

Reinvenção do cotidiano em rádios comunitárias contempladas como Pontos de Cultura na Bahia

Júnia MARTINS¹

Resumo

O presente artigo explora aspectos do radialismo comunitário vinculado a instituições que são Pontos de Cultura na Bahia. Recorrendo à pesquisa bibliográfica, de cunho exploratório, tentou-se verificar ações transformativas no cotidiano de grupos sociais intermediadas por políticas públicas culturais. O conceito de cotidiano é trazido a partir de Michel de Certeau, a formação de tribos urbanas por Michel Maffesoli e os itinerários das rádios livres por Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão.

Palavras-chave: Cotidiano. Identidade. Rádio Comunitária. Ponto de Cultura.

Introdução

Na sociedade contemporânea, a contemplação excessiva da diferença gera estereótipos, cerceia a alteridade. A diversidade de comportamentos é banalizada, espetacularizada pela grande mídia, enquanto minorias étnicas e sociais, expropriadas dos meios de comunicação, absorvem e resistem. A absorção de valores culturais de interesse mercadológico e ideológico, assim como a resistência pela preservação das representações simbólicas de um grupo coexistem conflitantes, apropriadas, incorporadas, convertidas.

Como pode uma política pública de cultura preservar sem aniquilar, enaltecer sem intervir, garantir sem dominar? Por quais meios é possível catalisar o desenvolvimento, tendo nos valores culturais o elo entre o homem e o seu território?

Rádios comunitárias e Pontos de Cultura parecem partir do mesmo pressuposto de gestão participativa, diversidade cultural e protagonismo social. Juntos se propõem a reinventar o cotidiano, reconstruir as bases culturais locais, interlocutar discursos; num processo contínuo de empoderamento. Este empoderamento de grupos civis organizados é, todavia, também vigiado, doutrinado, inspecionado; não só pelo Estado, que permanece no

¹ Aluna especial do Mestrado de Comunicação e Culturas Midiáticas (UFPB), especialista em Leitura (UESB), graduada em Rádio-TV (UESC). Delegada eleita representante do estado da Bahia para as Conferências Nacional de Comunicação (2009), Territorial, Estadual e Nacional de Cultura (2010). E-mail: juniamartins@ymail.com.

acompanhamento e controle de suas ações, como também pelos indivíduos e comunidades abrangidos, circunscritos nas relações de poder. (FOUCAUT, 1979)

Neste quadro de produção de experiências e negociação de sentidos, o acesso a informações e conhecimentos, o domínio sobre os meios de produção, a construção do capital social e cultural se firmam como recursos estratégicos, como valores a serem partilhados por membros de uma comunidade que operam seus sistemas de cooperação e de referência cultural. No âmbito desta referência, o fortalecimento de identidades locais pode ser visto como reação defensiva de grupos étnicos e sociais que se sentem ameaçados por outras culturas. (HALL, 2001)

O conceito de cultura vislumbrado neste artigo remete àquele concebido por Canclini, como “produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social” (CANCLINI, 1983, p.29).

Com base nos delineamentos supracitados, foram aqui exploradas similaridades e possibilidades de reinvenção do cotidiano, a partir de experiências e relatos de sujeitos beneficiados por rádios comunitárias que são Pontos de Cultura na Bahia; na assertiva de que “o cotidiano se inventa com mil maneiras de caça não autorizada” (CERTEAU, 1998, p.38)

Itinerários da rádio comunitária e o consumidor multimídia

Diante do advento da globalização e da disseminação maior de tecnologias comunicativas por todo o mundo, o rádio ocupa atualmente, nas pesquisas de comunicação, um lugar de figurante; enquanto estudos que permeiam aspectos vinculados à Internet e à imagem multiplicam-se. Como afirma Guy Debord (2003), a imagem estabelece um lugar de evidência na chamada sociedade do espetáculo, mediando as relações entre os indivíduos.

