

**A dimensão da promoção da cidadania para
gestores de rádios comunitárias**

**The measure of the promotion of citizenship for
community radio stations managers**

Marcelo de Oliveira VOLPATO¹

Resumo

Este artigo discute sobre a percepção acerca das possibilidades, estratégias e objetivos do trabalho de promoção da cidadania para os gestores das rádios comunitárias autorizadas a operar, pelo Ministério das Comunicações, na Região Administrativa de Bauru, interior de São Paulo. O texto tem base em um estudo de casos múltiplos, pesquisa bibliográfica, entrevistas e observação assistemática. Aponta-se que, para esses gestores, cidadania é sinônimo de veiculação de spots educativos e mensagens de utilidade pública, desconhecendo e subutilizando o potencial destas emissoras de rádios comunitárias para aspectos como a capacitação profissional, o debate deliberativo para desenvolvimento local e a participação popular.

Palavras-chave: Comunicação. Comunicação Comunitária. Cidadania. Rádio Comunitária. Participação.

Abstract

This paper approaches the community radio stations managers perception about the possibilities, strategies and objectives of the work to promote citizenship, in the Bauru Administrative Region, in the São Paulo countryside. The article is based on a multiple case study, bibliographic research, interviews and assistematic observation. It is pointed out that, for these managers, citizenship is synonymous with the placement of spots and messages of public utility and with some kind of educational content, ignoring and underutilizing the potential of these community radio stations for aspects such as professional qualification, deliberative debate for local development and popular participation.

Keywords: Communication. Community Communication. Citizenship. Community Radio Station. Participation.

¹ Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Membro do Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local - Comuni (UERJ). E-mail: volpatomarcelo@gmail.com

Introdução

No Brasil, o estudo sobre rádios comunitárias – apenas uma das inúmeras maneiras de se forjar a comunicação comunitária e popular – tem encontrado um contexto social singular após 1998, ano de instituição e legalização do serviço de rádio comunitária no País. Claro que, antes disso, inúmeras rádios livres e comunitárias já existiam, mas a partir dessa data, casos legalizados começaram a surgir. Passadas mais de duas décadas o assunto continua mais que premente e atual.

Tais emissoras têm operado de maneira bastante complexa no que diz respeito às formas de produção de conteúdo, gestão, sustentação financeira e também em relação às estratégias de viabilização da participação popular e promoção da cidadania.

Com base em pesquisa empírica, este trabalho pretende iniciar uma discussão acerca da percepção dos gestores de 23 rádios comunitárias autorizadas, pelo Ministério das Comunicações, a operar na Região Administrativa de Bauru, interior do Estado de São Paulo, sobre as possibilidades e dimensões do trabalho de promoção à cidadania em rádios comunitárias. O texto tem base em um estudo de casos múltiplos que se utiliza também de pesquisa bibliográfica, entrevistas e observação assistemática.

Uma breve trajetória histórica das rádios comunitárias

O movimento de radiodifusão comunitária no Brasil² pode ser considerado herdeiro do movimento de rádios livres, datadas da década de 1970. Os primeiros casos no País, defende Cicilia Peruzzo (2004, p. 243), foram a Rádio Paranóica, em Vitória (Espírito Santo), a Rádio Spectro, de Sorocaba (São Paulo), Rádio Globo, de Criciúma (Santa Catarina) e Rádio Xilik, em São Paulo (São Paulo). Foram experiências que nasceram de diferentes motivações, desde o simples interesse em radioamadorismo ou radiocomunicação, até mesmo como forma de expressão popular ou de questionar a centralização dos meios de comunicação. Viu-se, nessas experiências, o início de um movimento que se estendeu para todas as 27 unidades federativas do País.

² Na América Latina, é difícil estabelecer um marco para o início destas experiências. José Ignacio López Vigil (2004, p. 515) sustenta que foi na Colômbia, no povoado de Sutatenza, em 1947, a primeira rádio não comercial do continente. Em Peruzzo (2004, p. 241) encontramos a Rádio Sucre, em 1947, na Bolívia. No mundo, Cicilia Peruzzo presume o ano de 1925, na Áustria, como primeira transmissão de rádio livre.

