das rádios comunitárias. Mesmo que conceitualmente haja diferença entre a rua e a casa, os dois lugares precisam ser entendidos como fontes potenciais de informação para este veículo local. Conforme Damatta (1990, p. 73):

[...] a rua implica movimento, novidade, ação, ao passo que a casa subentende harmonia e calma: local de calor (como revela a palavra de origem latina lar, utilizada em português para casa) e afeto. E mais, na

rua se trabalha, em casa descansa-se. Assim, os grupos sociais que ocupam a casa são radicalmente diversos daqueles da rua. Na casa, temos associações regidas e formadas pelo parentesco e relações de sangue; na rua, as relações têm um caráter indelével de escolha, ou implicam essa possibilidade.

Mesmo sem utilizar esses dois pólos, casa e rua, como fonte geradora de informação, como conteúdo da comunidade, os dois Presidentes das Associações afirmaram o caráter comunitário das emissoras que presidião, pois ofereciam à população conteúdos de seu interesse, como anúncios de documentos achados e perdidos, ofertas de empregos, divulgação de trabalhos realizados por eles em prol dos bairros, arrecadação de recursos para auxílio na compra de medicamentos, utensílios domésticos, ainda que esporadicamente, como pode ser observado na entrevista:

A comunidade precisa de tudo. Todos os serviços oferecidos para a comunidade são interessantes, pois ajuda pessoas necessitadas na compra de cadeiras de rodas, remédios e informações dos postos de saúde. Uma vez queimou umas casas no bairro, tudo foi destruído pelo fogo. Então as pessoas ficaram sem saber o que iam fazer. Aí procuraram o “Ivanor” (locutor da emissora) e muitas coisas foram conseguidas pelo seu programa. Mantimentos, roupas e até mesmo uma parte dos móveis para essas pessoas que estavam sofrendo. (Adelino Ferreira dos Santos, Entrevista, 2001)

Os presidentes das Associações comunitárias, pelas razões expostas e também por estarem as emissoras que presidião inseridas em uma comunidade, consideravam-nas como comunitárias. Tal afirmação pode ser constatada na resposta do presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã:

[...] ela é realmente comunitária porque a gente só faz a favor da comunidade, procura fazer o que a comunidade quer, né? Então a gente tamos trabalhando em favor da comunidade, então cremos que é uma rádio comunitária (Adelino Ferreira dos Santos. Entrevista, 2001).

Constatou-se que as emissoras pesquisadas, mesmo servindo como instrumento de descentralização e democratização dos meios de comunicação, não são geridas pela comunidade, o que lhes garantiria, legalmente, o nome de comunitárias. Entretanto, através dos serviços que prestavam a comunidade, mesmo que esporádicos, em pequenas proporções, aproximavam o emissor do receptor, criando uma maior intimidade entre o que se falava e o que se queria ouvir. Por isso, se tornavam atrativas, mercadologicamente, pois captavam uma parcela da audiência.

A responsável para que a emissora comunitária se mantenha no ar, assim como em todos os outros meios de comunicação, é a propaganda, a qual é vendida pela audiência de um veículo, seja ele comercial ou comunitário. Segundo a lei, no seu artigo décimo oitavo (anexo 3), nas rádios comunitárias não é permitida a propaganda, apenas o “apoio cultural”, que não deixa de ser uma forma de propaganda. Essa venda de espaço é o que faz a maior parte de outras dezenas de emissoras, espalhadas pelo país, transformar o ideal de participação comunitária em espaço para venda de comerciais.

O apoio cultural significa apenas citação do nome da empresa que patrocina o espaço. Assim elas podem admitir patrocínio, mas sob a forma de apoio, e os estabelecimentos que o fazem devem, obrigatoriamente, se situar na área da comunidade atendida. Outra forma de se obter receita para uma emissora comunitária legalmente aceita, é a de doações, contribuições e organizações de eventos realizados pela e para a comunidade.

A emissora comunitária localizada no Bairro Guanandi, um bairro comercial, com tantas opções de negócios, não contava com grandes anunciantes que oferecessem apoio cultural. Durante a época em que durou a pesquisa, apenas quatro pequenas empresas do bairro constavam no quadro de apoio cultural da emissora: Mercearia Popular, Mercearia do Paulo, Motel M&M e Lanchonete 2001. O valor cobrado de cada uma delas não ultrapassava a quantia de R\$ 50,00 por mês. Para sobreviver e manter-se no ar, a emissora utilizava outras fontes de renda, como a contribuição média, mensal de R\$ 150,00, pelo espaço de uma hora de programação, de cada uma das igrejas que dela se utilizava para transmissão de programas religiosos.

Quanto à emissora do Bairro José Abrão, bairro predominantemente residencial, havia o patrocínio significativo do Supermercado Dias. Por valor que variava entre R\$ 50,00 e R\$ 150,00 por mês, o anunciante tinha seu nome citado várias vezes durante a programação, com direito, inclusive, a um comercial, informando a promoção do dia. Esta emissora não tinha outras fontes de renda, apenas a venda de espaço em forma de apoio cultural, diferentemente da Radio Nova Maracanã, cujos espaços eram comercializados com as diversas Igrejas Evangélicas.

**L**

### 3. RÁDIO COMUNITÁRIA E COMUNIDADE: FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Entende-se que uma coletividade compartilha vivências inter-relacionadas por interesses, provenientes das necessidades sociais básicas presentes no cotidiano de cada uma das pessoas que a integra. Essas necessidades dizem respeito à saúde pública, educação, política, segurança e demais serviços sociais delegados ao poder público, cuja ausência ou má prestação costuma gerar carências comunitárias. A comunicação no âmbito popular, aqui representada pela rádio comunitária, pode vir a atuar como estratégia de transformação dessa realidade, no momento em que, como representante dessa comunidade, pode analisar, requerer e até promover ações que modifiquem o cotidiano citado. Sobre esta questão Marcondes (1991, p. 162) enfatizou que:

[...] com este tipo de veículo comunitário, as comunidades podem romper o gueto a que estão submetidas pelos critérios de marginalização predominantes na sociedade. Essa é a proposta deste meio, que deve se empenhar em organizar movimentos sociais e unificar esforços individuais em defesa de interesses comuns, normalmente menosprezados na sociedade. É a forma da comunidade poder afirmar-se e fazer valer sua posição sem ser deglutiida pelas máquinas de informação oficiais, públicas ou privadas, que tudo fazem, menos solucionar os problemas e as necessidades dessas comunidades.

Complementando esse raciocínio Cogo (1998, p. 48) afirmou:

Na perspectiva da cultura, falar de comunicação popular é falar do modo de inserção do trabalho comunicativo no ambiente social. É pensar a comunicação a partir dos critérios e valores dos grupos populares ligados a esse meio ambiente. Valores como o sentido da vida, do trabalho, da solidariedade, que aparecem articulados no cotidiano do povo.

Trata-se de trabalhar um universo de culturas que abrangem valores, crenças, conflitos e manifestações diversificadas, de modo a desenvolver um ambiente de envolvimento social, que ao mesmo tempo se caracteriza pela individualidade de pensamentos. É justamente a pluralidade de idéias e valores que impulsiona cada um dos moradores a se comunicar e a interagir através da auto-expressão, do conhecimento de novos pontos de vista, da troca de informações. A comunicação, que permite e privilegia todo esse processo, transforma cada indivíduo em membro atuante da comunidade, um verdadeiro agente participativo na construção da cidadania. Assim também pensa César (1990, p. 30): “o rádio possui uma capacidade de intervir na vida dos consumidores”.

### 3.1 A RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SEU PAPEL NAS COMUNIDADES

As conquistas tecnológicas trouxeram condições inegáveis para o avanço do poder do rádio como veículo de comunicação, como a invenção do transistor, que livrou o rádio da dependência da energia elétrica, a redução drástica de seus custos, a miniaturização dos aparelhos, com versões reunindo AM e FM e sua vocação eminentemente local, em que assume suas características de meio individual, de consumo quase que essencialmente privado, por uma pessoa apenas ou um grupo delas com enormes afinidades.

O rádio soube adaptar-se a uma nova realidade surgida com o advento da televisão brasileira, na década de 50, transformando-se em fonte de diversão, entretenimento, informação e serviços com forte apelo popular, a qualquer hora que o ouvinte deseje, mesmo que seja dentro do carro. Aliás, os receptores de rádio em veículos se tornaram tão comuns, que algumas emissoras se especializaram em programas de serviços dirigidos para um novo público: os motoristas. Ademais, a disponibilidade do rádio é total. É um meio de impacto, graças ao reforço que a sonoplastia e a música podem oferecer. Contudo, mesmo angariando do rádio todos esse benefícios, a radiodifusão comunitária, nas comunidades pesquisadas, limitou-se a ser apenas um meio de entretenimento. De acordo com Lobo, em seu site [www.intermega.globo.com](http://www.intermega.globo.com), acessado em 26 de junho de 2002, às 18h10min., disse que “[...] a emissora comunitária precisa ser mais que uma simples emissora de difusão de músicas, mesmo que mantenha uma íntima vinculação com o meio, por ser elemento considerado natural da linguagem radiofônica, não causa reflexões e debates”.

De qualquer forma não podemos negar que a música produz efeitos fisiológicos no corpo humano, como reconheceu Diresens (*apud* César, 1994, p. 312):

[...] A música ilustra ou produz um clima para a efetiva recepção da emissora, despertando e trabalhando as emoções do ouvinte. Ela aumenta o metabolismo, aumenta e diminui a energia muscular, acelera a respiração e diminui a sua regularidade, produz um efeito marcado mais variável no volume de sangue, pulso e pressão sanguínea e diminui a abertura para estímulos sensoriais de modos diferentes.

Um instrumento de comunicação assim, destacando que o rádio chega onde a TV não vai, é prático e portátil, não exige que o indivíduo seja alfabetizado; além disso, o

horário nobre do rádio dura 13 horas, enquanto o da TV apenas três, deve ser considerado com respeito e profissionalismo.

Quem menospreza a força do rádio, está abrindo mão de um vasto campo, ali disponível para a plantação de suas mensagens e, consequentemente, para a colheita do que se plantou. A emissora que dá as costas ao rádio sugere, por isso mesmo, um pescador que inexplicavelmente, resolve pescar apenas com um anzol, uma linha e uma isca. Seguramente ele vai fisgar menos peixe do que o seu vizinho mais experiente que pesca com várias linhas, iscas diversas e em profundidades diferentes, pois sabe que além dos peixes de superfície, existem também os de meia água e os dos fundos do mar. É preciso lembrar que o rádio tem sua própria linguagem, muito mais direta, coloquial e intimista, e somente a sintonia com esta característica do veículo pode possibilitar que o tripé - diversão, informação e persuasão - seja efetivamente exercitado no seu uso (FERRO, 2000).

É sabido que ainda há alguns fatores nas emissoras comunitárias a serem democratizados, desde a grade de programação até a chegada ao microfone, o qual é tão importante quanto a grade, pois é possível chamar a comunidade toda através dele, convocando-a a assumi-la. As rádios que podem obter sucesso nas comunidades são as que entendem que o ouvinte não é mero consumidor final do que se produz naquela freqüência, mas que pode vir a interagir diretamente no projeto, participando organicamente dentro da emissora. Os exemplos relatados a seguir por Soter (2000) demonstram que existem formas mais abertas e democráticas de sustentar uma emissora comunitária:

- 1) Programa “Uma hora para o ouvinte”, em que todos os dias um ouvinte se inscreve para fazer um programa na rádio comunitária, aberto livremente para os seus gostos musicais, informações e idéias que se deseja difundir. Nessa experiência o ouvinte passa a ser, durante uma hora, um locutor, programador e produtor.
- 2) Programa “Comunidade ao Vivo”, um modelo que merece um bom destaque, pois capta a essência da rádio comunitária na prática. São horários abertos na grade de programação que visa as inserções dos grupos musicais, cantores e compositores da específica comunidade, sendo tocados ao vivo na rádio. Objetiva-se a valorização da cultura local, potencializando os artistas da região.
- 3) Programa “Fala Cidadão”, consiste em abrir durante um determinado período de tempo os microfones para as pessoas falarem, fazerem críticas, elogios, dar recados, divulgar campanhas, expor opiniões, debater questões etc. Este modelo se assemelha como uma espécie de coluna do leitor dos jornais impressos.

No entanto, como foi constatado nos bairros pesquisados, esse entendimento da importância do rádio, que torna clara e evidente a necessidade e relevância da comunicação social como agente transformador, tem uma representatividade pouco expressiva no universo dos indivíduos que mais se beneficiariam dele: os moradores das comunidades onde estão instaladas as emissoras comunitárias.

Tanto a Rádio Comunitária Nova Maracanã quanto a Rádio Comunitária Metropoly não trabalhavam comunitariamente como determina a lei nº 9.612, não entenderam o poder que possuíam para formar opinião, caracterizavam-se, assim, apenas como veículo de “mão única”, de repasse de mensagens, e não de interação permanente com as respectivas comunidades, como afirma Peruzzo (1996, p. 145): “[...] para falar coisas do povo, seus problemas, suas aspirações e procurar conscientizar a comunidade de seus direitos de cidadania, é o que pode levar à transformação da sociedade”.

Após análise dos referenciais teóricos e das análises das entrevistas, tanto com os presidentes das associações quanto com os moradores, observou-se que, na verdade, falta conhecimento, por parte da própria comunidade e integrantes das Associações Comunitárias. Confundem conteúdo, com abrangência. Acreditavam que, por estar prestando serviços a uma determinada comunidade e cumprirem a lei com relação à manutenção da potência do transmissor em até 25 watts, já podiam intitular suas emissoras como “comunitárias”. Levando em consideração sua audiência e/ou sua abrangência restrita, que atingiam apenas aquela comunidade e eventualmente alguns bairros adjacentes, esqueciam, por completo, do conteúdo, fazendo-se parecer, à primeira vista, que uma emissora é comunitária pelo fato de ser organizada dentro de um bairro ou estar restrita territorialmente. Pelo contrário, uma rádio comunitária intitula-se comunitária pela participação da comunidade em sua gestão e não pela sua audiência e/ou abrangência.

Quanto à abrangência das emissoras, o presidente da Associação Comunitária Reunida, afirmou:

[...] a gente admira que um transmissor de 25 watts tem meios de chegar, por exemplo, em Indubrasil., que fica uns 123 k daqui. Também, não sei se é devido a altura do bairro, mas por exemplo, a emissora chega nas Moreninhos que fica uns 31 k do Bairro José Abrão. Eu achei incrível e até falei assim: Puxa vida, olha que beleza. Outros bairros também ligam solicitando musica, como por exemplo Vila Popular, Jardim Carioca, Serradinho, Nova Campo Grande, Cel Antonino (Claudemir Rivarola,Entrevista, 2001).

Há o desconhecimento não só da função social da rádio comunitária, como também falta a consciência da importância de sua participação ativa, tanto como produtores quanto como receptores do que produz - caracterizando a comunidade como sujeito passivo, que não sabe apropriar-se de seus direitos, não exercendo, dessa forma, sua cidadania:

Não apenas as comunidades enfocadas aqui nesta pesquisa que não têm condições de exercer sua cidadania, por absoluto desconhecimento de seus direitos, os próprios locutores e produtores, membros dessas mesmas comunidades, também se encontram na mesma situação. Se não há clareza sobre quais são os direitos dos cidadãos que integram a comunidade, os ouvintes são dirigidos de um lado para o outro, ao sabor dos interesses dos proprietários das emissoras. Além disso, os locutores e produtores não conhecem suficientemente a linguagem radiofônica para tornarem as rádios mais atuantes junto à comunidade (MOREIRA, 2001, p. 244).

Listamos, a seguir, os principais motivos, detectados na pesquisa, pelos quais se dá esse desconhecimento:

#### **A) Inexistência de um órgão regional associativo**

As rádios comunitárias não dispõem de uma associação que as congregue e que forneça condições necessárias para sua atuação. As associações têm como objetivo unir pessoas da comunidade, de modo que se organizem em torno de objetivos comuns, como, por exemplo, fortalecer o segmento profissional no qual operam.

Um órgão associativo favoreceria a disseminação das rádios comunitárias e promoveria um envolvimento mais significativo dos moradores e, consequentemente, da comunidade a que pertencem. A ação poderia ser concretizada pela realização de cursos, palestras, seminários e eventos similares de caráter interativo, visando à defesa dos interesses da comunidade e das pessoas envolvidas neste trabalho.

O objetivo central dessa associação seria a promoção da cooperação e do intercâmbio entre as rádios comunitárias da região e o delas com as comunidades. A direção ficaria sob a responsabilidade dos membros que representam os veículos de comunicação comunitária, que desenvolveriam atividades de caráter informativo e social, como publicações mensais, pesquisas de audiência e de levantamentos de assuntos de

interesse coletivo, oficinas de aprimoramento para os locutores e programadores, eventos e confraternizações com a comunidade, campanhas benéficas e programas de estágio para estudantes de comunicação.

### **B) Ausência de um trabalho constante de divulgação e esclarecimento na comunidade**

As campanhas de divulgação são importantes no processo de esclarecimento de programas comunitários e adesão da opinião pública. Uma rádio comunitária, como já definimos anteriormente, tem a função essencial de atender aos anseios da comunidade e propiciar o progresso e o desenvolvimento local. Quando classificadas indevidamente como “clandestinas” e “piratas”, as rádios comunitárias perdem espaço e credibilidade junto ao público, o que as impossibilita de exercer o papel social que lhes é atribuído no momento de sua formação.

Com a concretização de projetos sociais desenvolvidos dentro das comunidades, tornar-se-ia possível arregimentar colaboradores e estimular a participação conjunta de cada indivíduo, de modo a envolvê-lo no processo de construção da cidadania e da conquista de melhorias para a sociedade em geral.

Esses programas de divulgação teriam ainda a finalidade de conscientizar a comunidade da importância de sua participação ativa nos procedimentos de organização, operação e gestão da sua rádio comunitária, apropriando-se dela e estabelecendo suas metas, objetivos, planos de ação, elaborando a programação diária e analisando os resultados obtidos e, em última instância, a democratização da comunicação e o desenvolvimento local.

### **C) Disseminação de falsos conceitos por parte das Rádios Comerciais**

O atributo principal de uma rádio comercial é o seu caráter lucrativo. Por possuírem maior poder econômico e de abrangência, disseminam falsos conceitos, tais como o de as rádios comunitárias serem “piratas”, principalmente através de suas associações como é o caso da ABERT, que congrega os donos das grandes emissoras convencionais que veiculam, por meio de milionárias campanhas na imprensa convencional, que as Rádios Comunitárias estariam “interferindo” nos sistemas de

comunicação e navegação das aeronaves, bem como nos rádios de ambulâncias, como já explicitado no capítulo I.