O consumo das diferentes mídias na atual sociedade foi mensurado em pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE, 2007). A análise intitulada *O consumidor multimídia, uma tendência contemporânea* detectou que o conteúdo radiofônico foi um dos que mais sofreu variações no tempo médio de consumo. Até 2002, o rádio obtinha picos de audiência e grande penetração em todas as classes. A partir de 2003, obteve quedas significativas de audiência. Quatro anos depois, apresentou uma tendência de crescimento, principalmente entre as classes C, D e E.

Paralelo ao bombardeio rotineiro de imagens e novas mídias, o rádio reconfigura-se no universo de confluência das tecnologias. Seu caráter intimista é recriado e incorporado a partir do telefone celular, tevê, Internet, *ipod*. Por outro lado, assim como o aparecimento de estudos científicos sobre o meio e conteúdo radiofônicos tem sido tímido nos últimos anos, também são restritas as pesquisas em rádios comunitárias, veículos estes demonizados pela grande mídia, maioria limitados técnica, financeira e legislativamente.

As rádios comunitárias – denominadas por muitos como piratas, clandestinas ou livres – destacam-se, entre outros motivos, por seu caráter sociocultural, conteúdo diferenciado e processo de gestão compartilhada. Em 1986, o primeiro livro lançado especificamente sobre o assunto no Brasil, *Rádios livres, a reforma agrária no ar* (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986), já preconizava temas que seriam perscrutados até os dias atuais acerca da democratização da comunicação e da cultura.

As rádios livres são consideradas ilegais de acordo com a Lei 4.117/ 1962 e com o Decreto-lei 236/1967. Porém, encontram respaldo para existirem nos artigos 5º e 220º da Constituição Federal. Ademais, o Pacto de San José da Costa Rica, do qual o Brasil é signatário, afirma em seu artigo 13º que:

Não se 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 frequência radioelétricas ou de equipamentos e aparelhos usados na difusão de informação, nem por quaisquer outros meios destinados a obstar a comunicação e a circulação de ideias e opiniões. (OEA, 2011)

Embora a liberdade de expressão e de circulação de ideias seja teoricamente permitida, são inúmeras² as ocorrências de rádios livres fechadas pela Polícia Federal em nome da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), por operarem ilegalmente. Estas emissoras ocupam um espaço do *dial* e entram no ar sem autorização ou concessão do governo federal. A primeira delas que se tem registro no Brasil data de 1970³, em Vitória-ES, a Rádio Paranóica. (ORTRIWANO, 1985; PERUZZO, 1998; FERRARETO, 2000) Outras experiências ferveram por todo o país a partir de então, sendo o decênio de 1980 testemunha de dezenas delas.

² A Revista ConsciênciaNet (<http://www.consciencia.net/midia/radcoms.html>) afirma que em 2005, 2.204 emissoras de rádio foram fechadas no Brasil.

³ GIRARDI e JACOBUS (2009, p.17) apontam que já em 1933, a atual Rádio Cultura de São Paulo, foi ao ar ilegalmente, sob o nome *DKI - A Voz do Juqueri*. Permaneceu ilegal por três anos, até ser interdita pela polícia e legalizar-se.

Na década de 1990, o movimento das rádios livres cresceu vertiginosamente. Em 1996, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) promoveu o II Encontro de Rádios Livres e Comunitárias, em São Paulo. No mesmo ano, foi fundada a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO) (LUZ, 2008).

Pressionado, o governo federal ratificou a regulamentação das chamadas rádios comunitárias – foi promulgada a Lei 9.612, pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, em 1998. Em suas alíneas, a limitação do raio de abrangência dessas emissoras (25 Kw de potência) e as proibições de formação de redes e inserção de propagandas, sendo esta última, recurso utilizado como subsídio básico por maioria dos meios de comunicação. Tal regulamentação desestabiliza a vida destas emissoras; circunstância idêntica à ocorrida com as rádios livres européias a partir de 1983, quando muitas chegaram ao fim pela impossibilidade de resistirem aos percalços da lei. (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986, p.77)