Como registraram Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão (1986, p. 15),

de repente, começam a florescer, em vários pontos do país, discussões sobre a democratização dos meios de radiodifusão. A emergência de rádios livres em São Paulo e Sorocaba não veio senão atizar labaredas numa fogueira que já fazia as primeiras brasas. Daqui para a frente, a tendência é aprofundar-se cada vez mais o questionamento da atual estrutura de poder em rádio e TV.

Mais de 100 emissoras livres surgiram em Sorocaba (SP), o que levou a cidade a sediar um dos maiores movimentos de rádios livres do país, que ficou conhecido como “Verão de 82 da Liverpool Brasileira” (COELHO NETO, 2002, p. 52). Já naquela época começaram a surgir os debates e mobilizações de contestação da concentração da mídia corporativa e em defesa da liberdade de expressão e democratização das comunicações, uma luta que perdura até os dias atuais.

Três edições do “Encontro Nacional de Rádios Livres”, sediadas em São Paulo (São Paulo), Goiânia (Goiás) e Macaé (Rio de Janeiro), já na fase pós-Constituição de 1988, deram conta de fazer surgir o Movimento Nacional de Rádios Livres, MNRL, conhecido como “Menerrelê” (COELHO NETO, 2002, p. 54).

A expressão “rádio comunitária” nasceria em 1995, no I Encontro de Rádios Livres e Comunitárias, como mostram Cicilia Peruzzo (2004, p. 252) e Armando Coelho Neto (2002, p. 61). Muda-se o nome, mas se mantém o ideal: comunicar para democratizar e democratizar para comunicar, comunicar para mobilizar e mobilizar para comunicar.

Todo esse processo culminou, em fevereiro de 1998, na aprovação da Lei 9.612, que instituiu o serviço de radiodifusão comunitária no País, e que representa considerável avanço na democratização do acesso do cidadão aos meios de comunicação, mesmo considerando que essa legislação, além dos decretos, portarias e normas subsequentes, de certa forma, contribuem para dificultar a disseminação desses veículos, levando também em conta uma série de distorções existentes nos processos de concessão e fiscalização das emissoras.

Fato é que as rádios comunitárias têm início na “alegalidade”³, com a mobilização de inúmeros cidadãos e outros segmentos da sociedade, como os religiosos,

³ Fazendo uso do neologismo de Andrés Geerts e Víctor van Oeyen (2001, p. 56) já que, na época, não existiam leis que regulassem o serviço de radiodifusão de baixa potência. Por isso, não se trata de

aqueles do terceiro setor, movimentos sociais como o de rádios livres e, também, com as experiências do Movimento de Educação de Base – MEB (NUNES, 2001, p. 238).

Rádio comunitária: alento e esperança na democratização das comunicações

As rádios comunitárias são emissoras de baixa potência, que, no Brasil, são regidas pela Lei 9.612, de 1998. Entretanto, as emissoras que merecem, de fato, ser nomeadas como tal são aquelas que veiculam informações de interesse da população, abertas à participação popular e que contribuem para o desenvolvimento local, para a ampliação da cidadania, da educação e da cultura dos integrantes da comunidade.

Essas emissoras possuem vocação comunitária porque estão intimamente ligadas à realidade local, assumindo com intensidade um compromisso com o desenvolvimento da comunidade e de seus integrantes. Fala-se, aqui, sobre o desenvolvimento de caráter integral e participativo, como pontuamos em outro texto (PERUZZO, VOLPATO, 2019).

Em outras palavras, apresentam finalidades, motivações, estratégias, conteúdos e gestão voltados para o bem-comum, isto é, para a ampliação da cidadania e da educação da sociedade civil. Possuem uma forma peculiar de trabalho que se diferencia, em alguns aspectos, das emissoras público-governamentais, comerciais e/ou religiosas, principalmente quanto à gestão, conteúdos, objetivos e finalidades.