Seu temor reside no poder e na capacidade que a rádio comunitária tem de criar programas inovadores, com linguagem acessível e criativa e ainda unir a população em um trabalho comum, que acaba por atrair os anunciantes locais. Além disso, possui condições de desenvolver programas voltados ao bem-estar da pequena comunidade na qual está inserida, vantagem que os grandes veículos de comunicação não oferecem. A respeito deste motivo, Peruzzo (1991, p. 9) comentou:

Algumas razões para a não aceitação das emissoras comunitárias pelas rádios convencionais são, primeiramente o receio que se tem da pulverização da audiência e da consequente perda de anunciantes. Mas o dinheiro não é tudo que interessa, não é o único motivo para contestação às rádios comunitárias. Elas são portadoras de um conteúdo político que amedronta os três poderes constituídos. Elas subvertem o poder exercido pela oligarquia local ou desmascaram seu caráter antipopular. Seu grande perigo está na cidadania que ela faz despertar no ouvinte, ao promover a troca de papéis: de ouvinte, o cidadão passa a falante e os mandões locais de falantes a ouvintes.

A citação evidenciada por Peruzzo pode ser analisada sob três prismas: limites da rádio comunitária (equipamentos precários e falta de material de apoio, como falta de CDs, gravadores e potência do transmissor<sup>16</sup>), objetivo do veículo e audiência.

Primeiramente, a rádio comunitária não disputa espaço com uma rádio comercial, não compete mercadologicamente, nem tem como pretensão roubar sua audiência, principalmente por não possuir transmissor que atinja uma grande audiência, comparando-se com as rádios comerciais<sup>17</sup>. Seus equipamentos e material de apoio são precários e insipientes, pelo menos nas emissoras pesquisadas.

Segundo, precisa-se considerar que a sua principal aspiração como veículo local é a de se tornar um canal eficaz de participação e comunicação, oferecendo à comunidade um conteúdo de nível cultural, educativo, informativo e democrático.

---

<sup>16</sup> Peruzzo (1998, p.9) comenta: “[...] é importante lembrar que a somatória de toda a potência das mais de 500 emissoras comunitárias existentes em São Paulo, não chega à metade da potência de uma só emissora convencional, que atinge freqüentemente cem mil watts”.

<sup>17</sup> Apesar para comparação o transmissor de uma rádio, sem ser comunitária, é de 10 mil watts, como é o caso da 91,5 - FM UCDB, em Campo Grande, MS. O de uma emissora comunitária, segundo a lei, tem que ser de até 25 watts.

Terceiro, a rádio comunitária Nova Maracanã, apesar de todas as suas limitações, quanto aos equipamentos e material humano, pode até não disputar espaço mercadológico com outras emissoras, mas prima por abrir espaço ideológico-doutrinário, o que não deixa de ser, atualmente, um mercado promissor, como é o caso da emissora comercial 102,4 (Rádio Ativa- emissora evangélica)<sup>18</sup> e, assim, constitui-se também em mercado de audiência, mas a potência do seu transmissor não permite que ela tenha a mesma audiência por razões óbvias.

### 3.2 INFLUÊNCIA E IMPORTÂNCIA DA PROGRAMAÇÃO NA COMUNIDADE LOCAL

A comunicação é um dos elementos formadores da sociedade, desde o momento em que influí na construção da personalidade do indivíduo, em suas ações, seu comportamento e, consequentemente, nas atitudes coletivas. Criando, além de um caráter singular, um caráter social coletivo, como afirmou Bordenave (1986, p. 27):

A sociedade existe na comunicação e por meio da comunicação, porque é através do uso de símbolos significativos que nos apropriamos das atitudes dos outros, assim como eles, por sua vez, se apropriam de nossas atitudes. Isto quer dizer que a personalidade é um produto social, gerado graças à interação com as demais pessoas. Em outras palavras, a comunicação tem a função de identidade.

Os meios utilizados pela comunicação refletem no indivíduo suas atitudes, pensamentos, idéias e formas de vida, sendo esse conjunto que os impele às ações coletivas. Uma comunidade, que é formada por um grupo de pessoas, tem na comunicação um instrumento não só de interação social e entretenimento, como também de encaminhamento para o desenvolvimento social. Apresentam às comunidades realidades que provocam processo de reflexão coletiva, levando-as, consequentemente, à ação conjunta e colocando os integrantes das comunidades em contato, de modo a perceberem

---

<sup>18</sup> Segundo Moreira (2001, p. 15): “[...] em 1999 estimativas do setor privado sobre a constituição do quadro brasileiro de rádio, apontavam que 45% das emissoras pertenciam a políticos, 25% a seitas evangélicas, 10% à Igreja Católica e 20% a emissoras comerciais independentes. Neste que é o segundo maior mercado de rádio do mundo, 70% dos proprietários vem de outros setores, em especial o político e o religioso, com fontes próprias de financiamento, o que distorce o poder de competição do meio”.

seus problemas comuns e estabelecerem trocas de informação, de idéias e gerando, mais uma vez, atitude em grupo.

É inquestionável a influência exercida pelos meios de comunicação no cotidiano da sociedade. A mídia possui a capacidade de atingir o público, persuadi-lo e até atribuir simpatia ou repulsa aos fatos ou indivíduos, de acordo com sua conveniência. Embora tendo consciência disso, a sociedade, de modo geral, não sobrevive sem dispor de seus serviços. É sabido que o rádio, por todas as razões já apresentadas neste trabalho, cumpre papel fundamental no cotidiano da comunidade.

Segundo Bordenave (1986, p. 91):

[...] os meios de comunicação tornar-se-ão, então, instrumentos para a identificação de assuntos que necessitam atenção em nossa sociedade, articulando genuínas preocupações do povo, particularmente dos subprivilegiados na sociedade, somando tais necessidades de decisão e realimentando com esta demanda os níveis de ação executiva.

Essa instrumentalização dos meios, para a identificação do que a sociedade quer e precisa, pode ser identificada pelo surgimento da comunicação comunitária, sendo uma forma encontrada de aproximar a emissão da recepção, nos dois sentidos. O primeiro da forma física, aproximando os dois, veículo e público, seguido da apropriação do conteúdo, que passa a ser de interesse local.

O local vem tomando uma grande importância no contexto global. Encontrando força no fenômeno histórico vivido, a globalização, que nos leva também à globalização das comunicações, tem procurado formas criativas de revelar o local, através da segmentação, citando como exemplo, no contexto da radiodifusão, Rosa (1998, p. 12): “[...] o rádio passa pela segmentação, pois cada emissora possui uma determinada linguagem, perfil de público e estilo de programação. Cada vez menos veremos rádio atingindo grandes massas e cada vez mais rádios atuando por nichos de mercado”<sup>19</sup>.

Essa interligação mundial de todos os mercados, provocada pela globalização, ao mesmo tempo em que põe em relação os contrastes do mundo atual, também aceleram o contraste da própria comunicação: a convivência entre a sua internacionalização e

---

<sup>19</sup> Segmentação de mercado são extensos grupos identificáveis dentro de um mercado. Nicho é um grupo definido, menor, que pode estar à procura de uma combinação especial de benefícios. Os consumidores de um nicho possuem um conjunto de necessidades distinto e bastante complexo.

regionalização. Essa tendência à regionalização, também sentida pela radiodifusão, como observado, vem contribuindo para o aumento do potencial do desenvolvimento da comunicação comunitária. Por meio dela, ou seja, pelas ondas radiofônicas, a comunidade passa a ter voz e suas mensagens adquirirem maior abrangência no local.

Esta nova realidade é confirmada por Ortriwano (1995, p. 28) quando disse:

[...] o rádio de caráter nacional, com a programação de uma única emissora atingindo diretamente todo o território, deixou de ter razão de existir, voltando-se mais para os aspectos regionais, ligados à comunidade em que atua". Assim também pensa Chantler (1998, p. 19), que afirmou: "[...] tendo que competir com uma possibilidade cada vez maior de escolhas, a luta pela audiência no rádio esta se tornando maior do que nunca. A identidade com a região e o noticiário local são ferramentas essenciais nessa disputa.

Por ser o rádio considerado um veículo local, essa constatação nos remete a um pensamento: a radiodifusão comunitária, conquistando, a cada dia, uma nova participação social, poder-se-ia chamar radiodifusão local, ao mesmo tempo em que, sendo o desenvolvimento local um processo que independe de onde seja articulado, pois ele não é um processo de classes menos favorecidas, mas sim de cada comunidade, poder-se-ia chamar de desenvolvimento comunitário.

Essa fusão de processos, radiodifusão e desenvolvimento, deve-se às suas características interativas, como já comentado no capítulo II, sendo potencializada pelo homem, seu agente principal, através de sua criatividade em tentar encontrar novas estratégias para modificar sua realidade, utilizando como um dos instrumentos a radiodifusão local.

Este poder da radiodifusão está relacionado a vários fatores, sendo o principal a oralidade, uma das características primárias da raça humana, seguida pela sua penetração. De acordo com pesquisa disponível na internet, no site da ABERT ([www.abert.org.br](http://www.abert.org.br) - acessado em 14 de setembro, às 08h20min.), no Brasil, 91,2 % dos domicílios possuem aparelho de rádio. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio realizada em 1999, o rádio é o segundo eletrodoméstico presente na casa da população brasileira. Há ainda que se levar em conta que ele também está em 85% dos carros e, ainda, se tem a opção dos *walkman*. Enfim, trata-se do meio de informação que mais atinge a população, durante a maior parte do dia.

Um outro componente que tem o veículo é o forte envolvimento criado pelo locutor, íntimo do ouvinte, quase que tornando a audiência individualizada. Tal característica é fundamental para convocar cidadãos a um propósito, para tentar despertar mudanças sociais na comunidade local, como é o caso do desenvolvimento local. Muitas vezes tem-se a sensação de que o locutor está conversando diretamente com o ouvinte, pois parece dirigir-se a cada pessoa individualmente. Isso, naturalmente, gera maior credibilidade ao que é solicitado e/ou informado. A esta característica de proximidade agrega-se o valor da credibilidade, o que reforça seu poder diário de agente transformador, fundamental no processo que irá contribuir para o desabrochar do desenvolvimento local.

Reforçando sua credibilidade, disse-o muito bem Tavares (1999, p. 167): “[...] o rádio elegeu presidentes, governadores, prefeitos e vereadores, da mesma forma que o rádio ajudou a derrubá-los”<sup>20</sup>.

Há pesquisas que confirmam a credibilidade e penetrabilidade do veículo:

ABERT, todos os anos, realiza pesquisa para aferir a credibilidade de vários setores da sociedade junto ao público e todos os anos o rádio brilha. Ele é o segundo em credibilidade, logo atrás da Igreja Católica, sete posições acima dos jornais e dezessete posições acima da televisão. Ou seja, as pessoas reconhecem muito mais o que é veiculado no rádio do que nos telejornais, o que lhe confere mais poderes e responsabilidades, pois, ao mesmo tempo em que informa, educa, entretém, também pode levar, para dentro dos lares, a violência, a discordia e o pânico (CARVALHO, disponível no site [www.abert.org.br](http://www.abert.org.br)).

Esses poderes ficaram mais fáceis de serem conferidos ao rádio pela sua mobilidade, entretanto, outras características não podem ser descartadas, na composição de processos de desenvolvimento, como seu imediatismo, a instantaneidade das mensagens transmitidas:

[...] Depois da tendência do rádio extremamente cristalizado, tudo prontinho, tudo gravado, tudo feito de antemão, voltou a fase do rádio ao vivo, porque nada substitui o mistério do instantâneo, a pulsão do instante que passa. O instante que passa está carregado de mistério, tudo pode acontecer no instante. E, somente, ao vivo, o rádio pode transmitir o instante que passa, no momento exato em que esta passando. O ouvinte, nesse instante, é obrigado a imaginar o que ouve e o que está sendo

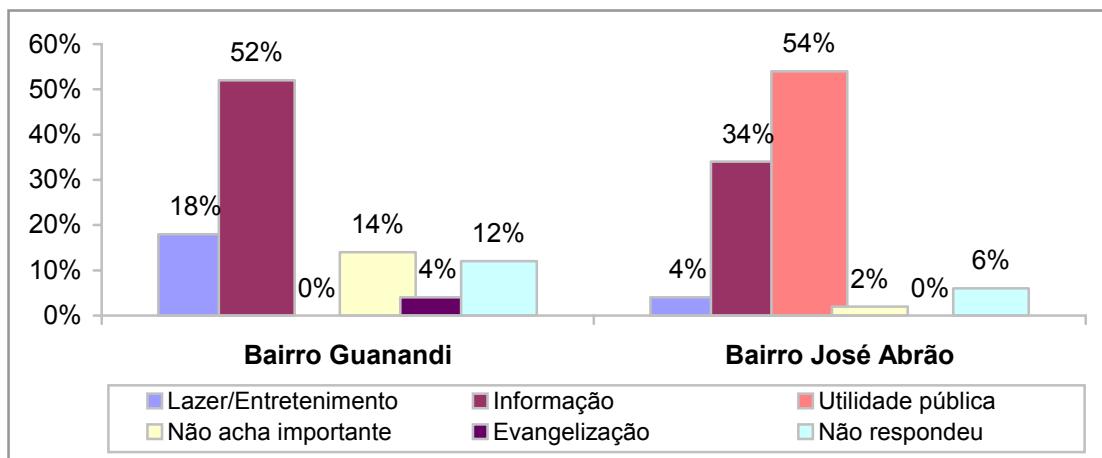
<sup>20</sup> Moreira (2001, p. 95): “[...] na Alemanha, Joseph Goebbels, encontrou no rádio o meio ideal de propagação ideológica, de Hitler, nos anos 40 e 50. Na Argentina Juan Domingo Perón fez do veículo, instrumento de propaganda política. Na década de 30, Getúlio Vargas foi o primeiro político brasileiro a perceber a capacidade e o poder de alcance do rádio em um país com a dimensão do Brasil. Ainda na esfera política, ele foi instrumento de resistência em Cuba, na década de 50, usado pela guerrilha de Fidel Castro”.

descrito. Não há outro meio melhor para estimular a imaginação, principalmente na sua instantaneidade. São imagens, que no rádio não se limitam ao tamanho da tela. Elas têm o tamanho que você quiser (ORTRIWANO, 1998, p.21).

Independentemente de ser radiodifusão comercial ou comunitária, seu poder permanece e todas as suas características também. Somente seu conteúdo e abrangência foram sendo adequados às novas tendências sociais. Pelo conteúdo é que se mede a sua especificidade e, principalmente, sua influência, se local, regional ou nacional, ao passo que a abrangência, que depende da potência do seu transmissor, está diretamente ligada ao seu conteúdo e, na sua qualificação legal, como emissora de baixa potência.

Os dados apresentados a seguir, obtidos por meio da pesquisa realizada nos Bairros Guanandi e José Abrão, buscam retratar o nível de importância da rádio, o qual é indiscutível, em qualquer localidade em que o meio se insere.

**Gráfico nº 8 - Importância da radio**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Mais da metade dos entrevistados do Bairro Guanandi e José Abrão consideraram a rádio importante como fonte de informação e lazer, itens fundamentais no cotidiano dos moradores. No Bairro Guanandi, 52% dos entrevistados têm na rádio um meio de informação e 18% como entretenimento e no Bairro José Abrão, dos entrevistados, 34% têm na emissora um meio de informação e 54%, utilidade pública, embora desconheçam o que seria esse tipo de serviço.

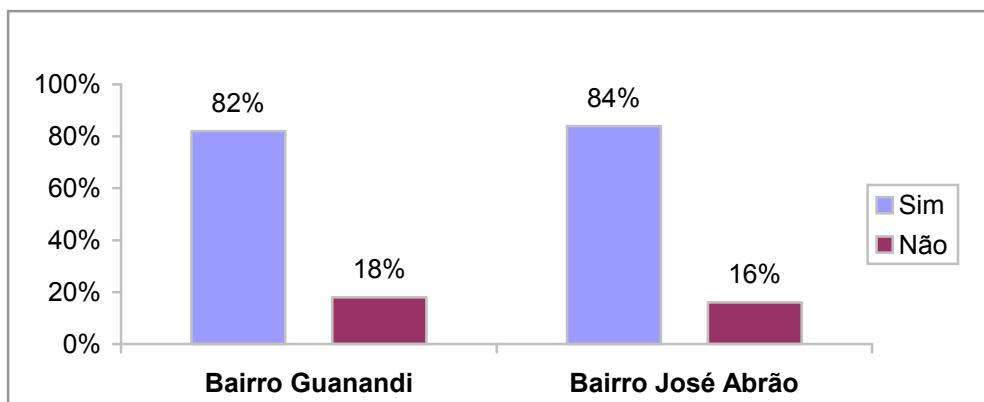
Para uma rádio comunitária se tornar importante para a sua comunidade, deve desenvolver uma programação especialmente voltada a esta localidade, tratando dos fatos

que envolvam a coletividade, das coisas que comungam coletivamente. Portanto, é através do conteúdo de sua programação que o meio poderá exercer influência em ações dos membros da comunidade. Ortriwano (1998, p. 34) afirmou que:

[...] o ponto mais importante para quem faz a radiodifusão comunitária é aquele que permite ao conjunto dos meios técnicos e humanos estabelecer um verdadeiro sistema de feedback entre os ouvintes e a equipe que o realiza, o qual dependerá de como a emissão conseguirá influenciar a recepção, o que depende, exclusivamente, do conteúdo a ser passado.

A seguir, os quadros que demonstram a influência das programações das emissoras pesquisadas nas comunidades:

**Gráfico nº 9**  
**Influência da programação nas atitudes dos moradores**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Quanto aos programas que já influenciaram nas atitudes dos entrevistados, também um número considerável deles (82% no Guanandi e 84% no José Abrão) acreditavam que a rádio comunitária já influenciou em suas atitudes, mas não souberam informar qual a programação e qual a atitude modificada, o que demonstra certa incoerência de informação e falta de conhecimento do que seja a influência causada por um meio de comunicação. Tal constatação também pode ser observada pelos comentários do presidente Associação Comunitária Reunida a respeito da influência quando questionado sobre mudanças após o início das atividades da rádio comunitária:

[...] a comunidade do José Abrão não é uma comunidade que tem uma participação muito grande aqui na rádio. A gente fez um levantamento

para ver qual seria a maior audiência da radio. Então nós chegamos a conclusão de que em primeiríssimo lugar é o Zé Pereira que tem participado muito e tem ligado bastante. Não foi uma pesquisa casa a casa, mas pelas ligações e deu que sempre nós temos mais ligações do Zé Pereira do que do José Abrão (Claudemir Rivarola. Entrevista, 2001).

Verificou-se que uma das aberturas mais utilizadas pelos ouvintes, junto à rádio, era quando podiam solicitar músicas e dedicá-las a alguém. Sentiam-se à vontade para ligar e interagir com ela e, por isso, classificaram essa atitude como sendo um tipo de influência. Entretanto, esse tipo de influência não era a desejada, pois não vislumbrava modificações no seu cotidiano. As comunidades, durante a permanência das emissoras no ar, pouco participaram de questionamentos e soluções para seu dia-a-dia, o que poderia ter provocado mudança no seu modo de pensar, agir e viver. Pode-se citar, como exemplo, tipos de conteúdo que podem exercer influência positiva: educação, saúde preventiva, direitos sociais, cultura, defesa da criança e da terceira idade, entre outros tantos temas urgentes para a maioria das comunidades brasileiras.