Por que as rádios comunitárias incomodam tanto o Governo e os grandes veículos de comunicação? Pensar na hipótese mitificada do poder que elas tem de derrubar aviões é algo facilmente refutado quando é lembrado que as rádios comerciais tem maior potência e nem por isso, existem ocorrências de acidentes aéreos por elas provocados. Sobre isso, o juiz federal Paulo Silveira (2001) transcurse tecnicamente em seu livro *Rádios Comunitárias*. Em entrevista cedida à Júlia Costa e Júlia Gaspar (2005), ele esclarece o papel invertido do Estado e o direito à transmissão, ainda que ilegal:

A instalação de uma rádio é um direito fundamental. Ou seja, todo indivíduo tem o direito de se comunicar, sem autorização do governo. Nós temos o direito de trocar idéias, de informar e de sermos informados adequadamente. O Estado não pode intervir nesse direito fundamental. Se uma pessoa quiser abrir um jornal, não precisa de autorização do governo, e nem o governo pode proibir ou exigir concessão para autorizar a abertura de um jornal. E numa Rádio Comunitária é semelhante, a única diferença é que o governo, nesse caso, tem o direito (e deve mesmo) coordenar para que todos usem os sinais adequadamente, para um não interferir no outro. Então, a função do governo é meramente administrativa, apenas de coordenar o uso comum do espectro eletromagnético. Infelizmente, aqui no Brasil aconteceu o inverso. O governo se apropriou desse direito e passou a decidir, se concede, para quem concede, quando concede ou se engaveta o processo. Passou a ser dono, inverteu. (SILVEIRA *apud* COSTA; GASPAR, 2005)

As rádios essencialmente comunitárias são isentas de proselitismo religioso ou político. Concede espaço às opiniões sem partidarismos, incita o debate, insere em sua programação o indivíduo que não tem voz na grande mídia.

Em cidades tidas como *rurbanas* – termo este criado por Gilberto Freyre (1982) e reconfigurado por Osvaldo Trigueiro – ou em comunidades suburbanas, a rádio tem maior

evidência, mesmo em domicílios que sustentam nos tetos suas antenas parabólicas. No interior do Nordeste, o rádio e a televisão continuam sendo os dois veículos mais presentes no cotidiano das pessoas. (TRIGUEIRO, 2008, p.23)

Um recente estudo apresentado pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal (BRASIL, 2010) mostra que enquanto a tevê é assistida por 96,6% da população brasileira, o rádio é utilizado por 80,3%. Deste percentual, 9,6% dos entrevistados disseram utilizar a Internet para ouvir rádio, enquanto outros 17,6% afirmaram recorrer ao celular para este fim. Tais dados corroboram a confluência dos meios, sendo que no público de idade entre 16 e 24 anos, estes percentuais são mais elevados (19% ouve rádio na Internet; 33,7% no celular).

Diferente das emissoras comerciais, na rádio comunitária, os conteúdos circulados nas imbricadas redes de comunicação cotidianas são refletidos na diversidade de perfis identitários. Todos os personagens – a dona-de-casa, o trabalhador rural, o comerciante, o estudante, a mãe-de-santo, o padre, o pastor etc – podem assumir papéis protagonistas, ganhar espaço na programação da emissora; a qual é balizada pelo *ethos* que rege a comunidade. Predomina, assim, a contínua troca de experiências, a discussão dos conflitos, a apropriação coletiva do meio de produção subjetivo.

Trata-se de um instrumento de experimentação de novas modalidades de democracia, uma democracia que seja capaz não apenas de tolerar a expressão das singularidades sociais e individuais, mas também de encorajar sua expressão, de lhes dar a devida importância no campo social global. (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1986, p.12).

As características que norteiam as rádios genuinamente comunitárias encaixam-se nas dimensões simbólica, cidadã e econômica predefinidas pelo Ministério da Cultura (MinC) (BRASIL, 2009)⁴. Em meio à não-perenidade dos colaboradores, desadequação de conteúdo e sucateamento de muitas rádios comunitárias – geralmente devido a constantes crises financeiras – os Pontos de Cultura, ação prioritária do Programa Cultura Viva (MinC) trazem a possibilidade de renovo à diversidade e ao exercício da cidadania nestas emissoras. Esta tem sido a experiência de alguns veículos no estado da Bahia.