Na concepção de Armando Coelho Neto (2002, p. 67), as rádios comunitárias têm propiciado atividades sociais e educativas que reforçam princípios consagrados por declarações internacionais, como é o caso da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que garante a liberdade de expressão.

Quando colocada a serviço da população local, estas emissoras são capazes de cumprir sua função social, integrando os cidadãos e desenvolvendo suas capacidades. São emissoras que preenchem “lacunas deixadas pelas emissoras de médio e grande porte, que em geral não se prestam a servir as pequenas comunidades” (COELHO NETO, 2002, p. 68).

Nas palavras de José Ignacio López Vigil (2004, p. 508),

comunitário não é uma declaração de princípios assinada no primeiro dia de emissões e que depois fica guardada na gaveta. É um estilo de

ilegalidade, mas sim de uma representação sobre o status de reconhecimento social e governamental sobre o que era feito pelo movimento de rádios comunitárias no Brasil.

viver, de pensar, de relacionar-se com o público. Uma escala de valores. Aqueles que trabalham em uma rádio comunitária têm de responder com a mão na Bíblia, no Corão, no Capital ou na fotografia de sua mãe: “Trabalho prioritariamente para o meu próprio benefício ou para ajudar a melhorar a qualidade de vida de meus semelhantes?”. Tal é a pergunta que deve queimar-lhes a alma.

O que se nota é que as rádios efetivamente comunitárias desenvolvem um trabalho diferente de outros tipos de emissoras porque se colocam à disposição das necessidades locais, fomentando projetos solidários de mobilização e transformação da atual realidade social.

No mesmo sentido, Cicilia Peruzzo (2007a, p. 69) defende que “a rádio comunitária que faz jus a este nome é facilmente reconhecida pelos trabalhos que desenvolve” porque “uma rádio se faz comunitária quando se entrega à comunidade, quando atende a seus gostos e necessidades. É um estilo de vida, de relação com o público” (GEERTS; OEYEN, 2001, p. 36).

O que faz uma emissora comunitária não é sua potência baixa, sua transmissão em FM, sua autorização de funcionamento pelo Ministério das Comunicações, modo de produção artesanal ou precário, sem anúncios de apoiadores etc., mas sim seu *modus operandi*, isto é, sua proposta de trabalho, ancorada em princípios democráticos, socioculturais, educativos e participativos.

Na explicação de José Ignacio López Vigil (2004, p. 506), uma rádio é comunitária quando

promove a participação dos cidadãos e defende seus interesses; quando responde aos gostos da maioria e faz do bom humor e da esperança a sua primeira proposta; quando informa com verdade; quando ajuda a resolver os mil e um problemas da vida cotidiana; quando em seus programas são debatidas todas as idéias e todas as opiniões são respeitadas; quando se estimula a diversidade cultural e não a homogeneização mercantil; quando a mulher protagoniza a comunicação e não é uma simples voz decorativa ou uma propaganda publicitária; quando não se tolera nenhuma ditadura imposta pelas gravadoras, nem mesmo a musical; quando a palavra de todos voa sem discriminação ou censuras.

Há também que se desmistificar um conceito que vem sendo defendido de que as rádios comunitárias devem trabalhar pela comunidade. Sem dúvida, a emissora que assim o faz cumpre uma função importante. Mas há que ir além e proporcionar canais efetivos de participação, para que a própria população local preste serviços para si mesma. Por isso se diz que uma emissora comunitária precisa ter gestão da

“comunidade”, isto é, quando os próprios cidadãos vão administrá-la em benefício de suas principais necessidades e a partir de sua realidade, produzindo uma comunicação autóctone e participativa. Em última instância, há que se recuperar algo dito há quase 80 anos, pelo alemão Bertold Brecht (2005 [1932], p. 42), sobre a necessidade de transformar o rádio de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação:

O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores.

