

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Paulo Oscar Beheregarai Finger

O COMUNICADOR DE RÁDIO COMUNITÁRIA
Estudo de caso da rádio Ipanema Comunitária em Porto Alegre

São Leopoldo

Maio 2010

Paulo Oscar Beheregarai Finger

O COMUNICADOR DE RÁDIO COMUNITÁRIA

Estudo de caso da rádio Ipanema Comunitária em Porto Alegre

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção título de Mestre em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Orientador: Professora Doutora Denise Cogo

São Leopoldo

Maio 2010

CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

F497c Finger, Paulo Oscar Beheregarai.

O comunicador de rádio comunitária: estudo de caso da rádio Ipanema Comunitária em Porto Alegre. / Paulo Oscar Beheregarai Finger. São Leopoldo: Unisinos, 2010.

123 f..

Dissertação (Mestrado). Universidade do Vale dos Sinos. Faculdade de Ciências da Comunicação. São Leopoldo, RS, 2010.

1. Rádio. 2. Rádio comunitária. 3. Comunicador. I.Título. II. Cogo, Denise, orientador.

CDU: 654.195

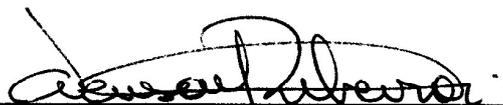
Paulo Oscar Beheregarai Finger

**O COMUNICADOR DE RÁDIO COMUNITÁRIA ESTUDO DE CASO DA
RÁDIO IPANEMA COMUNITÁRIA EM PORTO ALEGRE**

Monografia (Dissertação)
apresentada à Universidade do
Vale do Rio dos Sinos como
requisito parcial para obtenção do
título de mestre em Ciências da
Comunicação.

Aprovado em 27 de maio de 2010

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Neusa Maria Bongiovanni Ribeiro – FEEVALE



Prof. Dr. Sérgio Francisco Endler – UNISINOS



Profa. Dra. Denise Maria Cogo – UNISINOS

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo identificar e analisar a trajetória do comunicador das rádios comunitárias de Porto Alegre, em específico da Rádio Ipanema Comunitária, como também seus projetos e perspectivas, buscando compreender as especificidades na formação e atuação deste comunicador assim como a sua relação com a emissora e os movimentos populares da comunidade onde a rádio está inserida. O trabalho foi baseado nos conceitos de comunicação popular e movimentos sociais de Cicília Peruzzo, Denise Cogo, Klycia Fontenele Oliveira, Bruce Girard e Jo Van der Spek. O aporte teórico fundamenta-se, ainda, em conceitos relacionados à educação, formação e cidadania dos comunicadores, com perspectivas conceituais de autores como Cicília Peruzzo, Ignácio Lopes Vigil, Mario Kaplun, Adela Cortina e Maria Cristina Mata,. A metodologia da pesquisa está baseada em estudo de caso, através de uma abordagem qualitativa constituída por entrevistas semi-dirigidas, pesquisa documental e audição e análise de programação radiofônica. Os resultados apontam para a diversidade de experiências que pautam as trajetórias dos comunicadores de uma rádio comunitária no que se refere aos processos de formação, à participação nos movimentos comunitários e à visão sobre o papel do comunicador comunitário.

Palavras-chave: rádio; rádio comunitária; movimentos comunitários; comunicador.

ABSTRACT

This dissertation aims to identify and analyze the path of the communicators in community radios of Porto Alegre, in particular the ones of Ipanema Comunitaria radio station, as also their projects and perspectives, seeking understand the specificities in the formation and action of this communicator as well as its relationship with the broadcaster and the popular movements of the community to where the station belongs. The work was based on concepts of popular communication and social movements by Cicilia Peruzzo, Denise Cogo, Klycia Fontenele Oliveira, Bruce Girard and Jo van der Spek. The theoretical approach is also based in concepts related to education, formation and citizenship of the communicators, with conceptual perspectives of authors as Cicilia Peruzzo, Ignacio Lopes Vigil, Mario Kaplun, Adela Cortina and Maria Cristina Mata. The research methodology is a case study, via a qualitative approach constituted of semi-directed interviews, document research and the analysis of radio station shows and schedule. The results points to the diversity of experiences that appears in the trajectory of the community radio station's communicators regarding the processes of formation, participation on communitarian movements and their vision about the role of community communicators.

Key-words: radio; community radio; communitarian movements; communicators.

Agradecimentos

À minha orientadora, Denise Cogo, pela paciência e auxílio na condução deste trabalho, assim como pela compreensão em meus momentos de ausência por causa de outras atividades.

Aos professores do PPG em Ciências da Comunicação da UNISINOS, que fizeram a minha volta aos estudos muito menos traumática do que eu imaginava que poderia ser.

Aos comunicadores e direção da rádio Ipanema Comunitária que participaram deste trabalho, pela disponibilidade e interesse demonstrados.

À turma do fundão (Carlise, Clarissa, Daniel, Felipe, Julie, Marina e Rebeca) que fizeram do decorrer do curso algo muito mais do que apenas um período de estudos.

À minha família, que deu todo o apoio e incentivo que precisei para ingressar e finalizar o curso.

À Anne Spieker, pela paciência, força, consideração, carinho e os devidos empurrões necessários na fase final do trabalho, que não teria conseguido terminar sem o apoio que tive.

Ao Chuca, pela companhia e parceria nas longas horas de estudos e leituras.

Do you remember lying in bed
With your covers pulled up over your head?
Radio playin' so no one can see

The Ramones

Sumário

1. A Comunicação popular na esfera midiática	20
2. Rádios comunitárias: trajetórias, características e perspectivas.....	26
2.1 O rádio como mídia de massa.....	26
2.2 Rádios comunitárias: historicidade e caracterização.....	27
2.3 Radiofonia comunitária nos contextos brasileiro e gaúcho.....	38
3. O comunicador das rádios comunitárias: formação, educação e cidadania	44
4. Caminhos metodológicos	62
4.1 Seleção das emissoras comunitárias	67
5. Os comunicadores da Rádio Ipanema Comunitária: trajetórias e atuações	77
Filipe Borges	77
Gilberto Chaves	78
João Batista Aguiar	79
Maria Ângela Pellin	80
Virginia Negretto.....	80
5.1 O comunicador da Rádio Ipanema Comunitária: formação, participação nos movimentos comunitários e visão sobre comunicador comunitário.....	81
5.1.1 A formação do comunicador da Rádio Ipanema Comunitária	81
5.1.2 Participação e atuação do comunicador da Ipanema Comunitária nos movimentos comunitários.....	89
5.1.3 Visão sobre o comunicador comunitário.....	99
6. O Comunicador da Ipanema Comunitária: uma síntese de trajetórias diversas	103
7. Conclusão	107
8. Referências.....	117
9. ANEXO	123

Introdução

A busca pela radiodifusão comunitária está crescendo no país. Segundo José Guilherme Castro, coordenação de Comunicação e Cultura da Associação Brasileira das Rádios Comunitárias, a ABRAÇO, “nos 34 anos de rádio FM no Brasil, 3.232 emissoras comerciais receberam autorização para funcionar, ao passo que, em cerca de 10 anos de legislação específica para as rádios comunitárias, aproximadamente 2.300 rádios comunitárias foram autorizadas a emitir sinais.” (BAHIA, 2006)

Em um mundo onde a mídia está cada vez mais monopolizada por grandes redes, as rádios comunitárias aparecem como uma alternativa para a democratização da palavra. Em muitos lugares, as rádios comunitárias são o meio que leva para dentro de casa, através da instantaneidade, interatividade e agilidade da mídia, tudo o que acontece à sua volta e no mundo. Transmitindo para pequenos grupos, ou para grandes comunidades, as rádios comunitárias estão se fortalecendo e assumindo um papel fundamental dentro da sua área de atuação, seja divulgando informação seja criando novas oportunidades para os seus ouvintes. Por isso, as rádios têm-se tornado importantes no cenário midiático atual, e devemos prestar cada vez mais atenção à incidência de sua presença na sociedade.

A maneira como esse tipo de mídia atua é de vital importância para a sua manutenção como emissora comunitária. A lei nº 9.612, de 19 de Fevereiro de 1998, que instituiu o serviço de radiodifusão comunitária no país, deixa claros alguns princípios referentes à programação que devem ser seguidos, dentre os quais o princípio de que “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” e também:

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.” (lei nº 9.612 de 19 de Fevereiro de 1998)

Portanto, para atender a tais determinações, as programações das rádios comunitárias devem seguir uma linha, em que o pluralismo de opiniões deve ser respeitado, independente da direção ou mantenedora da emissora.

Ao optar por um determinado estilo de programação, uma emissora de rádio comunitária está mostrando à sociedade quais são seus objetivos e as suas pretensões comunicativas. Os diferentes formatos de programação são fundamentais, e uma variação nesses formatos pode aproximar mais uma rádio da sua comunidade que uma grande emissora comercial, já que os cidadãos podem se identificar melhor com a emissora, além de ser muito mais fácil fazer adaptações a uma programação em uma emissora comunitária do que em uma grande emissora comercial.

A relação das rádios comunitárias com a comunidade em que atuam se estreita não somente no caráter participativo, seja da sua programação seja da sua gestão. As emissoras, por permitirem uma programação inclusiva em termos de conteúdo e gestão, estão auxiliando na construção de uma nova realidade comunicacional e cidadã, em que a participação é essencial para o desenvolvimento das atividades. Essa aproximação dá novas oportunidades para quem é interessado em comunicação, e com um mercado de trabalho com oportunidades escassas, em que a formação e especialização surgem como formas para o crescimento do indivíduo, os meios de comunicação comunitária começam a aparecer como um espaço em que se pode conseguir conhecimento para facilitar a busca por trabalho em outros meios de comunicação seja dos grandes seja dos pequenos grupos, ou, ainda, para a gestão de um negócio próprio de comunicação.

O simples desejo de se trabalhar em um ambiente de comunicação não basta. Existem técnicas a ser dominadas e métodos a ser compreendidos. Muitos são seduzidos pelo fato da notoriedade pública que alguns profissionais do rádio adquirem, e querem seguir o mesmo caminho, outros querem fazer parte do meio para contribuir para a sociedade e comunidade em que vivem. Seja qual for o motivo, quem trabalhar em uma mídia comunitária pode aprender muito do que é necessário para desenvolver um bom trabalho em comunicação, e isso engloba

muito mais que a parte técnica, por exemplo. Todo o treinamento e prática técnicos, que são importantes, podem ser aprendidos e desenvolvidos em uma emissora comunitária, já que as necessidades com pessoal e com qualificação sempre se farão presentes. Com isso, o profissional tem o seu espaço para iniciar uma caminhada, e nessa caminhada também estarão agregadas outras questões que a convivência com a emissora e a comunidade podem trazer.

O gerenciamento de informações e pessoas é fundamental para a vida de um comunicador, e essas tarefas também podem, e devem, ser desenvolvidas em uma emissora comunitária. Informação faz parte da essência de um veículo de comunicação, e uma rádio não pode ficar sem, mesmo que sendo apurada ou analisada de maneira diferente por não ter profissionais formados para tanto. A busca pela informação e sua apuração são processos que vão além da simples técnica; consiste também no lidar com pessoas, saber aproximar-se das possíveis fontes, ter o contato para que se estabeleça um relacionamento que gere confiança e que permita o levantamento das informações necessárias. Esse trabalho faz parte do dia a dia de uma emissora, e fica mais importante ainda quando essa mídia é uma rádio comunitária, pois a relação de proximidade com a comunidade tende a ser grande e sempre muito estreita. Esse contato, que é fundamental para o trabalho, auxilia na formação pessoal do comunicador. Saber se relacionar com pessoas é um dos requisitos básicos para um bom profissional, e nesse ambiente que tende a lhe ser mais familiar, lidar com a busca pelo desenvolvimento da relação da comunidade com a mídia para que o torne mais próximo é essencial. Essa habilidade pode juntar-se a tantas outras que esse profissional já possui ou irá desenvolver, e com isso, terá ferramentas para qualificar a sua função como comunicador nessa esfera midiática comunitária. Os meios comunitários podem servir de formação de recursos humanos, centros de aprendizagem de um conhecimento que tem como parte fundamental o exercício prático.

Bons jornalistas, bons radialistas, podem surgir da comunicação comunitária, tanto para mídias comerciais quanto para as próprias mídias e meios comunitários. A oferta de emprego em rádios comerciais é escassa, e as emissoras comunitárias começam a surgir como uma alternativa de mercado às comerciais. O número de rádios comunitárias no país já supera o das comerciais; isso pode significar mais

oportunidades, mesmo que as rádios comunitárias sejam sem fins lucrativos e que muitas tenham dificuldades em captar recursos. Sendo assim, as oportunidades na comunicação comunitária têm um caráter mais de exercício da prática radiofônica e busca de experiências para os mais jovens, e de uma atividade paralela a outras para os mais experientes, do que realmente uma alternativa de emprego para os comunicadores, que cada vez são mais exigidos, como diz Nívea Canalli Bona:

Novas configurações e desafios estão surgindo no mercado da comunicação exigindo, muitas vezes, um profissional múltiplo, que possua o conhecimento técnico mas que agregue a formação humanística como diferencial. Movimentos sociais e instituições da sociedade civil são mais um grupo de organizações que fazem parte desse cenário que tende a demandar pessoal que detenha conhecimento aprofundado em técnicas e estratégias de comunicação. (BONA, 2008, p. 2)

Outros cursos e aperfeiçoamentos são necessários para a fundamentação e aprimoramento do profissional, mas o básico pode ser aprendido nesses meios comunitários. A mídia comunitária, portanto, pode contribuir para a formação da cidadania dos integrantes da sua comunidade também através do suporte para a sua formação profissional, uma vez que está iniciando um comunicador na sua carreira, independente de onde ela for desenvolvida posteriormente. Esse papel social e cidadão que a rádio e as mídias comunitárias têm em geral, não é comparável ao de outras mídias, já que oportunidades nas rádios comerciais e nos grandes veículos de comunicação estão cada vez mais difíceis. Então as rádios não só estão próximas da comunidade em termos de construir uma ponte para trânsito de informações pertinentes ao seu cotidiano, como também no que diz respeito a estar auxiliando no desenvolvimento pessoal dos integrantes dessa comunidade.

As rádios comunitárias estão crescendo em importância, não somente por trazerem um novo conceito em comunicação, mas principalmente pela ampla participação da comunidade nos seus processos. Esse novo espaço para atuação está se tornando fundamental para o desenvolvimento comunitário, pois permite que sejam discutidos temas e pautas pertinentes àquela comunidade, podendo trazer para os ouvintes muito mais que apenas informação, mas inseri-los no processo de discussão, fazendo com que se tornem parte da transformação da sociedade em que vivem. A comunicação comunitária sempre foi mais que apenas disseminação de informação, sempre buscou de alguma forma questionar e proporcionar ao seu

ouvinte e à comunidade em que está inserida, um meio e um canal de discussão e questionamentos, em que ele pode ser ouvido e se fazer ouvir. Fazer parte do processo comunicacional é importante para que este não se torne uma via de mão única, como na maioria dos veículos de grandes grupos da mídia, em que a participação geralmente é reduzida e as pautas são abrangentes e não existe o espaço às vezes necessário para o aprofundamento de questões importantes do ponto de vista comunitário. A comunidade pode fazer parte e construir a comunicação de um canal voltado para os seus interesses, colocando como prioridade o que acredita ser importante e necessário para o desenvolvimento dos seus integrantes, seja isso no âmbito educativo, crítico, informativo ou cultural. Ter essa possibilidade significa uma comunidade mais democrática, em que o espaço pode ser ocupado por quem possivelmente não poderia fazê-lo em outros meios, e permitir um discurso mais livre e amplo, podendo assumir os mais diversos enfoques e ser do interesse da comunidade.

Partindo dessas colocações, a questão que emerge refere-se ao trabalho desenvolvido nas rádios comunitárias por pessoas que cumprem essas funções de radialistas, podendo ter formação técnica ou não. O comunicador envolvido em uma rádio comunitária é diferente do que está em uma emissora comercial? O *background*, caso tenha vindo dos movimentos comunitários e populares, o faz diferente de outros que não tenham vindo dos movimentos citados? Quais motivações e que projetos profissionais e de vida tem esse comunicador? O termo comunicador foi escolhido para ser utilizado nesta pesquisa por ser mais abrangente que o termo radialista, que entendemos se refere mais ao profissional técnico.

Para essas questões poderem ser respondidas, vamos analisar os comunicadores das rádios comunitárias de Porto Alegre. A partir das rádios em atividade, autorizadas¹ ou não, queremos saber como esse profissional atua, e se no seu dia-a-dia os movimentos comunitários e populares influenciam o modo de agir e de fazer comunicação. Saber como trabalha esse comunicador também é importante para entendermos a atuação dessas emissoras, já que mesmo com o acesso mais fácil à comunicação global, o local é importante, como coloca Peruzzo:

¹ Para este trabalho de pesquisa, usaremos o termo autorizadas ao nos referirmos as emissoras que tem permissão da ANATEL para funcionar, e não-autorizadas as que não tiverem permissão. A concessão ou não da autorização para funcionamento não tira a legitimidade de uma emissora comunitária, que representa uma comunidade ou localidade, por isso não usaremos o termo ilegais para não causar interpretações equivocadas.

Embora o individualismo seja uma das marcas da sociedade contemporânea, há também uma tendência à agregação e à participação social. Embora os processos de globalização sejam implacáveis, simultaneamente geram-se processos de valorização do local e do comunitarismo. (PERUZZO, 2002, p.288)

O foco inicial desta pesquisa era construir o cenário das rádios comunitárias da Região Metropolitana de Porto Alegre, e a partir dele, analisar como essas rádios irão receber o advento da tecnologia de rádio digital, que deve ser implantada no Brasil nos próximos anos. A primeira parte se manteve, em função de um novo problema proposto, mas o restante foi alterado a partir das interpretações e análises feitas. Após o contato inicial com profissionais de rádios comunitárias, e também nas pesquisas relacionadas às emissoras e à situação atual do processo de comunicação comunitária radiofônica no país, ficou evidente que a transição para a tecnologia digital não está sendo uma grande preocupação para as emissoras no momento. As discussões ainda estão sendo feitas no âmbito federal a respeito de que modelo de tecnologia de rádio digital será implantada no país, e a realidade ainda é outra para as emissoras e para quem faz rádio comunitária no Brasil. Por estar ainda longe de ser efetivamente implementada, outras questões se tornam mais importantes, como a manutenção econômica das emissoras ou a legislação e como as rádios estão enfrentando a burocracia exigida pelo governo. As associações formadas pelas rádios comunitárias têm a preocupação com o digital, estão acompanhando e tentando se fazer ouvir com relação ao modelo e como será feita a adaptação, mas isso está acontecendo em uma esfera mais nacional do que local. Portanto, a proposta inicial desta pesquisa foi alterada por ainda estarmos longe de uma efetiva transição para o sistema de rádio digital; além disso, pelo tempo disponível para esta pesquisa, não teríamos conclusões concretas sobre a real influência do novo sistema em relação às emissoras comunitárias.

Assim surgiram outras questões mais próximas do cotidiano dessas emissoras e das pessoas que fazem a comunicação comunitária na capital gaúcha. Conseguimos identificar algumas, e estão servindo como eixos neste trabalho. Nós questionamos se as rádios comunitárias estão funcionando como um aprendizado para os comunicadores que pretendem ir para as rádios comerciais, já que o mercado está cada vez mais competitivo. A emissora pode surgir como uma alternativa para a prática da comunicação e para se poder aprimorar conhecimentos,

o que nem sempre é possível sem passar por bancos acadêmicos. Percebemos também as rádios comunitárias como alternativa de mercado para os comunicadores, já que tanto podem servir de uma maneira de ingressar na radiodifusão como podem ser uma atividade paralela à que já exercem, assim como a sua forma de atuação que pode ser diferenciada de acordo com o seu histórico comunicacional. Provindos de outros meios comunitários, sua experiência anterior pode ser importante para que se tornem comunicadores de rádios comunitárias, já que têm conhecimento de trabalhar com o local e o comunitário.

Isso nos leva à terceira questão que se faz presente e que nos instiga a realizar este trabalho, a qual se refere à forma como está se fazendo e produzindo a radiodifusão comunitária: os comunicadores envolvidos, por causa das suas trajetórias e práticas, estão, por consequência, construindo um modo diferenciado de fazer comunicação comunitária?

Essas questões nos colocam então frente aos objetivos deste estudo, que tem como meta principal identificar e analisar os processos de formação e atuação do comunicador das rádios comunitárias de Porto Alegre, como também seus projetos e perspectivas, buscando identificar e compreender as especificidades na formação desse profissional, assim como a sua relação com as emissoras e os movimentos populares da comunidade em que estão inseridos.

Orientados por esse objetivo geral, temos objetivos específicos que vão conduzir este trabalho, desde a sua pesquisa teórica até a sua conclusão. Queremos verificar quem são e que formação, técnica e/ou acadêmica, têm as pessoas responsáveis pela produção de conteúdo da rádio comunitária Ipanema Comunitária. Queremos analisar também a participação desses profissionais em movimentos populares e comunitários, como forma de diferenciação da formação profissional em relação a outros que atuam na mídia comercial. Queremos também identificar que trajetória tem o comunicador das emissoras comunitárias de Porto Alegre, especificamente os comunicadores da rádio Ipanema Comunitária, e também perceber que projetos e perspectivas esses comunicadores têm em termos profissionais.