⁴ A perspectiva ampliada da cultura foi revisada e incorporada ao Plano Nacional de Cultura (PNC) pelo MinC, englobando três dimensões: simbólica (cultivo das infinitas possibilidades de criação simbólica), cidadã (proporção às populações tradicionais dos meios de promoção e resguardo de sua cultura) e econômica (regulação das economias da cultura).

Muitos Pontos, discursos e culturas

“Assim, uma nova política cultural precisa começar como *cultura política nova*, cuja viga mestra é a ideia e a prática da participação”. (CHAUÍ, 2009, p.67, grifos da autora) Esta é a frase final do *pocket book* intitulado *Cultura e Democracia*⁵, distribuído gratuitamente por toda a Bahia pela Secretaria de Cultura estadual, inclusive aos 220 Pontos de Cultura existentes no Estado⁶, pulverizados nos 26 Territórios de Identidade⁷.

Pontos de Cultura são instituições reconhecidas jurídica e socialmente, que recebem apoio financeiro e técnico do Estado para desenvolverem ações de impacto sociocultural em suas comunidades. A instituição submete seu projeto a edital público e, se contemplada, é conveniada ao Ministério da Cultura, recebendo o valor de R\$ 180 mil para ser investido, conforme projeto apresentado, num período de 3 anos. Do valor total recebido, R\$ 50 mil é para aquisição de equipamentos audiovisuais. A gestão é compartilhada entre o Estado e a comunidade.

A iniciativa, com primeiro edital lançado em 2004, foi idealizada pelo então secretário de Cidadania Cultural (MinC), o historiador Célio Turino. Países como Argentina, Paraguai, Uruguai e Inglaterra pesquisam a aplicabilidade em seus territórios. A Itália, todavia, foi o primeiro país a adotar o modelo do Brasil, em 2006. Para atender os brasileiros no exterior, o MinC também inaugurou Pontos de Cultura na Flórida, Califórnia, Áustria, Paraguai, Uruguai e Paris. Nas palavras do ex-Ministro da Cultura, Gilberto Gil, “o Ponto de Cultura é uma espécie de ‘do-in’ antropológico, massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, no corpo cultural do país”. (BRASIL, 2011)

A notoriedade da ação se justifica não só pelo pequeno valor investido pelo Estado com retornos expansivos, mas também pela dívida de políticas públicas culturais efetivas deixadas por antigas gestões. Não se trata aqui de partidarismo governamental, até porque entre os Pontos diversificam-se as cores dos costumes, etnias, tradições e também de preferências políticas. Trata-se de enfatizar a tentativa de reversão do papel antidemocrático

⁵ Marta Porto e Cláudia Leitão também integram a série *Cultura é o quê?*, com os temas Cultura e Desenvolvimento em um Quadro de Desigualdades; e Cultura e Municipalização, respectivamente.

⁶ 150 Pontos conveniados à Secult-BA e outros 70 ao Ministério da Cultura. A Bahia foi a primeira experiência de estadualização do Programa Pontos de Cultura no Brasil.

⁷ Em cada Território de Identidade, o governo estadual disponibiliza um representante da Secult-BA para dar suporte aos Pontos de Cultura do respectivo Território, o que agiliza ações antes centralizadas em Salvador.

que o Estado tem assumido em relação à cultura, atuando como produtor desta e não como um produto (CHAUÍ, 2009). Os números verbalizam esta asserção:

Apenas 13% dos brasileiros freqüentam cinema alguma vez por ano; 92% dos brasileiros nunca entraram em um museu; 93,4% jamais freqüentaram alguma exposição de arte (...) menos de 30% dos brasileiros, no máximo, estão incorporados a algumas dessas atividades. Cerca de 80% nunca assistiram a um espetáculo de dança, embora 28,8% saiam para dançar freqüentemente, ou seja, valorizam a dança. Mais de 90% dos municípios brasileiros não possuem salas de cinema, teatro, museus e espaços culturais multiuso. O brasileiro lê, em média, 1,8 livros per capita ano contra, por exemplo, 2,4 da Colômbia e 7 da França; aqui 73% dos livros estão concentrados nas mãos de apenas 16% da população. O preço médio de um livro no Brasil é de R\$ 25,00 (11,26 euros), o que é elevadíssimo, quando se compara à renda dos brasileiros das classes C, D e E. Dos cerca de 600 municípios brasileiros que nunca receberam uma biblioteca, 405 ficam no nordeste e apenas dois no sudeste. (FERREIRA, 2008)