Para isso, é mister que os gestores da emissora tenham como primazia a pluralidade de vozes, que sejam capazes de criar canais para o envolvimento dos cidadãos no dia a dia da rádio, em suas funções, criando um sentimento mobilizatório, na construção e no fortalecimento de “identidades projeto”⁴ e identidades locais, ou seja, uma gestão que viabilize a participação popular, na qual seus integrantes envolvam-se no aprimoramento gradual de seu projeto comunitário.

Por consequência desse modelo de gestão, a produção tenderia a veicular um conteúdo deliberado e escolhido pelos próprios cidadãos, e uma programação voltada à realidade local seria sua tônica. As formas de produção e, em níveis mais avançados, os processos de gestão se baseariam num modelo “participativo-representativo”, já que estratégias de representação da população local seriam utilizadas, de forma rotativa, dando oportunidade de participação a todos os interessados.

Rádio Comunitária na promoção da cidadania

A cidadania tem assumido conotações e significados plurais, variando conforme o contexto histórico-social. Cronologicamente, tem-se conquistado a ampliação do seu significado, de forma gradual. Enquanto os direitos civis foram conquistados no século XVIII, os direitos políticos o foram no século XIX, os direitos sociais somente no século passado (século XX) e os direitos de terceira geração surgem na segunda metade do século XX (VIEIRA, 2005, p. 22).

⁴ Ver Manuel Castells (1999).

Ainda, vemos que noção de cidadania sempre esteve relacionada à ideia de direitos, o que, em sua essência, implica o reconhecimento de deveres porque assume a noção do bem-comum e da responsabilidade individual sobre a coletividade.

Conforme Liszt Vieira (2005, p. 22), os direitos civis dizem respeito aos direitos individuais, que implicam liberdade, igualdade, propriedade, liberdade de ir e vir, direito à vida, à segurança. Os direitos políticos correspondem ao direito de reunião, organização política e sindical, participação política e eleitoral. Estes dois tipos são considerados direitos de primeira geração, enquanto que os direitos sociais seriam os de segunda geração e estariam relacionados ao direito ao trabalho, à saúde, educação. Já aqueles da terceira geração implicam o direito ao desenvolvimento, direito à paz etc. Passam a se relacionar não ao indivíduo, mas à coletividade, aos grupos humanos, à nação. Se levarmos em conta a perspectiva dos “novos movimentos sociais, os direitos de terceira geração seriam os relativos aos interesses difusos, como direito ao meio ambiente e direito do consumidor, além dos direitos das mulheres, das crianças, das minorias étnicas, dos jovens, anciãos, etc.” (VIEIRA, 2005, p. 23).

Na concepção de Norberto Bobbio (2004, p. 203), a cidadania e, por extensão, a preservação dos direitos do homem na atualidade, está ligada à manutenção e conquista de dois problemas fundamentais do nosso tempo: a democracia e a paz. “O reconhecimento e a proteção dos direitos do homem são a base das constituições democráticas, e, ao mesmo tempo, a paz é o pressuposto necessário para a proteção efetiva dos direitos do homem em cada Estado e no sistema internacional” (BOBBIO, 2004, p. 203).

Os direitos do homem, como se vê, não foram conquistados todos de uma só vez. Foram conquistados no decorrer da história e por meio de lutas e mobilizações, a exemplo da Revolução Francesa e da sua Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, do século XVIII. Por isso, a cidadania se apresenta como um processo aberto e em permanente construção, uma vez que, com a evolução histórica, representada por uma série de conquistas populares, na luta pela democracia, sua noção tem-se ampliado e adquirido novas conotações.

Contemporaneamente, segundo Vieira (2005, p. 23), luta-se também pelos direitos de quarta geração, ligados à bioética, à preservação da vida, tendo em vista a engenharia genética e a criação de formas de vida em laboratório. “Os direitos da nova geração [...] nascem todos dos perigos à vida, à liberdade e à segurança, provenientes do

aumento do progresso tecnológico” (BOBBIO, 2004, p. 209). Como exemplo, cita-se o direito de viver em ambiente não poluído, direito à privacidade, e o próprio direito à integridade do patrimônio genético.