Para atingirmos esses objetivos, estaremos usando como metodologia o estudo de caso, através de uma abordagem qualitativa, utilizando entrevistas semi-

dirigidas, audição e análise da programação e pesquisa documental para chegarmos aos objetivos propostos pela pesquisa. Através do estudo de caso, restringimos a pesquisa aos comunicadores de uma emissora apenas, o que tornou o trabalho mais direcionado e menos sujeito às mudanças de percurso que são alheias à vontade do pesquisador. Essa escolha por apenas uma emissora se deu em virtude também das dificuldades encontradas para que outra emissora, uma que funcionava em caráter não-regulamentada, pudesse fazer parte desta pesquisa². Os contrastes existentes auxiliariam a responder as questões propostas, mas não foi possível a inclusão dos comunicadores por falta de interesse na participação deste trabalho, mesmo depois de muitos contatos e de uma aceitação prévia para que fizessem parte do mesmo.

A emissora Ipanema Comunitária, localizada na Zona Sul de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, nos dá uma vasta gama de experiências de atuação de comunicadores, o que permite que os objetivos deste trabalho sejam atingidos. As entrevistas são essenciais ao trabalho de campo, em que podemos coletar dados diretamente com as fontes e ter os subsídios necessários para começarmos as análises que nos darão as respostas para as questões que colocamos nesta pesquisa. A análise dos programas foi necessária para que possamos perceber, nas temáticas e nos conteúdos desses programas, como é a atuação dos comunicadores envolvidos nesta pesquisa. O tipo de programa e de pauta que se apresenta nos programas pode nos dizer qual o envolvimento do comunicador com os movimentos comunitários, assim como a maneira como são conduzidos e sua estrutura podem nos dizer se a sua formação, ou a falta dela, tem algum efeito para o seu desempenho como comunicador em uma emissora comunitária.

Este estudo pode se diferenciar de outros relativos a rádios comunitárias que têm a sua base em comunidade menos favorecidas, uma vez que a emissora escolhida está inserida em uma comunidade de classe média. Com a regulamentação, o surgimento de rádios comunitárias em regiões de poder aquisitivo mais elevado acaba sendo mais recorrente até por motivos financeiros relativos à implementação e manutenção, mas mudam as relações da emissora com os movimentos sociais que são menos atravessados pelas relações de classe. De

² Emissora A Voz do Morro, que tem sede no Morro Santana, em Porto Alegre.

modo geral, as emissoras comunitárias nasceram e cresceram provindas das lutas dos setores sociais que buscavam um meio de comunicação que fosse democrático e plural. Os movimentos sociais que permeiam hoje as emissoras comunitárias inseridas em comunidades de classe média têm anseios e reivindicações diferentes de outros em que a situação econômica e social é menos favorecida, mas não o descaracteriza como rádio comunitária. O histórico das lutas dos movimentos sociais pela democratização dos meios de comunicação é fundamental para que exista esta proliferação de espaços, e a comunidade está sendo atendida por essa proposta diferenciada de comunicação, que é legítima e direcionada para as suas necessidades como comunidade.

Esta dissertação está estruturada a partir de uma introdução, na qual são colocadas as idéias iniciais da pesquisa relativas ao tema rádio comunitária, cidadania e formação de comunicadores. Nessa mesma introdução, temos os objetivos desta pesquisa em comunicação, com os objetivos principais e secundários expostos, juntamente com a metodologia que adotamos para poder atingir esses objetivos e responder aos questionamentos que se colocam para o pesquisador.

O primeiro capítulo trará os conceitos envolvendo comunicação popular. Para tanto, estaremos utilizando conceitos de Cicília Peruzzo e Denise Cogo com relação à comunicação popular e movimentos comunitários, além de apontamentos feitos por Klycia Fontenele Oliveira, Bruce Girard e Jo Van der Spek.

No segundo capítulo, abordaremos as rádios comunitárias, oferecendo um breve aporte histórico dessas emissoras, tanto no Brasil como no exterior. Nesse mesmo capítulo, estaremos fazendo diferenciações a respeito de rádios livres, piratas e comunitárias, para que possamos ter o bom entendimento do que cada termo significa, uma vez que para muitos representa a mesma coisa. Abordaremos isso de uma forma histórica, contextualizando com o momento atual vivido por essas rádios e as perspectivas que elas têm para o futuro, tanto legal quanto tecnologicamente.

No terceiro capítulo, abordaremos a educação e a formação dos comunicadores, tendo como base teórica perspectivas conceituais de autores como Cicília Peruzzo, Ignácio Lopes Vigil, Nívea Canalli Bona e observações de Elizabeth

Gonçalves, Adriana Azevedo, Mário Figueiredo e Abubacar Selemangy. Também trataremos os processos comunicacionais segundo os conceitos colocados por Mario Kaplun, e partiremos para as questões envolvendo cidadania, em que constam definições de Adela Cortina, Maria Cristina Mata, Cicilia Peruzzo e reflexões de Elias Santos, que são importantes para entendermos a atuação dos comunicadores comunitários.

O quarto capítulo traz a metodologia escolhida e aplicada nesta pesquisa, explanando as escolhas feitas e os caminhos metodológicos percorridos até chegarmos aos objetivos deste trabalho. Usamos para embasar teoricamente este capítulo e a nossa metodologia, as contribuições teóricas de Maria Marly de Oliveira, Robert Yin, Pierre de Saint-Georges, Daniel Bertaux e Pierre Bourdieu.

A partir do quinto capítulo, desenvolveremos as análises e descrições do trabalho empírico constitutivo deste estudo. As entrevistas feitas com os comunicadores estão descritas e depois analisadas comparativamente, possibilitando o cruzamento dos dados obtidos nas entrevistas com aqueles oriundos da audição e análise dos programas. Disso deriva a elaboração das quatro caracterizações de comunicadores no capítulo seguinte, o que nos permite então partirmos para o último, que nos leva às conclusões feitas a partir dessas análises na perspectiva de responder aos objetivos desta dissertação.

Após as conclusões, temos a bibliografia do material utilizado neste trabalho, assim como os anexos pertinentes à pesquisa, como cópias dos programas analisados.

1. A Comunicação popular na esfera midiática

A comunicação nos meios populares na esfera urbana pode ter vários fins. Pode existir pela simples necessidade de comunicação em si, de assegurar um espaço comunicacional já que os grandes veículos dificilmente abrem espaços novos, ou pode se fazer presente pela busca de outros objetivos, como a mobilização social, pois o “conceito de mobilização social nos centros urbanos implica, sobretudo, o fortalecimento da cidadania e da cultura local”. (SILVA, 1997, p.58)

A comunicação popular pode ter várias concepções, e como ela está presente no interior das comunidades, no cerne das ações comunitárias, essa comunicação estará fazendo parte do cotidiano das pessoas, e com isso irá causar efeitos e ações. Esses resultados se dão pelo fato de a comunicação popular estar crescendo e se tornando uma importante ferramenta, principalmente como mídia alternativa, mas que acaba às vezes não conseguindo cumprir totalmente o seu papel como meio, como diz Peruzzo:

A comunicação popular pode inferir modificações em nível de cultura e contribuir para a democratização dos meios de comunicacionais e da sociedade, a cuja transformação imediata ela não consegue levar, por suas limitações e contradições e sua inserção numa grande diversidade cultural; e, por concretizar-se em espaço próprio, ela não se contrapõe à comunicação massiva. (PERUZZO, 1998, p.119)

A maior expectativa então em relação às rádios comunitárias é que elas possam contribuir para a mudança da realidade das pessoas envolvidas na comunidade em que ela atua. Na sua historicidade, as emissoras comunitárias estiveram, e ainda estão, fazendo parte do cotidiano de trabalhadores que usam o meio para difundir e propagar a suas idéias, lutas, ideais, necessidades, e repassar e compartilhar informações. A comunicação, de qualquer tipo e forma, se torna um fator importante no momento em que é necessário se fazer ouvir e poder disseminar informação para que sejam criados processos de compreensão e reflexão da

realidade da comunidade ou do grupo de pessoas que a rádio atinge, podendo trazer benefícios em termos individuais e coletivos. Muitas vezes as mudanças que são vistas como necessárias para esse grupo de pessoas também são percebidas pela grande maioria, mas nem sempre é criada uma unidade a respeito disso, o que pode ajudar na busca pela solução de problemas. E a comunicação, no caráter popular, apresenta essa característica, de trazer informação ao grande grupo a partir de líderes e pessoas mais participativas na comunidade. Como coloca Oliveira:

A comunicação popular aparece, portanto, ligada às lutas do povo que busca, de forma organizada, melhores condições de vida. Podemos, pois, relacionar a comunicação popular a uma comunicação libertadora, dona de um conteúdo crítico e contestador que infere mudanças na cultura e fomenta a democratização dos meios de comunicação e da própria sociedade, contribuindo para a mudança social. Mas que não teria o poder de, sozinha, gerar uma transformação social imediata, não só por conta de suas próprias contradições e limites, mas também porque tal mudança requer modificações na própria estrutura econômica e política da sociedade. (OLIVEIRA, 2007, p.5)

A comunicação popular tenta trazer a informação para que possa modificar o cotidiano das pessoas. A forma com que isso é atingido pode ser diferente para cada caso ou situação, já que podemos ter emissoras e veículos, não somente rádios, que estejam direcionados não somente a um grupo designado por uma restrição geográfica, mas também por outros tipos de conexão, formando grupos de interesse. E isso fica a cada dia mais evidente na sociedade atual, na qual temos vários grupos e segmentos convivendo e compartilhando a esfera pública, todos eles buscando seu reconhecimento e seus direitos, como coloca Peruzzo:

Se, por um lado, o termo é utilizado demasiadamente de modo indistinto, por outro, evidencia a existência atual de várias formas de agregação social que portam algumas características de perfil comunitário. É todo um movimento que se constrói a partir do local de moradia ou de outras identidades, sejam elas simbólicas, espirituais, etc., que afloram simultaneamente ao processo de globalização. (PERUZZO, 2002, p.277)

Poder trazer ao grande público as suas necessidades, e ter a possibilidade de ser ouvido por outras pessoas e com isso disseminar idéias, é_o que as comunidades almejam quando buscam a comunicação. Os veículos de comunicação de grandes empresas não oferecem muito espaço, tornando o processo antidemocrático do ponto de vista participativo. A busca por esses meios populares

é a forma de ter maiores possibilidades de participação e de ter sua voz ouvida, em prol da comunidade, como colocam Girard e Spek:

A ênfase está na posse de esforços democráticos de desenvolvimento pelos membros da própria comunidade e o uso dos meios, no caso o rádio neste caso, para consegui-los. Em todos os sentidos, esta é uma comunicação participativa... É sobretudo um processo, não uma tecnologia, não meramente meios... [É] a comunidade falando entre eles e atuando junto em prol de objetivos comuns. (GIRARD e SPEK, 2002, p.4)

Por estarem à margem da comunicação regida pelos interesses comerciais, e sentirem a necessidade de buscar seu espaço de manifestação, “os movimentos sociais e outras organizações não ficam esperando leis ou políticas de comunicação favoráveis. Seguem seu curso e vão para a prática exercitar o direito à comunicação por intermédio de meios populares, alternativos e comunitários.”³

A utilização dos meios populares e comunitários se dá por esses movimentos sociais, que foram definidos por Peruzzo como o

conjunto de organizações das classes subalternas que são constituídas com objetivos explícitos de tentarem obter um melhor nível de vida através do acesso a bens de consumo individual e coletivo, da garantia da satisfação dos direitos básicos de sobrevivência e dos direitos de participação política na sociedade, como, por exemplo, os serviços de atendimento à doença, a escola em bairros recém-formados, moradia, reforma agrária etc. (PERUZZO, 2002, p.7)

Oliveira nos traz outra consideração a respeito de comunicação popular, na qual o fazer também é levado em consideração, já que é importante levar sempre em conta a dinâmica social na qual a mídia está inserida, tanto na sua recepção quando na sua produção. Segundo a autora,

A comunicação popular surge como fruto da insatisfação com relação às desigualdades sociais e, por consequência das precárias condições de vida da maioria da sociedade, atrelada à falta de liberdade de expressão dentro dos meios de comunicação massivos. Ela resulta não de um tipo qualquer de mídia, mas da dinâmica e demandas dos movimentos populares. (OLIVEIRA, 2007, p.41)

Com referência à comunicação popular, temos então classes subalternas e grupos segmentados que tentam melhorar o seu dia a dia e a sua perspectiva de

³Website AMARC

desenvolvimento pessoal e coletivo através da ação conjunta, e dessas ações, sejam elas concretas nos diversos âmbitos da sociedade, sejam elas no formato de disseminação de informação e de formação de um consciente comum. Para atingir esse objetivo, buscam a comunicação em uma maneira próxima em que tenham liberdade para agir e expressar-se, e uma das melhores ferramentas para isso são os meios populares e é neles que encontrarão o respaldo e penetração de que necessitam. A consolidação dessas ações e a formação de um pensamento comum que pode gerar ações reais e concretas serão percebidas com o desenvolvimento ao longo do tempo, quando as pessoas e comunidades em que essas mídias atuam conseguirem criar um senso de unidade em prol desse objetivo comum, de melhorar suas perspectivas de vida.

Cabe aqui fazermos uma reflexão sobre os termos que aparecem e são utilizados em diversos contextos quando a questão é comunicação advinda de iniciativas da população, organizada ou não. Comunicação comunitária, popular e alternativa são sempre mencionadas, mas existe uma pequena diferenciação, e por estarmos falando em comunicação e rádios comunitárias, temos que conceituá-las.

A comunicação comunitária, a popular e a alternativa estão, para Peruzzo, (2009) dentro de uma corrente de comunicação alternativa, que é de oposição à grande mídia vigente e aos canais governamentais no sentido de participação e de conteúdo. Segundo a autora,

a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das “comunidades”, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social. (PERUZZO, 2009, p. 132)

A definição de comunicação comunitária é interligada a todas as outras, uma vez que pode ser popular e também alternativa. Cicilia Peruzzo nos coloca que a comunicação comunitária tem um propósito, uma finalidade, que segundo ela é

favorecer a autoemancipação humana e contribuir para a melhoria das condições de existência das populações empobrecidas, de modo a reduzir a pobreza, a discriminação, a violência, etc., bem como avançar na equidade social e no respeito à diversidade cultural. (PERUZZO, 2009, p.134)

Estar buscando a melhoria de vida de uma comunidade faz com que a comunicação comunitária se torne importante, pois essa comunidade pode se utilizar de vários canais para mobilizar e inserir o seu público nos movimentos que podem acarretar mudanças concretas nas suas vidas. Por exemplo, a educação pela comunicação é uma forma de esses processos serem levados aos mais diversos pontos da comunidade de maneira igual e acessível, principalmente pelas rádios comunitárias, tornando-se um dos meios que mais crescem em termos comunicacionais.

Peruzzo (1998, p.116) coloca que “quando se fala comunicação popular, parece claro, à primeira vista, que se trata de uma comunicação do povo.” Uma comunicação voltada para todas as classes sociais e econômicas, que pode estar presente nos veículos dos grandes grupos de comunicação indiferente da orientação política ou de ter abrangência local ou nacional. A autora identifica três correntes da comunicação popular: o popular-folclórico, o popular massivo e o popular-alternativo (PERUZZO, 1998, p.118). O primeiro traz as manifestações culturais tradicionais do povo, presentes nas manifestações folclóricas mais diversas. O popular-massivo está ligado ao conteúdo, e está baseado na indústria cultural para definir-se como popular e massivo. A terceira corrente é o popular-alternativo, e está ligada à comunicação dentro dos movimentos sociais, sendo uma

realização da sociedade civil, que se constitui historicamente e, portanto, é capaz de sofrer as metamorfoses que o contexto lhe impõe, admitindo o pluralismo e ocupando novos espaços ou incorporando canais de rádio e televisão e outras tecnologias de comunicação, como as redes virtuais (Internet, etc.) (PERUZZO, 1998, p.119)

Já a comunicação alternativa está relacionada com a proposta de veicular conteúdos alternativos aos encontrados na mídia tradicional, sejam eles direcionados para grupos sociais ou econômicos, como, por exemplo, classes sindicais. Esse termo está associado à ideia de imprensa alternativa, que pode “ser caracterizado como de informação geral, à semelhança dos diários, semanários ou mensários, porém com abordagem crítica.” (PERUZZO, 2009, p. 136)

Estamos tratando nesta pesquisa de um meio de comunicação comunitário, em que existem diretrizes que fazem valer as regulamentações de lei de radiodifusão comunitária. A definição de comunicação popular não se aplica pelo fato de estarmos trabalhando com o conceito de modificação da realidade que as rádios comunitárias podem ter. Comunicação popular, e rádio popular, entendemos que pode ser qualquer tipo de rádio ou mídia, o que o torna popular é o seu conteúdo, voltado para uma audiência mais abrangente e não necessariamente delimitada de alguma forma, podendo ser uma mídia ou veículo de alcance regional ou até nacional.

Também entendemos que na comunicação alternativa está envolvida uma questão de conteúdo, já que existem veículos que são a alternativa para a grande mídia, inclusive podendo ter uma abrangência maior do que qualquer mídia considerada comunitária, tanto em número de pessoas envolvidas quanto em área geográfica. Nesta pesquisa, vamos adotar a denominação de rádio comunitária, segundo os conceitos colocados por Peruzzo, pois define melhor o veículo em que estão inseridos e em que contexto de comunicação estão os comunicadores que fazem parte deste trabalho.

A comunicação comunitária está presente em todas as mídias, mas neste estudo estaremos abordando a que mais tem crescido no país nos últimos anos, a rádio comunitária.

2. Rádios comunitárias: trajetórias, características e perspectivas

2.1 O rádio como mídia de massa

Vivemos em um novo tempo tecnológico. Mídias digitais, *internet, streaming, offline, online*, mp3, mp4, mpeg, RSS, *email, voicemail*, 3G. Pelo mundo afora, tecnologias cada vez mais avançadas fazem parte do dia a dia da sociedade. Mas temos uma realidade que faz com que tenhamos dois meios massivos para a disseminação de informação: a televisão e o rádio. A televisão, mesmo com sua abrangência e cobertura, tem um custo ainda elevado de recepção, o que a deixa em desvantagem quando comparada ao rádio, um meio de comunicação de massa, mais barato, acessível e instantâneo.

O rádio é a mais ágil das mídias de comunicação. As informações podem ser transmitidas no momento em que acontecem, e sem a necessidade de grandes aparatos tecnológicos, além de ser possível tê-lo em mp3 players, celulares e outros diversos dispositivos digitais. A versatilidade e o imediatismo do rádio fascina e atraem ouvintes ou profissionais que trabalham no veículo.

Desde a sua invenção, no século XIX, o rádio passou por diversos momentos, e por diversas transformações tecnológicas. Começou tímido, com limitações técnicas para transmissão e recepção, mas ganhou força quando começaram a ser comercializados em grande escala os primeiros receptores, ao final da Primeira Guerra Mundial nos Estados Unidos. As estações multiplicaram-se e surgiram as rádios comerciais. O aparelho era o centro de entretenimento, cultura e informação nas casas, e manteve esse posto até o surgimento da televisão. O rádio teve seu grande momento no Brasil na década de 50, com os grandes programas de auditório e as radionovelas, o que criou um estilo de se produzir entretenimento que é utilizado até hoje, tanto em rádio quanto em televisão. Com a invenção do transistor, o rádio ganhou mobilidade, pôde deixar a sala e a casa das pessoas e acompanhá-las por onde quer que seja. Mesmo com a chegada da televisão, que fez com que muitos dos profissionais migrassem para o novo meio, o

rádio conseguiu manter o seu espaço, diversificando a sua programação e segmentando o seu público. As tecnologias digitais se desenvolveram e trouxeram uma mobilidade ainda maior, com facilidade de recepção e uma maior qualidade técnica. As pequenas emissoras ainda conseguem sobreviver dentro do seu nicho de segmentação, mas grande parte da mídia atualmente está sendo monopolizada por grandes grupos comunicacionais, e isso torna a democratização dos meios uma realidade difícil. (retirei 2 parágrafos que vinham abaixo, sobre internet que não julguei mais necessários)

O rádio tem na sua simplicidade uma das suas grandes características. Um radinho de pilha tem um baixo custo e pode ser encontrado em lojas ou em bancas de camelô. Também apresenta facilidades no transporte, podendo acompanhar o ouvinte para todos os lugares. Isso torna o rádio um companheiro de todas as horas, e aqueles que estão do outro lado, gerando a programação, acabam se tornando amigos, aconselhadores, parceiros, camaradas e ídolos.

Era somente uma questão de tempo que a mídia mais simples em termos de utilização começasse a servir também para a mobilização social, para a disseminação de ideias e abertura de espaços para o diálogo. Com esses preceitos, começavam a surgir as rádios comunitárias.

2.2 Rádios comunitárias: historicidade e caracterização

Existem vários conceitos associados às rádios comunitárias, sendo confundidos com rádios livres e piratas. Vamos diferenciar esses conceitos, para que possamos ter um que considere as condições sócio-históricas em que emergiram e se desenvolveram no contexto dos movimentos sociais no Brasil e na América Latina. Isso vai nos ajudar a delimitar o que entendemos por rádios comunitárias, para podermos então analisar os comunicadores nelas inseridos.