Os resultados da pesquisa de campo evidenciaram, por parte dos ouvintes, certo desconhecimento do que quer dizer influência e que, basicamente, as emissoras são fontes de entretenimento, como no caso da Metropoly no Bairro José Abrão, mesmo que apenas 4% dos entrevistados tenham apontado para este item. No caso da Nova Maracanã, do Bairro Guanandi, há a predominância de programas religiosos na emissora comunitária, embora apenas 4% tenham mencionado a rádio como meio de evangelização.

Reafirmando o poder do rádio, citamos sua função como veículo de utilidade pública, como Costa (1997, p.27) acrescentou:

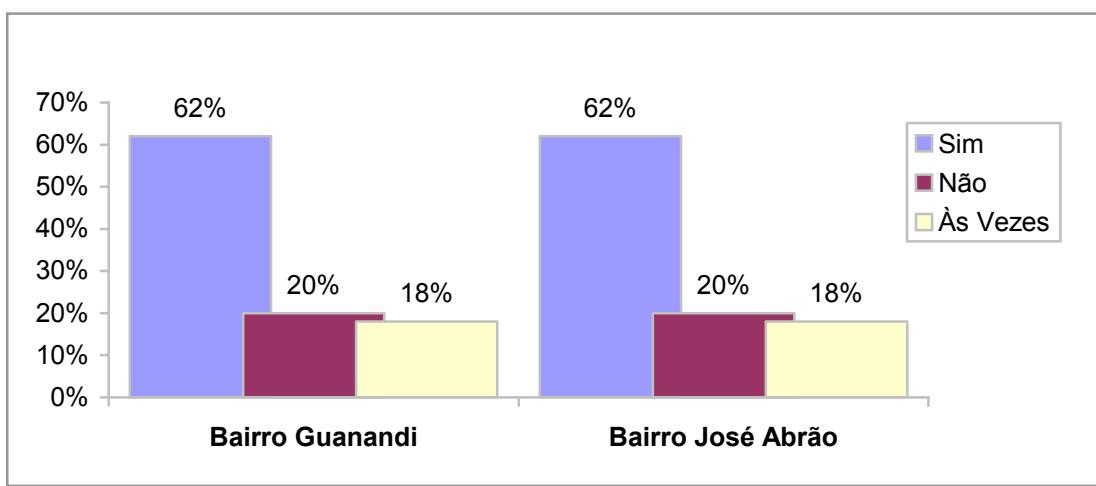
O rádio, além de simples companhia, pode contribuir para melhorar a educação no Brasil e dar chance para que as pessoas, melhor informadas, consigam ter melhor qualidade de vida. Os radialistas podem colaborar para essa melhoria promovendo campanhas de utilidade pública como: fazer campanha para que os pais matriculem alunos na escola, para que não haja nenhuma criança fora da sala de aula; incentivar a formação de associações de pais e mestres e conselhos escolares; incentivar os pais a levarem os filhos aos postos de saúde em épocas de vacinação; ensinar de que modo à preservação do meio ambiente está relacionada a uma vida saudável.

Essa característica de ser útil à comunidade, pelos programas educativos, depois servindo como meio também de entretenimento e diversão, além da vantagem de ser meio de comunicação essencialmente popular, permite aos ouvintes inúmeras

possibilidades de se comunicar e resolver problemas, garante ao rádio sua aceitação junto à comunidade local, envolvendo-a de maneira mais intensa e participativa.

A constatação feita, através da aplicação da pesquisa, a respeito da rádio como veículo facilitador para a solução dos problemas da comunidade, é a demonstrada nos gráficos a seguir.

**Gráfico nº 10 - Influência da programação na resolução dos problemas do bairro**



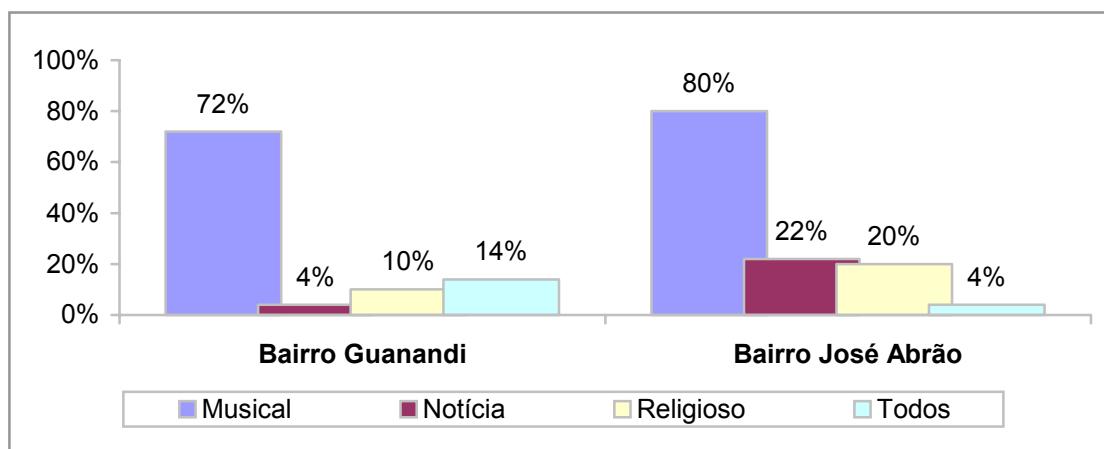
Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Após a leitura dos gráficos, notou-se certa desinformação do ouvinte a respeito da rádio do seu bairro, pois os programas, como se constatou pela grade de programação, são eminentemente entretenimento. Essa realidade deve ser modificada pois, a rádio comunitária deve ser vista como um dos braços mais importantes da comunicação social, desde que fique no meio e ao lado da população e que incorpore a legítima função social que a Constituição atribui aos meios de comunicação. Não deve ser apenas um meio de entretenimento, pois segundo o autor Luz (2001), no site <http://www.rbc.org.br/novaestetica.htm>, acessado em 18 de outubro de 2002, às 23h22min, explicou que:

O cidadão escuta uma música e não sabe se ela é boa ou ruim. Ele só sabe se gosta ou não gosta. Não tem formação estética para diferenciar o que é bom do que é ruim. O gostar e o não gostar foi decidido pelo mercado, que faz rádios, jornais, TVs, mostrarem a mesma coisa. Não existe notícia, informação, comunicação, cultura. Existe somente o entretenimento. A festa. O comunicador faz o show sobre a miséria brasileira.

Contudo, sessenta e dois por cento (62%) dos entrevistados do Bairro Guanandi consideraram a rádio como agente eficaz na resolução de problemas do bairro, sendo que se teve informação quase semelhante a do Bairro José Abrão, no qual 60% concordaram com esse fato. Esses dados confirmaram que os ouvintes pouco conheciam a grade de programação de sua emissora, pois, quando questionados, após a resposta positiva de que os programas ajudavam a resolver os problemas do bairro, não sabiam explicar, informar ou nomear qual o programa, apenas lembravam-se sobre o tipo de programa, conforme demonstra o quadro abaixo:

**Gráfico nº 11 - Tipo de programa que mais gosta**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Verificou-se que os ouvintes gostavam de ouvir músicas, pois é uma das primeiras características do rádio, o entretenimento. Dos pesquisados do Bairro Guanandi, 72% gostavam de música e um porcentual maior no Bairro José Abrão, 80%. Assim, as emissoras ofereciam aos ouvintes o que eles mais gostavam, como constatado nos dois bairros pesquisados. Um dado curioso é que no Bairro Guanandi não havia programas de cunho religioso, entretanto 20% dos ouvintes gostavam desse tipo de programa, enquanto que no Bairro Guanandi, cuja programação é eminentemente de conteúdo religioso, apenas 10% gostavam dessa programação.

A pesquisa bibliográfica e o referencial teórico utilizado neste trabalho - assim como o relato de experiências desenvolvidas em diversas outras regiões do país - indicam que, para que pudessem ser realmente classificadas como rádios comunitárias, além de cumprir as exigências legais necessárias à sua regulamentação e propiciar entretenimento,

as rádios pesquisadas deveriam, prioritária e potencialmente, voltar todos os seus recursos ao cotidiano da comunidade, de modo a permitir envolvimento, capacitação e participação ativa de seus membros.

Tal ação, se desenvolvida nas emissoras pesquisadas, certamente apontaria, como nos demais casos estudados, para programações variadas, ao contrário das preenchidas somente com musicais. A música atuaria como passagem entre uma fala e outra, ou na permuta de locutores e quadros. A dificuldade de estruturar programas verdadeiramente comunitários, como já evidenciamos, deve-se também ao pouco preparo das pessoas que trabalham nas rádios e à ausência de programadores, qualificados ou não. Buscar maneiras de preencher essas lacunas, para que as emissoras comunitárias possam atender às expectativas da população, assim como envolvê-las, é a finalidade do meio de comunicação de caráter local.

Segundo César (1990, p. 101): “[...] para que o ouvinte se sinta atraído pela programação, ele deve entender o que estamos falando. Devemos usar uma linguagem sem muitas formalidades mas ao mesmo tempo rica em variações”.

### 3.3. PARTICIPAÇÃO POPULAR NA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA E SUA INTERFACE COM O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Falar em participação implica, automaticamente, a idéia de desenvolver ação interativa. Participar diz respeito a ter acesso e a integrar um processo. Porém, a forma e a intensidade dessa integração podem e costumam se diferenciar de uma situação para outra, por estarem, geralmente, ligadas ao exercício do poder. Peruzzo (1998, p. 48), em “Comunicação nos Movimentos Populares” analisou a participação popular ligada à história do povo, de nosso desenvolvimento histórico, de nossa dificuldade em assimilar a participação ativa neste contexto:

Há que se levar em conta que a questão da participação se hospeda dentro da experiência histórica de um povo. Aos brasileiros, desde a época colonial, foi dificultada ou usurpada a possibilidade de avançar na prática participativa. Nossas tradições e costumes apontam muito mais para o autoritarismo e para a delegação de poderes do que o assumir o controle e a co-responsabilidade na solução de problemas.

No caso das rádios comunitárias, a participação popular deveria ser entendida e exercida como um todo, de forma completa, desenvolvendo os três níveis primordiais de participação: decisões, execução e verificação de resultados. Mas participação não é algo que se possa impor à comunidade. Trata-se de um processo de conscientização, de desenvolvimento de consciência. Um aprendizado e, consequentemente, uma conquista. Para Demo (1993, p. 66-73):

[...] a participação possui característica de ser meio e fim, porquanto é instrumento de autopromoção igualmente a própria autopromoção [...] participação é exercício democrático. Através dela aprendemos a eleger, a deselegir, a estabelecer rodízio no poder, a exigir prestação de contas. A desburocratizar, a forçar os mandantes a servirem à comunidade.

É certo que, para os detentores do poder político e econômico, a participação e conscientização popular interessam só até certo ponto. Em todo o processo histórico brasileiro, os níveis de participação da população foram sendo oprimidos, dificultados e apenas estimulados quando integravam os interesses daqueles. Esse é mais um aspecto ao qual creditamos o fato de a participação popular, dentro das emissoras pesquisadas, ser tão limitada.

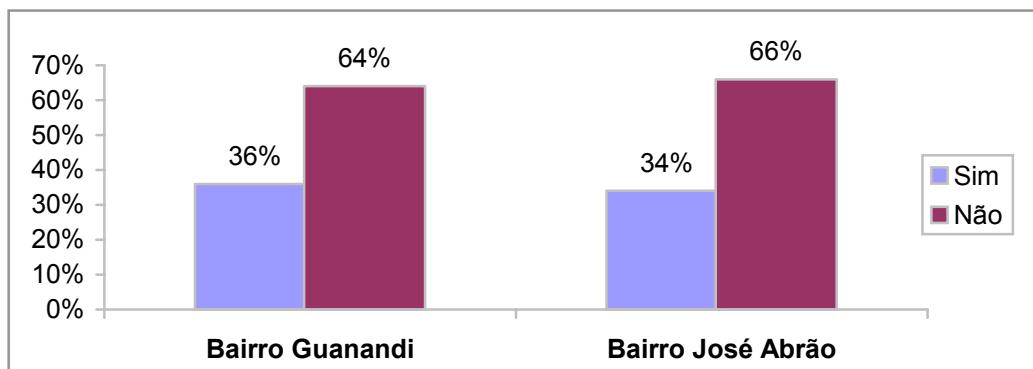
Outro fato importante: observou-se que o feedback<sup>21</sup> das emissoras pesquisadas acontecia de acordo com o conteúdo de sua programação, ou seja, se a grade da emissora tocasse música, na maior do tempo, o ouvinte dava a resposta solicitando músicas. Contudo, pelos exemplos já citados, de verdadeiras rádios comunitárias, notou-se que quando o conteúdo é diferenciado, voltado para conscientização, com programas educativos e sociais, o feedback também tende a ser diferente. Através do grande poder de mobilização e apelo do rádio, percebe-se, historicamente, que receber um feedback diferenciado não é tarefa difícil, pois como comenta Moreira (2001, p.98) “[...] a sociedade empresta ao rádio uma credibilidade quase mágica”.

Os ouvintes, na sua maioria, participavam pouco e, quando participavam, ligavam apenas para pedir músicas e oferecê-las a alguém, como pode ser observado nos gráficos a seguir:

---

<sup>21</sup> Em comunicação feedback é todo e qualquer retorno do público-alvo à comunicação feita (SAMPAIO, 1995, p. 243).

**Gráfico nº 12 - Participação na programação**



Fonte: Pesquisa de campo realizada pela autora, Campo Grande, 2001.

Nos moldes atuais de radiodifusão comunitária, a forma da organização e a falta de recursos, aliados aos problemas de recursos humanos (falta de preparo dos produtores e locutores que são representantes da própria comunidade), revelam os grandes obstáculos das emissoras pesquisadas, limitando-as a oferecer formas de interação coletiva apenas através de programas de seleção musical. Não há conhecimento suficientemente assimilado, pelos locutores, para que sejam os fomentadores de debates, críticas, questionamentos, entretanto fazem o que sabem, ficando extremamente prejudicada a interatividade com a emissora.

O desenvolvimento e o sucesso da rádio popular somente acontece por meio dessa interação e, por não ter fim em si mesma, está vinculada à luta social, justamente por referir-se, de acordo com Cogo (1998, p. 169): “[...] ao modo de expressão das classes populares de acordo com a sua capacidade de compreensão sobre o contexto social no qual ela se reproduz”.

E a rádio comunitária significa, na prática da comunicação popular, a abertura de canal de expressão e participação para o povo. Essa é a principal diferença entre a rádio comunitária e a comercial, conforme ressaltou Peruzzo (1991, p. 162):

A rádio popular quer colocar o ouvinte cada vez mais em contato com sua realidade, para compreendê-la e poder transformá-la. A rádio comercial nunca fala da realidade do povo, mas de outras coisas, de outras realidades, justamente para atrapalhar a luta popular pela transformação da sociedade em que vivemos”.

A mesma autora (1991, p. 162), definiu ainda que: “A participação na comunicação popular é fundamental no processo de emancipação popular, um processo

que contribui na conquista da cidadania ajudando o homem a tornar-se sujeito”. Assim, a utilização dos meios de comunicação popular decorre das necessidades de conscientização e mobilização popular. A conquista da cidadania acontece por meio da associação dessa conscientização, mobilização e organização da sociedade, no sentido de facilitar e propiciar o acesso aos canais e mecanismos de participação. A construção de uma sociedade cidadã, ciente de seus deveres e direitos, passa pela democratização da comunicação popular, enquanto dinâmica social transformadora, por atuar simultaneamente como meio de conscientização, mobilização, educação e agenciamento cultural.

É esse processo de construção da cidadania que propicia e aponta, para o desenvolvimento local, a combinação eficiente das potencialidades de cada território, de seus recursos e de sua força empreendedora, conforme Harari (1998, p. 12): “um povo que se comunica sem barreiras está automaticamente exercendo seu direito de cidadania, organizando-se, e até por que não dizer, preparando-se para a tão sonhada revolução”.

A comunicação, assim, torna-se um fator de crescimento sócio-educativo-cultural da população, que se organiza em favor de seu processo de autotransformação, de maneira democrática e revolucionária. Estamos cientes da importância da rádio comunitária, em qualquer comunidade, com seu lado social, informativo, e em muitos casos funcionando como espécie de grande telefone público, envolvendo todo o município, divulgando a cultura local, mantendo toda a comunidade informada e divulgando campanhas de utilidades públicas como as da dengue, da coleta de lixo e outras. Todos ganham com isso, o comércio, locutores, técnicos, companhia telefônica, cia energética, fábricas de equipamentos, gravadoras de discos, artistas em geral, o governo (com o aumento da arrecadação) e comunidade em geral.

A comunicação popular, entendida da forma explicitada neste trabalho e aqui representada pela rádio comunitária, é uma dessas estratégias que pode fomentar o desenvolvimento local, do comércio ao artista, propiciando à população melhorias em sua qualidade de vida, por meio do exercício de sua cidadania. Entretanto, sendo o desenvolvimento local um conjunto de estratégias, pode contar, perfeitamente, com os serviços e o poder de um veículo, também local: a comunicação comunitária. Local, nesse processo, segundo Teixeira (2001, p. 96): “[...] passa a constituir-se num espaço de experiências inovadoras de gestão e iniciativa de ação cidadã, suscitando debates e

pesquisas acadêmicas, ao mesmo tempo em que, com a crise do Estado, se buscam alternativas de governabilidade na descentralização das decisões”.

Utilizando-se das ondas radiofônicas, pode-se mais facilmente envolver e mobilizar uma determinada comunidade e direcioná-la para o processo de desabrochamento e equilibração da comunidade-localidade para, com suas convergências e divergências, tornar-se sujeito de seu próprio processo de desenvolvimento de toda natureza e em todos os sentidos, contando, como ponto de partida, com sua rádio local.

Que se olhem apenas os exemplos positivos da radiodifusão comunitária e que os negativos sirvam de lição para efeito de aprendizado. Que se possa, em futuro próximo, mudar a realidade que, como já visto, é o não cumprimento de seu verdadeiro papel, intitulando-se comunitária sem o ser, tornando-se, portanto, porta-voz de interesses comerciais, religiosos, políticos e pessoais. Moreira (2001, p. 246) a espeito dessa realidade, ratificou o que a pesquisa já havia detectado, ou seja: “[...] deve-se também ao despreparo e desconhecimento por parte dos produtores e locutores da força, da importância e do papel mobilizador das rádios comunitárias na luta da comunidade pela conquista dos seus direitos”.