O direito de comunicar, entendido como o direito de acesso ao poder de comunicar por meio da participação popular em veículos de comunicação é visto como direito de terceira geração, como defende Cicilia Peruzzo (2009, p. 38), porque engloba uma noção coletiva de direitos, ao mesmo tempo em que diz respeito aos direitos civis, como a liberdade de opinião.

Nesse contexto, tendo em vista que cidadania é conquistada por lutas e mobilizações populares, as rádios comunitárias adquirem papel relevante porque possuem a potencialidade de se alavancar o processo de movimento rumo à ampliação da cidadania. Trata-se de um modelo de comunicação que constrói “identidades projeto”, capacita para a transformação e para o desenvolvimento – este, considerado em todas as suas dimensões, desde a humana, a social até a econômica.

Carlos A. Camacho Azurduy (2003, p. 92-128) discute o que chama de “cidadania comunicativa”. Em busca de uma conceituação desta ideia, o autor recorre a Claudia Villamayor e Ernesto Lamas (*apud* CAMACHO AZURDUY, 2003, p. 92), para quem “por meio de um meio de comunicação sempre se constrói cidadania: pode-se ajudar o fortalecimento da cidadania ativa e participativa ou pode-se fomentar uma cidadania passiva, vinculada unicamente ao consumo”. Por extensão, nota-se que a mídia comercial construiria uma cidadania do consumo, enquanto a mídia comunitária fomentaria a cidadania ativa e participativa.

Como componentes da cidadania comunicativa, Camacho Azurduy (2003, p. 117-118) propõe pensar em três bases: a) a opinião pública: levada em conta como uma opinião pública qualificada que nasce quando o cidadão se conecta com assuntos, considera-os de todos os pontos de vista possíveis, compreende a que escolhas o leva e aceita as consequências de suas escolhas; b) a deliberação: para formação da opinião pública tem que se ir além da informação, chegando-se à abertura de espaços de diálogo deliberativo, como forma de alcançar soluções e problemas comuns; c) a participação cidadã: por consequência, a deliberação implica a participação dos cidadãos na construção de um desenvolvimento renovado e legítimo, uma vez que se constitui um recurso para criar opiniões e tomar decisões em torno de problemas concretos vinculados a necessidades.

A capacidade de as rádios comunitárias contribuírem para a ampliação da cidadania se relaciona ao nível de democracia e participação de sua gestão. Isto é, promoção da cidadania e níveis de participação estão, matematicamente, em uma relação diretamente proporcional, já que quanto maiores os níveis de participação popular, maior sua capacidade de promover a cidadania.

Em resumo, as rádios comunitárias, assim como outras formas de comunicação comunitária, configuram-se como espaço em potencial para a promoção e o exercício da cidadania. Ao participar das diversas atividades de operação de uma emissora, o cidadão se insere em movimentos de luta por melhorias sociais, tendo em vista a ampliação de seus direitos, conquistando desenvolvimentos, transformando-se de “súditos para cidadãos” (PERUZZO, 2007b, p. 180), tornando-se sujeitos ativos de sua história.

Os veículos de cunho comunitário e, neste caso, especificamente o caso das rádios comunitárias, possuem condições de desenvolver processos educativos não somente pelos conteúdos veiculados, mas também por aqueles envolvidos na produção de mensagens, no planejamento e gestão da mídia.

O que se nota é que espaços como a família, ambiente profissional, a participação em mobilizações populares e a participação no fazer comunicação comunitária promovem processos educativos mais eficazes do que a simples veiculação de conteúdo com este fim. Por exemplo, quando as pessoas se organizam para planejar e produzir uma reportagem sobre meio ambiente, entrevistam especialistas, pesquisam, produzem textos, gravam, editam, levam ao ar, desenvolvem processos educativos mais aprofundados qualitativamente em comparação à simples recepção de conteúdos midiáticos sobre meio ambiente e educação ambiental.