As rádios livres surgiram na década de 60 e 70, e segundo Arlindo Machado, visando a

substituir um modelo de mídia monológico, *one way* e altamente centralizado na máquina burocrática do governo ou nos departamentos publicitários das grandes empresas por um sistema de comunicação

dialógico, *two way*, capaz de eliminar a distinção autoritária entre emissor e receptor e de devolver ao “ouvinte” um papel ativo, permitindo-lhe ultrapassar a condição de receptor passivo de ideologias alheias. (MACHADO, 1987, p. 29)

Essas emissoras buscavam libertar o ouvinte da sua recepção passiva tradicional, e torná-lo participante do meio. Os meios tradicionais de comunicação da época, como telefone e cartas, tornaram os ouvintes comunicadores em potencial, já que a idéia central era eliminar os intermediários e colocar no ar qualquer um que quisesse fazer uso do espaço radiofônico.

As primeiras iniciativas de uma rádio livre começaram nos movimentos sindicais. Com o objetivo de informar os trabalhadores, pequenas emissoras começaram a ser utilizadas nos Estados Unidos e Europa, mas cresceram de importância também na América Latina, principalmente na Bolívia.

Na Bolívia se instaurou um dos maiores movimentos de rádios livres da América Latina, no qual emissoras gerenciadas e mantidas pelos sindicatos de mineradores cobriam até 20% do território boliviano. As emissoras eram utilizadas para informar os trabalhadores sobre assuntos econômicos e políticos e tiveram um papel importante durante o golpe militar de Luis Garcia Menza Tejada, em 1980, quando oito emissoras transmitiram, em rede, informações internas e do exterior, e uniram trabalhadores de todo o país para a resistência ao golpe.

A expressão rádio livre ganhou força com a experiência italiana, em que as rádios tinham grande apelo político, organizando debates e dando grande participação aos ouvintes. As rádios livres italianas que não foram fechadas ou legalizadas acabaram se tornando rádios de partidos políticos, e continuam a ter um caráter político como no início das suas atividades. Já as rádios livres francesas começaram a surgir com os movimentos estudantis de Maio de 68, sendo que a primeira emissora foi instalada dentro da Universidade de Lille. A rádio Verte, que era mantida por ecologistas, foi uma das emissoras mais importantes e ajudou a impulsionar o crescimento do número de rádios desse tipo. Já na década de 80, com o apoio do governo de François Mitterrand e de empresários franceses que queriam investir em publicidade nas emissoras, as rádios se legalizam e começam a incluir

comerciais na sua programação. Algumas das antigas rádios livres hoje recebem apoio estatal, e têm uma programação voltada para assuntos culturais.

Em Cuba, Fidel Castro e Che Guevara criaram, em 1958 a Rádio Rebelde, que acabaria sendo muito importante para a estratégia militar dos guerrilheiros, pois não só servia de instrumento de comunicação com o povo, mas também entre os próprios revolucionários. Com a tomada do poder, a Rádio Rebelde se torna oficial e continua funcionando até os dias atuais.

No Brasil, as rádios livres tiveram a sua primeira experiência, ainda que curta, na década de 30, em Rio Grande, no Rio Grande do Sul. O ainda jovem Rodolfo Lima Martensen, que se tornaria um dos mais importantes profissionais da publicidade brasileira, fez as primeiras transmissões livres na sua cidade, buscando apenas a experimentação do meio que estava surgindo. As primeiras transmissões fixas de uma emissora livre aconteceram em 1971, quando surge a rádio Paranóica em Vitória no Espírito Santo. Mesmo sendo de caráter amador, feita por jovens e sem cunho político, a emissora foi fechada pelo governo e seus responsáveis acusados de serem contra o regime militar da época.

Em 1982, o interior de São Paulo viveu uma proliferação de rádios livres, principalmente em Sorocaba, onde comprovadamente 43 emissoras chegaram a operar simultaneamente, em horários dos mais diversos. Na capital paulista, em 1985, surgiu a Rádio Xilik, muito influenciada pelas rádios livres européias. A emissora, que discutia a liberdade de expressão e a democratização da comunicação, acabou tendo grande importância para os primeiros movimentos de organização das rádios livres no país. Muitas das emissoras foram criadas e mantidas dentro de universidades pelos movimentos estudantis, e isso reforçava o caráter de rádios livres aos moldes europeus. Algumas inclusive recebiam apoio das próprias instituições de ensino, assim como de seus professores e de entidades sindicais das cidades em que estavam estabelecidas. As emissoras sofreram grande repressão por parte do governo militar e muitas acabaram fechando as portas.

Outra experiência que despontou nos anos 70 e gradativamente ganhou força foi o uso de alto-falantes como meio de irradiação e de ensaio para rádios comunitárias. As rádios-poste, como eram chamadas, funcionavam através de alto-

falantes, que variavam em número de acordo com a localidade e disponibilidade financeira e eram colocados em postes de eletricidade ou em locais que cobrissem boa parte da comunidade para transmitir as mais variadas informações. As experiências com emissoras desse tipo começaram a tomar forma na década de 70, sendo a mais conhecida a de Lima, no Peru, onde um sistema de alto-falantes foi instalado no bairro Villa El Salvador. A comunidade tinha em torno de 200 mil habitantes, e a necessidade de uma mídia para auxiliar na mobilização e na educação popular fez surgir o sistema de alto-falantes, que depois deu lugar a uma emissora de rádio e a um canal de televisão.

No Brasil, as rádios-poste proliferaram, principalmente em locais com menor poder aquisitivo e necessidade de criar uma mídia que pudesse chegar ao maior número de pessoas possível. A periferia de Fortaleza, no Ceará, tem as suas primeiras emissoras nos anos 70, e elas aumentam em número na década de 80 a 90. Nessa mesma época surgem rádios-poste em Recife, Pernambuco, e em Vitória, no Espírito Santo, com diversas emissoras que são ligadas aos movimentos pastorais da Igreja Católica. Esse movimento se acentua em São Paulo, quando as primeiras emissoras surgiram dentro das Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica, principalmente na Zona Leste da capital paulista. A partir dessa base de rádio-poste é que se têm as primeiras iniciativas de articulação de um movimento de emissoras comunitárias, buscando a troca de informações sobre experiências positivas e negativas relativas ao modo de se fazer comunicação comunitária e à capacitação das pessoas que estavam às emissoras. Dessa articulação regional, começou a se criar uma organização em rede, de caráter nacional, entre os grupos responsáveis pelas rádios-poste, o que culminou com o 1º Encontro Nacional de Rádios Populares em Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, em 1992. Os primeiros movimentos nacionais de rádios comunitárias começaram a ser articulados a partir desse encontro, o que deu suporte e troca de informações para que a luta pela regulamentação das rádios comunitárias fosse feita em nível nacional, e não somente pelas associações mais representativas. Muitas rádios-poste acabam se transformando em emissoras de rádio convencionais, quando conseguem o apoio financeiro necessário para tanto. Algumas fazem o caminho inverso: tornam-se emissoras que veiculam por alto-falantes, buscando um custo menor de manutenção, já que o de uma emissora de rádio é alto, se comparado com os custos

de uma rádio-poste, e por evitar estar na ilegalidade, uma vez que existe a demora nas concessões de operação das rádios comunitárias pelo governo federal.

O crescimento e a proliferação dessas emissoras aconteceram pela procura de uma alternativa à informação e à disseminação de opiniões políticas, e pela busca por democratização dos veículos de comunicação. O objetivo era dar voz aos vários sotaques e línguas diferentes, cada um podendo se expressar da maneira que achasse melhor, podendo questionar ou simplesmente se fazer presente. As consideradas rádios livres sempre tiveram, na sua maioria, algum cunho ou motivação política, e é como iremos considerá-las.

Diferente das rádios livres, as denominadas rádios piratas surgiram em meados da década de 60 na Europa, mais precisamente no Mar do Norte, na Europa, onde em embarcações modificadas, eram feitas as transmissões para a costa da Inglaterra e também para França e Holanda. As rádios piratas tinham um cunho comercial diferente do das rádios livres, cujo principal objetivo era divulgar tanto música alternativa às emissoras da época, quanto produtos vindos de outras partes do mundo e que queriam alcançar um público específico e chamar a atenção do mercado. Essas rádios foram muito populares até o início dos anos 70, quando se criou legislação para combatê-las. Muitos comunicadores e profissionais renomados atualmente de diversas emissoras de rádio da Inglaterra surgiram nas rádios piratas da época.

Vimos que as rádios piratas se diferenciam das rádios livres em uma questão conceitual: a visão e apoio político que uma tem, a outra não tem. As rádios comunitárias são uma terceira via, em que a orientação política nem sempre está presente, assim como a necessidade comercial, e se busca a liberdade de expressão e o benefício da comunidade local.

Mas existe questionamento sobre se as rádios comunitárias estariam cumprindo o seu papel cidadão, quando podemos observar que muitas são frutos de acordos políticos e acabam tendo que fazer propaganda para determinada pessoa ou partido, ou então são ligadas a grupos religiosos que também detêm as ações referentes à programação. Enquanto a utilização das rádios deveria ficar no âmbito de desenvolvimento das comunidades em que são representativas, a dificuldade em

se conseguir a autorização para o funcionamento acaba gerando alianças com terceiros que não são ligados à comunidade, e isso pode causar desvios na proposta inicial da emissora. Márcia Vidal Nunes dá exemplos de emissoras comunitárias que são utilizadas com fins políticos no Ceará, mesmo sendo isso proibido pela lei que regulamenta as rádios comunitárias, e constatou “um uso abusivo destes meios para promoção deste ou daquele candidato durante a campanha eleitoral e, principalmente, no período que antecede ao seu início.” (NUNES, 2003, p.1)

Embora marcadas por essas contradições, percebemos que as rádios comunitárias estão se tornando muito importantes para a sociedade, como diz Fábio Martins:

As rádios comunitárias constituem uma instância fundamental para a democratização da comunicação, principalmente a da chamada comunicação eletrônica midiática, pela capacidade que têm de articular e mobilizar, positivamente, as comunidades em contextos locais de comunicação, o que nem sempre é possível através da mídia convencional. Elas possuem, portanto, um grande potencial educativo e de prestação de serviços comunitários. (MARTINS, 2004, p.2)

As comunitárias vieram com essa idéia: um canal de expressão no meio de uma sociedade cujos meios de comunicação são monopolizados por poucos grupos financeiros que dificilmente abrem espaço para manifestações mais participativas. Muitas dessas manifestações acontecem através da rádio-poste, que pode ser o primeiro estágio de uma emissora propriamente dita, economicamente viável. E como coloca Cogo, “O movimento popular, portanto, não faz comunicação por comunicação, mas a pratica no marco de um processo transformador no qual o componente comunicacional se une ao pedagógico e organizativo”. (COGO, 1998, p.40)

Bruce Girard e Jo Van der Spek levam adiante esse conceito, trazendo uma visão do que pode ser uma emissora comunitária, estabelecendo que ela seja mais que uma mídia, é um processo social, em que

membros da comunidade se associam para conceber programas e produzi-los e transmiti-los, tomando o papel principal como atores do seu próprio destino, sendo isto para coisas simples como arrumar cercas na vizinhança, ou uma campanha ampla na comunidade em como usar água limpa e

mantê-la limpa, ou agitação pela eleição de um novo líder local. (GIRARD e SPEK, 2002. tradução do autor)

Girard, em seu artigo sobre o potencial do Afeganistão para o desenvolvimento de rádios comunitárias, coloca as características que as emissoras devem ter em comum, que são: ser baseadas na comunidade, ser independentes e ser participativas. Baseadas na comunidade quer dizer que a rádio é baseada em sua comunidade e presta serviço a ela. Ele coloca que usualmente uma comunidade é definida geograficamente, mas isso pode variar conforme a sua abrangência, e que também podem ser comunidades de interesses, como mulheres, jovens ou minorias culturais e linguísticas. Quando relaciona independência, o autor se refere à independência de governos, doadores, anunciantes e outras instituições. Mesmo existindo essa independência, isso não quer dizer que não existam relações oficiais com essas instituições ou que não possam receber fundos através delas, apenas que essas relações sejam transparentes e claras. A terceira característica que o autor coloca é a participação, e ele enfatiza que deve ser exercitada em uma grande variedade de meios, permitindo que pessoas sem espaço possam ser ouvidas e participem do movimento democrático, tendo voz nas decisões que vão dar molde a suas vidas e que vão melhorar seus padrões de existência.

A implantação de novas emissoras comunitárias se dá com cada vez mais naturalidade e aceitação dentro da sociedade, pois une a comunidade em torno de uma mídia que pode trazer inúmeros benefícios para a comunidade, sejam eles diretos ou indiretos. Como ressalta Mário Figueiredo, no Manual de Apoio à Produção de Programas em Rádio Comunitária:

A rádio comunitária é uma ferramenta específica para o fortalecimento das comunidades, de desenvolvimento e mudança social. A principal razão é que a rádio comunitária pertence a um grupo limitado de pessoas, uma pequena comunidade, em que as condições básicas da vida e os seus desafios são mais ou menos os mesmos, onde todos se conhecem e onde as mais recentes pesquisas indicam que as pessoas gostam de nela –na comunidade- de viver. (FIGUEIREDO, 2003, p.5)

A AMARC, a Associação Mundial das Rádios Comunitárias, caracteriza os meios comunitários como meios que possibilitam maior exercício da liberdade e

democracia, em que não somente os seus produtores e integrantes podem participar, mas também as comunidades ou grupos que se acharem no direito de fazer uso da palavra.

Os meios comunitários têm sua razão de ser na satisfação das necessidades de comunicação e habilitar o exercício do direito à informação e à liberdade de expressão dos integrantes de suas comunidades, sejam elas territoriais, etnolinguísticas ou de interesses. Como meios pluralistas, devem permitir “acesso, diálogo e participação” da diversidade de movimentos sociais, raças, etnias, orientações sexuais e religiosas, idades ou de qualquer outro tipo, em suas emissoras. (AMARC, 2008. p.8)

Os meios comunitários dão às comunidades a oportunidade de gerenciar a própria comunicação em uma mídia que pode atingir um grande número de pessoas ao mesmo tempo, e de maneira mais acessível. Com o rádio, não é preciso pagar para se ter acesso, a possibilidade de a mensagem ser entendida é muito maior do que em outros meios, e ele permite que pessoas sem experiência possam participar desse veículo.

O Estado nem sempre consegue colocar informação de maneira que possa atingir a todos de modo satisfatório, não atendendo as necessidades de cada comunidade, o que faz a sociedade então procurar o seu próprio meio de comunicação, sendo esse um retrato daquela comunidade, como coloca Tomás José Jane:

A rádio comunitária como voz da comunidade, representa e coloca claramente as necessidades, os problemas, as aspirações, as vontades, as idéias, os sentimentos, críticas e assuntos prioritários das pessoas da comunidade. Quando a rádio comunitária deixa de ser sensível às necessidades da comunidade onde está inserida e que está servindo, então ela deixa de ter razão de existir porque perdeu a sua identidade. (JANE, 2004, p.186)

Além de ser um espaço em que a comunidade pode se fazer representar e se manifestar, a rádio comunitária se constitui no espaço de busca pelos direitos, de manifestação pública de descontentamentos, de troca de informação e de liberdade de expressão, e por isso a rádio comunitária deve ser respeitada, como ressalta Jane:

Por constituir-se em um espaço privilegiado para a socialização das opiniões e conhecimentos, e deve ser palco e instrumento de luta no convencimento e pressão aos agentes sociais, sua política editorial e os princípios de ética e moral devem estar sempre presentes na luta contra a manipulação das informações, buscando, com a sociedade civil, a democratização dos meios e do acesso à informação. (JANE, 2004, p.186)

A comunicação dentro das comunidades sempre existiu e se fez necessária. Eventualmente as comunidades resolveram adotar o rádio como mídia para sua comunicação, pois se fez a “necessidade de se usarem meios mais eficientes de mobilização popular, pois os panfletos e outros materiais escritos eram muito limitados.” (Peruzzo, 1998, p.161)

Nos grandes centros, onde as emissoras comerciais estão mais distantes, as comunitárias fazem o papel de interlocutoras das massas no que se refere às temáticas locais, e a comunicação com o público se torna essencial. Sugestão de pautas, participação ativa no ar dando retorno em relação a problemas levantados na comunidade pela emissora e pelos próprios ouvintes, utilização de membros da comunidade como repórteres para buscar pautas ou falar da situação do trânsito são algumas formas de como a audiência pode fazer parte da programação de uma emissora.

Muitos programas de rádios comunitárias não tocam música, pois preferem utilizar o espaço para a comunicação com a sua audiência, e com isso permitem que a participação seja muito efetiva e quantitativamente grande, ao contrário das comerciais que têm obrigações com intervalos comerciais e nem sempre podem disponibilizar espaço para que seu ouvinte se manifeste da maneira mais ativa ou honesta possível. E esse é um dos desafios do meio radiofônico, pois é uma mídia que está sempre em transformação.

As rádios comunitárias são as rádios que têm, em sua essência, a busca pelo contato direto e representação da comunidade em que estão inseridas. Na Europa, o conceito é associado às rádios piratas que acabaram legalizadas, mas que mantêm uma forma de atuar mais parecidas com a das rádios comerciais convencionais. Nos Estados Unidos e Canadá, as rádios comunitárias têm um perfil mais parecido

com o modelo que é reconhecido como rádio comunitária no Brasil. A preocupação com a comunicação da comunidade, o funcionamento sem fins lucrativos e a busca de espaço fora dos grandes grupos comunicacionais são alguns elementos que encontramos em emissoras americanas e canadenses bem como em emissoras brasileiras.

Essas rádios piratas, comunitárias ou livres, são a alternativa que a sociedade e os movimentos organizados encontraram para democratizar a comunicação, como disse Machado:

Se entendemos por democracia a coexistência dialética das diferenças e a constituição de canais onde as minorias possam ter voz e vez, é preciso conceber sistemas simbólicos que levem em conta e permitam florescer essa diversidade, desestabilizando, ao mesmo tempo, o poder de centralização e controle dos regimes autoritários. (MACHADO, 1987, p. 140)

Enquanto que os meios de comunicação de massa partem para a massificação da informação, essas rádios buscam o localismo e a informação centrada no ouvinte próximo, que realmente quer saber o que acontece a sua volta de maneira que possa compreender a sua realidade, e elas têm como um dos objetivos básicos “democratizar a palavra que está concentrada em poucas bocas e em pouquíssimas mãos para que nossa sociedade seja mais democrática.” (COGO, 1998, p. 75)

E é nessa busca, tanto por parte do comunicador quanto por parte do ouvinte, que a comunicação realmente acontece e se consolida, pela troca existente entre os dois lados, como coloca Kaplun:

A verdadeira comunicação não está dada por um emissor que fala e por um receptor que escuta, e sim por dois ou mais seres ou comunidades humanas que trocam e compartilham experiências, conhecimentos, sentimentos (mesmo que seja à distância através de meios artificiais) (KAPLUN, 1996, p. 68 tradução do autor)

Trazendo essa experiência para a realidade, em que os comunicadores podem compartilhar experiências e os ouvintes se fazer ouvir, as emissoras

comunitárias ganham espaço e visibilidade nos dias atuais. Passaram a se reunir em associações e grupos para poderem trocar experiências e compartilhar resultados. As rádios não estão somente buscando o seu ouvinte local e como solucionar os seus problemas, mas trazendo para dentro da comunidade questões mundiais que podem afetar o indivíduo e por consequência, o todo.

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação, realizada em Brasília em 2009, teve transmissão por inúmeras emissoras, interessadas em divulgar as decisões que poderiam ser tomadas no que se refere à comunicação e à sua liberdade. A Associação Mundial das Rádios Comunitárias, AMARC, participou da cobertura e das discussões da sociedade civil da 15ª Conferência das Partes da Convenção do Clima (COP 15), que aconteceu na capital dinamarquesa, Copenhague, em Dezembro de 2009. Uma delegação com 12 membros de diversos países foi até a conferência, e transmitiu os principais pronunciamentos e debates, trazendo também os resultados através de uma visão mais igualitária e social.

A importância de os movimentos comunitários serem representados em eventos como os citados mostra a relevância que essas emissoras têm nas suas comunidades e a preocupação que os seus ouvintes têm em relação aos temas abordados. Isso mostra que pode existir uma ênfase no local, mas que o global também interessa, uma vez que pode e vai afetar o local. Enquanto as grandes mídias transmitem as suas visões sobre os acontecimentos, as emissoras comunitárias estão lá presentes para mostrar o seu lado e o lado que é interessante para o seu ouvinte, trazendo uma multiplicidade de abordagens, sempre pensando no seu público final. A nota divulgada pela AMARC ao final da COP 15 reafirma a liberdade de expressão e de imprensa, e diz que “a pauta ambiental foi reduzida a somente as fatalidades e as catástrofes, quando na realidade a crise ambiental é também a crise moral de um sistema econômico e das nossas instituições políticas e sociais.” (AMARC, 2010)

Esse amadurecimento por parte das emissoras comunitárias traz mais credibilidade para uma mídia que é marginalizada e tem sua legalização dificultada por burocratizações legais. Coberturas de eventos nacionais e internacionais se tornam uma constante, já que é possível transmitir, através de material divulgado na Internet o que acontece e como isso afeta o dia a dia das pessoas. Muitas emissoras

transmitem, ou retransmitem, o material que é gerado ao vivo, formando uma cadeia de rádios e emissoras comunitárias, aos moldes das rádios comerciais, mas com uma pauta diferente e direcionada. As rádios tentam, assim, buscar uma comunicação mais transparente, sem os mesmos direcionamentos editoriais que existem nos grandes grupos de comunicação.