Dos 220 Pontos de Cultura da Bahia, oito deles são vinculados a rádios comunitárias, situadas nos municípios de Salvador, Vera Cruz, Remanso, Conceição do Coité, Abaré, Lauro de Freitas, Angical e Ipiaú. Parceiros do veículo de comunicação, pensadores do seu conteúdo, eles retomam a resistência à cultura mercantilizada. “Longe das vaidades intelectuais, discretamente, o lento trabalho do pensamento junta-se à inatural atualidade de uma sociedade em gestação”. (MAFFESOLI, 2001, p. 17)

Em Salvador, a aprovação inédita de um projeto submetido ao MinC, para tornar-se Ponto de Cultura com a implantação da primeira rádio comunitária brasileira executada por prostitutas, repercutiu nacionalmente. A Associação das Prostitutas da Bahia (Aprobsa), sediada num casarão antigo do Pelourinho, fez a primeira transmissão da Rádio Zona via *web*, em 2006. O projeto, porém, esbarrou na negativa da concessão por parte do Ministério das Comunicações, levando à Associação a enveredar-se pela instalação de rádio-poste. (A TARDE, 2007). Fátima Medeiros, coordenadora-geral da Associação, respalda:

Como sempre fazemos palestras para estudantes, discutimos a possibilidade de propagar as nossas ações através de uma emissora de rádio. Hoje, no Brasil, existem rádios em nome de políticos, empresários, comerciantes e médicos, por exemplo. Por que as prostitutas não podem ter um canal a sua disposição? (FOLHA, 2006).

Vislumbra-se nesta fala, o argumento de que “a identidade não é algo que se pode negociar, sensivelmente se afirma e se defende”. (CANCLINI, 2000, p. 5, tradução minha). Na proposta aprovada pelo Minc, a Aprobsa se propõe a contribuir para o acesso aos meios de produção cultural em radiodifusão, priorizando as prostitutas, assim como homens e mulheres

em situação de vulnerabilidade social, em razão da sua identidade sexual e condições socioculturais.

O repertório da Aprosba é reforçado com a atual dessocialização provocada pela cultura de massa, apregoada por Michel Maffesoli (2000) ao tratar da legitimação das tribos urbanas e da constituição de um novo enfoque às subjetividades, com o declínio das tradições e a pluralização de grupos primários.

Neste novo cenário de tribalização moderna, a Rádio Caramuru FM, idealizada pela Ong Thydêwá é destaque. Situada em Vera Cruz, extremo sul baiano, ela é o espaço de divulgação dos pensamentos, costumes, tradições e ações cotidianas dos índios Pataxó Hahãhãe. A rádio é vinculada ao Ponto de Cultura Índios Online, que inclui digitalmente seis outras nações indígenas (Kiriri, Tupinambá, Tumbalalá na Bahia, Xucuru-Kariri, Kariri-Xocó em Alagoas e os Pankararu em Pernambuco). Criação de vídeos, produção musical, livros escritos pelos índios, compartilhamento de experiências por rádio e portal⁸ são algumas das ações do Índios Online. Assim os Pataxó Hahãhãe definem a importância da emissora em sua aldeia:

Além da radio ser um grande beneficio para a comunidade, **temos procurado o fortalecimento cultural através da radio, uma vez que boa parte da comunidade já perdeu sua cultura.** Nós índios temos buscado fortalecer e se relacionar com o mundo. Aprendemos a montar e administrar uma radio. (...) Aproveitamos esse veiculo de comunicação para apresentarmos ao nosso povo e também aos não índios, elementos que consideramos de muita importância para construção de uma sociedade melhor. Elementos como o amor, a partilha, a união, o compromisso... Nossa radio comunitária caramuru fm é um meio fácil de orientar a vida, desenvolver o espírito e formar caráter. (GOMES, 2005, grifos meus)

Ao assinalar que “boa parte da comunidade já perdeu sua cultura”, a índia Pataxó Hahãhãe Alessandra Gomes faz referência à necessidade de afirmação duma identidade cultural local, que pode ter sido esgotada por intervenções políticas ou pelo processo contemporâneo de fragmentação ou descentralização das identidades modernas (HALL, 2001). Neste processo, dá-se o prejuízo das representações simbólicas, o esvaziamento da memória, o aniquilamento gradativo das raízes antropológicas.