Apresentamos, resumidamente, alguns aspectos que caracterizam a mídia como comunitária, a mídia atual que acompanha as preocupações das pessoas, cuja principal questão, segundo Peruzzo (1996, p.152): “[...] gira em torno da informação, educação, arte e cultura, com mais espaços para o entretenimento, prestação de serviço, participação de várias organizações e divulgando manifestações culturais locais”. As preocupações dos cidadãos de hoje espelham a função primordial da radiodifusão comunitária que, em muitos aspectos, apresenta interface com o desenvolvimento local, em virtude de que a rádio comunitária:

a) está aberta à participação ativa dos cidadãos e suas entidades representativas, pois tem como objetivo comum melhorar o nível de vida da comunidade, através de seus recursos e de sua força empreendedora, buscando participação ativa para as soluções e projetos;

b) tem pessoas da própria comunidade se revezando na produção e recepção dos produtos comunicacionais; no processo de desenvolvimento local, seus recursos endógenos devem seguir a mesma premissa, pois se trata de processo dinâmico, em que se

deve estimular a participação e o comprometimento das pessoas interessadas, de modo que todos, participando, se revezam na emissão e na recepção de idéias e ações;

c) é autogerida por entidades representativas da própria comunidade e tal como o desenvolvimento local trabalha as comunidades para que conheçam sua capacidade metabolizadora e se desenvolvam de dentro para fora;

d) possui autonomia, sendo livre de ingerências em relação aos órgãos do governo, grande mídia, partidos políticos e seus afiliados;

e) não tem interesses comerciais: o desenvolvimento local tem como objetivo principal encontrar formas viáveis, sustentáveis e contínuas em prol do bem estar de uma comunidade, tal qual a radiodifusão comunitária;

f) oferece possibilidades ilimitadas de inovação de linguagens e formas de programas; desenvolvimento local já é uma inovação criativa, com infinitas possibilidades de ser pensada, elaborada e implementada; essas mudanças de realidade estão na força do capital humano e de sua capacidade criativa de fazer desabrochar potencialidades locais;

g) possui programação sintonizada com a realidade local, da mesma forma que o desenvolvimento local só pode ser pensado e desenvolvido pela própria comunidade local;

h) é dirigida a segmentos específicos da população, da mesma forma que o Desenvolvimento Local; aliás, os dois processos só existem em função da sua “localidade”;

i) as ações, tanto da radiodifusão comunitária, quanto do Desenvolvimento local, se desenvolvem em torno de interesses comunitários comuns;

j) envolve processo de aprendizado no exercício da democracia e da cidadania, democracia que significa direito de acesso aos meios de comunicação, o que conduz ao exercício de cidadania; todos os cidadãos estando de posse desse direito, até hoje relegado ao segundo plano, mesmo com o Brasil tendo participado do Pacto de San José na Costa Rica, quando assinou esse acordo, segundo o qual as rádios comunitárias podem atuar livremente; com o exercício da democracia, o desenvolvimento local será mais facilmente fomentado: segundo Martín (1999): “democracia y desarrollo es una combinación esencial

cuando se piensa en políticas centradas en la persona y una mejor calidad de vida para la sociedad en su conjunto”.

Assim, discorremos sobre o veículo rádio e sua interface com processo de desenvolvimento, quer nas áreas educacional, social, política e econômica, no sentido de enfatizar sua enorme capacidade através da comunicação, como por promovê-lo e situá-lo como ferramenta poderosa no fomento do desenvolvimento local.

Consideramos que não haveria sociedade e muito menos desenvolvimento de qualquer tipo sem comunicação. Mesmo com todos os avanço tecnológicos, o desenvolvimento continua tendo no ser humano o seu ponto de partida. Quando falamos em radiodifusão e desenvolvimento local, referimo-nos às pessoas, pois são elas as únicas promotoras das organizações que enfrentam novos desafios, ricas em possibilidades de mobilização, de parceria e de cooperação para a defesa dos direitos e a construção de soluções sociais. O desenvolvimento na escala humana se constrói a partir do respeito à sua diversidade cultural e étnica. Deve ser uma prática democrática, em que exista a participação estimulando propostas e soluções criativas, devendo resultar em respostas às aspirações e desejos de cada pessoa, pois são elas as promotoras, de qualquer tipo de desenvolvimento.

Não se pode excluir a responsabilidade dos meios de comunicação, dentro desse processo, pois é através deles que temos os responsáveis pela emissão e recepção dos conteúdos que possibilitam as mudanças na realidade de um país, de um estado, de um município e de uma comunidade. Aliás, podemos ir mais longe: na era da informação e da tecnologia, poucas transformações ocorreriam sem as técnicas utilizadas pelos meios de comunicação, que deram voz aos atores sociais, promovendo crescimento da economia, tanto mundial como a local, rompendo barreiras de dimensão, tempo e espaço.

A somatória do aprimoramento constante das técnicas de comunicação com o avanço tecnológico vem ampliando e consolidando as possibilidades de desenvolvimento, que também podem ser entendidas como conforto, lazer, estreitamento do mundo, aproximação dos povos, intercâmbio de culturas, enfim, melhoria do ser humano e de sua qualidade de vida.

Dessa forma, a radiodifusão comunitária, ao mesmo tempo que segue o trinômio das rádios de “educar, divertir e informar”, também tem importância vital e

responsabilidade em contribuir para o desenvolvimento cultural, social, econômico, político e local em que se inserem.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No decorrer deste estudo foram analisadas a radiodifusão comunitária e o seu papel como fator de desenvolvimento local. Este se apresenta como espaço privilegiado de iniciativas inovadoras, tanto nos métodos de gestão como na organização da sociedade civil.

A radiodifusão comunitária foi concebida em oposição aos meios de comunicação de massa, tomados como dominadores e manipuladores das mentes e corações, a fim de adequá-los à ideologia e a outros interesses das classes dominantes. Com as mudanças verificadas no país, muitas alterações passaram a ocorrer. Uma delas foi a passagem de um quadro político autoritário para a democracia; com ela, os movimentos sociais organizados, na forma da comunicação popular, começaram a conquistar espaço, indo de um sistema de alto-falantes para as rádios comunitárias.

Os movimentos sociais tiveram, sempre, em suas raízes, as manifestações comunicacionais que marcaram épocas na sociedade brasileira, no contexto das transformações ocorridas a partir do final da década de setenta. Desses movimentos extraem-se princípios e experiências, tais como de participação e democracia, que vão configurar as novas experiências aproveitadas pela radiodifusão comunitária.

O processo de desenvolvimento local é tão novo e atual como o processo de radiodifusão comunitária. Observou-se que os dois processos foram uma resposta inovadora a um período de crise, seja social ou comunicacional. Toda a renovação, de um ambiente a outro, advém da aplicação de conceitos alternativos e idéias novas, revolucionárias, que mudem o panorama e a realidade de um local, de um estado, de um país.

São temas que apresentam muitas semelhanças e não só por serem temas, no Brasil, recentemente discutidos, mas também pela análise formulada de sua própria

definição. Começando pela idéia criativa que emergiu para o surgimento dos processos, em questão, serviram para modificar um contexto pelo qual os indivíduos não estavam satisfeitos. Um contexto de contradições de uma sociedade que não optou por colocar as potencialidades da ciência e da técnica a serviço primordial do homem. Como a essência dos dois processos é o homem, a saída só poderia vir do homem, de todos os homens exercendo seu direito e seu dever de participar como protagonistas, como cidadãos.

A experiência da radiodifusão evidencia uma crescente demanda pela mídia local e por programas locais, que são canais que possibilitam a expressão das diferenças e, ao mesmo tempo, das identidades culturais das populações locais. A radiodifusão comunitária, cuja origem está ancorada nas experiências de rádios populares de alto-falantes, que surgiram há muitos anos, ainda antes do regime militar, trouxe em seu bojo aspectos inovadores quanto ao conteúdo de sua programação e processo de gestão. É um instrumento que foi colocado à disposição da comunidade, bastando a sua participação, pois é participando que se aprende a fazê-lo, cada vez com mais competência e poder.

Conclui-se que, pela pesquisa, existem emissoras comunitárias de diferentes tipos e com interesse diversos; mesmo que todas se intitulem comunitárias, podemos agrupá-las em quatro tipos:

1) As emissoras que se caracterizam como eminentemente comunitárias, uma vez que as associações são responsáveis por todo o processo comunicativo, desde a programação até a gestão do veículo; vivem de apoio cultural, contribuições de sócios e doações. Trata-se do modelo mais raro de ser encontrado no Brasil;

2) Aquelas que prestam alguns serviços comunitários, mas estão sob o controle de poucas pessoas e, em última instância, servem como meio de vida para seus idealizadores, os quais, em geral, também são seus donos; há venda de espaço publicitário;

3) As que possuem programação similar as das comerciais, podendo ter cunho religioso e/ou evangélico; esporadicamente prestam algum serviço à comunidade e vendem espaços publicitários;

4) As emissoras de cunho político-eleitoral, ligadas a candidatos a cargos eletivos e seus respectivos partidos políticos, que proliferam em períodos pré-eleitorais.

A realização da pesquisa nas rádios comunitárias dos Bairros Guanandi e José Abrão apontou para algumas constatações. Verificou-se que as duas rádios, Rádio Nova Maracanã e Metropoly, além das características similares, pertenciam ao tipo 2 e 3 de emissoras comunitárias, acima descritos. Primeiramente porque, sob controle de poucas pessoas, os familiares dos presidentes, prestavam alguns serviços comunitários. Havia na grade desta emissora somente um programa, que poderia ser classificado como de prestação de serviços à comunidade. Era apresentado pelo presidente da Associação de Moradores do Bairro e prestava serviços de localização de documentos perdidos, divulgação de eventos, ofertas de emprego e campanhas benéficas, mas ainda de modo muito incipiente para ser considerado como um agente transformador. Depois, as programações das duas emissoras pesquisadas eram puramente musicais, assemelhando-se a emissoras comerciais.

Não existia preocupação com temas de interesse para a comunidade, como saúde, medicina, direito, meio ambiente, entre outros. São assuntos quase que esquecidos pelas emissoras e consequentemente pela comunidade. Exemplo: As instituições voltadas à prestação desses serviços, tais como postos de saúde, creches e escolas, quando tinham alguma campanha a ser desenvolvida no bairro, como a de vacinação ou para a abertura de matrículas, sequer se lembravam da emissora comunitária como veículo de divulgação. O conselho comunitário, que a lei prevê para averiguação do conteúdo, existia mas não atuava, sendo apenas formalidade legal.

Mesmo com todas essas deficiências, as rádios comunitárias Nova Maracanã e Metropoly apresentaram características positivas que devem ser ressaltadas, como a prestação de serviços gratuitos de utilidade pública: avisos, divulgação de eventos (festas, reuniões, jogos, campeonatos, etc.), avisos de documentos perdidos e achados, ofertas de emprego, ações benéficas, entre outros, embora de forma esporádica.

Tanto a rádio comunitária Nova Maracanã quanto a Metropoly ofereciam entretenimento através da música, que alegrava e distraia os ouvintes. Além disso, o oferecimento de músicas ainda é uma maneira de favorecer as manifestações de carinho e comunicação entre as pessoas. A abertura de espaço dada para as comunidades, nas rádios, era muito pequena. O momento para reivindicações, críticas, opiniões, cartas e entrevistas era pouco incentivado; a comunidade apenas participava solicitando músicas.

A comunidade, apesar de ser a razão do processo de funcionamento de uma rádio comunitária, não possui ainda a informação de como deve ser utilizada uma emissora comunitária e de sua força como fator mobilizador e, consequentemente, formador da cidadania. A compreensão do ambiente e das políticas que não facilitam a democratização dos meios de comunicação, de acordo com a Lei 9.612 de 19 de fevereiro de 1988 (anexo 3), é fundamental para se elucidar em alguns motivos pelos quais a maioria das iniciativas de comunicação comunitária, em Campo Grande, permanecem desconhecidas e sem concretização.

Sabe-se que seu não cumprimento começa na casa legislativa competente, por omissão ou intencionalmente, pelo atraso verificado na obtenção de concessão em até dois anos, às vezes até mais. Existem processos de pedido de interesses de Associações Comunitárias de Campo Grande datados de 1998, que até a conclusão desta dissertação, não haviam adquirido o número de processo concedido pelo Ministério das Comunicações e editado pelo Diário Oficial da União.

Observa-se que vários segmentos da esfera pública interferem e influenciam as decisões no campo da outorga das emissoras de baixa potência, entendidas nesse projeto como emissoras comunitárias, forçando assim, a opção pela abertura e funcionamento, mesmo fora da Lei 9.612, e correndo o risco de serem lacradas pela ANATEL. Nestes moldes, deixam de ser consideradas como emissoras comunitárias, passando a ser consideradas como emissoras “piratas”, agregando à sua essência todos os conceitos pejorativos da expressão “pirata”.

Acredita-se, portanto, que a organização das emissoras comunitárias em parceria com os integrantes da comunidade é fundamental no processo de legalização das mesmas e que, sem uma política adequada de integração entre a radiodifusão comunitária e comunidade, a ausência de planejamento das programações estabelecidas para e pela comunidade, sem a troca de papéis, ou seja, o ouvinte passando a ser o locutor e vice-versa, será cada vez mais difícil sua outorga.

Quando se entende que este veículo deve organizar movimentos sociais e unificar esforços individuais em defesa de interesse comuns, menosprezados na sociedade, há a mobilidade para causas não pessoais, coletivas, que indiretamente atingirão a todos. Pode-se dizer que a força que nasce desses movimentos é um fator de Desenvolvimento Local, que promove a melhoria de qualidade de vida das pessoas daquelas comunidades.

Neste estudo, não se pretendeu afirmar que a utilização da radiodifusão comunitária, sendo entendida como um veículo local, se configure como solução para todos os problemas enfrentados pelas comunidades campo-grandenses no processo de desenvolvimento local, mas sim que ela se caracteriza como poderoso canal, por meio do qual as soluções poderão ser discutidas, informadas, planejadas e implementadas, com a finalidade de contemplar os interesses e alcançar termos comuns, que atendam às necessidades individuais e coletivas.

Os envolvidos, direta e indiretamente, nos processos de consolidação das emissoras comunitárias, devem refletir cada vez mais sobre os desafios que envolvem seu processo de legitimação em Campo Grande, imbuídos no pensamento e na vontade de desenvolver a comunidade, deixando de lado as transmissões de programações que apenas imitam emissora convencionais, comerciais e fazem evangelizações voltadas para uma única ideologia religiosa.

Pretendemos aqui instigar esta reflexão que, acreditamos, possa promover ações voltadas ao que determina a Lei: tornar a rádio comunitária um veículo estritamente voltado para a comunidade, divulgando a cultura, o convívio social e eventos locais, noticiando acontecimentos comunitários e de utilidade pública, promovendo atividades educacionais para a melhoria de condições e vida da população. As conclusões a respeito do presente trabalho nos imbuem da certeza de que se dirigentes comunitários e líderes de associações comunitárias concretizarem essa radiodifusão, com participação efetiva da comunidade, terão ao seu dispor uma ferramenta poderosa para a construção do desenvolvimento local comunitário.

Para se transformar nessa estratégia, é necessária a compreensão de que o conhecimento dos direitos e deveres do cidadão auxilia na prática da cidadania integrada, levando ao crescimento individual, estimulando o surgimento de lideranças populares e a consolidação das já existentes. Essa é a maior contribuição do movimento de rádios autenticamente comunitárias hoje e no futuro, já que elas representarão cada vez mais espaços alternativos de exercício da cidadania, ampliando as possibilidades de os cidadãos de amanhã lutarem efetivamente por seus direitos em relação ao Estado e à sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁVILA, Vicente Fideles de. Pressupostos para formação educacional em desenvolvimento local. **Interações** - Revista Internacional de Desenvolvimento local. Campo Grande: UCDB, vol. 1, n.1, p. 63-76, set 2000a.

\_\_\_\_\_. (coord.). **Formação educacional em desenvolvimento local**: relato de estudo em grupo e análise de conceitos Campo Grande: UCDB, 2000b.

BARBEIRO, Heródoto. Rádio-escuta. Sai da Frente! **Revista Imprensa**. São Paulo, n.172, p.44, junho 2002.

BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BORDENAVE, Juan e. Diz. **O que é comunicação**. São Paulo: Nova Cultura-Brasiliense, 1986.

BOSI, Ecléia. **Cultura de massa e cultura popular**. 6.ed. Petrópolis:Vozes, 1986.

BRUM, Eron e FRIAS, Regina (org.). **A mídia do pantanal**. Campo Grande: Uniderp, 2001.

BRUNO, Tertânia. **No ar, o poder local**. São Paulo, 2001. Disponível em [http://www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder\\_local.shtml](http://www.abore.com/radiodifusaocomunitaria/poder_local.shtml). Acesso em 16 de outubro de 2002, às 01h e 40min.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. São Paulo: 1987.

CALLOU, Ângelo Brás Fernandes (org.). **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local**. São Paulo: INTERCOM/Recife: Bagaço, 2002.

CARDOSO, Onésimo Oliveira de. **A Igreja Eletrônica. Comunicação e sociedade.** São Paulo: Instituto Metodista de Ensino Superior, ano VI, nº.12, p. 05, out., 1994.

CARDOSO, Fernando Henrique. **As idéias e seu lugar** - ensaios sobre as teorias do desenvolvimento. Petrópolis: Vozes, 1980.

CARPIO MARTIN, José. **Nuevas realidades en el desarrollo local en España e Iberoamérica.** Santiago de Compostela: Seminário Internacional sobre Perspectivas de Desarrollo en Iberoamérica, 1999 (mayo).

CARVALHO, Paulo Machado. **Pesquisa Radiofônica:** Associação Brasileira de Emissoras de rádio e televisão. Disponível no site [www.abert.org.br](http://www.abert.org.br). Acesso em 14 de setembro de 2001 às 20h e 30 min.

CESAR, Cyro. **Como falar no rádio:** prática de locução AM e FM. São Paulo: Ibrasa, 1990.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo.** São Paulo: Summus, 1998.

COGO, Denise Mara. **No ar uma rádio comunitária.** São Paulo: Paulinas, 1998.

COSTA, Gilberto e NOLETO, Pedro (coord.). **Chamada à ação:** manual do radialista que sobre educação. Brasília: Projeto Nordeste/Unicef, 1997.

CRUZ, Renato. O poder da Anatel. **O Estado de São Paulo.** São Paulo, 19 de set. 2001.

CUNHA, Antonio Geraldo da. **Dicionário etimológico nova fronteira da língua portuguesa.** 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

DEMO, Pedro. **Participação e conquista** - nações de político social participativa. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1993.

DAMATTA, Roberto, **Carnavais, malandros e heróis:** pra uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Guanabara, 1990.

FERRO, Fernando. **Rádios Comunitárias:** Janelas para cidadania. Brasília: Câmara dos Deputados. Centro de Documentação e Informação. Coordenação de Publicações, 2000.

GARCIA, Nelson Jair. **Comunicação e autoritarismo**: A Voz do Brasil. São Paulo, 1996. Disponível em <http://www.ngarcia.org/nel/artigos/midia/avozdobr.htm>. Acesso em 18 de outubro de 2002 às 21h e 14min.

GONZÁVELS, Román Rodrígues. La escala local del desarrollo - definición y aspectos teóricos. **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Salvador, ano 1, n.1, nov 1998.

GIOVANNINI, Giovanni (org.) **Evolução na comunicação**: do Sílex ao Silício. 2.ed. São Paulo: Nova Fronteira, 1987.