2.3 Radiofonia comunitária nos contextos brasileiro e gaúcho

Essas características nos deixam mais próximos de entender como uma rádio comunitária está definida atualmente, estando fixada em uma comunidade, que não precisa ser geograficamente estabelecida, e por ter a participação dos seus membros comunitários como eixo primordial para que a emissora possa ajudar na melhoria do seu dia a dia.

Norteando essas ações estão as diretrizes impostas pela legislação das rádios comunitárias vigente no Brasil, a qual dá as emissoras uma base igualitária em termos de procedimentos e deveres a serem cumpridos. Alguns itens da lei de radiodifusão comunitária são importantes por definirem parâmetros técnicos, como o alcance limitado até quatro quilômetros e potência máxima de transmissor de 25 watts, enquanto outros são relativos ao conteúdo. Uma emissora comunitária tem obrigação de veicular programas que enfatizem a cultura local, apoiando todos os tipos de manifestações artísticas, e somente pode buscar recursos financeiros na forma de apoio cultural. Reunindo as questões legais, que se fazem presentes em função da necessidade da legalização para poderem funcionar, e as características próprias de meio de comunicação comunitário, temos os principais aspectos da lei de comunicação comunitária destacados abaixo:

Lei Nº 9.612, de 19 de Fevereiro de 1998:

- Art. 1º Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.

- § 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado à comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros.
- Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:
 - I - dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;
 - II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
 - III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
 - IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;
 - V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.
- Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:
 - I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
 - II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
 - III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
 - IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.
- § 1º É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.
- § 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

- § 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária.
- Parágrafo único. A outorga terá validade de dez anos, permitida a renovação por igual período, se cumpridas as exigências desta Lei e demais disposições legais vigentes.
- Art. 7º São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente constituídas e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.
- Art. 8º A entidade autorizada a explorar o Serviço deverá instituir um Conselho Comunitário, composto por no mínimo cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associações de classe, beneméritas, religiosas ou de moradores, desde que legalmente constituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.
- Art. 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. 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. 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 busca pela regulamentação das emissoras comunitárias foi resultado da luta dos movimentos sociais pela democratização da comunicação, uma vez que o Brasil foi o último país da América do Sul a ter uma legislação para emissoras de baixa potência, como são as rádios comunitárias. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, que surgiu em 1991 e tem atualmente 15 entidades nacionais afiliadas, mantém uma atuação constante junto ao governo federal, propondo novas políticas de democratização dos meios na sociedade, tendo enfatizado seus trabalhos principalmente no processo da elaboração da nova Constituição. O Fórum foi uma das entidades representativas que mais estiveram presentes no processo de articulação para a legalização das rádios comunitárias, o que resultou na criação da Abraço, a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária. A lei que regula as emissoras comunitárias acabou sendo criada com críticas, inclusive do próprio Fórum, mas os movimentos conseguiram um canal legal para que pudessem exercer o seu direito à comunicação e à livre expressão, mesmo que o processo de outorga fosse demorado.

Entretanto, mesmo frente a esse cenário de dificuldade, as emissoras comunitárias crescem em número e buscam o seu espaço no país. Uma pesquisa divulgada em setembro de 2007 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelou que em 48,6% dos municípios brasileiros existem rádios comunitárias autorizadas, superando pela primeira vez as emissoras comerciais de FM (34,3%) e as de AM (21,2%). Segundo a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO), existem cerca de 20 mil entidades esperando para que seu pedido seja analisado e, portanto, sem resposta do governo federal⁴. Os números mostram que a população, as entidades e comunidades querem ter o seu espaço para produzir e disseminar informação para as comunidades em que estão atuando.

As emissoras não precisam seguir um modelo de gestão e participação, o que faz com que cada comunidade, quando coloca a sua emissora no ar, busque a sua maneira para gerir a rádio. A lei de radiodifusão comunitária apenas exige a

⁴<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1970628-EI306,00.html>

constituição de um conselho comunitário, que deve ser composto por representantes de entidades da comunidade local “com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse da comunidade e dos princípios estabelecidos no art. 4º desta Lei.” A sustentabilidade econômica pode ser feita através de apoio cultural feito pelos estabelecimentos situados dentro da área de cobertura da emissora, mas o conselho é que busca as formas como isso vai ser feito. A inserção da rádio na comunidade, o tipo e conteúdo da informação, assim como a maneira com que a própria comunidade vai participar da emissora é que pode diferir de uma para outra. A gestão participativa pode ser feita de várias formas, através de grupos de pessoas em que todas tomam as decisões dentro da emissora, com relação à programação e a quem vai trabalhar, ou conforme rádios comerciais, com uma estrutura organizacional estruturada com diretores e coordenadores. A forma como a informação será tratada também pode diferir de uma emissora para outra, conforme a linguagem que a comunidade está habituada a utilizar, da proximidade do comunicador com a audiência e também da formação desse comunicador, na sua habilidade de falar, escrever e se comunicar.

Uma nova realidade que se aproxima das rádios comunitárias é a municipalização da lei que autoriza o funcionamento das emissoras. Apesar de haver muita discussão em algumas cidades a respeito da transferência do poder para a autorização das rádios, algumas importantes cidades brasileiras já o fizeram, como São Paulo e Campinas no estado de São Paulo, Vitória no Espírito Santo, João Pessoa na Paraíba, Uberaba em Minas Gerais e Olinda em Pernambuco. Por serem emissoras com alcance restrito e terem o seu foco no interesse local, existe a interpretação da lei de que o município pode regular essas emissoras, e com isso, desburocratizar o processo de concessão federal e agilizar as regulamentações. Nas cidades citadas, o poder municipal ainda não tem totalmente o poder, uma vez que em muitas cidades a lei municipal está sendo questionada judicialmente por grupos econômicos que possuem emissoras comerciais, e em outras o poder municipal está apenas auxiliando no encaminhamento dos processos em âmbito federal. Mas a iniciativa é bem vista pelas emissoras e associações, uma vez que o poder, passando para o nível local, trará muito mais rapidez aos processos, facilitará a obtenção das autorizações, e o poder municipal poderá ter uma fiscalização maior

do real conteúdo transmitido pelas rádios, mantendo no ar somente as que cumpram com o previsto para as emissoras comunitárias.

No contexto do Rio Grande do Sul, as rádios comunitárias têm um histórico recente. As rádios livres, no seu formato mais tradicional, embasadas na iniciativa estudantil, tiveram algumas tentativas sem muito sucesso nos anos 60 e 70. Somente em meados da década de 90 é que se têm as primeiras experiências propriamente ditas com mídias comunitários em Dom Feliciano (Rádio Integração, no ar desde 1996), Horizontina (Virtual FM, operando desde 1997), Encruzilhada do Sul (Rádio Comunitária 97.7 funcionando desde 1997) e Pelotas (Radiocom Comunidade FM no ar desde 1999).

Em Porto Alegre, as rádios comunitárias estão presentes há mais de 10 anos, quando entrou no ar a emissora Restinga FM, no bairro da Restinga, em 1998. A rádio foi fechada pela Anatel em 2004, e voltou a funcionar sob o nome de Rádio Quilombo, estando no ar até os dias de hoje. Em 2007, começou a funcionar a Rádio Comunitária 87.9 FM, uma iniciativa da Associação dos Moradores do Bairro Rubem Berta, na Zona Norte de Porto Alegre.

A rádio Ipanema Comunitária, que faz parte deste estudo, está no ar desde 2005, tendo o seu processo de outorga perante o Ministério das Comunicações encaminhado em 2002, quando o último edital para rádios comunitárias para Porto Alegre foi publicado. A iniciativa foi de Doraci Engel, jornalista e morador do bairro Ipanema, que entrou com a idéia inicial do projeto, sendo auxiliado por diversas pessoas ligadas a outros movimentos comunitários da Zona Sul da capital gaúcha. A rádio é gerida por um conselho diretor de que fazem parte as entidades representativas de movimentos comunitários da região, além de pessoas que apresentam programas na rádio e que querem se envolver na gerência da emissora.

3. O comunicador das rádios comunitárias: formação, educação e cidadania

As rádios comunitárias, assim como qualquer meio de comunicação, são operadas e têm seu conteúdo produzido por pessoas. Nas grandes emissoras, é exigido algum tipo de formação, seja para radialistas ou para jornalistas, um curso técnico ou um curso superior. As pessoas por trás dos microfones, das mesas de áudio, dos computadores ou dos gravadores das rádios comunitárias têm essa formação que é cobrada por outras emissoras? A análise de quem é essa pessoa, esse comunicador, e o que pode significar essa formação, ou a falta dela, para uma rádio comunitária também torna pertinente este estudo, além de identificar um possível novo mercado de trabalho para os profissionais da área.

Não podemos comparar funções entre radialistas e jornalistas, mas muito de uma prática diária é semelhante em uma emissora de rádio, portanto a nossa inquietação acaba contribuindo para a elaboração do problema de pesquisa desta dissertação. Um dos fatores que podem influenciar em um profissional é a sua formação não-escolar, a sua formação intelectual. Esse *background* que não foi adquirido em instituições de ensino pode ser formado por várias fontes, e uma delas acaba sendo mais específica para a pesquisa: é a convivência e participação em movimentos comunitários e populares.

O profissional, ao estar participando desses dois ambientes, o comunicacional e o comunitário, pode vir a ter uma ação diferenciada em virtude do trabalho que lhe é proposto. A formatação de programas, a parte técnica em que se faz necessário um mínimo de domínio em algumas emissoras, e principalmente pela temática em que está envolvido, tudo isso pode trazer formas diferentes de atuação. O modo de fazer comunicação pode exigir adaptações, se pensarmos em um ambiente de trabalho que tem como premissa básica estar a serviço de uma comunidade, seja ela definida geograficamente ou não. A rádio comunitária se torna um meio para o seu público tanto na forma de veículo de comunicação, como no auxílio na formação de recursos humanos. A formação de comunicadores comunitários está se dando também na prática, sem participação de muitos deles em atividades ou cursos acadêmicos de formação específica. A democratização dos

meios através dos movimentos de comunicação comunitária permite a integração de vários elementos da sociedade, sejam eles de um lado do microfone ou de outro, como coloca Peruzzo

Os meios de comunicação, implementados no contexto das organizações progressistas da sociedade civil, assumem mais claramente um papel educativo, tanto pelo conteúdo de suas mensagens, quanto pelo processo de participação popular que podem arregimentar na produção, no planejamento e na gestão da própria comunicação. A participação popular é algo construído dentro de uma dinâmica de engajamento social mais amplo em prol do desenvolvimento social e que tem o potencial de, uma vez efetivada, ajudar a mexer com a cultura, a construir e reconstruir valores, contribuir para maior consciência dos direitos humanos fundamentais e dos direitos de cidadania, a compreender melhor o mundo e o funcionamento dos próprios meios de comunicação de massa. (PERUZZO, 2002, p.16)

O caráter educativo é um dos mais importantes das mídias comunitárias, já que elas podem trazer para a comunidade uma nova forma de ver a realidade e o mundo conforme acreditam seus idealizadores e comunicadores, sem a interferência de grandes grupos comerciais que são responsáveis pelos grandes veículos de comunicação. Então informar, que de certa forma também é educar, coloca a rádio comunitária como um grande educador, que está próximo, entende a sua realidade e traz para perto as questões que lhe são familiares. Com isso, o profissional que está envolvido nessas emissoras também está sendo educado, para trabalhar com comunicação e com o público que a rádio atinge, e transformando essa sua tarefa de trazer informação sobre as questões da comunidade em uma formação, colocando em prática ações que muitas vezes somente são aprendidas em cursos de formação específicos.

A formação desse comunicador pode ajudar a colocar em um mercado competitivo uma pessoa que queira seguir a sua vida profissional como comunicador. A atividade comunitária pode lhe dar algumas ferramentas e noções do trabalho com o local, com a comunidade, de ouvir as pessoas e dialogar com elas. Isso é a matéria prima para a comunicação, em qualquer âmbito, mas se torna mais fundamental em termos comunitários, uma vez que a proximidade com o ouvinte é muito maior, devido à identificação geográfica ou social e cultural. José Ignácio Lopes Vigil, em seu Rádio Revista de Educação Popular coloca que:

Educar é dialogar. É criar uma relação nova com os ouvintes. Uma relação democrática sem “emissores” nem “receptores”. Porque todos emitem e todos recebem. Porque os companheiros da rádio têm como tarefa principal fazer com que o outro fale, se expresse, se comunique. Que o povo, cada vez mais, seja o produtor de seus próprios programas. (VIGIL, 1986, p.9)

O diálogo proposto é a forma que as mídias comunitárias têm de educar, e a maneira mais fácil de criar um relacionamento com o seu público e com quem participa da sua construção. A formação do pensamento das pessoas, refletindo o que seria um ideal de meio democrático, em que todos da comunidade poderiam ter a sua voz ouvida, pode tornar o desenvolvimento pessoal e coletivo dessas pessoas uma coisa plausível e palpável, já que o meio de comunicação comunitário tem liberdade para auxiliar na busca desse objetivo. Poder participar de uma forma ativa, produzindo e transmitindo conteúdo, em uma mídia que faz parte do dia a dia das comunidades, ajuda no processo de formação de sujeitos protagonistas da comunicação, como coloca Peruzzo:

A participação das pessoas na produção e transmissão das mensagens, nos mecanismos de planejamento e na gestão do veículo de comunicação comunitária contribui para que elas se tornem *sujeitos*, se sintam capazes de fazer aquilo que estão acostumadas a receber pronto, se tornem protagonistas da comunicação e não somente receptores. (PERUZZO, 2002. p.11)

Deixando de ser mero receptor, e passando a ser protagonista, já que a atuação em um meio de comunicação pode trazer novas visões a respeito da sua realidade, o comunicador de uma mídia comunitária se depara com novos desafios, como trazer novas informações para a realidade que vive e auxiliar a sua comunidade a absorver, entender e compreender o que está acontecendo no mundo e a sua volta. E deve- ser ter uma continuidade, para que seja um processo contínuo, como coloca Bona:

Esses novos desafios devem ser vistos como prática contínua na qual o comunicador se transforma em articulador social, unindo públicos por meio das ferramentas a que tem acesso e trilhando um caminho de intervenção em que ele torna-se gestor do processo de democratização dessas práticas, abrindo o acesso para que outros atores possam fazer parte e se utilizar desse ferramental para a promoção social. (BONA, 2008, p.6)

Outro desafio que se apresenta é a oportunidade de mudança da sua própria realidade, utilizando a mídia comunitária como uma forma de ganhar experiência e habilidades específicas para ingressar no mercado de trabalho de comunicação, aliando a isso a participação, ou não, de algum tipo de formação acadêmica ou técnica. A educação pode se dar através da mídia na forma de recepção, quando é transmitida uma mensagem que vai auxiliar no processo de desenvolvimento pessoal do indivíduo que está recebendo a transmissão, e por consequência de toda a comunidade. Mas essa educação também pode se dar pela participação e no envolvimento direto com a mídia, e é dessa forma que estamos vendo as rádios comunitárias, no sentido de serem agentes educadores. O que pode ser feito e aprendido depende de cada um e das particularidades de cada emissora, mas a pessoa pode crescer fazendo parte do processo, como coloca Peruzzo:

Numa rádio comunitária, por exemplo, exercendo funções como a de redator, locutor ou operador de som, criando roteiros e participando da discussão e da tomada de decisões, as pessoas se desenvolvem. Aprendem a falar em público, desenvolvem sua criatividade e se percebem como capazes. E assim vão melhorando sua auto-estima. Por vezes, pessoas passam a ter seus talentos reconhecidos, seja pela música, pelo espírito de liderança ou pela qualidade de locução. Melhoram seus relacionamentos sociais. Simultaneamente, a experiência em veículos de comunicação comunitária também pode ajudar e apontar a alguns jovens novos rumos para o estudo e atividades profissionais, como a prática vem demonstrando. (PERUZZO, 2007, p.83)

Um comunicador pode ter vários tipos de formação, se pensarmos na maneira como ele pode se preparar para trabalhar em um veículo de comunicação. Na grande mídia, e quando falamos em grande mídia estamos nos referindo aos grandes meios de comunicação que têm uma abrangência local, estadual e até nacional, geralmente é exigido algum tipo de formação correspondente à função em que se vai atuar. Especificamente na mídia rádio, essa formação pode ser de caráter técnico, como cursos de radialista e de operadores de áudio, ou de nível superior, como cursos de comunicação em que estão as habilitações de jornalismo, publicidade e propaganda e também rádio e TV.

A profissão de radialista, regulamentada por lei em 1978, dá várias possibilidades de trabalho e funções possíveis que um profissional pode desempenhar em uma emissora radiofônica e também televisiva, como locução,

produção, tratamento e registros sonoros, entre outros. O curso geralmente tem duração de três meses, com uma carga horária em torno de 300 horas/aula⁵, habilitando ao registro de radialista perante o Ministério do Trabalho. Para funções voltadas a locução e produção, normalmente é a formação exigida pelos empregadores em rádios e emissoras de televisão. Para poder operar aparelhos de áudio ou vídeo, é exigido mais um curso de operador, que é feito adicionalmente ao já concluído de radialista. Os cursos de radialistas e operadores de certa forma democratizam a formação e a profissão, já que o comunicador pode frequentar o curso e só então procurar uma colocação no mercado, o que não era possível anteriormente, pois ele tinha que estar trabalhando em uma emissora para que pudesse requisitar e conseguir o registro profissional adequado.

A outra formação normalmente exigida é a de jornalista, que é uma formação de nível superior e que possui cursos com uma alta carga horária e por consequência, um tempo maior de duração. A profissão foi regulamentada em 1967, e para o seu exercício era obrigatório o diploma até o final de 2009, quando a exigência foi extinta. O jornalista, ao concluir o curso, está apto a criar e gerenciar conteúdo jornalístico, assim como repassar isso ao seu público. Esse profissional pode trabalhar em qualquer mídia, como rádio, televisão, jornal impresso, assessorias e equivalentes na Internet. A preocupação com relação ao fim da exigência do diploma se faz presente em função da qualidade da informação transmitida, mesmo que grandes empresas de comunicação continuem a contratar somente quem tem um curso superior.

Para poder atuar em uma mídia atualmente, e mais especificamente no rádio, alguma dessas formações é exigida, e dependendo da empresa, experiência prévia é essencial. Alguém que está cursando jornalismo em alguma faculdade ou universidade tem a oportunidade de fazer estágios, e com isso, adquirir a experiência necessária para adentrar o mercado de trabalho de maneira mais segura. Já quem tem uma formação de radialista, que fez um curso técnico em um curto período de tempo, não pode ter a mesma oportunidade que alguém que está em um curso de nível superior em termos de estágios, portanto tem que buscar

⁵Carga horária do curso de Locutor de Rádio e TV da FEPLAM – Fundação Padre Landell de Moura, em Porto Alegre, RS.

outras formas de adquirir alguma experiência antes de tentar entrar no mercado das grandes empresas de comunicação. E é em relação a essa lacuna que as rádios comunitárias estão se mostrando como um novo mercado.

Por ter um direcionamento voltado para a comunidade, em que o pluralismo de vozes deve ser levado em consideração, as emissoras comunitárias abrem o espaço para que todos, ou a maioria, dos interessados possa participar e trazer para a rádio e para a comunidade uma comunicação mais direta e livre. Portanto, não se faz uma exigência por uma formação, seja ela técnica ou de nível superior, já que a comunicação é feita de maneira mais informal refletindo a comunidade, e o trabalho também é feito normalmente em caráter voluntário. Para alguns cargos dentro de uma rádio, podemos ter profissionais contratados para certas funções específicas, como a gerência ou cargos técnicos em que é necessário conhecimento mais aprofundado. Mas a falta de formação pode acarretar programas de menor qualidade ou de discursos inapropriados, uma vez que só por ser uma emissora comunitária não é necessário ter um controle de qualidade, como ressalta Cogo quando diz que “o profissionalismo não é contraditório com o caráter comunitário ou popular de uma emissora.” (1998, p. 94) Não é por ter uma abrangência restrita a uma comunidade ou a um grupo de pessoas que os programas podem ser produzidos de forma desleixada ou sem preocupações com um mínimo de organização. Peruzzo (1998) também coloca que a especialização é muitas vezes deficiente, o que pode resultar em locutores mal preparados e sem a devida condição de conduzir entrevistas e participações dos ouvintes.