Minorias sociais e étnicas, ainda que em experiências pontuais, paulatinamente ganham seus espaços de representação, com poder decisório para definir por elas mesmas o

⁸ [HTTP://www.indiosonline.org.br](http://www.indiosonline.org.br)

que é cultura, o que valoram como patrimônio material e imaterial, o que necessitam para constituírem-se como tais – engenheiros e interventores de suas próprias histórias.

Em Ipiaú, sul da Bahia, a Rádio Livre Comunitária assinou, em 2008, seu primeiro convênio com o Estado; surgiu o Ponto de Cultura Adilson Duarte (PCAD). Um ano mais tarde, o PCAD realizou a primeira oficina de radialismo comunitário do Território Médio Rio das Contas. Como alunos, profissionais das rádios locais, jovens em situação de risco, menores moradores de orfanatos, estudantes da zona rural. As tardes de sábado passaram a veicular o programa *Colcha de Retalho*, executado por alunos da oficina – programetes de educação, cultura popular, literatura, moda, história da música. Além da oficina de radialismo comunitário, aulas de fotografia, violão, teatro e realização do Festival de Música Instrumental foram concretizações do Ponto.

Grande a sede por investimentos em cultura, em especial no interior de um Estado imenso como a Bahia, com ações historicamente concentradas na capital. Em nome desta sede, permanecem perenes a Rádio Comunitária e Ponto de Cultura Zabelê FM (Remanso); a Rádio Comunitária de Juazeirinho e o Ponto de Cultura Moringa Cultural (Conceição do Coité); o Ponto de Cultura Minha Comunidade Faz Arte, da Associação de Radiodifusão de Abaré (Abaré); o Ponto de Cultura e Rádio Comunitária Ideal FM (Lauro de Freitas); o Ponto de Cultura e Rádio Comunitária de Angical (Angical).

Ponto de Cultura e rádio comunitária juntos reúnem produtores e consumidores de cultura, gestores e cidadãos, profissionais e aspirantes. Constituem-se como dispositivos semelhantes, que jogam com relações de força desiguais, mas nem por isso geram efeitos idênticos. (CERTEAU, 1998, p.44), ou como define Célio Turino (2010, p. 11), “podem assumir as mais diversas formas, mas a essência será a mesma”. Instituições que conclamam as suas comunidades o direito gratuito de acesso às tecnologias, produção e formação cultural. O direito de engendrar-se à construção da sua memória.

Ora, essas mesmas pessoas que não são pintoras nem escultoras, nem dançarinas, também são produtoras de cultura, no sentido antropológico da palavra: são, por exemplo, sujeitos, agentes, autores da sua própria memória. Por que não oferecer condições para que possam criar formas de registro e preservação da sua memória, da qual são os sujeitos? Por que não oferecer condições teóricas e técnicas para que, conhecendo as várias modalidades de suportes de memória (documentos, escritos, fotografias, filmes, objetos etc.), possam preservar sua própria criação como *memória social*? (CHAUI, 2009, p.44)

A memória social abraça então, os distintos conflitos diários, a exaltação da alteridade, a afirmação da identidade de si, do outro; o imaginário, o concreto, a emoção e o pensamento, a incompletude do cotidiano vivido, midiaticizado, reinventado.