GUILHON, M. et al (org.). **Fazendo gênero no rádio**. Rio de Janeiro: Cemina, 1998.

HARARI, Cláudio Zamboni. **Rádio Comunitária**: a ética na Prática. São Paulo: Secretaria de comunicação. Cartilhas de formação em rádios comunitárias, 1998.

\_\_\_\_\_. **Montagem técnica de rádios comunitárias**. São Paulo: Secretaria de comunicação. Cartilhas de formação em rádios comunitárias, 1997.

HOINEFF, Nelson. **A nova televisão**: desmassificação e o impasse das grandes redes. Rio de Janeiro: Delume Dumara, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Artigos**. São Paulo 6 de abril de 2001. Disponível em <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 16 de outubro de 2001, às 18h.

JUAREZ, Bahia. **Jornal, história e técnica**: história da imprensa brasileira. São Paulo: Atlas, 1990.

LÓPEZ, Tereza. **Servicio social y desarrollo local**. Colégio de Asistentes Sociales. Chile, 1991.

LOBO, Francisco Antonio Pereira. **Grade de programação**. Disponível em <http://intermega.globo.com/radiocomunitaria/programacao.htm>. Acesso em 16 de junho de 2002, às 22h10min.

\_\_\_\_\_. **Interferências**. Disponível em <http://intermega.globo.com/radiocomunitaria/htm>. Acesso em 26 de junho de 2002, às 18h10min.

LUZ, Dioclésio. **Como montar rádios comunitárias**. Brasília: Núcleo de Documentação do PT na Câmara dos Deputados, 2000.

- \_\_\_\_\_. **A nova estética:** Rádio comunitária uma educação pela pedra. Disponível em <http://www.rbc.org.br/novaestetica.htm>. Acesso em 18 de outubro de 2002, às 23h22min.
- MACHADO, Arlindo et al. **Rádios livres.** São Paulo: Brasiliense, 1986.
- MARQUES, Heitor Romero; RICCA, Domingos et al (org.) **Desenvolvimento local em Mato Grosso do Sul:** reflexões e perspectivas. Campo Grande: Editora UCDB, 2001.
- MARCONDES, Ciro Filho. **Quem Manipula quem?** Poder e massas na indústria cultural de da comunicação no Brasil. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MEILANI, Marisa. **Liberdade de Expressão.** Disponível em [http://www.rbc.org.br/rc\\_fsocial.htm](http://www.rbc.org.br/rc_fsocial.htm). Acesso em 10 de outubro de 2002, às 00h e 14min.
- MELO, José Marques (Org.) **Comunicação na América Latina:** Desenvolvimento e crise. Campinas, SP: Papirus, 1989.
- MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e Pânico:** a guerra dos mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998.
- MCLUHAN, Marshall Herbert. **Os meios de comunicação como extensão do homem.** São Paulo: Cutrix, 1964.
- MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Processos autorizados.** Brasília. [s.n.]. Disponível em [http://www.mc.gov.br/rec\\_proc\\_ms\\_abr.htm](http://www.mc.gov.br/rec_proc_ms_abr.htm). Acesso em: 13 de junho de 2002 às 23h 23.
- MOREIRA, Virginia e BIANCO, Nélia (org.). **Desafios do rádio no século XXI.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MP3. **Site de busca de MP3.** Rio de Janeiro [s.n.]. Disponível em <http://www.buscamp3.com.br/whatisbr.asp>. Acesso em: 18 de outubro de 2002 às 20h.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NEUMANN, Lauricio. **Educação e comunicação alternativa.** 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

NOVO, José Eduardo Guallindo. Universidade Católica Dom Bosco (vídeo). **Programa Informe**. Direção geral de José Eduargo G. Novo; roteiro de Fabrício Freitas, coordenação de produção de Jose Eduardo G. Novo. Campo Grande, 2002. Vídeo, U-matic, 15 min.

ORTRIWANO, Gisela Swetland. **A informação no rádio**. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985.

OTA, Daniela Cristiane. **Hora do fazendeiro**: Estudo de recepção de rádio na Comunidade Furnas de Boa Sorte (MS). 2000. 121p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2000.

PENTEADO, José Roberto W. **A propaganda antiga**. São Paulo: Pioneira, 1974.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Desenvolvimento e crise no Brasil 1930-1983**. 16.ed., São Paulo: Brasiliense, 1985.

PASCOAL, Norberto Luís. **Educação, voluntariado e mídia**. São Paulo: Editora Fundação Educar Dpaschoal, 2001.

PAULINO JÚNIOR, Wilton. Arca: Os meios de comunicação em Campo Grande. **Revista do arquivo histórico de Campo Grande/MS**. Campo Grande, janeiro 1990.

PLANEJAMENTO URBANO PLANURB (CAMPO GRANDE). **Relatório do documento base para o plano local da região urbana do Anhanduizinho e região urbana segredo**. Prefeitura Municipal de Campo Grande-Instituto Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente. Campo Grande, 1998.

PERUZZO, Cicília Maria K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis:Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. **Paper apresentado no GT Cultura e Comunicação Popular**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife-PE, 1998.

\_\_\_\_\_. **A participação na comunicação popular**. 1991.234f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

- ROSA, Antonio Neto. **Atração global**: a convergência da mídia e tecnologia. São Paulo: Makron Books, 1998.
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- SANDER, Gláucia e OLIVEIRA, José Donizete. **Educação para todos**: um desafio de comunicação. Brasília: FUNDESCOLA/MEC, 2000.
- STEINBERG, Charles S. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1966.
- SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 3.ed.. São Paulo: Pioneira, 1982.
- SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- SILVA, Rosália. **106,3 - O segredo dessas ondas**: análise da programação da rádio comunitária (MS). 2000. 104p. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social- habilitação em Jornalismo) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2000.
- SOTER, José Luiz do Nascimento. **Informativo mensal da Abraço Nacional**. Ano 01, n.14, nov 2002. Disponível em <http://www.abraçonet.com.br>. Acesso em: 16 out. 2000.
- SOUZA, Marcio Vieira de. **As vozes do silêncio**: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil. Paris: Fondation pour le progrès de l'homme; Florianópolis: Diálogo, 1996.
- SOUZA, Herbert e RODRIGUES Carla. **Ética e cidadania**. São Paulo: Moderna, 1994.
- TAVARES, Reynald C. **Histórias que o rádio não contou**. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.
- TEIXEIRA, Elenaldo. **O local e o global**: Limites e desafios da participação cidadã. São Paulo: Cortez, 2001.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

## **ANEXOS**

## **ANEXO I**

### **Roteiro de entrevistas**

### Anexo 1a

#### **Questionário semi-estruturado aplicado aos moradores dos Bairros Guanandi e José Abrão, ouvintes das emissoras pesquisadas**

Este projeto tem como título: **“Os meios de comunicação como fator de desenvolvimento: um estudo sobre a influência da rádio comunitária na comunidade local.** Dentro dele elaboramos uma pesquisa que está sendo desenvolvida pela professora Claudia Ruas, da Universidade Católica Dom Bosco. O objetivo da pesquisa é investigar o grau de influência da rádio comunitária no desenvolvimento da comunidade.

Para atingi-lo necessitamos de sua colaboração, respondendo a este questionário com liberdade e sinceridade.

Desde já, agradecemos.

#### **Q U E S T Ó E S**

1. Idade:.....
2. Sexo:       masculino       feminino
3. Estado civil:  casado  solteiro       outros
4. Escolaridade:  1<sup>a</sup> à 4<sup>a</sup> série       4<sup>a</sup> à 8<sup>a</sup> série       ensino médio
5. Profissão: .....
6. Onde trabalha: .....
7. Qual seu salário:  um salário  de 2 a 4 salários  mais de cinco salários
8. Qual o horário em que mais ouve a rádio comunitária? .....
9. Qual o local onde ouve a rádio comunitária? .....
10. Qual o tipo de programa que mais gosta da rádio comunitária?  
 notícia       esporte       religioso  
 musical       prestação de serviço  outros  
Por quê? .....
11. Você já participou de algum programa de rádio comunitária? .....
- sim  não  
Qual? .....
12. Alguma programação da rádio comunitária já influenciou nas suas atitudes?  
 sim  não
13. Em caso positivo, qual? .....

14. Qual a importância da rádio comunitária para você e para sua família?
15. Qual a importância da rádio comunitária para a comunidade?
16. Você considera que os programas da rádio comunitária contribuem para resolver os problemas do seu bairro?

(  ) sim (  ) não

Em caso positivo, de que maneira?.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Cite algum exemplo:.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Local e data da entrevista: \_\_\_\_\_ em \_\_\_\_/\_\_\_\_/2001.

## Anexo 1b

### Questionário semi-estruturado aplicado aos presidentes das Associações Comunitárias das emissoras pesquisadas - Rádio Metropoly e Rádio Nova Maracanã

Este projeto tem como título: **“Os meios de comunicação como fator de desenvolvimento: um estudo sobre a influência da rádio comunitária na comunidade local.** Dentro dele elaboramos uma pesquisa, que está sendo desenvolvida pela professora Claudia Ruas, da Universidade Católica Dom Bosco. O objetivo da pesquisa, é investigar o grau de influência da rádio comunitária no desenvolvimento da comunidade.

Para atingi-lo necessitamos de sua colaboração, respondendo a este questionário com liberdade e sinceridade.

Desde já, agradecemos.

#### QUESTÓES

1. Nome da empresa: .....
2. Nome fantasia: .....
3. indicativo de chamada: .....
4. freqüência: .....
5. Potência: .....
6. data da obtenção de liminar: ...../...../.....
7. Há quanto tempo a rádio está no ar: .....
8. tempo de operação/dia: .....
9. endereço: ..... n° .....  
Bairro: ..... tel: .....
10. Idealizado da rádio: nome: .....
11. Objetivos para o início das atividades: .....
12. Houve critérios para a escolha do conselho: ( ) sim ( ) não
13. Número de empregados: .....
14. Possuem dedicação exclusiva? ( ) sim ( ) não
15. Quais os equipamentos atuais da emissora utilizados na produção e realização e transmissão dos sinais: .....  
.....

#### Acervo:

1. Quantos volumes compõem a discoteca da emissora? .....
3. Qual a periodicidade para a atualização desse acervo? .....
4. Qual o tipo de música que predomina no acervo?  
 ( ) sertaneja      ( ) romântica      ( ) ache  
 ( ) pagode      ( ) rock      ( ) reggae      ( ) MPB

**Programação:**

1. 1. Quais os programas que vão ao ar atualmente e em que horário?

.....  
.....  
.....  
.....

2. 2. Quem foi o idealizar do programa? .....

.....

3. 3. Houve participação da comunidade na escolha? ( ) sim ( ) não

4. 4. Qual o objetivo inicial dos programas

.....  
.....  
.....

5. 5. A programação tem interatividade com os ouvintes? ( ) sim ( ) não

Qual programa? .....

Qual o tipo de interatividade? .....

.....

6. 6. Qual o programa de maior audiência?

.....  
.....  
.....

**Apoio cultural:**

Quantas empresas do bairro dão apoio cultural à rádio?

Valor cobrado, em média, pelo apoio cultural por empresa?

R\$ .....

Qual o segmento prioritário das empresas que apóiam culturalmente os programas da rádio comunitária?

.....

Receita total do faturamento: R\$ .....

.....

A emissora tem outra fonte de renda? ( ) sim ( ) não

Qual o período de maior faturamento? .....

A emissora tem um funcionário específico para captação de apoio?

( ) sim ( ) não

Local e data da entrevista: ..... / ..... 2001.

## **Anexo 2**

**Entrevistas na íntegra – presidentes das Associações Comunitárias das emissoras  
pesquisadas - Rádio Metropoly e Rádio Nova Maracanã**

**Anexo 2a****ADELINO FERREIRA DOS SANTOS****Presidente da Associação Comunitária Nova Maracanã – Bairro Guanandi****Data: 23/mar/2001**

C – Primeiro, o senhor vai me contar como é que começou a rádio comunitária aqui em Campo Grande?

A – *É, realmente, né, quando começou a rádio comunitária em Campo Grande, começou na direção de Josias Gonçalves, rádio Boas Novas de Paz. Aí surgiu outras rádios, várias rádios, chegou até nós essa idéia e montamos uma comunitária, formamos uma diretoria, montamos a rádio comunitária pra atender a população.*

C – E essa pessoa é daqui do bairro Guanandi?

A – *A pessoa que começou essa rádio comunitária aqui em campo Grande não é do bairro Guanandi. É da vila Kelly.*

C – Então a idéia de montar essa rádio comunitária aqui no Guanandi, de quem foi?

A – *Aqui no Guanandi fui eu que montei aqui né? Geralmente, a minha área não é bem o Guanandi, é o Taquarussu. Mas a gente tá atuando no Guanandi, trazendo aí a população da região bem conhecida e esperando que todos fiquem satisfeitos com o trabalho que a gente vem fazendo.*

C – E por que o senhor teve essa idéia, seu Adelino?

A – *Isso aí vem de gosto, né? A gente já trabalhava sempre com rádio profissional na época e aí foi surgindo a rádio comunitária, continua a trabalhar com a rádio comunitária, aí a gente dentro do negócio, aí surgiu que desse pra colocar uma rádio comunitária, compramos os aparelhos e colocamos.*

C – Antes, que emissora você trabalhava?

A – *Ah, eu trabalhei na Difusora, trabalhei na Capital, trabalhei na IBB, trabalhei na rádio Guanandi, com programações e ultimamente estamos na comunitária.*

C – No começo da rádio, como você montou esse conselho?

A – *Aí nos reunimos, né? Procuramos o modelo, apesar que ainda há alguma falha aí, que precisa colocar uns fiscais, mas nós vamos colocar, fazer uma próxima reunião aí, colocar pra que funcione tudo OK, né?*

C – E quais foram as dificuldades encontradas para montar esse conselho e depois montar a rádio comunitária? O senhor lembra de alguma coisa?

A – *Ah, foi difícil, né? Cê sabe que pra montar o estatuto tem que tá dentro das leis, mas a gente com a ajuda dos amigos, advogados que a gente tem aí, montamos, conseguimos.*

C – Como foi feita e escolha desse conselho?

A – *Esse conselho... nós nos reunimos, reunimos com a comunidade, foi elaborado os que iam ficar na direção, como conselho, nós montamos.*

C – Quem faz parte dessa comunidade? São o quê, associações que o senhor fala?

A – *Vários que atuam, Que ajuda, uns que faz programa, uns que faz programa, uns que ajuda, parceiro na contribuição e do conselho mesmo tem a minoria né? São 6 por enquanto, por enquanto né? Vai entrar mais gente aí. Mas a comunidade trabalha junto com a gente. Às vezes, precisa de alguma coisa né? Tem a gente. Precisa de algum anúncio, precisa aí de alguma coisa, a gente vai lança no ar, né? Ajuda e assim por diante.*

C – E outra coisa: qual é a participação de cada uma dessas pessoas? Essas pessoas têm função específica ou não?

A – *Não, geralmente eles não têm uma função específica. Eles atuam como o gosto né? São as pessoas que gostam.*

C – O senhor atua?

A – *Eu atuo quando posso né? Tem os voluntários, que sempre...sempre ajuda, dá aquela parcela de contribuição, mesmo não ganhando nada, mas eles sempre tá lá, porque gosta do troço, né? Tem o Ivanor também que gosta, tá dentro, tem o outro menino também que gosta, ele sempre tá dentro, o Durval, muitos outros ajudando né? Com a parcela de contribuição ali e ajudando a ir pra frente.*

C – Diga uma coisa: quando vocês montaram o conselho, quanto tempo levou pra vocês entrarem com o processo na Anatel, cê lembra?

A – *Geralmente, nós começamos montar foi um ano, um ano nós trabalhamos sem conselho.*

C – Que foi isso?

A – *Sem a, num tô bem lembrado não. Sei que já tem uns três anos a gente trabalhamos aí, tá. A Associação tá com um ano e pouco montada, que foi registrada, mas antes a gente vinha atuando né, o conselho incompleto né?*

C – A sua rádio já foi pega pela Anatel, fechada ou ainda não?

A – *Já foi pega sim. Tem uma rádio presa e a gente tá batalhando aí pra que venha conseguir documentação né? Batalhando com os amigos, os políticos aí, porque a força tá nos maiores lá, tem que correr atrás, né?*

C – Bom, vocês decidiram monta a rádio comunitária, como é que vocês conseguiram o equipamento, onde, quem deu o dinheiro, como é que foi isso?

A – *A gente conseguimos o equipamento com a comunidade, né? Algum deu um CD, outro ajudou a comprar coisas usadas, tudo aparelho usado né, inclusive a rádio foi presa, nós compramos um transmissor usado, 2<sup>a</sup> mão, do João dos Santos, ele tinha esse transmissor, ele tava passando aí de Paraná pra cá, a gente compramos, achamos bom, reconheci o sistema, compramos usado né.*

C – O senhor lembra quanto foi?

A – *Não tô lembrado quanto foi, porque foi comprado picado, né?*

C – E a comunidade que ajudou a pagar?

A – *A comunidade ajudou a pagar. É realmente, que dinheiro não tinha. Tudo o que a gente vai fazer é difícil, né?*

C – Qual a potência do transmissor de vocês?

A – *Tamo operando com 25 Watts, né, de potência. E 25 Watts bem instaladinho é bom né?*

C – A rádio do senhor Só atinge o bairro Guanandi ou adjacências?

A – *é... 25 Watts é o seguinte: dá uma reguladinha e joga mais longe, né? Atende os bairros adjacentes em volta, né? Pega bem.*

C – Quais são os bairros por aqui que pegam?

A – *Pega vários bairros. Piratininga, Jockey Clube, Iracy Coelho, também Aero Rancho né, geral aí, também Vila Kely, Copavila, Buriti, Vila São Conrado, Planalto, Caiçara, Amambaí, uma parte do centro aí.*

C – como é que o senhor sabe que atinge tudo isso? O pessoal liga pra cá?

A – *É... o pessoal liga, né? O pessoal liga pedindo música, damos a informação e assim a gente sabe aonde que a rádio tá chegando né?*

C – Bom, é...o investimento inicial da rádio o senhor já me disse, mas o senhor não lembra, não tem uma idéia se foi mil, dois mil, três mil?

A – *Vamo basear assim, três mil reais na época, é a base que a gente faz.*

C – E tudo dividido pela comunidade?

A – *Tudo dividido pela comunidade, tudo a comunidade ajuda, é a parcela de contribuição.*

C – E como é que funciona o apoio cultural da sua rádio, seu Adelino?

A – *Esse apoio cultural é o seguinte: A pessoa quer fazer um programa mas não tem condições de pagar um programa, uma rádio. Então a gente dá uma ajuda, lá, porque se*

*queima uma aparelho, se queima um CD, a ajuda deles serve pra pagar isso. Mas é uma ajuda mínima.*

C – quanto mais ou menos? Só pra gente poder quantificar.