No contexto das rádios comunitárias, em muitos casos “a especialização é deficiente, colocando-se no ar, por exemplo, locutores cuja fala não se consegue entender, ou deixando que o líder comunitário ocupe o microfone por quase uma hora para um discurso inadequado para o meio.” (PERUZZO, 1998, p.151)

A especialização, à qual Peruzzo se refere, está relacionada à produção que compreende a formatação de informações para serem transmitidas, a organização de programas, a maneira como são pautados, a relação com a comunidade. Isso diz respeito à própria formação do comunicador, que, muitas vezes, tem outra qualificação que não em comunicação. O imprevisto pode estar

presente nessas emissoras quando da utilização de muitas pessoas no ar, já que nem sempre existe pessoal qualificado ou disposto a trabalhar na mídia. As pessoas simplesmente interessadas em comunicação são utilizadas, e podem ter o espaço na rádio sem ter um prévio conhecimento das técnicas mais comuns para a produção em radiodifusão, como conceitos de redação, expressão oral, códigos, e como enfatiza Kaplun

A comunicação popular não deveria seguir desdenhando estes conhecimentos. Ao contrário, deveria apropriar-se deles. Desde logo, não como definições abstratas, e sim convertê-las em ferramentas práticas para aplicá-las no trabalho cotidiano. (KAPLUN, 1996, p.111. tradução do autor)

A forma de participação dos comunicadores nas rádios comunitárias é fator importante, tanto para as emissoras quanto para os próprios profissionais, uma vez que, sem ter fins lucrativos e sem ter como arrecadar fundos da maneira publicitária convencional⁶, apenas contando com eventuais apoios culturais, o voluntariado é a forma mais comum de vínculo entre as rádios e seus profissionais. O voluntário em uma rádio comunitária é um sujeito fundamental para que essa comunicação comunitária aconteça, pois é ele que mesmo após, ou antes, da sua jornada habitual de trabalho, dedica tempo para que a emissora funcione e esteja operando dentro da comunidade. A participação voluntária muitas vezes é essencial para a existência das rádios comunitárias.

A própria fundação e a criação das rádios comunitárias começam com iniciativas de associações e sindicatos, por pessoas que já estão dedicando seu tempo para ações em prol da comunidade. As rádios passam a depender dessas pessoas, já que, como no caso brasileiro, o lucro não é permitido pela legislação da radiofonia comunitária; portanto, não é possível a remuneração dos profissionais através da venda de comerciais. Essa dependência pode gerar dois sentimentos antagônicos: pode gerar um comprometimento muito grande, já que por depender dele, o voluntário vai se envolver mais com a emissora e ter aquilo como parte das suas atividades normais, dedicando-se a fazer o máximo pela rádio e, por consequência, para a sua comunidade.

⁶Ainda assim emissoras desrespeitam essa recomendação e colocam anúncios disfarçados de apoio cultural, que é o formato de arrecadação previsto no art. 18 da Lei de Radiodifusão Comunitária.

Mas também pode gerar o sentimento oposto, de que, por não ser pago e não ser funcionário, não tem a obrigatoriedade com a função, e, portanto, pode não se dedicar a ponto de não comparecer ou deixar de fazer o que se propôs de acordo com o esperado, pela emissora e pela comunidade. Para os comunicadores que estão começando a carreira profissional, as rádios comunitárias são um espaço para iniciar sua caminhada, e o aspecto voluntário pode auxiliar, pois a carência de pessoas para trabalhar pode dar oportunidade para quem está apenas iniciando.

Mas em contrapartida, a não necessidade de uma formação dá aos interessados em seguir uma carreira na mídia a oportunidade de vivenciarem a realidade de uma emissora, tendo os mesmos compromissos de qualquer um que tem um programa de rádio para colocar no ar, mesmo não tendo o vínculo empregatício e o pagamento por desempenhar aquela determinada função. Esse tipo de atuação pode lhe dar uma experiência em termos de produção de programas, trato com o ouvinte e com as fontes de entrevistas, o que normalmente ele não poderia ter em uma mídia comercial. As rádios comunitárias podem servir como um tipo de “estágio” para os iniciantes na área, trazendo responsabilidades perante a comunidade e os ouvintes, mas não sendo tão cobrado ou exigido como num veículo comercial, em que a questão audiência/faturamento está sempre presente.

Com isso, as rádios estão auxiliando na formação e na construção da cidadania desses sujeitos, pois acabam se tornando o primeiro degrau numa vida profissional em um mercado onde a experiência prática é fundamental e cada vez mais difícil de conseguir em início de carreira. A mídia pode ser um meio de criar e dar esse espaço para o desenvolvimento do indivíduo, mas serve também a um interesse comunitário maior, de pluralidade de opinião e expressão. O rádio é um meio que pode ser utilizado para dar voz à comunidade, aos seus ouvintes, e com isso levar adiante o conceito de Bertold Brecht:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável da vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não fosse somente 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. (BRECHT, 2005 [1932], p.42)

Poder estar em um veículo de comunicação auxilia no desenvolvimento profissional e humano daqueles que pretendem ser comunicadores. Muitas vezes a oportunidade não se faz presente através das mídias convencionais, e surge em uma emissora de cunho comunitário. Como o meio comunicacional é bastante concorrido, ter a autoconfiança para poder seguir é muito importante, já que a concorrência pode se dar em relação a profissionais que já estão há mais tempo no mercado e têm uma vivência maior. Mas poder se reconhecer como cidadão, e também como comunicador, é muito importante, como ressalta Vigil:

O simples fato de que o homem marginalizado escute sua voz ou a de seus companheiros em um meio de comunicação (mesmo alternativo), desperta nele um sentimento de importância, de ser alguém, de ser uma pessoa. Desenvolve-se a consciência da própria identidade. Rompe-se o silêncio, a opressão do silêncio. (VIGIL, 1986, p.11)

A prática vai poder colocar esse homem à frente de um microfone ou de uma mesa de áudio, e ele poderá desempenhar as suas tarefas em uma rádio comunitária. Mas o comunicador comunitário, aquele que está atuando em um meio comunitário, assim como os que não trabalham em outras mídias, não podem ficar somente nesse âmbito da atividade prática; devem procurar outras formas de também se desenvolver para que possam estar em condições de se comunicar com a sua audiência. Um exemplo são as entrevistas, que são atividades mais técnicas do fazer comunicacional e que são de uma maior facilidade de aprendizagem e compreensão por parte dos comunicadores.

Estando em uma mídia e trabalhando ativamente na sua programação, o comunicador já está exercitando essas técnicas, mas deve ter cuidado para que sejam empregadas da maneira correta, mas acaba acontecendo o mesmo que em rádios comerciais em que a seleção é inevitável, como coloca Vigil:

As entrevistas populares não são neutras, tanto na seleção do tema, da pessoa a ser entrevistada, como no enfoque que se dará à informação, já estamos selecionando. Mas isso não quer dizer que vamos “manipular” as pessoas para que digam o que queremos ouvir. (VIGIL, 1986, p.35)

Na academia, busca-se a formação completa, e “deve-se formar um profissional que reflète a ação, as estruturas, as condições de trabalho, os modos de organização e controle, enfim, um profissional que interfira na realidade, sujeito autônomo que não apenas reproduz, mas que, através de sua criatividade, reconstrói a vida social.” (AZEVEDO e GONÇALVES, 2005, p. 7)

A reconstrução da vida social e a interferência na realidade são algumas atitudes desejáveis de quem trabalha em uma emissora comunitária, já que ele tem a oportunidade de falar diretamente para a sua localidade e com as pessoas que estão ligadas a problemas e anseios da comunidade. Não frequentando os corredores acadêmicos, em que essas situações e ações são enfatizadas, resta ao comunicador comunitário e popular a busca por essas habilidades na prática. Não é uma tarefa fácil para eles ir atrás de uma formação até cultural e de uma bagagem que os pode tornar comunicadores melhores, tentando modificar a sua realidade e a dos que estão a sua volta. Ser um agente de mudança através do dial de uma rádio é uma responsabilidade e uma meta que as pessoas envolvidas nesse tipo de comunicação poderiam almejar, para que o canal que está sendo disponibilizado fosse aproveitado de uma maneira correta e coerente. Mas existem dificuldades de acesso à informação e de recursos, e, portanto, “a formação dos seus fazedores, responsáveis pelo funcionamento efetivo destes meios de comunicação horizontal e inclusiva, constitui um desafio que deve ser levado a cabo em prol desse desenvolvimento da comunicação comunitária.” (FIGUEIREDO e SELEMANGY, 2003, p.7)

A visão que se tem do que é um comunicador existe no mercado e nos bancos acadêmicos. Esse perfil pode estar sendo modificado através de um modo de agir focado em um outro e novo meio de atuação: a rádio comunitária. O comunicador desse tipo de emissora trabalha com outra realidade em termos de mídia. Uma vez que as emissoras são menores, existem poucas pessoas trabalhando, poucas oportunidades pagas, e que necessitam de um envolvimento dele com a comunidade em que a rádio está inserida. Quando o rádio como mídia começou a se desenvolver no país, tínhamos muitas pessoas trabalhando, existia uma diferenciação e separação da área técnica da rádio da parte de programação, da parte operacional e da parte de conteúdo. Os locutores do início da era do rádio

eram anunciadores, apenas liam as notícias que lhes eram passadas. O envolvimento com a emissora e com a audiência era muito menor do que atualmente. Com o desenvolvimento e produção de novos estilos de programas, como os de auditórios, os comunicadores passaram a ter mais envolvimento, mas aparecem aí os animadores e os apresentadores de auditório, com um perfil mais voltado ao teatro e apresentações musicais.

O comunicador passou então a ter mais atribuições, com uma maior produção envolvendo os programas de rádio. Apenas ler as notícias ainda era uma função existente, mas o comunicador, para poder crescer e acompanhar a evolução do meio e a chegada da televisão, precisou diversificar as suas funções e atribuições dentro da emissora. Esse perfil evolui ainda mais com as mudanças tecnológicas, e em muitos casos a figura do operador de áudio desaparece e o comunicador tem que assumir também funções técnicas. Com uma bagagem maior de conhecimento necessário para poder trabalhar no meio, esse comunicador não está mais envolvido apenas com a programação, e lida muito mais com a sua audiência através de diversos canais, como telefone ou email, e também pessoalmente, fazendo parte de um agir real mais envolvido com o ambiente em que está inserido. Em uma rádio comunitária, a falta de recursos pode contribuir para que o comunicador tenha que assumir mais funções do que em outra rádio, mesmo não tendo uma formação específica ou completa.

Um dos princípios das emissoras comunitárias é estar em contato com a comunidade, ser parte da comunidade para a qual transmite, e isto tem que se dar também com o comunicador, ele tem que estar próximo do público para o qual se dirige. Caso essa proximidade realmente aconteça, pode ser fundamental para o seu sucesso como comunicador e o bom desenvolvimento do seu trabalho. Muitos comunicadores já têm essa proximidade por estarem envolvidos nos movimentos sociais e comunitários da sua região, e podem aumentar e até transformar essa relação em um processo de comunicação mais abrangente para a comunidade. Nisso ele difere de um comunicador de uma emissora comercial, que não tem o envolvimento tão profundo com a sua audiência, apesar de conhecê-la e ter com ela um contato direto.

A participação em uma mídia comunitária pode se dar por uma vontade de fazer parte de um meio que está sendo construído em prol do comunitário, com ideais e propostas definidas por todos. O anseio por contribuir para a melhoria da comunicação entre as pessoas da comunidade, seja entre si ou entre a comunidade e o restante da sociedade, leva muitos a estar presentes nos meios comunitários, independentemente da mídia que seja. Estando inserido nesse processo, o cidadão passa a atuar como um agente transformador, que pode ter em suas mãos uma ferramenta para auxiliar nas mudanças de que a sua comunidade precisa, e ajudar a construir uma nova realidade. As transformações podem acontecer em diversos âmbitos, como no educacional, em que a mídia possa contribuir para o crescimento de conhecimento, seja ele do nível e do conteúdo que for, de toda a comunidade ou somente de uma parte dela. A aproximação da comunidade em que esse meio comunitário está inserido com a sociedade em geral também pode ser uma forma de mudança, já que assim muitos dos problemas que estão presentes em comunidades menos favorecidas, que nem sempre são abordados por veículos da mídia convencional comercial, podem chegar até as pessoas que desconhecem essas necessidades. Fazer parte desses processos, que são somente alguns deles, e ter vez para poder se manifestar de maneira livre e espontânea, leva muitos a ingressar na comunicação comunitária, cuja maior meta não é o crescimento pessoal e o aprendizado de técnicas, mas, sim, o crescimento da comunidade e o bem-estar de todos os que estão a sua volta.

Por ter começado a vida profissional em emissoras de rádio, e ter passado por emissoras de diferentes tamanhos, locais e também de abrangência regional, o autor deste trabalho vivenciou o quanto a experiência prática pode ser fundamental para a formação do profissional. Em emissoras menores, com poucos recursos e pessoal, por necessidade, acaba-se trabalhando em todos os setores, conhecendo mais a fundo como a mídia funciona e como é gerenciada. Isso acaba sendo de vital importância para se formar um profissional mais completo, e, com a visão mais global da empresa, é possível entender melhor como funcionam todos os fluxos gerenciais, tanto de programação quanto de comercialização.

Em emissoras comunitárias, independente do tamanho, o comunicador pode acabar se tornando mais que somente um comunicador, pode se tornar

gerente e mantenedor da rádio. O trabalho, que muitas vezes é voluntário, pode fazer com que um pequeno e reduzido número de pessoas acabe se envolvendo no gerenciamento da emissora, e isto exige outros conhecimentos além dos necessários para estar à frente do microfone. Esses conhecimentos envolvem noções de administração, publicidade, jornalismo, gerência de pessoal, além de ter que aprofundar a sua relação com a comunidade de que a rádio faz parte, para estar ciente do que está acontecendo e do que a comunidade quer em termos de retorno da rádio.

Mas comunicar não é apenas uma questão prática de aptidão ou capacidade, que pode ser desenvolvida com exercício. Como ressalta Kaplun, “comunicar é uma aptidão, uma capacidade; mas é, sobretudo uma atitude. Ela envolve a disposição de comunicar; cultivar em nós a vontade de nos comunicarmos com nossos interlocutores.” (1996, p. 115) A comunicação popular traz diversas possibilidades para os que estão envolvidos, da busca pelo desenvolvimento da comunidade ou do grupo ligado à mídia, através da informação ou da participação como um início de uma vida profissional. Independente de qual mídia seja a utilizada, os fins buscados são os mesmos, participação, desenvolvimento e cidadania.

Mario Kaplun, em seu livro *El Comunicador Popular*, nos apresenta três modelos de comunicação, e que são pertinentes para entendermos o quão importante é a formação dos comunicadores que estão nas mídias populares. Em um primeiro, existe a ênfase nos conteúdos, que se baseia somente em transmitir a informação para um determinado público, sem levar em consideração a sua situação, o que ele compreende daquela informação nem tampouco se é do interesse comum. É praticamente um monólogo, não existe a preocupação de ver outras perspectivas a não ser aquela do emissor da informação. Como coloca Kaplun (1996, p. 25), temos que ter em mente as perguntas: “quem é que escolhe os conteúdos; quem os determina e seleciona? Fazemos o periódico consultando a comunidade, reconhecendo suas necessidades e aspirações, ou o fazemos de acordo com a nossa própria perspectiva?” Esse modelo não serve à comunicação comunitária, uma vez que apenas repassa informação, sem levar em consideração as necessidades de informação da comunidade.

Em um segundo modelo de comunicação, existe a ênfase nos efeitos. Nesse processo, o comunicador pode induzir e persuadir o comportamento do seu público para adotar atitudes que ele queira que levem a determinadas formas de pensar e agir. Esse modelo pode levar, e a finalidade é essa, a uma mudança de atitude por parte do público, sem que haja reflexão nem questionamentos sobre essa mudança. Esse modelo é muito percebido pelos meios de comunicação de massa, na publicidade e também na propaganda política. Esse modelo também não serve à comunicação comunitária, já que a mudança de atitude que muitas vezes se faz necessária nas comunidades por algum problema ou situação específica, não deve dar-se sem reflexão ou entendimento da sua realidade.

Já o terceiro, e o que vem a nos interessar, é o modelo baseado no processo. O modelo prima pela participação da população na comunicação, na perspectiva de levar à audiência não somente as informações e a busca de mudança de atitude, mas, sim, o entendimento das causas e de futuros desdobramentos daquilo que está acontecendo, principalmente refletido no seu cotidiano. Essa é a atitude dos que estão envolvidos na comunicação que mais vai aproximar o ouvinte da sua comunidade, do mundo em que está inserido diariamente, porque vai lhe dar as informações e espaço para que possa dialogar e entender o que acontece localmente. As reflexões suscitadas por esse tipo de comunicação podem gerar ações, e em muitos casos, a intenção é essa, mas as causas estarão sendo compreendidas, existirá um conhecimento prévio das causas e das consequências, e com isto o ouvinte, o membro da comunidade, vai agir consciente e de uma maneira mais questionadora.

O comunicador popular tem que estar atento à sua comunidade, ao que acontece com seus moradores, e seu público. Prestar atenção aos anseios, preocupações e desejos da sua comunidade e de seu público, vai lhe permitir desempenhar muito melhor esse papel de comunicador e criar um processo de produção conjunta de conhecimento, podendo agir conforme diz Kaplun:

A função de um comunicador é um processo assim concebido, e não é a que tradicionalmente se entende por "fonte emissora". Ela não consiste em transmitir suas próprias ideias. Seu principal objetivo é em reconhecer as experiências da comunidade, selecioná-las, ordená-las e organizá-las e estruturá-las, devolvê-las para os destinatários, de tal modo que estes

podem, de maneira consciente, analisá-las e refleti-las. (KAPLUN, 1996, p. 101)

O comunicador tem que estar apto a tornar disponível a informação para a sua comunidade, conseguir essa troca. Será que uma formação técnica ou acadêmica desse comunicador poderia ajudá-lo a executar essa tarefa, pois compreenderia melhor os processos envolvidos? O comunicador consegue compreender o que se passa na sua comunidade, e assim fazer com que ela própria reflita sobre o que acontece no seu cotidiano sem ter formação alguma? A simples formação na prática é suficiente? Este estudo visa a responder essas questões, refletindo em como essa formação pode contribuir para uma comunicação mais participativa para a comunidade, e a partir dela, pode modificar a sua realidade e criar um ambiente mais democrático e cidadão.

Um dos aspectos que os meios de comunicação populares e comunitários podem ajudar a construir é a cidadania do público que atingem ou da comunidade em que estão inseridos. A cidadania é um conceito que existe desde a antiga Grécia, quando tinha um significado mais voltado à vivência política nas antigas cidades gregas, e nos dias de hoje podemos ter um sentido mais amplo. Esse sentido pode envolver a própria sociedade que também é responsável por essa cidadania, e também pela civilidade do cidadão:

A sociedade deve organizar-se de modo a conseguir gerar em cada um de seus membros o sentimento de que pertence a ela, de que essa sociedade se preocupa com ele e, em consequência, a convicção de que vale a pena trabalhar para mantê-la e melhorá-la. Reconhecimento da sociedade por seus membros e consequente adesão por parte desses aos projetos comuns são duas faces da mesma moeda que, ao menos como pretensão, compõe esse conceito de cidadania que constitui a razão de ser da civilidade. (CORTINA, 2005, p. 20)

Mas podemos ter outra visão a respeito do conceito de cidadania, se analisarmos o que Santos nos diz:: “Se pensarmos a cidadania mais como um processo e menos como um ‘produto’ acabado, ela se renova diariamente e, portanto, se fortalece.” (Santos, 2006, p.95)

Vemos então um cidadão que busca fazer parte da sociedade, que deseja o mínimo de condições para que possa ser digno perante os seus pares e também

possa prover o sustento da sua família. A sua comunidade se torna de vital importância para isso. É onde ele vive, onde seus pares vivem, e é onde ele tenta fazer parte da sociedade. A comunicação dentro dessa comunidade faz com que ele tenha esse sentimento de pertença, insere-o dentro do grupo do qual faz parte. Como as grandes mídias estão cada vez mais fechadas, as rádios comunitárias começaram a surgir para suprir essa demanda e possibilitar ao cidadão fazer parte de um grupo, de uma comunidade.