Considerações finais

Pode soar como utopia uma política cultural voltada para o indivíduo, reconhecimento da alteridade, noção de pertencimento, ampliação da autonomia. As ações dos Pontos de Cultura são carregadas de enfrentamentos, disparidades, percalços, como todo espaço onde impera a diversidade cultural e identitária. Certamente não é a mais perfeita das políticas, mas é um tipo inovador de política. Assim como nem todas as rádios denominadas comunitárias praticam a descentralização da voz e do poder, mas há as que praticam. Os conflitos são rachaduras intrínsecas a todo processo de empoderamento, que na concretude do cotidiano, geram a utopia, enriquecem o imaginário, a memória individual e social.

A aquisição de equipamentos, a capacitação técnica e teórica, o estímulo ao pensamento ético, o compartilhamento da gestão entre Estado e comunidade trazem à rádio comunitária novos caminhos de afirmação identitária e ampliação de ações. Tais afirmações só são permitidas, neste contexto, pela parceria com o Ponto de Cultura.

Com base nestas possibilidades, a Rede de Pontos de Cultura se estende, institucionalizada por civis, ao passo que as rádios comunitárias ganham formação e informação, técnica e tecnologia, fôlego. Um estímulo às experiências culturais intercambiadas, à sensibilidade, ao pensamento *glocal*, à preservação do espaço simbólico, ao trabalho, à geração de renda e trajetórias. Porque a legitimação dos direitos socioculturais parte dos movimentos comunitários, das periferias, dos centros urbanos, da inteligência coletiva e se institucionaliza. É uma possibilidade.

Referências

A TARDE. **Sem concessão, Rádio Zona vai para o poste.** Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cidades/noticia.jsf?id=756127>. Acesso: 17/02/2011.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As três dimensões da cultura.** Brasília, 2009. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/credenciamento-de-pareceristas/as-tres-dimensoes-da-cultura/> Acesso: 18/02/2011.

BRASIL, Secretaria de Comunicação. **Hábitos de formação e informação de opinião da população brasileira.** Brasília, 2010.

BRASIL, Ministério da Cultura. **Ponto de Cultura**. Brasília: Secretaria de Cidadania Cultural, 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/> Acesso em 20/02/2011.

CANCLINI, Néstor. **Cultura popular: de la épica al simulacro**. Barcelona: Museu d'Art Contemporani, 2000.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2003.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. Col. Cultura é o quê? v.I. Salvador: Secult, 2009.

COSTA, Júlia; GASPAS, Júlia. **Entrevista Paulo Fernando Silveira**. Disponível em <http://www.piratininga.org.br/artigos/2005/73/silveira-radios.html>. Acesso: 17/02/2011.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra/Luzzatto, 2000.

FERREIRA, Juca. **Discursos do Ministro da Cultura Gilberto Gil**. Brasília, MinC, 2008. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2008/08/29>. Acesso: 15/02/2011.

FOLHA. **Prostitutas vão administrar rádio FM em Salvador**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u119147.shtml>. Acesso em 17 de fevereiro de 2011.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FREYRE, Gilberto. **Rubarnização: que é?** Recife: Massangana, 1982.

GOMES, Alessandra. **A rádio Pataxó-Hahãhãe**. Disponível em: <http://www.indiosonline.org.br>. Acesso: 13/02/2011.

GIRARDI, Ilza; JACOBUS, Rodrigo. **Para fazer rádio comunitária: com "C" maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Ideias, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

IBOPE. **Estudo inédito avalia o comportamento do consumidor brasileiro**. Disponível em: <http://www.ibope.com.br>. Acesso: 18/02/2011.

LUZ, Maria Moraes Pereira da. **A especificidade do jornalismo nas rádios comunitárias: a construção da notícia cidadã no contexto neoliberal**. Dissertação de Mestrado. Brasília: UnB, 2008.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: a reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo na sociedade de massas**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

_____. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS (OEA). **Convenção Americana sobre direitos humanos**. Relatoria para a liberdade de expressão. Disponível em: <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=25&IID=4>. Acesso: 14/02/2011.

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos . São Paulo: Summus, 1985.

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

SILVEIRA, Paulo Fernandes. **Rádios Comunitárias**. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: UFPB, 2008.

TURINO, Célio. **Ponto de Cultura**: O Brasil de baixo para cima. São Paulo: Anita, 2010.