A – *Tem uns que dão ajuda de 50 reais, 100 reais, outros não ajuda nada, é de graça, porque têm pessoas que não têm condições e a gente também, pra comunidade, é a comunidade que faz lá, não cobra nada, certo? Então os que pode ajudar numa ajuda simbólica agente aceita.*

C – Isso aí o senhor faz como propaganda ou como apoio cultural?

A – *Não. Isso aí é como apoio cultural, nós apóia, né? Com sua pequena ajuda.*

C – o senhor tem uma idéia por mês assim de quanto de apoio o senhor deve receber?

A – *Ah, isso não recebo muito não, é uns 400, 500s reais só. Se for por no bico da caneta mesmo, paga aluguel, não dá pra pagar o que gasta.*

C – Outra coisa: o senhor considera realmente a sua rádio uma rádio comunitária, né seu Adelino?

A – *É realmente, porque a gente só faz a favor da comunidade, procura fazer o que a comunidade quer, né? Então a gente tamos trabalhando em favor da comunidade, então cremos que é uma rádio comunitária.*

C – E como essa comunidade participa. Ela só participa indicando música na programação, como é que ela participa, como o senhor percebe que ela participa?

A – *Ela participa, tanto pedindo música também, dando informação né? E também informando o que precisa na sua localidade e se tem também alguma pessoa doente, eles informam também pra gente fazer campanha um favor dela e pra gente ficar sabendo. De um jeito ou de outro a gente fica sabendo, certo?*

C – Centro de Saúde, centros comunitários, escolas, usam a rádio comunitária?

A – *Usam. São todos ligados. Inclusive temos horas, 2 horas que é voltado á comunidade, que o Ivanor faz à noite, é voltado à comunidade, a toda comunidade e também demais horas que a comunidade precisar a gente tá aberto o canal da rádio pra qualquer comunidade, qualquer associação, então tá aberto, tá aberto a porta pra qualquer um deles.*

C – Como é que ficou o programa do ivanor, como é que é agora?

A – *O programa do Ivanor tá fazendo das 7h da noite e agora ele vai entrar da madrugada também, das 4h às 7h da manhã pra trazer informação, a música, a raiz.*

C – É todo dia?

A – *É todo dia.*

C – O senhor tem uma idéia de quanto que custa a rádio por mês, aluguel, o senhor tem funcionário, locutor, quanto mais ou menos?

A – *Isso aí...tem mês que não dá pra pagar o gasto dela. Tem mês que a gente tem que tirar dinheiro do bolso, ajuntar todos e fazer o caixa pra pagar e sempre tem que Ter uma pessoa pra.....pra.....conta, não é mesmo? Tê os voluntários, é muitos.....*

C – O senhor tem funcionários?

A – *É tem uma menina que cuida lá, né? Uma menina e um menino que, nas horas vagas eles tão lá cuidando do rádio e os demais e as demais pessoas que atua.*

C – Voluntários?

A – *Voluntários.*

C – E esses dois mesmos são pagos pelo senhor um salário mínimo/

A – *É são pagos sim. Um paga 140,00, outro paga 60,00.*

C – E o aluguel?

A – *Aluguel também a gente paga também.*

C – Quanto?

A – *Aluguel sai 100,00 de aluguel. Tem a luz, tem água.*

C – quanto mais ou menos?

A – *Ah, luz e água uns 80,00 100,00 contos, também.*

C – O senhor é voluntário?

A – *Eu sou voluntário.*

C – É... locutor que o senhor paga não tem nenhum? Todos são voluntários?

A – *É... todos voluntários, todos os trabalhos amor à profissão.*

C – O senhor tem locutor, dirigente de bairro e também pastor? Como é que funciona os pastores aqui?

A – *É realmente, cada um tem a sua vaga. Um pastor quer fazer um programa ele tem o direito. Se o padre quiser fazer um programa, tem o direito, se o espírita quiser fazer, tem o direito também. Todos que quiser fazer a sua programação tem um espaço na rádio.*

C – Quer dizer que o conselho não influencia nada neste espaço? Quem quiser fazer a rádio paga um valor mensal e vem? Como é que é feito?

A – *É...as pessoas que podem dar uma ajuda, ajuda. As pessoas que não podem dar ajuda, que precisa do espaço, a gente cede o espaço, certo?*

C – Mas o conselho não influencia em nada?

A – *não, o conselho influencia pelo seguinte, porque a rádio é...trabalha a favor da comunidade, certo? Agora, é levantamento de documentação, organização, o conselho influencia.*

C – Nessa programação, o senhor tem algum jornalismo, notícias ou não? É só notícia da comunidade?

A – *É, geralmente tem quem faz à tarde e sempre ele dá uma notícia aí, de jornal, o contato diretamente com a comunidade, ele dá várias notícias aí no programa da tarde, das 2h30 da tarde, o programa “Quarta de missão”. E assim por diante, a gente não tem ainda um horário específico, mas agora vamos criar, das 7h às 8h um programa informativo.*

C – Agora, que vocês consideram que seja realmente um programa voltado para a comunidade é o do Ivanor?

A – *É...não...todos são voltados à comunidade, agora o do Ivanor é aberto às associações, aos vereadores que quer fazer palestra, a todos. Mas todos os programas são voltados à comunidade, certo? Igreja, música, mas todos são voltados à comunidade.*

C – Há quanto tempo o senhor entrou com o pedido da Anatel?

A – *Ah! eu entrei foi no ano de 1999, 2000, que eu entrei com o pedido. Sei que tá com um ano e pouco.*

C – Se o senhor conseguir essa concessão vai mudar alguma coisa na sua rádio ou não? Vai continuar do mesmo jeito?

A – *A gente vai trabalhar do jeito que eles pede né? Porque nós trabalha...não podemos fazer por nós mesmos, vamos trabalhar em favor da comunidade. Do jeito que o sistema pede.*

C – É...qual o serviço que o senhor achou mais interessante? Que o senhor considerou realmente que prestou um serviço à comunidade?

A – *Serviço pra comunidade...todos são interessantes, todos os serviços são voltados à comunidade e valorosos, né? Porque a comunidade precisa em todas as áreas, música, cultura, informação, ajuda pras pessoas necessitadas, cadeiras de rodas, remédios, informação de posto e outros órgãos que são interessantes pra comunidade.*

C – Eu fiz uma pesquisa na comunidade e eles me falaram de umas casas queimadas, o que foi que aconteceu?

A – *Realmente, na época né, queimou essa casa, moravam algumas famílias na casa, foi destruído tudo, todas as coisas pelo fogo. Então as pessoas ficou sem saber o que ia fazer. Aí procurou o Ivanor, Ivanor lançou uma campanha e adquiriu aí muitas coisas né?*

*Várias coisas, mantimentos, até mesmo uma parte dos móveis pra essas pessoas que estavam sofrendo, né? Abatida pelo fogo.*

C – Ah, tá, porque achei interessante todo mundo lembrou. Agora na sua, rádio quem ouve, o senhor acha que é mais mulher, mais homem, donas de casa, o senhor tem assim uma idéia?

A – *Não, é uma programação que todo mundo ouve, porque não é programação só direcionada, só a tal programa, né? Então tem programas para todos ouvi, certo?*

**Anexo 2b**

**Sr. IVANOR DE OLIVEIRA BRITES**  
**Presidente da Associação de Moradores do Bairro Guanandi**  
**Data: 19/jul/2001**

C – Como começar a idéia de iniciar uma rádio comunitária, como foi isso?

I – *A princípio surgiu com o Adelino, que é nosso diretor, logo que ... acho que há uns 03 anos atrás mais ou menos, ele teve essa idéia de ouvir falar no estado do Rio de Janeiro e São Paulo sobre rádio comunitária e teve essa idéia, resolveu criar um projeto também de rádio comunitária.*

C – Então, a idéia foi do Adelino?

I – *É, praticamente do diretor nosso que ele que iniciou o projeto, ele colocou em prática e depois com o grupo, o pessoal que se uniu e trabalhando junto.*

C – Por que ele teve essa idéia? Da onde surgiu essa vontade?

I – *Eu acho que a princípio, justamente pelo fato do Estado do Rio de Janeiro, São Paulo, outros lugares terem a Radio Comunitária em Campo Grande tava recém surgindo algumas e ele também ta como um dos pioneiros no meios das que tavam surgindo em Campo Grande. E o Guanandi, por ser um bairro que tem 20 mil habitantes, teve a necessidade também de ter uma radio comunitária.*

C – O conselho é formado por 4 ou 5 pessoas. É isso?

I – *Exato. Só não to a par das pessoas que fazem parte do conselho hoje, que eu faço mais a parte de locução, a parte de radialismo. Eu não acompanho tanto. Eu tenho acompanhado como ta a documentação em Brasília, venho procurando também ajudar como presidente do bairro, com o conhecimento que tenho, agora, o conselho não to 100 % a par não.*

C – Você é presidente da Associação Comunitária aqui?

I – *Isso. Sou presidente do núcleo Dona Neta. Já é meu 2º mandato como presidente, exerci por 2 anos fui eleito agora no final do ano, to indo já pro 2º mandato.*

C – Você tem um programa na rádio? Como é que é esse seu programa? Que hora que é?

I – *Na verdade, hoje to com duas programações na rádio. Uma que inicia às 4h e 30m até as 7h, que é uma programa sertanejo, informa a hora, acordando o pessoal, fazendo até inclusive trabalho comunitário. E tenho à noite, das 10 h as 21h, que é uma programação musical de pagode, também à disposição da comunidade pra o que precisar na parte de divulgação de eventos, dia de missa na igreja, o que precisar, nós tamos a disposição. Eu sempre coloco isso como presidente do bairro, porque ta à disposição da comunidade, o que tiver no meu alcance com certeza né? É uma parceria da radio comunitária com a comunidade, com o presidente da associação dos moradores.*

C – E qual é o programa, dessas suas duas programações, qual você acha que é o mais voltado pra comunidade da parte da manhã ou da parte da noite?

I – *O da parte da noite que é o “melhor do Samba e do Pagode”. Já tamos aí com dois anos no ar. Dois anos de programação bem divulgada, temos informativos dentro do bairro que divulga a programação e divulga que nós tamos com um trabalho junto à comunidade.*

C – Dos serviços que vocês prestam pra comunidade, quais os mais comuns, que vocês fazem com mais freqüência ?

I – *Documentos perdidos, procura de emprego, pessoal liga deixando o telefone à disposição pro pessoal, de repente tem alguém que quer arrumar gente pra trabalhar . Que nem hoje de manhã, tava divulgando que tava precisando de uma costureira, trabalha com máquina de overlok reta, já tamos divulgando há uma semana já e é bem provável que hoje esse trabalho venha se encaixando porque nós tivemos logo pela manhã a procura de uma pessoa, que trabalha como costureira e tava querendo informações pra poder. Então, é esse trabalho comum. Documentos perdidos, achados também achados e perdidos, coisa que sempre acontece na rádio.*

C – E tem projetos sociais?

I – *Olha eu já fiz campanhas benéficas dentro da minha própria programação, com presidente de bairro eu tive aqui no bairro uma família que, 4 famílias na verdade, que teve sua casa destruída pelo fogo. Foi uma matéria que surgiu...repercussão em toda Campo Grande. Foi uma campanha benéfica que foi um sucesso. Eu não esperava, até como locutor de rádio comunitária, não esperava o tão grande alcance da comunidade, a colaboração da comunidade, que na verdade colaborou muito, eu tive que rodar vários bairros em Campo Grande, próximos aqui dos bairros vizinhos, pegando doações que o pessoal fez através dessa campanha que nós fizemos na rádio.*

C – apesar de você não fazer parte do conselho, Ivanor, acho que as pessoas reconhecem mais a rádio comunitária pelo seu nome, acho que talvez por você ser presidente da associação comunitária, do que pelo próprio nome da rádio.

I – *Pois é, até que nós divulgamos muito o nome, nós fazemos um trabalho aí dentro da comunidade que é o seguinte : nós temos aí um campeonato de futebol em andamento, eventos dia das mães, dia das crianças, nós estamos sempre trabalhando, nós temos uma equipe também de sonorização que tem essa parceria também com a rádio comunitária, ta sempre à disposição, eventos, pro que precisar, inclusive hoje eu devo ta pegando um papel pra divulgar um evento benéfico que vai ta acontecendo por este mês, que é uma senhora que fez uma cirurgia e ta precisando de dinheiro pra pagar essa cirurgia. Fui procurado por alguns meninos ainda ontem, vão trazer o cartaz pra mim ainda hoje, pra que eu possa divulgar, vai ser um almoço benéfico pra nós fazermos uma parceria com a própria comunidade em eventos benéficos, própria igreja como foi a missa campal no*

*dia do trabalhador, então, é uma parceria que fé com que o meu nome, não só o meu nome como também minha programação em si fique muito divulgada no bairro.*

C – Inclusive, eu te usei muito como referência que às vezes as pessoas conheciam a rádio, mas não pelo nome, então tinha que citar alguma referência para pessoas lembrarem da rádio maracanã. É quem mais te procura, Ivanor centros de saúde, igrejas, a comunidade em geral, você recebe mais ligações de quem? Quem utiliza a rádio.

I – *Olha, pelo menos dentro da minha programação, que é de pagode, então tenho várias pessoas, diretores, de escolas, diretores de creches, que sempre vou, faço visitas nas creches, nas escolas deixando bem a disposição pro que precisar. Inclusive eu um dia desses, nós távamos aí com um problema de prédio, mudança de local, eu tava com uma programação que chama “Comunidade Já”, eu tinha as visitas, trazia todos os finais de semana um vereador, uma pessoa conhecida dentro do próprio bairro, pra poder fazer um trabalho de divulgação. Já trouxe pessoas aí que trabalham dentro da comunidade, trouxe vários vereadores de Campo Grande na rádio comunitária pra poder fazer.*

C – Quem, por exemplo?

I – *Eu trouxe o vereador Marcelo Bluma, vereador Airton Saraiva, Robson Martins, que são vereadores mais próximos, Robson Martins é da região, Marcelo Bluma tem um trabalho voltado aqui pro Guanandi. Airton Saraiva é vereador aqui da região também, Universitário, Pioneiro. Essa região nossa são vereadores da região.*

C – O conselho influencia de alguma maneira, na programação?

I – *Nós temos o nosso diretor que ta sempre acompanhado, puxando a orelha de vez em quando porque precisa né? Ta sempre acompanhando o dia-a-dia do locutor, o horário da programação o que ta rolando dentro de cada programação.*

C – E na tua programação Ivanor, você recebe mais ligações aqui do Guanandi ou de bairros próximos?

I – *Redondezas essa região do Anhanduizinho aqui no geral, grande Aero Rancho que é um bairro muito grande, Guanandi com mais de 20 mil habitantes, nós temos aí Piratininga, Jockey clube, Parati e Tijuca, Jussara, Nova Bandeirantes, essas redondezas que alcance a rádio, nós temos muita audiência dentro desta área.*

C – Você sabe quantos locutores tem a rádio?

I – *Olha eu não tenho acompanhamento exato de quantos locutores.*

C – O seu programa é só de entretenimento e voltado pra comunidade ou tem algum programa jornalístico?

I – *nós temos essa deficiência ainda dentro da rádio justo por não ter um profissional da área. Já tentamos entrar em contato com a pessoa que realmente atue na área de jornalismo que tinha o interesse inclusive até citei numa conversa com o diretor, já*

*tivemos um locutor que fazia uma programação jornalística, um noticiário policial, ás 08h todo dia só que, infelizmente a rádio comunitária não tem condições de se manter é na onde nós estamos carentes nessa área e profissional.*

C – E vocês não tem ainda liminar pra poder operar. Se vocês tivessem, se vocês conseguissem a concessão, que você acha que tem que mudar na rádio? Ou você acha que não precisaria mudar nada?

I – *Teria que mudar, até facilitaria no próprio trabalho. O meu programa comunitária mesmo que eu parei, que é o programa “Comunidade Já”, eu parei justamente por isso, pelo fato de não ter estúdio adequado, não ter estúdio adequado para receber pessoas de área da saúde, pessoas que vão trazer informações. Já trouxe várias pessoas. Fica difícil porque não temos um estúdio adequado, não temos uma aparelhagem adequada, porque somos carentes nessa área porque não tem como investir, investir pra correr o risco de perder fica difícil, nós não temos condições de manter também. Por mais que ela seja carente nós temos audiência Então teria muita coisa que teria que mudar o jornalista é justo uma coisa que teria que ter. a Radio comunitária por si ela tem que ter um informativo.*

C – Falta muito equipamento?

I – *Falta, falta justamente porque nós não temos como manter. A programação é o apoio cultural pra manter os CDs, pagar conta de água, luz.*

C – Vocês tem apoio, suponho eu que sejam supermercados, farmácias, alguma coisa assim.

I – *Comerciante da própria região ajuda no apoio cultural da rádio, justamente porque hoje para investir a nível de propaganda numa rádio comercial é um valor alto. A rádio comunitária com apoio cultural vai ser somente pra poder manter e fazer o trabalho de divulgação, que é importante pro comerciante divulga pra região dele. E não a nível de Campo Grande, que ele não tem condições, o pequeno comerciante não tem condições de atender anunciando numa rádio grande, toda a capital.*

C – Você sabe qual é a potência do transmissor de vocês ?

I – *Nós estamos operando, se não me engano, com um transmissor de 25 watts.*

C – Você tem apoio da comunidade né?

I – *Nós temos o reconhecimento da comunidade, rádio comunitário você sabe né? Nós temos encontrado vários amigos nas ruas e acho que, estão sempre à disposição. Fizeram um abaixo assinado, com assinaturas de várias pessoas que nos dá esse apoio porque é necessário rádio comunitária na comunidade.*

C – E órgão público, Ivanor, por exemplo prefeitura. Vocês já tiveram algum contato, já solicitaram alguma coisa pra eles? Eles atenderam, tiveram algum tipo de apoio?

I – *Não, não só órgão municipal, como estadual, é raro eles se envolverem com a rádio comunitária hoje. Apoio deles é difícil para conseguir o apoio do órgão municipal porque justo quando se fala rádio comunitária, se tem uma imagem pirata, não é comunitária pra falar o termo pirata, mas porque a mídia pensa que as rádios comunitárias são rádios piratas, e não é essa a verdade.*

C – Você não é um funcionário da rádio? Você só é um colaborador, você não recebe para fazer o programa?

I – *Como presidente de bairro eu achei a necessidade de fazer uma programação, então sou um colaborador. Tenho a programação pra poder divulgar o meu trabalho dentro da comunidade, o que eu faço. Os eventos que eu vou fazer, o meu trabalho dia-a-dia, que é as reivindicações, o que eu reivindiquei, o que nós conseguimos, nós divulgamos dentro da nossa programação.*

C – Além do teu programa Ivanor, que você já me disse que tem, você tem dois programas voltados para comunidade, qual o outro na rádio que você acha que é mais comunitário? Mais voltado pra população aqui do Guanandi?

I – *nós temos o programa do Marcos Juca, programa no período da tarde, que é sertanejo, com músicas variadas também, esta sempre a disposição da comunidade pro que der e vier.*

C – E qual que você acha que é a influência que a rádio exerce na comunidade? Você acha que influência de alguma coisa maneira?