Esse sentimento faz com que o indivíduo, e por consequência o coletivo, estejam procurando o seu desenvolvimento como cidadãos, e, nesse sentido, a participação em meios de comunicação também auxilia nesse processo. A busca pelos direitos de forma mais ampla passa pelo coletivo, e ampliar esses direitos é o que se deseja. Deseja-se participar dos vários sentidos da vida em sociedade e poder ter e exercer todos os direitos e deveres previstos, sejam eles individuais ou coletivos. Aí também entram os meios de comunicação, que também são palco e servem para buscar direitos e deveres, como coloca Mata:

Os meios são para alguns o lugar da realização plena dessa comunidade inclusiva que nossos países negam, dessa cidadania meramente nominal ou incompleta derivada das profundas desigualdades econômicas e sociais em que vivemos e que violam não só os direitos cidadãos mas que impedem o cumprimento das obrigações que essa condição permite e até mesmo a possibilidade de reconhecer e reivindicar aqueles direitos. (MATA, 2002 p. 66)

Peruzzo coloca que existe uma divisão entre esferas, e, portanto o coletivo fica em segundo plano, porque “na concepção liberal há uma individualização da cidadania. E uma separação entre as esferas pública e privada. O que conta é o indivíduo, os direitos da pessoa individualmente. A busca central é a satisfação do interesse próprio, particular.” (PERUZZO, 2002, p.2)

Temos então uma cidadania que é de caráter individual, mas que é importante e faz parte de um coletivo, que é afetado pelas esferas públicas e privadas. Os meios de comunicação podem auxiliar na intermediação desses âmbitos individuais e coletivos, já que trazem para a comunidade questões individuais que acabam sendo universais. Os indivíduos então estão representados na sociedade em grupos, o que pode facilitar a busca pelo que querem alcançar em

termos de cidadania, e segundo Maria Cristina Mata, isso vem da capacidade de os sujeitos colocarem as suas demandas:

Assim, a cidadania começou a nomear na última década do século passado, um modo específico de aparição dos indivíduos no espaço público, caracterizado por sua capacidade de constituir-se como sujeitos de demanda e de proposição em diversos âmbitos vinculados com sua experiência: desde sua nacionalidade e gênero até suas categorias trabalhistas e afinidades culturais. (MATA, 2002, p.66)

A cidadania que se busca pode estar além de simples direitos e deveres, que são estritamente individuais e de sentido pessoal. O poder público pode tentar satisfazer ao máximo esses direitos e as necessidades que o indivíduo tem, mas geralmente falha ao dar voz ao cidadão para que esse possa se expressar livremente e ter como dar vazão aos seus pensamentos e angústias de forma a auxiliar a ele, e ao coletivo indiretamente, no desenvolvimento pessoal. A necessidade de ter esse espaço existe nos mais diversos níveis, mas nas camadas mais populares, que não têm o acesso tão irrestrito à informação e aos meios que permitem que a sua voz seja ouvida, é que se torna mais clara a importância dos meios comunitários e populares. Mata coloca isso como a busca pela cidadania comunicativa, que é entendida como

o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e de demanda no terreno da comunicação pública, e o exercício desse direito. Se trata de uma noção complexa que envolve várias dimensões e que reconhece a condição de público os meios que os indivíduos têm nas sociedades midiáticas. (MATA, 2006, p.13)

Portanto, a cidadania envolve o indivíduo na sua busca pelos direitos que tem de participar de todos os momentos da esfera pública, seja na busca pelos seus direitos civis, seja no uso dos meios de comunicação para expressar-se. O apoderamento por parte dos indivíduos desses seus direitos, e por consequência de seu uso, é que tornam o desenvolvimento individual e coletivo uma possibilidade. Na falta de um espaço criado pelo poder, em que esse cidadão poderá manifestar-se, começa a busca por alternativas, e essas, na sua maioria, podem chegar aos meios de comunicação comunitários e populares, que é onde realmente o indivíduo

conseguirá ter o seu espaço, e se fazer valer um pouco dos seus direitos relacionados à comunicação e desenvolvimento individual e coletivo.

O futuro do rádio ainda é incerto e, mais ainda, não sabemos como sobreviverão as emissoras com menos expressão, tanto política quanto financeira, no mercado radiofônico. A sobrevivência política é fundamental, já que os processos legais envolvendo as concessões são longos e com muitos trâmites burocráticos. Já do ponto de vista financeiro, os custos para manutenção de uma rádio podem não ser os mesmos de uma grande emissora comercial, mas a arrecadação também é inversamente proporcional. Com essas rádios, o futuro de muitas pessoas pode estar sendo alterado, tanto em termos profissionais com o aprendizado e a formação em uma profissão, quanto em termos cidadãos, já que uma emissora pode ajudar a sua comunidade a ter uma realidade mais cidadã e próxima de um convívio social mais justo. Portanto, a manutenção dessas emissoras é de fundamental importância para muitos indivíduos, e para a sociedade como um todo.

4. Caminhos metodológicos

A metodologia deste trabalho consiste em um estudo de caso, através de uma abordagem qualitativa, utilizando entrevistas semidirigidas, pesquisa documental e audição e análise de programação radiofônica para chegarmos aos objetivos propostos pela pesquisa.

O estudo de caso foi o método escolhido para o trabalho, em função das várias dificuldades encontradas ao longo da pesquisa, que tinha outra proposta inicial. Devido à dificuldade encontrada para que os comunicadores de uma das emissoras escolhidas participassem desta pesquisa, acabamos optando pelo estudo de caso, julgando ser o método adequado para conseguirmos responder aos questionamentos que temos nos nossos objetivos.

Segundo Yin (2001, 32), “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto na vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Na pesquisa proposta, temos um fenômeno contemporâneo que está diretamente relacionado com o contexto real, sendo que estão intrinsecamente interligados. Quanto à coleta de dados, o autor coloca que “as evidências para um estudo de caso podem vir de seis fontes distintas: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.” (YIN, 2001, p. 105) Estaremos utilizando nesta pesquisa documentos, registros em arquivo e entrevistas.

Com distintas fontes de evidências, é possível adquirir o material necessário para construir uma base de dados e analisar o fenômeno que está sendo pesquisado, criando novas reflexões a partir das conclusões da análise. Isso é enfatizado por Yin (2001, p.119) que coloca três princípios que devem ser seguidos ao ser conduzido um estudo de caso: utilizar várias fontes de evidência, criar um banco de dados e manter o encadeamento das evidências. Esses princípios remetem a um controle de qualidade durante todo o processo de coleta, assim como durante a análise dos dados obtidos.

A abordagem qualitativa foi a forma escolhida para o trabalho, já que se adapta à pesquisa, e que Maria Marly de Oliveira define como sendo:

Um processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico e/ou sua estruturação. Esse processo implica em estudos segundo a literatura pertinente ao tema, observações, aplicação de questionários, entrevistas e análise de dados, que deve ser apresentada de forma descritiva. (OLIVEIRA, 2007, p. 37)

A utilização desse tipo se justifica pelo que diz Oliveira, pois esta abordagem “deve ter como principal fundamento a crença de que existe uma relação dinâmica entre o mundo real, objetivo, concreto, e o sujeito.” (2007, p.60) A análise dos dados, o contexto social e histórico da emissora em questão e das pessoas envolvidas vão nos ajudar a identificar os processos de formação e atuação desse comunicador, levando em consideração essa relação dinâmica da qual ele faz parte, a relação entre comunicador e a comunicação comunitária.

Utilizaremos como técnica complementar a análise de conteúdo, que Bardin definiu como sendo

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 1995, p. 42)

A análise e a audição dos programas se fazem necessárias uma vez que é preciso identificar os processos de atuação dos comunicadores nos seus programas, e por consequência, na emissora. Dessa forma, podemos compreender se a formação é importante para o desenvolvimento dessas atividades, se é possível perceber nos programas a formação, ou a ausência dela, assim como se fica evidente a participação e atuação do comunicador em movimentos comunitários.

Inicialmente, foi necessário saber quantas emissoras comunitárias existem na Região Metropolitana de Porto Alegre, e onde se localizam. Em acesso ao *website* da Agência Nacional de Telecomunicações, ANATEL, foi feita a consulta e o levantamento de todas as concessões de rádios comunitárias dadas às associações ou entidades na Região Metropolitana de Porto Alegre. Tomamos como base o Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul, do governo estadual, para relacionarmos todos os municípios que fazem parte da Região Metropolitana de Porto Alegre, e a partir daí cruzarmos com os dados disponíveis no *website* da ANATEL. Nesta

pesquisa, foram encontradas vinte e quatro emissoras comunitárias relacionadas, dando-nos, portanto, uma lista inicial das emissoras operando o serviço de radiodifusão comunitária na Região Metropolitana da capital gaúcha. A partir desse levantamento, pudemos analisar e refletir que emissoras serão trabalhadas e os quesitos para esta escolha.

Nome da Entidade	UF	Município
CONSELHO CULTURAL EDUCATIVO COMUNITÁRIO	RS	Alvorada
ASSOCIAÇÃO CULTURAL E RECREATIVA DE CACHOEIRINHA - ACREC	RS	Cachoeirinha
ASSOCIAÇÃO AMIGOS DE CAMPO BOM	RS	Campo Bom
ASSOCIAÇÃO CULTURAL COMUNITÁRIA REC E ESP COLLAZIOL SCOTTA	RS	Canoas
ASSOCIAÇÃO CULTURAL FÁTIMA COMUNITÁRIA	RS	Canoas
ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA DE ELDORADO DO SUL	RS	Eldorado do Sul
ASSOCIAÇÃO RÁDIO COMUNITÁRIA ESTÂNCIA VELHA - AERCOM FM	RS	Estância Velha
ASSOCIAÇÃO CULTURAL DE RADIODIFUSÃO DO BAIRRO DA COHAB 'C'	RS	Gravataí
ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA DE IVOTI	RS	Ivoti
ASSOCIAÇÃO CULTURAL SANTA RITA COMUNITÁRIA	RS	Nova Santa Rita
ASSOCIAÇÃO DE DIFUSÃO COMUNITÁRIA	RS	Parobé
ASSOCIAÇÃO CULTURAL RÁDIO COMUNITÁRIA DO BAIRRO DE IPANEMA	RS	Porto Alegre
ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO SERRA VERDE	RS	Porto Alegre
ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DO CONJUNTO RESIDENCIAL RUBEM BERTA	RS	Porto Alegre
COARTE-CONSELHO COMUNITÁRIO TODAS AS ARTES	RS	Porto Alegre

CACA-COMISSAO DE APOIO A CRIANÇA E AO ADOLESCENTE	RS	Santo Antônio da Patrulha
ASSOCIAÇÃO RÁDIO COMUNITÁRIA FEITORIA FM	RS	São Leopoldo
ASSOCIAÇÃO CULTURAL E RECREATIVA FERRABRÁS	RS	Sapiranga
ASSOCIAÇÃO RADIO COMUNITÁRIA HARMONIA FM	RS	Sapiranga
ASSOCIAÇÃO TÉCNICO EDUCACIONAL EQUIPE	RS	Sapucaia do Sul
ASSOCIAÇÃO DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA TAQUARENSE	RS	Taquara
ASSOCIAÇÃO DE RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA UNIÃO E PAZ	RS	Viamão
ASSOCIAÇÃO PRO-RADIODIFUSAO COMUNITÁRIA	RS	Viamão

Existem várias entradas possíveis de análise a partir desse panorama das rádios comunitárias. O que se destaca e se torna o tema desta pesquisa é o fator profissional envolvido nas emissoras, pois reflete algumas das inquietações do pesquisador quanto a saber quem é esse comunicador hoje, e como é a formação e atuação dele no meio radiofônico.

Para conseguirmos então atingir os novos problemas propostos, continuava sendo preciso construir o cenário midiático em que se encontram as rádios comunitárias de Porto Alegre. O contexto espacial e simbólico escolhido para a pesquisa se justifica por ser a capital do estado do Rio Grande do Sul e onde temos o maior número de rádios autorizadas no estado.

Com os dados levantados através do *website* da Agência Nacional de Telecomunicações, descartaram-se então todas as emissoras que não têm sede na capital, e o resultado foram cinco concessões para associações ou entidades, dispostas no quadro abaixo:

Nome da Entidade	UF	Município
-------------------------	-----------	------------------

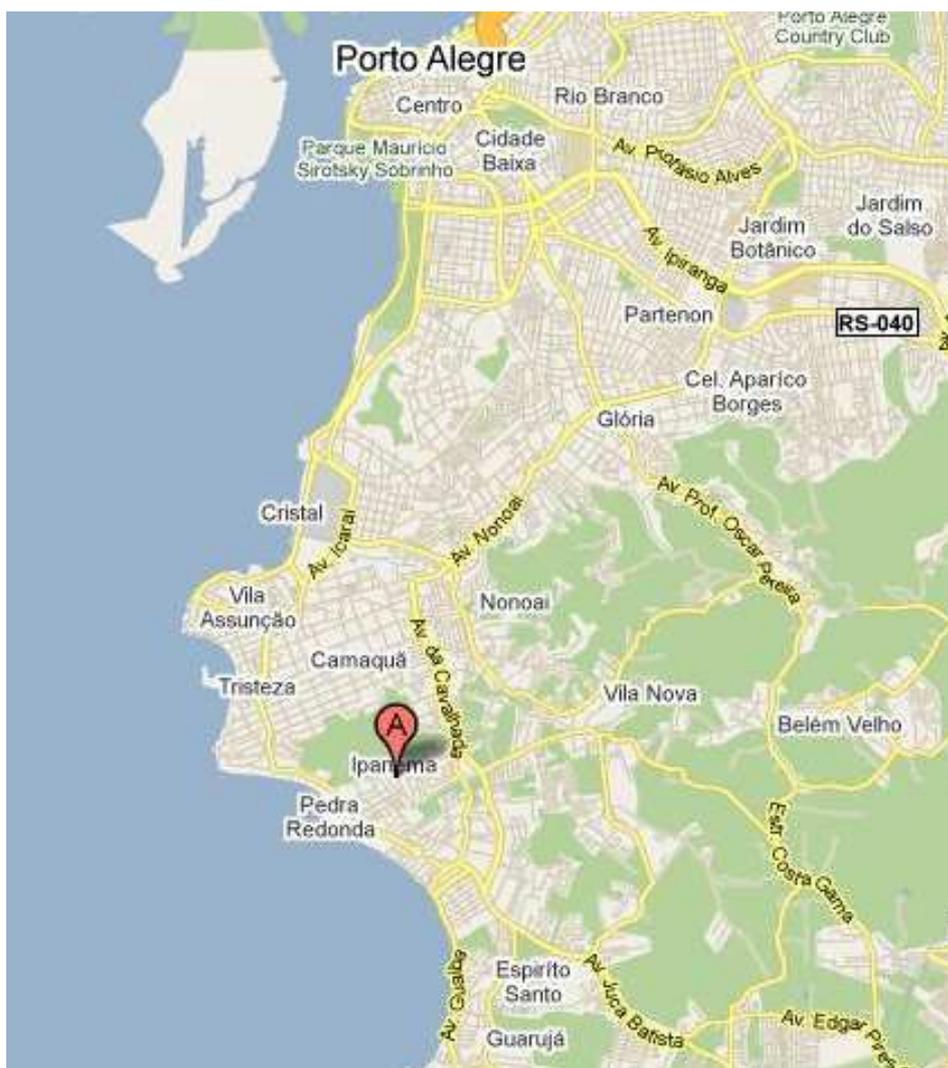
ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA EDUCACIONAL E CULTURAL DE RADIODIFUSÃO GLORIA EMBRATEL - ACECRAG	RS	Porto Alegre
ASSOCIAÇÃO CULTURAL RÁDIO COMUNITÁRIA DO BAIRRO DE IPANEMA	RS	Porto Alegre
ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO SERRA VERDE	RS	Porto Alegre
ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DO CONJUNTO RESIDENCIAL RUBEM BERTA	RS	Porto Alegre
COARTE - CONSELHO COMUNITÁRIO TODAS AS ARTES	RS	Porto Alegre

4.1 Seleção das emissoras comunitárias

Visando à escolha das emissoras para podermos desenvolver os objetivos deste trabalho, definimos por escolher umas das emissoras legalizadas e em operação na capital, e uma segunda, uma emissora que opera sem concessão legal, ainda sem a licença da Anatel, mas que está transmitindo regularmente em horários fixos durante alguns dias da semana. Definimos essa forma de escolha por buscarmos confrontos entre esses dois tipos de emissoras, para assim percebermos se a autorização de funcionamento, e a participação, quando a emissora assume um caráter institucional ou não no espectro da radiodifusão, alteram o modo de atuação dos comunicadores envolvidos nessas rádios. Essa escolha acabou sendo alterada no desenvolvimento deste trabalho, uma vez que os comunicadores da emissora que operava sem autorização não quiseram participar da pesquisa. Após muitos contatos iniciais, em diversas oportunidades, a participação sempre foi dada como certa e garantida, com alguns dos comunicadores da emissora se dispondo a colaborar. Quando do momento de ir a campo para coleta de dados e fazer as entrevistas, a recusa foi quase imediata, sendo inclusive feito pouco caso por parte de certas pessoas contatadas para participar. Alguns dos entrevistados não responderam a nenhuma forma de contato, o que impossibilitou que a pesquisa fosse feita nos moldes previstos inicialmente.

A inexperiência em participar de estudos acadêmicos, a imaturidade e falta de conhecimento da existência de um campo de pesquisa em comunicação, e o possível receio de ser identificado por atuar em uma mídia considerada ilegal pelas autoridades, podem ter causado a recusa para participar por parte dos comunicadores da emissora não-autorizada escolhida. Contribuíram também para a mudança de percurso da pesquisa algumas limitações encontradas pelo autor deste trabalho, como a falta de disponibilidade de tempo para poder buscar com mais afinco e insistência os dados e os entrevistados para fazerem parte da pesquisa. Essa mesma dificuldade se fez presente no desenvolvimento do trabalho, já que a ida a campo acabou se dando de modo tardio, contribuindo para as mudanças já descritas. O resultado final poderia ter sido mais rico em termos participativos, caso essas dificuldades se fizessem percebidas anteriormente.

Com a mudança de percurso estabelecida, a emissora autorizada escolhida foi a rádio Ipanema Comunitária (87,9 FM), que está atuando na zona sul de Porto Alegre há dois anos, com uma programação voltada para os mais diversos interesses da região. A rádio tem uma programação fixa diária, e tem programas segmentados durante a semana e o final de semana. O bairro aparece no mapa abaixo destacado com um marcador com a letra A.



Mapa parcial de Porto Alegre com o bairro de Ipanema

A sede da emissora, assim como seu estúdio, está localizada em uma das avenidas de maior movimento e de integração entre os bairros da Zona Sul de Porto Alegre. O bairro Ipanema foi criado em 1959, e teve sua origem em um loteamento feito na década de 1930 por Oswaldo Coufal. A região rapidamente se transformou

em uma região residencial de classe alta, principalmente por causa das belezas naturais da região, como a orla do Rio Guaíba e a grande quantidade de área verde. Segundo números da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, em levantamento realizado no ano 2000⁷, a população do bairro na época era de 16.877 e a renda média mensal dos responsáveis pelo domicílio era de 16, 94 salários mínimos. A comunicação voltada para a comunidade iniciou no bairro nas décadas de 1950 e 1960, quando foram fundados os jornais SABIdo e Colméia, sendo que esses foram os primeiros jornais de bairro na capital gaúcha.⁸ Atualmente, em termos impressos, o único veículo da região é o Jornal Estado de Direito, voltado para a área jurídica. Nos meios eletrônicos, a rádio Ipanema Comunitária é a única emissora instalada na região.

O estúdio da Ipanema Comunitária está situado no terraço de um conjunto comercial, em uma sala que abriga o estúdio da rádio. Lá estão uma mesa de som, dois computadores, um responsável pela manutenção da programação quando não há geração ao vivo rodando reprises de programas gravados e a seleção musical da emissora de maneira automática. A rádio conta com apenas um radialista contratado, Lothar Gutierrez, que têm a responsabilidade de fazer a programação musical da Ipanema Comunitária, e auxiliar no desenvolvimento do programa de quem precisa. Ele também apresenta um programa musical diário, Comunidade Alternativa, e está sempre cuidando dos detalhes técnicos da emissora.

A Ipanema Comunitária está inserida em uma região de classe média alta, com programas voltados para os interesses da comunidade da Zona Sul, mas não tem na sua programação, e nem nas pessoas envolvidas na emissora, nenhuma característica ou aproximação com movimentos sociais de periferia. Como rádio comunitária, ela atua como uma mídia de discussão de assuntos e pautas pertinentes ao bairro e região, e várias pessoas que são ligadas a movimentos sociais ambientais e de desenvolvimento da comunidade fazem parte tanto da emissora quanto da diretoria. Isso torna a rádio mais um veículo de disseminação de informação apenas, e não têm um caráter mais educacional ou de denúncias e diálogos com as autoridades como é mais comum em emissoras comunitárias de

7 Prefeitura de Porto Alegre:
http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?reg=32&p_secao=131

⁸ O SABIdo foi o pioneiro desse tipo de publicação no estado do Rio Grande do Sul. (DORNELLES, 2005)

comunidades menos favorecidas, em que a rádio atua muitas vezes como um interlocutor entre a sociedade e o poder público. A própria localização da rádio já a coloca em uma posição diferenciada, uma vez que a Zona Sul de Porto Alegre é uma região onde a população tem um bom poder aquisitivo, assim que o tipo de comunicação feito acaba sendo mais voltado à informação, com programas bem calcados no local, trazendo sim os problemas da comunidade, mas que são voltados aos interesses da classe média dominante da região.