Cicilia Peruzzo (2007a, p. 84), atendida à práxis comunitária, reuniu diversos exemplos que demonstram essas tendências. As pessoas

passam a compreender melhor a realidade e o mundo que as cercam. Aprendem também a trabalhar em grupo e a respeitar as opiniões dos outros, aumentam seus conhecimentos técnicos, filosóficos, históricos e legais, ampliam a consciência de seus direitos. Desenvolvem a capacidade de expressão verbal, além de conhecerem o poder mobilizatório e de projeção que a mídia possui, em geral simbolizado no atendimento a reivindicações e ao reconhecimento público pelo trabalho de locutores. Aprendem ainda a entender os mecanismos de funcionamento de um meio de comunicação – desde suas técnicas e linguagens, até os mecanismos de manipulação a que estão sempre sujeitos. De posse desse conhecimento, formulam espírito crítico capaz de compreender melhor a lógica da grande mídia. A melhor forma de entender a mídia é fazer mídia.

São processos educomunicativos que estão no ponto de intersecção entre as áreas de Comunicação e Educação e figuram na esfera da educação informal⁵, verificada em ambientes espontâneos, nas relações com o outro, independente de organização, intenção de educar ou de *locus*. Ocorre no dia a dia, permanentemente, e, até mesmo, ao escrever uma mensagem radiofônica, ao ler um texto no ar como locutor, ao entrevistar especialistas e cidadãos comuns, ao editar, ao selecionar informações para serem veiculadas etc.

Na mesma perspectiva, a educação propiciada pela mídia comunitária configura-se como promotora de cidadania porque faz do cidadão sujeito ativo da sua realidade, capaz de transformá-la. Mudando sua forma de pensar, ampliando sua própria consciência e, por isso, conscientizando-se da realidade social e de seu entorno, o próprio indivíduo passa a desenvolver suas próprias potencialidades e as do local onde vive. Em outras palavras, a ênfase no processo da comunicação, defendida por Mário Kaplún (1985, p. 51), baseia-se na “ação-reflexão-ação”, um método de comunicação que “vê a educação como um processo permanente, em que o sujeito vai se descobrindo, elaborando, reinventando, fazendo seu o conhecimento”.

A promoção da cidadania nas rádios comunitárias do interior paulista

A experiência tem mostrado que as rádios comunitárias são um espaço em potencial para a prática, o incentivo e aprendizado da cidadania. É claro que isso se dá na medida em que existe interesse e capacitação para essa prática. Muito há que se avançar, mas se reconhece que muito já se caminhou, neste sentido.

Fato é que o movimento de radiodifusão comunitária tem forjado formas de desenvolvimento de cidadania que, atreladas ao fazer comunicação, tem proporcionado a ampliação da consciência, capacidades e possibilidades dos cidadãos. Como mostra Denise Cogo (2004, p. 48),

experiências de cidadania marcadas pela efemeridade, instabilidade e desterritorialização, pautadas e organizadas pelo pertencimento a múltiplas identidades e redes sociais, interação no espaço público, especialmente midiáticos, associando matrizes clássicas a novos

⁵ Fala-se também da educação formal, desenvolvida em instituições de ensino e da educação não formal, que ocorre em atividades fora das escolas, mas que possui a intenção de educar. Ver Carnicel (2005) e Gohn (2006).

modos de expressão cidadã, que resultam de competências e habilidades para apropriação e usos dos recursos comunicacionais e midiáticos, como os digitais, não raramente desenvolvidas à margem da educação formal.

As rádios comunitárias do interior paulista, em especial as da região de Bauru, tendem a contribuir para a promoção da cidadania na divulgação de informações de utilidade pública, na realização de campanhas de arrecadação de alimentos, de materiais de utilidade doméstica, como móveis, eletrodomésticos, na divulgação de oportunidades de emprego, na veiculação de mensagens de autoestima e religiosas e na capacitação técnica. Ou seja, vivenciam uma participação na comunicação em níveis mais básicos.

Nestes casos, existe mobilização para participação da população local apenas em meras campanhas sociais e beneficentes, na formação de agregações solidárias e de fraternidade, na criação de consciência da atual realidade pessoal e local, bem como no incentivo à melhoria, na democratização da informação e do acesso aos meios de comunicação e no desenvolvimento econômico local.