I – *Na minha opinião influência, porque é um veículo de comunicação da própria comunidade. O comerciante, não sé o comerciante, o morador perdeu um documento, a única maneira que ele tem de anunciar na outra rádio, ele vai ter que pagar ele vem até a comunitária, nos procura, ele nos procura, encontra na rua, já cansei de encontrar gente na rua o encontrei essa carteira, encontrei esses documentos, anuncia pra nós. Então influencia porque quando ela sabe que tem um veículo de comunicação ela sabe. Ontem eu fui procurar esses meninos que vão fazer essa campanha benéfica pra arrecadar dinheiro pra uma cirurgia. O pessoal sabe que tem onde contar, onde correr atrás de uma coisa.*

C – A rádio já realizou algum evento, já promoveu algum evento, onde integração, de divulgação da própria rádio, alguma coisa parecida?

I – *Teve no aniversário de um ano de programação eu fiz um evento com vários grupos de pagode, vários grupos de pagode que já fazia um ano do programa o melhor do samba e do pagode. E na última copa Guanandi Futebol Amador aqui no bairro, nos fizemos uma parceria com os realizadores do campeonato, trouxemos aí vários grupos de pagode também daí mesmo tivemos o apoio da prefeitura municipal de Campo Grande, através da Funcesp, mas pro evento em si, pra copa Guanandi, foi na onde nós fizemos uma parceria,*

*um intercâmbio da rádio comunitária, associação de moradores e prefeitura pra fazer essa final do campeonato que nós tivemos ai mais de 3.000 pessoas presentes.*

C – 3.000 pessoas no campeonato e no aniversário?

I – *No aniversário nós tivemos mais de 1.500 pessoas, que foi uma festa no centro comunitário, show de pagode com 3 grupos e pagode, então foram mais de 1.500 pessoas.*

C – E foi tudo no Guanandi ou teve pessoas das adjacências?

I – *Teve pessoas da região do Aero Rancho, de bairros próximos daqui, Nova Esperança, Piratininga, o pessoal vem sim. Aqui inclusive o ano passado eu fiz uma festa junina com várias pessoas que eu conheço já moro há 20 anos aqui se via muitas pessoas que não eram do bairro.*

C – tem alguma reunião entre você e o conselho?

I – *O contato é um pouco longe, porque eu deixo isso a parte da diretoria só cumpro o que vem.*

C – Só do teu programa, né?

I – *Exato, o que vem da minha programação meus horários na programação saio depois fico um pouco afastado, de vez em quando, o dia que eu preciso alguma coisa na área comunitária, algum ofício, alguma coisa, eu to apoiando a rádio nesse sentido.*

C – O teu programa o cronograma é você quem faz, a programação e você quem faz?

I – *A programação, enfim, direção produção toda minha.*

C – Não tem influência do conselho?

I – *Não, não a programação fica por minha conta, meu critério, desde que seja dentro da ética que a rádio exige, a programação é minha responsabilidade.*

C – Ok Ivanor muito obrigado.

**Anexo 2c****CLAUDEMIR RIVAROLLA****Presidente da Associação Comunitária Reunida – Bairro José Abrão****Data: 10/mai/2001**

C – Eu quero que o senhor me conte com é que começou a RC, de quem foi a idéia e por quê?

*R – Primeiro a gente já tinha uma vontade de buscar algum meio de comunicação que pudesse trabalhar mais no meio comunitário, até porque nós já trabalhamos em rádio e um dia um cidadão, não sei por que cargas d’água, ele me mandou um prospecto de um kit inclusive, é pra montar uma RC e eu nunca dei atenção pra aquilo porque não tinha me vindo aquela vontade de montar uma rádio própria e nem sabia qual era o mecanismo pra isso. Aí, esse dia chegou e eu de repente fui ler aquele prospecto, abri o kit e fui acompanhando como é que seria a possibilidade de montar uma RC. E aí eu fui ver que realmente não era tão difícil de fazer. Bastava que tivesse um prato para tocar vinil, que ainda era vinil, nós ainda por exemplo temos vinil até hoje, hoje não usa, mas nós temos um aparelho de CD, então a gente viu que poderia ser de forma bem reduzida e assim colocar uma rádio no ar, como ter um transmissor desde que você ou fizesse caseiro ou mesmo comprasse um transmissor habilitado pra fazer esse tipo de trabalho. E deu certo que eu estava na época trabalhando numa emissora FM também comunitária e o cidadão me convidou pra fazer parte dessas rádios comunitárias que foram montadas em Campo Grande e me chamou a atenção aquele kit, interessei e então conversei com as pessoas do bairro aqui do José Abrão, por exemplo, “olha gente, nós temos aí uma vontade de montar uma rádio e até questionaram ‘cê pensa que montar rádio é assim?’” eu falei “não, eu sei que rádio não é assim. que se monta, se monta de acordo com o que foi escrito. A existe uma lei que inclusive tá sendo regulamentada, dá pra gente sair com a RC. E aí nasceu. Das pessoas interessadas, participamos, fizemos uma reunido com o pessoal e começamos a discutir. Olha vamos montar uma RC e tem que ter uma associação pra essa finalidade. Então, isso começou assim, por exemplo, mais dentro do meio familiar, porque tem eu que trabalhava em rádio, a Lilian, que já trabalhou com a gente na rádio, tem o Luciano também que já fez parte com a gente em emissoras que a gente em empresas que a gente trabalhou e mais umas pessoas que tinham essa vontade de fazer alguma coisa pela comunidade, nasceu então a rádio, a rádio Metrópole, que já tem dois anos e meio, embora trabalhando com um horário bem reduzido. Mas tá indo, e a gente tem um carinho muito grande por isso ai e se Deus quiser quem sabe uma concessão.*

C - Cmo é que você escolheu as pessoas para montar esse conselho. Eu sei que tem você e sua esposa. Como é que foram escolhidas as outras pessoas? São mais dois?

*R - Exato. Entendo, conforme eu tava dizendo, é que a gente conversou com a Lilian, que faz parte hoje inclusive da locução da rádio, ela não faz parte da associação, mas faz parte da rádio, ela faz locução e aí discutimos esse assunto, chamamos a associação de Pais e Mestres da Escola Sebastião Santana de Oliveira que fica no bairro e também o clube de mães que tinha interesse também porque a gente sempre militou nesse meio de comunicação e a gente levava sempre as coisas do bairro pra divulgar lá nas emissoras que a gente trabalhou, então foi uma das razões que nós trouxemos essas pessoas pra discutir o assunto radio do José Abrão. E de repente saiu.*

C - No começo quais foram as maiores dificuldades para montar essa rádio?

*R - O problema é o seguinte: toda associação quando ela vai nascer, ela depende do financeiro, porque nada vem assim tão de graça. Então veja bem, nós tivemos que*

*publicar uma nota, um chamamento, uma convocação pras pessoas interessadas em fazer parte inclusive da associação, foi publicado no Diário da Serra, , convocamos pra um determinado dia pra gente discutir um, estatuto pra associação que geraria a RC, e discutiu-se esse estatuto, qual que é a forma que ele trabalharia, então foi discutido na época que a gente daria valor aí à cultura, ao lazer, ao esporte e às divulgações tradicionais, é inclusive de festas do bairro José Abrão e adjacências até aonde a gente poderia chegar com a RC funcionando com 25 watts e estamos até hoje. E ai de repente essa parte financeira é tão difícil difícil né? Porque você não pode contar com todo mundo e ainda com esse mundo de desemprego que tem aí, então normalmente sobra pra alguém e eu fui a pega nessa coisa toda.*

C - Me diz uma coisa, qual é participação desse conselho nessa rádio? Eles participam. de alguma forma, decidem a programação ou não? É só você mesmo e sua esposa?

R - *Olha, o problema, é o seguinte, a rádio tem sido, foi montada mais ou menos que atendia os anseios, nós ficamos aí algum tempo sem esse conselho, então esse conselho já veio um pouquinho depois e ai nós ... porque tem o conselho comunitário mesmo pra programação né? São... é composto de cinco pessoas idôneas, pessoas que tem tudo a ver na comunidade né? Tem todo um trabalho, um carinho.*

C - Você pode citar?

R - *Tem por exemplo no caso a. Sra. Margarida, tem o Gilberto que, inclusive foi presidente do bairro, tava em vigência a presidência dele até março de 2001 temos a dona Adilis, que é uma pessoa também que tem uma participação muito grande, tanto no grêmio que organiza o carnaval do bairro. Então, ela tem uma participação lá também, então comprehende um pouco de música também né? E ainda o rapaz do som que é o Tino, que embora ele não more no bairro, ela mora a uma distância de 3.500 metros que pode ser ... ele participa conosco, né? Então ele também é... ajudou a gente nesse tipo de programa né? Então pra atender toda a comunidade, a música da juventude, tem a música sertaneja que alguns entendem, "ah música de velhos", tem a música paraguaia que também nessa região tem muita gente que pedia esse tipo de música, então nós fiamos criando esses quadros e depois nasceu esse conselho composto por essas pessoas, então olha "vamos decidir como é que nós vamos fazer isso", então determinou-se não horários de programas mas sim um determinado dia pra fazer um horário dentro daquele programa.*

C - E quanto tempo a rádio funcionou antes de vocês entrarem com o pedido na Anatel?

R - *Ai foi o seguinte. Nós quando adquirimos o transmissor, que foi comprado em São Paulo, ele é homologado inclusive pela Anatel, 25 watts, tem. certificado, então nós colocamos no dia 12 de fevereiro em 99, colocamos em 99 e quando foi no dia 12 de março de 1999, nós saímos porque ficamos só 30 dias funcionando, dando aquele caráter experimental ao transmissor, não que fosse a emissora que até hoje nós não temos a concessão. Então, não poderia usar desse benefício, mas é... o benefício foi só mesmo pra testar o transmissor e aí nós voltamos, nós saímos dia 12 de março de 99 e voltamos dia 16 de junho de 99 também, e permanecemos no ar até agora. Sempre funcionando neste estilo.*

C - Nunca tiveram problema com a Anatel?

R - *Graças a Deus nunca tivemos, até a gente pede a Deus "é Anatel nem venha, nem venha porque nós estamos com esse trabalho com muito carinho". A comunidade tem participado bastante conosco né? E Anatel uma certa vez teve aí na frente inclusive da onde funciona a rádio, é... eu sei que eles fotografaram, eu tive notícia disso.*

*Fotografaram mas nunca eles vieram aqui pra lacrar, fechar, nada. Nunca tivemos nenhum problema graças a Deus.*

C - Você fala que conseguiu isso ai de São Paulo, esse equipamento. Como é que vocês compraram? Foi você que encabeçou ou foi a comunidade que participou na compra?

R - *Ai é que ta o problema. Que quando chega na hora do financeiro, é difícil né? Então todo mundo queria. Eu até lógico, que quando a gente montou a associação com essa vontade de colocar a rádio, tanto é que o estatuto ele fala estritamente pra funcionamento da emissora, mais jornais, revistas, panfletos, essas coisas todas. Mas nunca a gente conseguiu sair mais do que a rádio, porque não tem o financeiro, é pouco mesmo né? Então, quando chegou na hora da aquisição do transmissor e das demais aparelhagens é que vem o problema né? Falaram: "Olha, eu não tenho, não tenho, Então a gente tem que dar um jeitinho. Bom, já que cê quer Então nós vamos comprar. E compramos, inclusive, não compramos à vista, compramos à prestação, não me recordo o prego, mas tem nota, tem tudo. E a gente já tinha algumas coisas também que faz parte dessa. aparelhagem da rádio. Então a gente mexia com música, nós somos músicos, Então tinha a mesa já de som, a gente tinha os pratos de músicas, que a gente toca com vinil ainda, é... a gente já tinha, não precisou comprar. Mas as demais coisas, os microfones já tinha também, os microfones são tudo OSM 58. Ele é profissional. Então a gente tem tá? Então, a gente tem alguma coisa já, e a gente já tinha alguma coisa que serviu para emissora que ta aí até hoje. Agora, as demais coisas, por exemplo, um aparelho CD, equalizador, câmara de eco e outros aparelhos, telefones, essas coisas, todas que a gente usa e mais os CDs mesmo que a gente tem que comprar, né?*

C - Você que custeia tudo?

R - *A gente tem custeado tudo. Então, não tem como falar: "olha dá uma pedidinha ai pra comunidade". Mas não aparece ninguém que fala assim: "é eu vou dá prá você isso aí, entende?" Agora, a gente tem essa vontade de fazer funcionar? E em todas as organizações é... de... de festas tradicionais e de lazer na comunidade, todas o pessoal da associação, da associação da rádio eles ajudam, eles colaboram, a gente vai bater nas portas dos mercados, nas portas das pessoas também pra poder ajudar aquela finalidade.*

C - Me diz uma coisa, você me disse que tem 25 watts de potência, mas eu vi que ele atende vários outros bairros. Você pode nomear para mim os bairros que atinge?

R - *Olha ate a gente acha assim, um tanto, a gente tem hora que W duvida. A gente admira que... como um transmissor de 25 watts tem meios de chegar por exemplo, num Indubrasil. O Indubrasil dista daqui de Campo Grande uns 123 Km. Então, não sei se é devido a altura, mas por exemplo, daqui na Moreninha, daqui é muito mais longe, deve ter 31 Km, eu já medi, porque eu já trabalhei muito tempo lá e saindo daqui de casa até na Moreninha são 31 Km. Eu achei impressionante porque esses dias a gente... porque eu também tenho exercício profissional da advocacia, eu fui fazer uma audiência lá, cheguei lá e sintonizei a Metrópole, a nossa rádio aqui, a rádio aqui do José Abrão. Então eu achei assim incrível. Eu falei assim: "Puxa vida, olha que beleza, a rádio pega aqui entende? E outros bairros que a gente também admira pela ligação que o pessoal faz aqui, o pessoal liga pra rádio solicitando música e por exemplo, tem muitos bairros por aqui, vila Popular, Jardim Carioca, Serradinho, Nova Campo Grande, os bairros mais próximos, e nós vamos também ao Cel. Antonino, Mata do Jacinto, embora a gente sente que pode existir uma deficiência com relação A questão de altura, não tem uma potência pra chegar lá, como um transmissor de mais potência.*

C - Você mede a participação desses bairros porque eles ligam para cá?

R - *Exatamente, por que ligam. E a gente até duvida, mas eu tive essa prova quando eu fui a Moreninha e sintonizei a rádio com os 25 watts lá. Não sei se devido à altura daqui do José Abrão até lá, seria a mesma altura ou quem sabe aqui seja mais alto, não sei. Mas chega muito bem lá.*

C - Bom, a RC não pode ter nenhuma propaganda, vocês têm apoio cultural? Quem são os principais anunciantes da rádio?

R - Olha nós temos o Supermercado Dias, que fica no bairro aqui, próximo, 50 metros, 100 metros. Nós temos uma lanchonete que é lá na malha né? É do outro lado do ... do, é no fim do bairro aqui, mas é dentro, temos uma cabeleireira que também acompanha a gente há bastante tempo, que fica aqui há uns 30 metro, temos também uma colaboração muito grande do Posto Saito, que, embora ele não seja da comunidade, ele é bem distante, ele fica num outro extremo, lá no jardim Mato Grosso, e tem uma filial dele que fica aqui no Bairro Universitário. Mas eles conseguiram sintonizar a rádio lá. Então acompanha a gente, a gente sabe que não é diariamente, mas sempre tem acompanhado, sempre tem apoiado o nosso trabalho, sempre tem apoiado nosso trabalho aqui, né? Que é bem pequenininho viu?

C - Por que você fala que é um apoio comercial? É um apoio cultural?

R - O problema é o seguinte: a Lei que determinou o funcionamento do sistema publicitário, ele condicionou a nível de apoio cultural. Então, ao meu ver, principalmente vendo esse lado ai, mais jurídico, né? A gente vê assim que esse apoio nada mais passou do que você fazer uma publicidade da reduzida de tudo aquilo que pode ser feito no meio comercial. Mas também nada impede porque tem um outro dispositivo legal também que consta na própria lei, que ela fala que pode ser feito desde que trata daquela comunidade. Então, cê dentro daquela comunidade você vai divulgando que aquele supermercado, que aquela cabeleireira, o que aquela lanchonete coloca à disposição do consumidor.

C - Em termos de custo, quanto é que fica esses apoio cultural? Quantas vezes por dia vocês falam, quantas por mês? Como é que é?

R - Olha, aqui nessa emissora, todos os nossos apoios culturais, eles têm privilégio. Primeiro, por se do bairro e também por ser que acompanha a gente desde o começo. Por exemplo, no caso que eu tava dizendo no início, quando nós saímos, o supermercado Dias, que ainda era Mercado Dias, na oportunidade ele, quando nós precisamos sair, ele saiu pra gente. Mas quando precisou quando voltamos, ele voltou com a gente. Então é sinal que apóia mesmo. Porque tem retorno. Então é o seguinte: o supermercado Dias proporciona ai ... a gente entende que é um valor irrisório pra dizer assim: “não, esse comercial embora como apoio cultural, ele é um tanto irrisório, porque nós fizemos, vamos supor assim, se a gente tratou como nós tratamos sempre, 10 inserções durante o sábado, 10 durante o domingo, porque nós funcionamos durante o dia inteiro. E durante a semana que nós funcionamos somente à noite, nós tratamos 05 inserções. Mas quem acompanha a programação da emissora vai saber falar assim. Puxa vida, essa rádio só tem 4 comerciais... como a gente pode dizer ... que são o apoio cultural e fala deles durante a programação toda, entende? Então, a gente considera isso um privilégio pros anunciantes, que estão aqui.

C - Quanto mais ou menos?

R - *Olha, hoje, eu digo pra vocês que mal dá para cobrir água, luz, telefone, entende? E dar uma coisinha pra quem ta aqui junto com a gente né? Pra poder fazer alguma coisa lá fora.*

C - Já que a gente está falando de custos, me fala os custos da rádio?

R - *Olha, o transmissor hoje, eu não sei assim hoje, a certeza do valor, mas eu calculo que um transmissor de 25 watts, hoje ele deva estar custando em torno de 3 mil a 3.500,00, talvez não passe disso ai. E não sei também se passa desse valor. Precisamente, conforme a gente tá dizendo. Mas aí têm outras coisas né? Que tem se comprar, vamos supor você vai ter que trabalhar com no mínimo 02 microfones, vai ter que ter uma linha à disposição do seu ouvinte, você vai ter que ter o material que joga o ouvinte no ar pra falar. E também claro, você vai ter que ter um acervo musical. Então, pra comeigar tudo isso ai. Se não tiver música, você vai gastar em torno de uns 5 a 6 mil reais, entende? Aí você consegue quem sabe montar uma rádio. Uma rádio com 25 watts. Agora, se o transmissor for bem maior, Então você vai atingir 10, 12, vai depender da...*

C - E aqui diariamente? Agua, luz, telefone, quais são esses custos?