A gestão é conduzida por Doraci Engel, jornalista que foi o responsável pelo desencadeamento do processo de criação e implementação da rádio Ipanema Comunitária. Foi ele que teve a iniciativa de começar o processo de outorga em 2002, sendo que somente foi aprovado pelo Ministério das Comunicações em 2005. Ele cuida do dia a dia da emissora, inclusive supervisiona parte técnica quando existem problemas, mas não participa da programação da rádio em nenhum momento, apenas está presente na gestão e na manutenção. A participação na gestão da emissora se dá de duas formas: através de uma assembléia e de um Conselho de Associados. A assembléia ocorre ordinariamente uma vez por ano para prestação de contas e de três em três anos para eleições. Participam todos os associados da entidade, que atualmente são em torno de cinquenta pessoas. O Conselho de Associados, que é composto por dez pessoas eleitas pelos associados, se reúne a cada quinze dias e delibera sobre todas as questões de planejamento e gestão da entidade, funcionando também como Comissão de Programação, para a avaliação e aprovação de programas. Ainda existe um conselho comunitário, composto de oito entidades representativas da região, que é responsável por discutir e fiscalizar a programação da rádio, para que ela esteja cumprindo com o papel social que ela se propõe. Qualquer morador da região pode ter um programa na rádio, desde que aprovado pelo conselho e que tenha um comprometimento com a comunicação e com a própria emissora, já que não existem patrocínios, somente apoios culturais. A rádio Ipanema Comunitária é uma emissora em que a comunidade é atuante, dando voz aos que não a teriam em outros veículos, traz os problemas relativos à região, e se afirma como um veículo comunitário, apenas tem a característica de estar em uma região de classe média alta, o que nem sempre é o comum, já que emissoras comunitárias geralmente são mais encontradas em situações de periferia e regiões menos favorecidas

A rádio conta com a participação de diversos comunicadores, que fazem parte da comunidade e estão envolvidos de diversas formas na comunicação comunitária em que a rádio está inserida. Alguns já têm uma trajetória em outros movimentos sociais, enquanto que outros estão iniciando uma participação nesses meios. O único radialista contratado da emissora apresenta um programa diário com músicas e pequenos boletins informativos, mas a rádio conta com outros programas especiais, a maioria de periodicidade semanal, que são os seguintes:

- *Cidadania Ambiental*, apresentado pelo jornalista e servidor público João Batista Aguiar, é um programa de entrevista sobre questões relacionadas com o meio ambiente;
- *Artefato*, apresentado pelo servidor público Paulo Stefaniak, trata da agenda cultural de Porto Alegre e preferencialmente da Zona Sul;
- *Festa de Arromba*, apresentado pelo representante comercial Raimundo Araújo, programa musical sobre a Jovem Guarda;
- *Almanaque Ponto Com*, programa de variedades, informativo com curiosidades da Internet, apresentado pelo servidor público e radialista Gilberto Chaves e pelo comerciário, radialista e estudante de jornalismo Filipe Borges;
- *Comunidade Viva*, programa de debates comunitários envolvendo as entidades do Conselho Comunitário da Rádio, apresentado pela advogada e líder comunitária Ângela Pellin;
- *Enquanto a Chaleira Chia*, programa dedicado à música e cultura gaúchas, apresentado pelo comerciante Daniel Streba;
- *A Voz do Ipanema*, informativo das atividades escolares e da comunidade, produzido e apresentado pelos alunos do Colégio Marista Ipanema;
- *Comunidade Escolar*, programa com informações da escola e assuntos ligados à comunidade, produzido e apresentado pelos alunos da Escola Estadual Odila Gay da Fonseca;
- *Fala Comunidade*, programa informativo com notícias e reportagens, produzido e apresentado pela jornalista e radialista Virginia Negretto.

O restante da programação é musical, automatizada por computador. A rádio tem somente um funcionário contratado, um radialista, e por falta de recursos não tem mais nenhum funcionário ou estagiário. O horário na grade de programação é cedido gratuitamente, e a direção não permite a comercialização dos espaços. A rádio Ipanema Comunitária tem apoio de empresas e outras organizações da região no formato de apoio cultural, e isso faz com que consiga ter funcionário contratado.

Para conseguirmos mais dados sobre a emissora, e com isso aprofundarmos o conhecimento sobre ela, utilizamos a pesquisa documental e entrevistas com os idealizadores da rádio. A pesquisa documental, como coloca Pierre de Saint-Georges “apresenta-se como um método de recolha e de verificação de dados: visa o acesso a fontes pertinentes, escritas ou não, e, a esse título, faz parte integrante da heurística da investigação.” (1997, p.30) A utilização, tanto de fontes escritas quanto de não escritas, foi de grande importância para a contextualização e um maior entendimento da maneira como surgiu a emissora em que estamos nos concentrando.

As fontes escritas são trazidas por Saint-Georges em três subdivisões, as oficiais, as não oficiais e as estatísticas. As oficiais consideram arquivos públicos e as não oficiais, a imprensa e outros documentos intermediários. (1997, p. 18). No caso desta pesquisa, as fontes escritas oficiais, como o site da ANATEL, já foram pesquisadas. As fontes não oficiais, considerando a imprensa e também os próprios sites da emissora, foram buscadas para o maior entendimento da formação dessa emissora.

Já as fontes não escritas, Saint-George as considera como sendo as fontes orais e também sons e imagens registrados. (1997, p. 19) As pessoas responsáveis pelo desenvolvimento e por conceber a emissora, foram ouvidas através de entrevistas para que possamos ter então um conhecimento mais próximo das experiências e das motivações que levaram à implantação da emissora. Essas entrevistas, juntamente com o material escrito coletado, nos ajudou a conhecer e descrever a emissora comunitária envolvida nesta pesquisa.

Inicialmente foi feita uma análise da programação das duas rádios que estariam envolvidas na pesquisa para encontrarmos possíveis semelhanças, seja com programas com mesmas temáticas ou estruturas parecidas. Com a mudança do

projeto, concentrando o estudo em uma só emissora, decidimos por trabalharmos com os comunicadores que tenham programas informativos, não utilizando os programas musicais. O interesse é na forma de atuação desses comunicadores e em sua formação, uma vez que esses programas podem auxiliar no processo de comunicação e de educação dentro da comunidade, além de poder ter caráter educativo e dar a oportunidade para que a comunidade se expresse e se manifeste sobre os mais diferentes assuntos.

Para fazerem parte deste trabalho, foram escolhidos cinco comunicadores, que desenvolvem programas com caráter informativo e voltado para a comunidade. Os outros três programas da emissora são essencialmente programas musicais, portanto não utilizados nesta pesquisa pelo fato de não serem um diferencial da emissora. Mesmo um dos programas também tendo a execução de músicas, todos têm como base a informação e prestação de serviço voltado para a comunidade em que a rádio atua, a Zona Sul de Porto Alegre.

Temos então na Ipanema Comunitária os seguintes comunicadores:

- A advogada Maria Ângela Pellin, que produz e apresenta o programa *Comunidade Viva*;
- O jornalista João Batista Aguiar, que produz e apresenta o programa *Cidadania Ambiental*;
- O servidor público e radialista Gilberto Chaves, que produz e apresenta o programa *Almanaque Ponto Com*;
- O comerciário, radialista e estudante de jornalismo Filipe Borges, que também produz e apresenta o programa *Almanaque Ponto Com*;
- A Jornalista e radialista Virginia Negretto, que produz e apresenta o programa *Fala Comunidade*.

A partir dessa seleção, vamos analisar os profissionais da rádio através de duas formas: entrevista semiestruturada e também análise de conteúdo. Esse tipo de entrevista foi escolhido por se adaptar mais ao proposto e é uma das técnicas adequadas para buscar as informações necessárias para parte deste trabalho. As entrevistas poderão ter um caráter de relato de vida, uma vez que os entrevistados poderão discorrer sobre as suas experiências profissionais e pessoais com a

comunicação comunitária e as mídias comunitárias, e compartilhando essa experiência estarão, segundo Bertaux, entrando em um relato de vida, já que “o conceito que nós propomos consiste em considerar que haja relato de vida desde o momento em que um sujeito conta a outra pessoa, investigador ou não, um episódio da sua experiência de vida.”⁹ (BERTAUX, 2005, p. 36) O uso de entrevistas nos auxilia a ter um depoimento ao natural, mas com a possibilidade de buscarmos as respostas que nos são importantes na pesquisa, como diz Bourdieu:

A interrogação científica exclui por definição a intenção de exercer de qualquer forma de violência simbólica capaz de afetar as respostas; acontece, entretanto, que nesses assuntos não se pode confiar somente na boa vontade, porque todo tipo de distorções estão inscritas na própria estrutura da relação de pesquisa.” (BOURDIEU, 1997, p.694)

A busca por informações dos entrevistados e de seus programas é importante para o desenvolvimento das próprias entrevistas, já que assim se torna mais fácil desenvolver questões a partir do que é relatado. A forma de entrevista adotada, para nos dar os resultados esperados, deve ser alimentada por informação prévia, e como coloca Bourdieu,

Mesmo que ela só se manifeste de maneira totalmente negativa, inspirando sobretudo as precauções e as atenções que determinam o pesquisado a ter confiança e a entrar no jogo, ou excluindo as perguntas forçadas ou mal colocadas, é esta informação prévia que permite improvisar continuamente as perguntas pertinentes, verdadeiras hipóteses que se apóiam numa representação intuitiva e provisória da fórmula geradora própria ao pesquisado para provocá-lo a se revelar mais completamente. (BOURDIEU, 1997, p. 700)

Com as entrevistas, aprofundamos o conhecimento sobre os profissionais que estão envolvidos e trabalhando nas emissoras comunitárias, para termos mais sobre o passado profissional dessas pessoas. As entrevistas foram presenciais, com contatos via email para esclarecimentos posteriores. Duas entrevistas foram realizadas por meio eletrônico, email, por falta de disponibilidade de tempo, tanto do entrevistado quanto do entrevistador. Em um dos casos, um encontro presencial posterior acabou sendo possível para esclarecimentos de alguns pontos que ficaram incompletos no relato eletrônico.

⁹Tradução do autor

Para complementar, a audição e análise dos programas produzidos pelos comunicadores foi importante para conseguirmos as informações necessárias para uma melhor compreensão do processo de atuação desses comunicadores. O conteúdo que é veiculado nos programas, e de que forma é feito isso, pode indicar e mostrar como a formação e a participação nos movimentos comunitários se faz presente no trabalho desses comunicadores. Também será captado material utilizado na produção dos programas pelos comunicadores que são parte dessa pesquisa, como textos e material de edição que podem auxiliar neste estudo.

Com os dados obtidos com as entrevistas e com a análise dos programas feita, podemos construir o cenário midiático em que se encontram esses comunicadores. Podemos ter uma visão de quem é o profissional que está por trás dos equipamentos, e também como se deu a sua formação profissional, seja através da prática ou de alguma qualificação técnica ou de nível superior. Teremos condições de analisar se a participação desses profissionais em movimentos comunitários, e outros movimentos de comunicação comunitária, auxiliam e os tornam profissionais diferenciados em relação ao mercado atual. Além disso, poderemos compreender que perspectivas esses comunicadores têm em termos profissionais, uma vez que podem almejar um caminho profissional voltado para a área da comunicação, e a rádio comunitária pode ser uma mídia para a entrada nesse mercado.

Seguindo o modelo abaixo, todas as perguntas foram feitas para os entrevistados, de modo que todos poderiam acrescentar algo que achassem necessário¹⁰.

- 1) Como começou a trabalhar em comunicação?
- 2) Como começou a trabalhar na emissora?
- 3) Que funções desempenha dentro da emissora?
- 4) Tem alguma formação técnica?
- 5) Pretende fazer alguma capacitação profissional no futuro?
- 6) Como é a sua participação em movimentos comunitários?
- 7) Que tipo de atividade exerce nos movimentos comunitários?

10As entrevistas foram feitas entre Junho de 2009 e Janeiro de 2010

- 8) A participação em movimento comunitário é relacionada com o trabalho na emissora?
- 9) Trabalha em outras emissoras não comunitárias? Se sim, qual?
- 10) Qual a influência da participação em movimentos comunitários para chegar à rádio?
- 11) Como você define um comunicador de rádio comunitária?
- 12) Que diferença você vê entre um comunicador de rádio comunitária e rádio comercial?
- 13) Tempo que está atuando na rádio e produzindo o programa?
- 14) Tem outras experiências de trabalho com mídia e mídia comunitária?
- 15) Projetos profissionais e pessoais para futuro

Partindo das entrevistas, buscamos uma edição de cada programa produzido pelos entrevistados, para que possamos compreender como a formação e a participação em movimentos comunitários se faz presente nos programas. Analisamos o formato que o programa tem e que pautas são abordadas, o que pode nos dar as informações de que precisamos para esta pesquisa.

A análise dos dados obtidos pelas entrevistas e pelos programas dos comunicadores será feita individualmente, por comunicador, através de quatro eixos, que em alguns momentos podem se cruzar para comparações e contrastes. Nessa análise iremos trazer a reflexão teórica a partir dos autores estudados, para chegarmos então às conclusões e atingir os objetivos propostos nesta dissertação.

Os eixos de análise empírica são:

1. Caracterização dos comunicadores da Rádio Ipanema Comunitária FM
2. Formação dos comunicadores da Rádio Ipanema Comunitária FM
3. Participação dos comunicadores da Rádio Ipanema Comunitária FM e atuação nos movimentos comunitários
4. Visão sobre comunicador de rádio comunitária

5. Os comunicadores da Rádio Ipanema Comunitária: trajetórias e atuações

Neste capítulo apresentaremos, inicialmente, quem são os comunicadores envolvidos nesta pesquisa. Juntamente com eles, estaremos também fazendo uma breve apresentação dos programas que eles desenvolvem na rádio Ipanema Comunitária. A partir daí, apresentaremos a análise e descrição dos comunicadores, como eles atuam, de que maneira a formação é percebida no seu trabalho na emissora, refletido teoricamente de acordo com os autores apresentados em capítulos anteriores. Isso será feito através da entrevista realizada e também pela análise do programa que desenvolvem na emissora. Para melhor orientação e reflexão com relação aos comunicadores e suas atuações, estaremos desenvolvendo esta análise a partir de quatro eixos, que são: perfil, formação, participação e atuação nos movimentos comunitários e visão sobre comunicador de rádio comunitária.¹¹

Alguns dos comunicadores que fazem parte desta pesquisa têm formações e trajetórias similares, enquanto outros têm experiências diferentes em termos comunicacionais e de movimentos sociais. Os comunicadores da emissora que foram analisados são:

Filipe Borges

Filipe Borges tem 29 anos, é estudante de jornalismo no Centro Universitário Metodista IPA em Porto Alegre, é radialista formado pelo SENAC-RS em 2005 e tem curso de DJ profissional. Filipe tem como meta profissional trabalhar em uma emissora FM jovem, além de fazer uma pós-graduação e um mestrado quando concluir o curso de Jornalismo. Pretende participar de um curso de técnico de som no verão de 2010, e quer ser um DJ reconhecido, para poder continuar trabalhando com música e comunicação.

Ele produz e apresenta o programa *Almanaque Ponto Com*, que vai ao ar na Ipanema Comunitária aos sábados, das 19h às 20h. O programa é no estilo variedades, com músicas intercalando conversas, notícias e entrevistas, trazendo

11 Os programas analisados foram veiculados nas seguintes datas: Almanaque Ponto Com do dia 18 de Julho, Comunidade Viva do dia 30 de Outubro, Cidadania Ambiental do dia 18 de Agosto e Fala Comunidade do dia 25 de Novembro, todos de 2009.

também informações que são do interesse da comunidade e utilidade pública. O programa é produzido e apresentado em parceria com Gilberto Chaves, e os comunicadores estão no ar desde 2007. O programa surgiu a partir de uma proposta dele junto aos diretores da emissora, para que pudesse colocar em prática o que tinha aprendido no seu recém-concluído curso de radialista. Por morar na região e conhecer a rádio, conseguiu a oportunidade de gravar um piloto com seu colega de curso de radialismo, Gilberto, e colocaram no ar em abril de 2007 o programa que produzem e apresentam até hoje. Filipe Borges produz e apresenta o programa, além de operar o computador onde ficam as trilhas utilizadas e as músicas que são executadas durante o programa. O programa é o mais bem produzido em termos técnicos dos que fazem parte desta pesquisa, já que tem uma vinheta de abertura bem produzida, e uma trilha (cortina) característica, que é utilizada durante todo o programa. Filipe Borges tem no trabalho que desenvolve na rádio Ipanema Comunitária o seu primeiro contato com a comunicação. A procura pela oportunidade surgiu após ter concluído o curso de radialista feito no SENAC-RS, quando se fez necessária a busca pela prática para o que tinha sido aprendido. Esse contato que teve com a comunicação na rádio acabou levando-o a buscar uma formação superior, um curso de Jornalismo. Além da formação técnica em radialismo, ele também tem um curso de formação de DJ (disc-jóquei) na Bob Records. No momento não desenvolve nenhuma atividade em nenhuma outra emissora de rádio, seja ela comercial ou comunitária. Filipe Borges produz e apresenta o programa, além de operar o computador onde ficam as trilhas utilizadas e as músicas que são executadas durante o programa

Gilberto Chaves

Gilberto Chaves¹² é radialista formado pelo SENAC-RS, trabalha na Secretaria de Educação do Estado do Rio Grande do Sul e já deu aulas no curso de radialismo do SENAC. Produz e apresenta o programa *Almanaque Ponto Com*, no estilo variedades, em conjunto com Filipe Borges. Gilberto iniciou a sua participação na rádio em abril de 2007, depois de ter concluído o curso de radialismo, tendo

120 entrevistado não quis informar a idade

apresentado à direção da emissora o projeto de um programa em conjunto com seu colega de curso no SENAC, Filipe Borges. Giba, como é conhecido, divide as funções de produtor e apresentador do programa, e normalmente ele é quem opera a mesa de áudio. O seu objetivo é montar um estúdio de áudio e ter um programa em uma rádio comercial. Giba Gilberto teve seu primeiro contato com comunicação fazendo cerimoniais e eventos para empresas, além de ser mestre de cerimônias de formaturas. Achou necessário buscar uma qualificação, e então fez o curso de radialista no SENAC-RS, o que o levou a ministrar aulas no próprio local onde se formou. A necessidade da prática fez com que procurasse a emissora, quando começou a desenvolver o programa que tem na rádio Ipanema Comunitária em conjunto com seu colega Filipe Borges. Além do curso de radialista, também é formado operador de áudio pela mesma instituição de ensino.

João Batista Aguiar

João Batista Aguiar tem 50 anos, é jornalista formado pela PUC-RS em 1981, e trabalha na Assessoria de Imprensa do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Começou o seu trabalho em comunicação como voluntário em ONG's ligadas ao meio-ambiente, desde que se formou em Jornalismo, auxiliando na organização de informação e contato com imprensa. Trabalhou em diversos jornais impressos da capital, e hoje está na Assessoria de Comunicação do Tribunal de Justiça do estado. Produz e apresenta o programa *Cidadania Ambiental*, que vai ao ar toda terça-feira, às 20 horas com uma hora de duração. O programa é feito com entrevistas relacionadas ao meio-ambiente, com pessoas de várias áreas, podendo ter ligação com a comunidade ou não. Faz toda a produção e apresentação do programa, que está no ar desde abril de 2008.

O convite para João fazer o programa veio da direção da rádio em abril de 2008. Segundo o jornalista, a sua participação em movimentos comunitários foi decisiva, já que a sua longa experiência trabalhando com causas ambientais pôde ser levada para a rádio em um programa voltado para o meio-ambiente e para os problemas ambientais da Zona Sul de Porto Alegre. João Batista não tem maiores

pretensões profissionais, quer apenas continuar no ramo do jornalismo, onde atua há quase 30 anos.

Maria Ângela Pellin

Maria Ângela Pellin¹³, é advogada e administradora cultural, e preside o CCD - Centro Comunitário de Desenvolvimento da Tristeza, Pedra Redonda, Vilas Conceição e Assunção. Ângela é administradora cultural e especializada em criar e administrar museus, centros culturais e centros documentais. A participação de forma muito atuante da comunicadora nos movimentos comunitários da Zona Sul influenciou diretamente o seu ingresso para fazer parte da Ipanema Comunitária, assim como em fazer parte do conselho diretor da emissora. A sua participação na Ipanema Comunitária começou com um convite da direção da emissora para que o centro comunitário que preside fizesse parte do conselho comunitário da rádio. A partir daí, surgiu a idéia de criar um programa para divulgar as atividades do centro comunitário, e desde então, no início de 2008, ela produz e apresenta o programa *Comunidade Viva*. O programa vai ao ar às quintas-feiras, às 20 horas, com uma hora de duração e tem como premissa o debate e a disseminação de informação sobre assuntos e entidades atuantes na Zona Sul de Porto Alegre. Para tanto, a apresentadora leva convidados, que representam associações ou entidades das mais diversas, podendo ser independentes ou governamentais, e também são repassadas informações sobre acontecimentos e eventos de associações que estão na Zona Sul. Como comunicação não é sua área de atuação de origem, Ângela não pretende fazer nenhum curso de capacitação, apenas em Museologia, que é a sua área de atuação profissional.

Virginia Negretto

Virginia Negretto tem 25 anos, é jornalista formada pela PUC-RS em 2009 e radialista formada pela FEPLAM-RS. Após concluir o seu curso de jornalismo, entrou

13 A entrevistada não quis informar a idade.

em contato com os responsáveis pela emissora, já que gostaria de participar de alguma forma da programação. Depois de reuniões e acordos em termos de organização e grade de programação, começou com o programa *Fala Comunidade* em abril de 2009. Ela é responsável pela produção e apresentação do programa, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, às 12h15min e às 18h15min. O programa é um noticioso, com informações que são do interesse da comunidade, podendo ser de âmbito local ou mundial. Virginia produz o programa, faz a locução e operação de áudio, além de entrevistas quando necessário. A entrada da comunicadora na emissora não teve nenhuma influência dos movimentos comunitários, já que Virginia não participava ativamente de nenhum deles no momento em que começou a fazer o programa. O objetivo profissional da comunicadora é conseguir emprego na área do jornalismo, já que o trabalho na emissora é voluntário. Ela posteriormente pretende fazer uma pós-graduação na área de comunicação e aprender línguas estrangeiras, como o espanhol e italiano.