Contudo, se subutiliza o potencial para o debate, para a contestação do atual sistema social e político, para a denúncia, para reivindicação. Sem dúvida, o principal freio que tem impedido tal prática, ao menos nos casos estudados, tem sido decorrente das relações com as diversas instâncias do poder local, como Prefeitura, Câmara e seus representantes, o que, na maioria das vezes, tem limitado a atuação das rádios na veiculação de conteúdos alternativos e de contestação⁶.

Como também identificou Terezinha Silva (2008, p. 267), as emissoras se relacionam com o “poder público local numa lógica de concertação muito mais do que de oposição sistemática, especialmente nos municípios de pequeno e médio porte, onde a rádio é o único ou principal veículo de comunicação, inclusive para o governo municipal”. Quase inexpressivos são os casos em que se optou pela oposição aos poderes locais e, mesmo assim, se deu por algum motivo que não o interesse público, mas o particular, de defender e dar visibilidade para estes e tecer críticas àqueles outros, sejam partidos políticos ou pessoas. Em outros casos, subutiliza-se esse potencial pela simples ignorância em lidar com o trabalho popular.

⁶ Podem-se retomar os dizeres de Peruzzo (2007a, p. 89), para quem democratizar a comunicação implica também, mas não somente, a “ampliação da geração de conteúdos dos setores não dirigentes e dominantes da sociedade”.

É importante dizer que as rádios comunitárias também contribuem para o desenvolvimento econômico do entorno de onde está instalada. Vale recuperar o exemplo da Verde é Vida FM, de Itapuí, e sua campanha de valorização do comércio local. O município dista cerca de 40 quilômetros da cidade de Jaú, considerada um polo econômico e industrial regional que atrai consumidores das cidades vizinhas, como é o caso da própria Itapuí. A emissora promoveu uma campanha de incentivo à compra na própria cidade, promovendo o comércio local.

Se recuperarmos as três bases da “cidadania comunicativa”⁷, proposta por Carlos Camacho Azurduy (2003, p. 92-128), veremos que as rádios comunitárias estudadas pouco têm contribuído para desenvolver tal ideia porque conseguem apenas levar informações ao cidadão, mas não conseguem debatê-la suficientemente de modo a oferecer diversos pontos de vista sobre a mesma questão, nem tampouco oferecer espaços que propiciem o diálogo deliberativo, como forma de solucionar problemas comuns, na tentativa de transformar e modificar a realidade, com exceção das campanhas sociais citadas.

Não há como deixar de registrar o potencial de capacitação técnico-profissional das rádios comunitárias. A Terra FM, de Getulina, por exemplo, promoveu cursos de capacitação para locutores e a Renascer FM, de Guaimbê, conseguiu, dando espaço para participação popular, formar profissionalmente alguns cidadãos que hoje têm a locução em rádio como profissão.

Por tudo isso, esta pesquisa também endossa a tese de que as rádios comunitárias possuem potencial para a promoção da cidadania junto àqueles que dela participam e não somente pela veiculação de conteúdos educativos, como tem feito, por exemplo, o “Canal Futura”, que possui uma programação voltada à educação e à utilidade pública, mas não é aberto à participação popular.

As estratégias de promoção da cidadania, como dissemos, tendem a incluir e a solidarizar o cidadão, educando-o para a realidade. Como mostra Denise Cogo (2004, p. 49),

gerações excluídas ou desigualmente incluídas nos sistemas educativos, comunicacionais e midiáticos vão gestando criativa e solidariamente estratégias e redes de inclusão que comportam desde

⁷ Para o autor, as três bases da cidadania comunicativa são: a opinião pública, a deliberação e a participação cidadã.

dispositivos mais artesanais e domésticos, como os alto-falantes e o videocassete, até os mais sofisticados, como os digitais.