R - *Essa associação leva uma vantagem , porque a casa é nossa. Então não temos uma cobrança.. Tem um contrato de cedência, pra esse local, pra funcionamento da emissora. Mas a gente declara imposto de renda, essas coisas tem. que tá bem organizado. Nós temos declaração de imposto de renda, da cedência do local, nós temos esses materiais que não são do acervo, não pertence ainda à associação que rege a emissora, tá tudo particular ainda. A gente espera que saia essa concessão, que a gente possa dotar um sistema diferente. Por enquanto nós tamos só tirando do bolso e colocando lá pra poder...*

C - Mas quanto custa, uma média: 500, 600 reais? O que significa esse valor que você investe por mês na rádio?

R - *Olha, o investimento é conforme a gente tava dizendo. Tudo quanto é coisa que a gente traz para cá tem que comprar e pagar d vista. A montagem da rádio já foi feita, o que tinha que ser à prestação já foi. Nós estamos tentando colocar uma antena própria de rádio, porque essas antenas aqui você ergue num cano e pronto, ela tem que dar sinal. Nós já compramos inclusive uma torre que vamos instalar. Essas coisas a gente faz como gasto. A gente pode dizer que fica em torno de 500, 600 reais mesmo. Aqui nós estamos gastando com música, estamos gastando com troca de conexões, que a gente evita. A questão é interferências né? Se ficar algum aparelho ou conexão dessa. fora, ou mal colocado... não sendo bem conectada, ela acaba dando alguma interferência mesmo. Então a gente procura não deixar acontecer.*

C - Funcionário registrado tem algum?

R - *No momento não temos a possibilidade de fazer isso. Nós temos o maior cuidado, de vez em quando a rádio discute isso, porque não temos como pagar funcionário. Então a gente oferece: você faz alguma coisa e traz o seu apoio cultural. Infelizmente, ninguém trouxe nada ate agora . Nós até nos sentimos um pouco felizes porque demos essa oportunidade na comunicação, tem pessoas aqui que têm condições de chegar e fazer outra rádio, até uma comercial, fazer a locução e a gente tem trabalhado o pessoal aqui. Embora a gente saiba que a questão financeira deles seria difícil, mas que a gente tem colocado pra eles fazerem o curso, inclusive de locução, que ta tendo em Campo Grande, que a gente até acha interessantíssimo isso, pra ter o DRT, acho muito legal e to até falando pro meu pessoal. Eu já trabalhei em rádio desde... já tenho uns 10 anos de rádio, mas eu também não tenho o DRT. Mas o pessoal aqui eu sempre tenho orientado, inclusive*

*nós temos um DRT, o Sérgio Quevedo. Que ele tem o DRT, tirou fez agora por esses dias e a Juliene Ribeiro que também ta estudando lá....*

C - Quantos locutores vocês têm na rádio?

*R - Nós temos é em serviço. Sendo que eu to aqui todas as noites, falando adoidado aqui, né? Tocando música pro pessoal e aí tem mais 05 que trabalham nas programações de fim de semana que dividem os horários.*

C - A programação é feita por cada programador ou a comunidade que destina como é feito isso aí?

*R - A programação, como já foi determinado pelo próprio conselho na oportunidade da sua criação, ele determinou que vamos fazer um programa assim, um programa tal, fulano vai fazer programa tal, o musical quem tem ajudado mesmo a fazer são os ouvintes, ele liga e solicita a música que ele quer.*

C - Então esse conselho só influenciou no inicio da rádio, agora ele não participa mais?

*R - Não, ele tem sempre... vai ter alguma coisa mais ... Então a gente tem preocupado com isso, mas a gente tem deixado a mercê do conselho pra que ele tome providência com relação às mudanças.*

C - E qual desses programas que você considera mesmo que influencia? O que é um programa comunitário?

*R - Aqui nós temos dentro de todos os programas, a participação da comunidade, então eu não posso dizer que o meu programa é mais ... mas a gente tem trazido por exemplo no programa da Lilian, na parte da manhã, sábado, tem colocado A disposição da comunidade, o posto de saúde, clube de mães, inclusive até entrevistas que a gente fez com Secretário de Estado, de Segurança Pública, nós já trouxemos o Secretário de Obras do Município, nós já trouxemos o secretário de Planejamento Urbano e também de Meio Ambiente, então às vezes caiu pra mim, às vezes pra Lilian, nós dois é que temos um pouco mais de afinidade pra esse meio de entrevistas. Mas a Lilian tem um pouco mais essa participação da comunidade, porque tem carisma, a idade dela é outra. O meu... não vou dizer que eu tenho um patamar, mas eu começo de uma determinada idade e atinjo o patamar daquele... Então nós vamos sempre discutindo assuntos que trazem benefícios para a comunidade, mas o programa, da Lilian é o que tem mais haver.*

C - Você viu alguma diferença na comunidade antes e depois da rádio comunitária? Se viu, qual foi?

*R - A gente viu sim. A comunidade do José Abrão não é uma comunidade que tem um participação muito grande aqui na rádio. A gente fez um levantamento para ver qual seria a maior audiência da rádio do José Abrão. Então nós chegamos A conclusão de que não é o José Abrão o primeiro lugar. Embora a gente tenha dado tantas oportunidades pras pessoas, inclusive a gente fez até um show musica na praça pra chamar mais o pessoal do José Abrão para participar mais. Tivemos a Patrícia e a Adriana que são as meninas que estão no auge da música sertaneja e elas vieram participar do festival de Música Sertaneja da Metrópole e tiraram em primeiro lugar. Deixou muita gente pra trás também, não que isso tenha causado problema, tem assim muito mais tranquilidade e até trazendo pra própria comunidade uma lembrança de que as meninas cantaram aqui e estão hoje no auge musical. Então, nós chegamos a uma conclusão que o primeiríssimo lugar é o Zé Pereira que tem participado muito, que tem ligado bastante. Não foi uma pesquisa casa a*

*casa, mas pelas ligações. E deu quer nós sempre tivemos muito mais ligações do Zé Pereira do que do José Abrão.*

C - Uma curiosidade: porque vocês não falam. no ar Radio comunitária Metrópole? Por que a omissão dessa palavra comunitária?

*R - Não que a gente não queira. Acontece que parece que já tem o costume de você ter vindo de uma rádio e de repente não se ligar. Por exemplo, dizer RC. Até hoje nós nos reunimos, vamos fazer alguma mudança com relação a isso exatamente pra chamar a atenção das pessoas que aqui trata de uma rádio comunitária, não é uma rádio comercial, é uma radio que tá aí à disposição, se bem que a gente sempre coloca né? A gente agradece a todo mundo que liga, que participa, que visita a rádio, sempre dizendo que a radio é comunitária. Agora que a gente vai mudar as vinhetas que a gente tem aqui, que não são tentas, mas a gente tem sempre aquele trabalho humilde que a gente faz. Dando sempre a entender pras pessoas que aqui trata-se de uma RC.*

C - Você não acha que RC tem uma imagem negativa na comunidade?

*R - Não. Eu acho que a RC hoje no Brasil, eu to falando a nível de Brasil, porque nós temos conhecimento que muitas rádios que estão ai nos grandes centros brasileiros estão trazendo assim benefícios pra comunidade, principalmente aqueles combates às drogas, A prostituição, tem envolvido pessoas de alto gabarito a nível mundial. Como pessoas da ONU, que tem vindo, inclusive eu tive notícias que em MG, não me lembro se em Uberaba ou Uberlândia, que houve uma campanha muito grande contra drogas e foi escolhida esta rádio pela ONU. Então a ONU foi até lá e admiraram: Como é que uma rádio comunitária, pode ter tanta participação, eles tinham oito telefones, e os oito telefones deles ficaram abarrotados de ligações. E foi inclusive uma oportunidade onde o ministro do Ministério das Comunicações foi até essa rádio para saber porque foi escolhida esta rádio, e ele ficou assim .... isso aí é matéria, fé na internet, quem quiser ver isso ai pode ver, que na realidade aconteceu. Não estou aqui falando só porque a gente tem. uma rádio comunitária, porque estamos fazendo parte da associação. Eu acho que hoje a rádio comunitária traz muito mais benefícios para a comunidade, informando, dando oportunidade para as pessoas falarem, principalmente aquela questão do livre pensamento, a pessoa pode manifestar a vontade, a liberdade de expressão. Então eu acho que isso tem dado uma oportunidade para as pessoas, o que não encontramos em rádios comerciais, por exemplo, que hoje ela é muito .... muito embora a gente vê ai, ouve inclusive umas prestações de serviços pelas rádios comerciais. Mas isto são poucas, são mínimas. A rádio comunitária, qualquer rádio que você liga hoje, você vê, ela está falando do seu bairro, está falando da segurança pública, da saúde, está buscando real benefício, levando inclusive essas autoridades até aquele local para discutir assuntos dessa natureza.*

C - Vocês têm serviços de utilidade pública aqui?

*R - Temos, aqui normalmente as pessoas ligam pra gente ou. às vezes a gente têm até recebido por exemplo assim, essa forma de utilidade pública, talvez trazendo as pessoas aqui entende? Porque às vezes pode ser que as pessoas.*

C - Vamos continuar falando do serviço de utilidade pública.

*R - Eu tava dizendo, a gente procura trazer essas pessoas aqui, até por uma questão de confiar, não porque a rádio vai ficar desconfiando do que está sendo pedido como utilidade pública. Então é difícil por exemplo você anunciar a morte de alguém, então você tem que tomar conhecimento daquilo, porque ninguém vai chegar e falar assim: Ah, meu pai, minha mãe faleceu sem que isso seja fato verídico. A gente sempre procura saber,*

*porque na comunidade todo mundo conhece todo mundo, você fica com o pé meio atrás pra divulgar as coisas, ah, nessa rádio tudo que você manda eles fazem. Esses dias teve um acidente aqui na frente, nós fomos lá, avisamos, atendemos o acidente, até questão de trânsito mesmo, porque passa ônibus, muito carro mesmo, motoqueiro e naquela oportunidade houve uma batida e aquela criança.*

### Anexo 3

#### **Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998 que institui o serviço de radiodifusão comunitária no Brasil**

A Lei 9.612/98 define as rádios comunitárias, foi sancionada em 19.2.98 (publicada no D.O.U. de 20.2.98). Ela é complementada e detalhada por sua Regulamentação (Decreto 2.615/98, D.O.U., de 4.6.98).

Conheça na íntegra a Lei 9.612/98, e, nos quadros leia aos comentários sobre ela.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em freqüência 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.

*A associação não pode ser um segmento da sociedade. Por exemplo, somente um sindicato, ou associação dos criadores de cavalo manga larga, associação dos repentistas.... A entidade deve abranger a comunidade. Se já existe a associação dos moradores de determinado bairro, ela pode alterar o estatuto, incluindo a operação de uma rádio em suas atividades.*

*O ideal, porém, é criar uma associação própria para rádio comunitária que incorpore os vários segmentos da sociedade. Fará parte dela as outras entidades existentes na localidade - sindicatos, associações, instituições religiosas - e pessoas físicas. Estes administrarão a rádio. O caráter comunitário é fundamental.*

*O essencial da pessoa jurídica a ser constituída, independentemente da natureza jurídica, se Fundação ou Associação, é que tenha finalidades e objetivos voltados para toda a comunidade, que seja apartidária, sem fins lucrativos, e que não alcance só um segmento representativo da comunidade.*

§ 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.

*O alcance de uma rádio FM depende da topografia da região. Se a antena ficar num lugar alto, com 25 watts, o alcance pode chegar até 30 Km. A transmissão em Freqüência Modulada é feita em linha reta. Portanto, havendo edifícios ou morros na frente da antena, a onda será interrompida. Num local entupido de edifícios, com esta potência, o alcance pode se limitar a 500 Km.*

§ 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 do art. 223 da Constituição Federal.

*O Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei 4.117/62 e o Decreto 236/67, foram aplicados a esta Lei das rádios comunitárias. Trata-se de instrumento jurídico ultrapassado, mas que foi mantido na nova Lei por força do Governo FHC e seus parceiros, os donos das grandes emissoras. Na prática, continuam em vigor todos os dispositivos estabelecedores de condutas e sanções penais constantes da Lei nº 4.117/62 no que se refere ao funcionamento das Rádios Comunitárias. Aí incluindo a detenção para quem opere rádios comunitárias sem autorização do Governo.*

*A Lei Geral das Telecomunicações, Lei nº 9.472, de 16/7/97, também remete ao jurássico Código de 1962. Seu artigo 215 prescreve:*

“Ficam revogados:

I - a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, salvo quanto a matéria penal não tratada nesta Lei e quanto aos preceitos relativos à radiodifusão”;

*Acontece que a Lei das Rádios Comunitárias também não trata de qualquer matéria penal. Portanto, acaba sendo aplicável.*

*Apesar desta constatação, sabemos que os artigos da Lei nº 4.117/62, e qualquer outro que porventura estabeleça haver condutas criminosas nas atividades das Rádios Comunitárias, são ilegais e inconstitucionais. Tais artigos desconsideram de forma afrontosa, os preceitos constitucionais vigentes, além dos tratados internacionais firmados pelo Brasil que amparam e dão sustentação à abertura e funcionamento desses democráticos meios de comunicação nas diversas comunidades contempladas.*

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.

*As rádios comunitárias existem para promover o desenvolvimento social, cultural, político e comunitário, buscando o exercício pleno da cidadania. Tais aspectos são desprezados pelas atuais emissoras comerciais, que têm, como único objetivo, o lucro. As emissoras comunitárias, portanto, têm um papel de suma importância na história.*

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.

*Mais uma vez é enfatizada a importância do papel das rádios comunitárias.*

§ 1º. É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

*Rádio comunitária não pode pertencer a empresário, partido político ou religião. O espaço é democrático; não pode ser dominado por empresa, igreja ou partido político. Proselitismo significa defender uma crença ou idéia de forma sectária. Isto não é permitido na rádio 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.

*Pluralidade. É outro caráter fundamental das rádios comunitárias. Todos os segmentos, e todos os cidadãos, têm direito a voz nas emissoras.*

Art. 5º. O Poder Concedente designará, em nível nacional, para utilização do Serviço de Radiodifusão Comunitária, um único e específico canal na faixa de freqüência do serviço de radiodifusão sonora em freqüência 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.

*De acordo com a Lei, cada bairro ou vila só pode ter uma rádio comunitária. Será uma freqüência única para todo país que, ainda não foi definida pelo Governo. Salvo exceção (a “freqüência alternativa”, todas as emissoras do país operarão na mesma freqüência).*

*O Governo conseguiu impor este Artigo, apesar da luta do movimento. Mas foi uma falsa vitória. Porque, armou, sim, uma grande confusão. Na tentativa de resolver o problema que criou, o Governo colocou na Regulamentação (Dec. 2.615/98) que a cobertura seria de um raio de 1 km. Trata-se de uma ilegalidade.*

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.

A “concessão” para operação da rádio comunitária será atribuída pelo Ministério das Comunicações (conforme o Art. 9º, Parágrafo 1º, desta Lei). Os procedimentos são explicados no artigo 25 da Lei.

Art. 7º. São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente instituídas 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.

*A entidade jurídica que vai administrar a rádio deve ser instalada na região. Mas não há empecilho a que os transmissores e antenas se instalem em outro bairro (onde há um morro, por exemplo).*

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 instituídas, 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.

*A instalação do Conselho Comunitário é fundamental para o caráter da rádio comunitária. Sua função é administrar a rádio em toda sua amplitude, aí incluindo os aspectos administrativos e também programação musical e jornalismo. O Conselho Comunitário deve ser o mais abrangente possível, não se limitando as cinco entidades mínimas preconizadas pela Lei. Deve abarcar associações, sindicatos, religiões (todas), associações,...*

*O Conselho Comunitário é o colegiado que determina como deve ser a emissora comunitária.*

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 maioridade 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.

*A Regulamentação e as Normas complementares, nesta cartilha, detalham como o interessado deve agir para conseguir a concessão.*

*A Legislação aprovada não estabelece que aquelas que foram lacradas ou tiveram equipamentos apreendidos não terão direito à concessão.*

*Os direitos devem ser iguais para todos. Ninguém deve pagar propinas pelos “sabores” de gente que “garante” facilitar a liberação de concessão. Se aparecerem pessoas com competência para corrupção, denuncie, não aliente nem seja cúmplice da bandidagem. A concessão é um direito da população e um dever do Estado. Se o Estado é lento, reclame, brigue, discuta.*

§ 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.

*Representatividade significa presença qualitativa dos segmentos sociais na emissora. A associação responsável pela rádio deve buscar incorporar os diversos segmentos que compõem a sociedade local. Significa ter como associado pessoas físicas e jurídicas (sindicatos, associações...).*

*Representatividade não significa quantidade. Por exemplo, uma rádio que só tem evangélicos, ou católicos, como associados, não pode ser considerada comunitária. Ou quando tem apenas sindicalistas de uma categoria. Uma comunidade é representada pelas múltiplas expressões da natureza humana, social e política. A emissora tem que possuir estas expressões.*

*Representatividade tampouco pode ser confundida com expressão financeira. O fato de determinada emissora possuir como associadas pessoas físicas ou jurídicas com poder financeiro não lhe dá maior representatividade.*

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 freqüência de operação designada para o serviço e devem ser homologados ou certificados pelo Poder Concedente.

*“Equipamentos homologados” significa equipamentos com o selo de qualidade do Ministério das Comunicações. São equipamentos cuja eficiência técnica foi testada e aprovada pelo Ministério.*

*A homologação é dada ao equipamento e não à empresa. Existem equipamentos nacionais e estrangeiros já homologados pelo órgão para baixa potência (25 a 250 watts).*

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.

*As rádios ficam proibidas de retransmitir o mesmo sinto. Isto não impede de um mesmo programa ser veiculado em diversas emissoras. É obrigatório a retransmissão de programas oficiais, como “A Voz do Brasil”.*

Art. 17. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária a ser fixado na regulamentação desta Lei.

*Obrigatoriamente, as rádios comunitárias terão que ficar no ar por um tempo mínimo, já estabelecido na Regulamentação: oito horas por dia. Quem não cumprir este dispositivo será punido. Veja Art. 28 da Regulamentação.*

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.

*A princípio, “apoio cultural” significa apenas citação do nome da empresa que patrocina o espaço. Por exemplo, “Programa Música na tarde; apoio cultural, Lojas Clemente, Rua 14 de maio, em frente à Praça central”. Não poderia, dizer, por exemplo, que a “Loja Clemente tem promoção este mês de sapatos, a R\$ 20,00 e cintos a R\$ 10,00...”*

*O Artigo também tem o caráter de limitar a publicidade (em apoio cultural) aos estabelecimentos do bairro.*

Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

*Fica proibido o arrendamento de espaços para entidades fazerem seus programas.*

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 na 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.

*Se uma rádio comunitária interfere numa comercial o Ministério das Comunicações vai à comunitária e pune, exige a correção. Se uma emissora comercial interfere na comunitária, o Governo não faz nada!*

*Estes dois Artigos - discriminatórios por natureza - foram impostos pelo Governo no debate no Congresso; mostram de que lado FHC está, do lado dos ricos.*

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.