Nesse sentido, muitas possibilidades de promoção da cidadania ainda estão por fazer, nestes casos pesquisados. Ao entrevistar os gestores destas emissoras, notou-se que, para quase todos eles, a promoção da cidadania se resume à divulgação de eventos da localidade, veiculação de spots de campanhas de saúde, divulgação de informações de utilidade pública. É claro que há casos em que os líderes de rádios comunitárias não têm a cidadania como foco de trabalho, entretanto, pode-se diagnosticar que a grande maioria subutiliza o “potencial cidadão” das emissoras porque desconhece as suas possibilidades. Daí, mais uma vez, reitera-se a importância de cursos de capacitação para os gestores, como também recomenda o Relatório do GTI (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2005).

Considerações finais

Considera-se que as rádios de baixa potência que apresentam configurações e modelo de operação e gestão abertos à participação popular e com foco no desenvolvimento humano e local representam um verdadeiro laboratório para a promoção de trabalhos populares, de promoção e educação para a cidadania.

Ao mesmo tempo, os casos estudados, na região de Bauru, interior do Estado de São Paulo, sem apresentar forte tradição de mobilização comunitária e popular, acabam por subutilizar seu potencial educativo, mobilizatório e emancipador.

Os gestores de rádios comunitárias do interior paulista, ao menos dos casos estudados, são, em geral, profissionais do rádio, interessados em manter uma emissora local ou profissionais de outros setores que acabam administrando a emissora de forma voluntária.

Neste sentido, eles não demonstraram consciência de que a comunicação comunitária possui conteúdos diferentes dos veiculados pela grande mídia porque dão visibilidade à voz das classes subalternas, por meio da participação popular, nem, tampouco, de estratégias para incentivar o engajamento da comunidade na própria emissora e em deliberações para promover o desenvolvimento local. A capacitação dos gestores sobre a lida com o trabalho popular, portanto, seria uma medida para atenuar a questão.

Referências

- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1. [1932].
- CAMACHO AZURDUY, Carlos Alberto. **Los ciudadanos y los medios de comunicación: el derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa**. Tese (Doutorado em Comunicação, direito à informação e ética na Espanha e América Latina). Universidad Complutense de Madrid/Universidad Diego Portales. Santiago do Chile, 2003.
- CARNICEL, Amarildo Batista. **O jornal comunitário com estratégia de educação não-formal**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2005. (Tese de Doutorado – Educação)
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.2.
- COELHO NETO, Armando. **Rádio comunitária não é crime: direito de antena: o espectro eletromagnético como um bem difuso**. São Paulo: Ícone, 2002.
- COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (Org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004.
- GEERTS, Andrés; OEYEN, Victor van. **La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia**. Quito/Equador: ALER, 2001.
- GOHN, Maria da Glória. Educação não formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. **Ensaio: aval. pol. públ. educ.** Rio de Janeiro, v. 14, n. 50, jan-mar/2006. P. 27-38.
- LÓPEZ VIGIL, J. I. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2004.
- KAPLUN, Mario. **Producción de programas de radio: el guión – la realización**. Montevideo: Editorial Cromocolor, 1978.
- KAPLUN, Mario. **El comunicador popular**. Quito: Ciespal, 1985.
- MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: a reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial**. Radiodifusão comunitária no Brasil: análise da situação e sugestões para sua disseminação. Brasília: Ministério das Comunicações, 2005.

NUNES, Márcia Vidal. Rádios comunitárias: revolução no ar. In: BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN NETO, Angelo Pedro.; BENETON, Rosana. (Orgs.). **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004. p. 277-287.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento. In: PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a. p. 69-94.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. In: BARBOSA, M. (Org.). **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007)**. São Paulo: Intercom, 2007b. p. 177-198.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Revista Fronteiras – Estudos midiáticos**. São Leopoldo (RS): Unisinos, v. 11, n. 1, jan-abr 2009.

PERUZZO, Círcia M. K.; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Comunicação para o desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao “buen vivir”. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. v. 15, n. 4, julho 2019, p. 11-26.

SILVA, Terezinha. **Gestão e mediações nas rádios comunitárias: um panorama do estado de Santa Catarina**. Chapecó: Argos, 2008.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2005.