5.1 O comunicador da Rádio Ipanema Comunitária: formação, participação nos movimentos comunitários e visão sobre comunicador comunitário

Pelas entrevistas, podemos analisar as respostas em três eixos: o da *formação*, a *participação e atuação nos movimentos comunitários* e a *visão que eles têm a respeito do comunicador comunitário*, o que nos ajuda a entender por que estão envolvidos na emissora em questão.

5.1.1 A formação do comunicador da Rádio Ipanema Comunitária

Percebemos que a formação presente na maioria dos comunicadores que fizeram parte deste trabalho é de cunho técnico, mas que ainda existe uma busca pela formação acadêmica em nível superior. Enquanto Virginia Negretto e João Batista têm uma formação acadêmica na área de comunicação, Filipe Borges está cursando Jornalismo em um centro universitário na capital. Dos outros dois comunicadores, Gilberto tem uma sólida formação técnica, tendo já mais de um curso na área e foi professor em um centro de formação profissional. Única a não ter

nenhum tipo de formação na área de comunicação, seja técnica ou acadêmica, Ângela Pellin está no conselho diretor tanto da emissora quanto do centro comunitário de que participa, mas o seu passado em movimentos comunitários supre a falta de conhecimentos técnicos relativos à comunicação e a deixa na condição de poder ter e desenvolver o programa na emissora.

A formação técnica não necessariamente dá o suporte ou a experiência básica para que o comunicador possa fazer um bom trabalho em uma emissora de rádio, independente do seu tamanho, tipo ou formato, tampouco pode deixar o indivíduo pronto para concorrer com outros no mercado de trabalho. A emissora comunitária está fazendo parte do processo de formação técnica dessas pessoas no momento que auxilia a colocar em prática o que foi aprendido nas salas de aula. A educação é um processo, e depende de um tempo de maturação e de aprendizagem em que, posteriormente aos conteúdos serem entendidos, existe a necessidade de se colocar em prática o que é visto na teoria. Peruzzo (2002) salienta esse caráter educativo dos meios de comunicação comunitária quanto da participação na sociedade não só como receptor da mensagem mas também como produtor de conteúdo, contribuindo para um maior entendimento dos direitos como pessoa e também dos meios de comunicação de massa. O tempo de experiência que é ganho se torna cada vez mais importante, já que, com mais segurança e com mais conhecimento da comunidade e dos anseios dos ouvintes, é possível fazer uma comunicação mais plural e mais democrática, sabendo como utilizar os meios comunitários para tanto. Mas como João Batista ressalta, a capacitação é importante, também para o comunicador comunitário:

Acho que ajudaria bastante que todos tivessem uma preparação técnica porque essa preparação também sugere que há uma preocupação ética com a qualidade da comunicação também, com o conhecimento do que a comunicação pode trazer na comunidade, a comunicação com responsabilidade, que é para que depois possam surgir consequências, porque senão depois não surgem consequências. (2009)¹⁴

Gilberto e Filipe são dois comunicadores com perfil semelhante, e deixam transparecer isso no programa que apresentam. A maneira segura com que os comunicadores conduzem o *Almanaque Ponto Com* mostra a experiência que já têm

14 Em entrevista ao autor.

como apresentadores, e também a formação técnica que permite o controle sobre o que vai para o ar, já que são eles mesmos que operam o equipamento e a mesa de áudio. Por fazerem um programa de variedades, em que são necessárias várias pautas e é preciso dar importância e ordem a elas, é possível perceber o conhecimento na condução do programa, uma vez que as notícias abordadas não são esgotadas à exaustão, tornando o programa maçante para quem não está interessado naquele determinado assunto. O mesmo acontece com pautas pertinentes aos moradores da região, já que pode haver ouvintes de outros bairros que não têm tanta proximidade com a questão colocada. Isso se comprovou no programa analisado quando as pautas sobre a numeração da Avenida Guaíba e a liberação do estacionamento na chamada Zona Azul de Porto Alegre para deficientes físicos, foram sucintas, mas completas para poder passar a informação aos interessados. Isso evidencia a formação que os comunicadores têm, uma vez que essa noção do tempo em que certa informação ou pauta está no ar é muito debatida e reforçada nos cursos, sejam eles técnicos ou superiores.

Essa mesma noção é apresentada por Virginia Negretto, que é responsável pelo noticioso *Fala Comunidade*. Virginia começou a trabalhar em comunicação logo após ter iniciado o seu curso superior em Jornalismo, em 2005, através de um estágio no jornal O Sul, um dos veículos impressos da capital gaúcha. Também trabalhou na revista Ruah, que é uma publicação do centro pastoral da PUC-RS, além de ser estagiária na UNITV, canal universitário da operadora de televisão a cabo local. A PUC-RS, em que Virginia estudou, fornece o apoio operacional e técnico para o canal. Especificamente com mídia comunitária, apenas foi monitora da disciplina de comunicação comunitária durante seus estudos acadêmicos. Paralelamente ao curso de jornalismo, Virginia fez também o curso de radialista na FEPLAM-RS, e isso lhe deu o conhecimento básico para operar a mesa de áudio durante as gravações e a edição do seu programa, além de produzir e apresentar o *Fala Comunidade*. Quando a necessidade se faz presente, Virginia também desempenha a função de repórter e produz reportagens externas que são inseridas nos programas gravados, colocando em prática as habilidades desenvolvidas durante a sua formação como jornalista. Assim, a prática está reforçando o que a comunicadora aprendeu, tornando-a uma profissional que interfere na realidade, não apenas reproduzindo o que vê na mídia e na sociedade, mas também ajudando na

reconstrução do social por causa das pautas que cobre para o seu programa, que tem o viés da comunicação comunitária de informação muito forte. (AZEVEDO e GONÇALVES, 2005)

A seriedade do radiojornalismo tradicionalmente presente nas emissoras comerciais que veiculam notícias e são referência está presente no programa *Fala Comunidade*, em que uma trilha (cortina) mais clássica é utilizada para dar um caráter sério ao programa, buscando a credibilidade, mas sem se valer de uma linguagem formal e rebuscada que pode não prender ouvintes que estão mais acostumados com formas mais coloquiais de apresentação, o que é característico do rádio FM. Isso contrasta com o estilo descontraído da apresentadora, que busca uma linguagem mais próxima do cotidiano no intuito de criar uma espécie de conversa entre ela e o ouvinte. A comunicadora também busca encontrar a sua melhor forma de apresentação, já que não possui muita experiência no meio radiofônico, e a maneira como constrói o programa reflete a sua intenção de fazer o radiojornalismo tradicional de um jeito mais atrativo para o ouvinte. Os textos são redigidos nos padrões dos manuais de radiojornalismo, mas tentando utilizar uma maneira descontraída para a apresentação, utilizando um tom de voz mais alegre e uma locução com ritmo mais acelerado, com uma entonação mais normal e menos ao estilo dos apresentadores tradicionais de radiojornalismo, com voz empostada e ritmo lento.

A busca pelo mesmo tom mais descontraído é também a meta de Filipe e Gilberto no seu programa. *Almanaque Ponto Com* é o único programa em que há a execução de músicas dentre os analisados, e isso reflete também a carreira profissional de Filipe como DJ (disc-jóquei) profissional. Ele é quem fica responsável pela escolha e pelo anúncio das músicas, assim como por dizer quais foram elas quando volta para os apresentadores. Por terem a maior experiência técnica entre os comunicadores da emissora, eles também são os que melhor produzem artisticamente o programa. Existe uma abertura característica, pré-gravada que é alterada de tempos em tempos, e uma trilha (cortina) é utilizada durante todo o programa, assim como em vários programas em emissoras comerciais. Gilberto, que faz em conjunto o programa, tem um histórico de gravação de áudio para comerciais e vídeos institucionais para as mais diversas mídias, e essa vivência o diferencia na

hora de produzir e gravar as aberturas e encerramentos do programa. Percebemos a habilidade técnica e a experiência de quem já tem certo tempo à frente do microfone, já que é ele que conduz o programa que apresenta em parceria com o colega de emissora. Está atento às notícias e ao tempo dado para cada uma delas, e por ser o operador da mesa de áudio durante o programa, tem o controle sobre como vai ser o desenrolar das pautas.

A função de Gilberto é trazer assuntos do dia a dia, além da parte humorística, e ser responsável pela participação do ouvinte, ressaltando os meios de contato várias vezes durante o programa. Nota-se que repassar a ficha técnica com as formas de contato e destacar quem faz o programa é uma constante durante o tempo em que estão no ar, e isso é o hábito em emissoras comerciais, nas quais é preciso reforçar isso sempre, já que a audiência está sempre mudando. Por também trazerem humor para o programa, nota-se a vivência de ambos à frente do microfone, já que não há problema algum em contar e interpretar as piadas. O programa até toma ares de conversa entre eles, o que demonstra a facilidade com que dominam a parte técnica e como suas formações aí fazem diferença, já que mesmo sendo o programa bem informal, não há o descuido com algumas coisas básicas, como as fichas técnicas em que é lembrado quem faz o que naquela edição, volume da trilha utilizada em relação à voz dos apresentadores, e as formas de contato.

O programa *Almanaque Ponto Com* tem a proposta de ser uma revista semanal, na qual os assuntos interessantes daqueles últimos dias sejam trazidos e comentados pelos apresentadores, apesar de não existir uma contextualização das notícias dadas com interesses locais. Existe a preocupação de buscar assuntos que remetam à comunidade local, já que ambos são moradores da região em que a rádio atua, mas eles utilizam o espaço para colocar problemas e cobrar soluções por parte das autoridades competentes envolvidas, assim como ouvir as pessoas da comunidade que queiram se manifestar a respeito. Ter consciência dos problemas locais para poder questionar por soluções nas transmissões são elementos que fazem parte da atuação de um comunicador, e que podem ser aprendidos na prática em uma rádio comunitária. A postura deles em querer praticar e aprender como se faz esse jornalismo comunitário, que é muito próximo das pessoas, vai ao encontro do que coloca Bona (2008), quando afirma que o profissional tem que ter, além do

conhecimento técnico, também uma formação humanística, que isso vai ser o diferencial dele em um mercado que tem novas configurações a cada momento, no qual inclusive movimentos sociais e instituições da sociedade civil começam a fazer parte de um novo mercado em que esse profissional diferenciado poderá atuar.

Isso também é levado em consideração pelo jornalista João Batista Aguiar, que, por causa da sua formação em jornalismo e participação nos meios comunitários, tem mais desenvoltura para trazer as causas comunitárias para o seu programa. Isso dá ao comunicador uma facilidade de trabalhar muito grande, pois alia a técnica ao conhecimento do assunto a que está se referindo, já que seu programa é direcionado para questões nas quais está acostumado a lidar na sua militância ambiental. A sua longa experiência profissional o torna capacitado para estar à frente do microfone e desenvolver um programa de entrevistas com segurança, o que pode não ser tão simples para outros comunicadores sem tanto tempo de mercado. Por já ter outro emprego, João Batista não busca ganhar experiência com o seu programa na emissora, ele quer desenvolver o seu projeto de debater questões ambientais ligadas à Zona Sul, e informar e esclarecer a comunidade sobre esses assuntos.

Percebe-se que o comunicador tem conhecimento e sabe utilizar as ferramentas de elaboração e de condução do programa de entrevistas, uma vez que a sua tranquilidade é evidente no que se refere à apresentação. As intervenções feitas em relação ao convidado do programa analisado são feitas de maneira segura, o que permite colocar novas perguntas relacionadas ao assunto e comentar o que está sendo dito pelo convidado. A apresentação do entrevistado no meio do programa é um indício da formação jornalística do apresentador, uma vez que o faz de maneira completa, dando nome e falando com o entrevistado para que o ouvinte que não escutou desde o início possa saber quem é o convidado daquele específico programa. Outros comunicadores têm a mesma preocupação, mas não o fazem da maneira completa e correta como é feita por João Batista, repassando todas as informações e fazendo com que o ouvinte saiba de quem é a voz do convidado. Ângela Pellin, que apresenta o *Comunidade Viva*, deixa evidente a falta de um conhecimento mais aprofundado em termos radiofônicos, uma vez que peca nessa apresentação dos convidados. Tanto é que, na abertura do programa analisado, não

é feita uma apresentação devida dos entrevistados para que os ouvintes possam saber de quem é a voz que está falando; também na volta dos intervalos, já que isso é necessário quando temos mais de um convidado no estúdio, para que a audiência não confunda em um primeiro momento quem é quem, e acabe se acostumando com o decorrer do programa. E para os que começaram a ouvir o programa já em andamento, torna-se mais fundamental ainda.

A comunicadora Ângela Pellin tem, em comum com João Batista, a longa e extensa participação nos movimentos comunitários que buscam o desenvolvimento e bem-estar da população da região. Os dois, mesmo sendo pessoas da comunidade e não tendo parte em meios políticos ou em veículos da grande mídia, são da diretoria da emissora, e a participação na gestão auxilia na caracterização de uma mídia comunitária colocada por Girard (2002), em que pessoas que normalmente não seriam ouvidas possam sê-lo, e também que elas tenham o espaço para participar das decisões referentes a esses meios. Ser presidente de um centro comunitário de desenvolvimento coloca Ângela em contato com todas as associações da região, e isso é de grande valia para o seu programa, já que consegue ter um amplo conhecimento de tudo o que acontece na comunidade. Ter esse conhecimento auxilia o profissional quando está no ar, já que lhe dá maior embasamento para poder conversar com seus entrevistados. O formato do programa, de entrevistas, também a deixa mais à vontade, e apesar de não ter nenhuma formação na área de comunicação, tenta compensar essa falta com o conhecimento adquirido.

Ângela começou o seu contato com comunicação na sua infância, quando ingressou em grêmios estudantis e participava de corais e se apresentava cantando na televisão e no rádio. Na adolescência, começou a trabalhar como modelo em agências de publicidade, em que também se envolveu nos processos de produção e edição de comerciais. Por causa do seu trabalho em centros comunitários, começou também a escrever para pequenos jornais de bairro. Ângela não tem nenhuma formação técnica na área de comunicação, mas tem uma formação em nível superior em Direito. Mesmo não tendo a formação desejada, a experiência nos movimentos comunitários da região fica evidente ao conduzir as pautas e os questionamentos aos convidados. Em pautas abordadas, como no programa

analisado em que se discutiram as oferendas de grupos religiosos que estão colocando em risco a saúde dos frequentadores de Ipanema, ela mostrou conhecimento de ações passadas e do histórico da região, assim como o fez na pauta sobre a retirada dos bares da orla do Rio Guaíba. Por fazer parte e ser presidente de um conselho comunitário de desenvolvimento que engloba diversos bairros da região, a comunicadora tem o conhecimento das associações e do trabalho desenvolvido por elas.

Vemos uma comunicadora que está preocupada com as causas comunitárias, é atuante nos movimentos da região, mas não tem nenhuma formação técnica ou superior, o que é visível no decorrer do programa em algumas situações. Isso atrapalha quando da não apresentação devida dos convidados, mas a experiência com os meios e com o assunto torna o programa mais informal. Em certos momentos, o ambiente do programa deixa de ser o de um programa de rádio e se torna quase uma simples conversa, em que os ouvintes estão acompanhando pelo rádio. Isso torna o programa agradável de ouvir, mesmo que em certos momentos ele possa perder a objetividade. Ângela consegue conduzir o programa de uma maneira segura quase na maior parte do tempo, apenas quando são necessárias algumas intervenções acaba deixando o programa muito informal, o que é natural dentro da temática e da forma como o programa se desenvolve, mais de entrevista e bate-papo do que um programa de debate. De certa forma, esse tipo de conduta pode ser boa para o ouvinte, que se torna mais um participante de uma conversa do que apenas um mero ouvinte de uma discussão, mas corre-se o risco de não se ter a firmeza necessária para a abordagem de mais assuntos ou controlar a condução do programa. Peruzzo (1998) coloca a preocupação de se colocarem pessoas da comunidade sem preparo em uma mídia comunitária, alguém com um discurso impróprio para aquele determinado meio. Isso não acontece aqui, e a experiência dá mostras de que a fala em meios comunitários pode ser aprendida em bancos acadêmicos ou então através do tempo de trabalho em um meio de comunicação, mesmo que haja pequenas faltas que acabam não comprometendo o produto final.

Esse é um tipo de comunicador, assim como João Batista, que está na emissora para cumprir o seu papel social perante a comunidade e a rádio, e não pretende buscar mais espaços dentro de outras mídias. A postura dos

comunicadores cria com o ouvinte um laço de parceria, de fazer e torná-lo parte daquela conversa, e é isso que José Ignacio Vigil (1986) coloca que deve ser feito: dialogar com o ouvinte, sem emissores ou receptores, dando oportunidade para que no caso pessoas que não têm formação, como Ângela Pellin, venham a ser produtores e apresentadores de programas.

O terceiro modelo de comunicação de Kaplun (1996), que vimos no desenvolvimento teórico deste trabalho e que tem como cerne o processo comunicacional, é o que se busca na Ipanema comunitária, em que programas ambientais e de discussão dos problemas da comunidade são levados ao ar para que o ouvinte, e morador da região, entenda o que acontece na sua comunidade e o que pode vir a acontecer em decorrência da realidade atual. Esse processo envolve não só a comunidade como ouvinte, mas também os comunicadores, que são parte da comunidade e estão sendo educados no fazer comunicação através de um meio comunitário.

5.1.2 Participação e atuação do comunicador da Ipanema Comunitária nos movimentos comunitários

A participação dos comunicadores em movimentos comunitários encontra especificidades, mas também algumas convergências entre os entrevistados. Filipe Borges e Gilberto Chaves, apresentadores e produtores do Almanaque Ponto Com, têm pouca experiência em participar de movimentos comunitários. Filipe não tem nenhuma participação efetiva anterior ao seu trabalho na emissora, enquanto que seu colega de programa, Gilberto, já participou de outros movimentos comunitários anteriormente, mas, segundo ele, sem muita relevância para o seu desenvolvimento profissional. Virginia Negretto é outra comunicadora que não tem um histórico de participações em movimentos comunitários, apenas algumas atuações pontuais. Os únicos contatos com movimentos de ordem social que teve foram na adolescência, com trabalhos envolvendo liderança juvenil na Igreja Católica, e tomou um contato maior em 2006, ainda durante o curso de jornalismo, quando se tornou monitora na disciplina de Comunicação Comunitária. Apesar de nenhum deles ter chegado à emissora por causa dos movimentos comunitários, hoje eles fazem parte atuante

desses movimentos através dos programas que têm na Ipanema Comunitária, participando da comunicação comunitária na região de cobertura da emissora.

Peruzzo (1998) coloca que os meios de comunicação comunitários têm um lado educativo, sendo que isso é percebido em todos os programas e nas ações de todos os comunicadores. O caráter educativo se dá por ambos os lados, tanto pelo lado do ouvinte, que tem acesso à informação de uma maneira diferenciada, mais direcionada para a sua realidade, quanto pelo lado de produção e participação na comunicação comunitária. Os comunicadores Virginia Negretto, Filipe Borges e Gilberto Chaves estão, pela perspectiva educativa da emissora, como participantes, uma vez que aprendem e aperfeiçoam as suas qualificações como profissionais da comunicação, como relatou Filipe sobre a maneira como começou na emissora: “fiz um piloto junto com o Gilberto Chaves, a gente já tinha o curso de radialista, mas queríamos a pratica. meu piloto foi aprovado e acertamos um horário junto com o Doraci Engel (diretor da emissora).” (2009) ¹⁵

Já João Batista e Ângela Pellin buscam trazer notícias e informações que sejam do interesse da comunidade a partir da sua vivência nos movimentos comunitários, e com isso contribuem para um crescimento do conhecimento dos ouvintes da emissora com relação aos temas abordados nos programas. Eles estão no viés educativo em termos de disseminadores de informação, ajudando na educação dos seus ouvintes e da comunidade em que a rádio atua. A informação provinda desses comunicadores auxilia no entendimento dos processos que fazem parte do cotidiano da comunidade, fazendo não só que as pessoas aprendam, mas que entendam e que possam agir conforme o que acham ser melhor para si e para o interesse da sociedade em que estão inseridas.

João Batista é o produtor e apresentador do programa *Cidadania Ambiental*, e não está envolvido apenas nas causas ambientais, mas também participa diretamente da comunicação comunitária na região por fazer parte do conselho diretor da rádio Ipanema Comunitária. João Batista iniciou a sua participação em movimentos ambientalistas em 1980, ainda antes de terminar o seu curso de Jornalismo, e desde então participa ativamente sem interrupção, tendo atuações

15 Em entrevista ao autor.

variadas segundo ele, conforme o movimento em que está inserido: “sou associado comum, militante, ou também participo ocasionalmente de diretorias, decidindo campanhas ou indo à rua, conforme a necessidade, ou apenas metendo a colher torta eventualmente.” (2009) ¹⁶

João Batista participou da criação e elaboração de jornais e boletins para associações como a Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural, Coolméia Cooperativa Ecológica e Núcleos Amigos da Terra Brasil. João Batista não somente faz parte dos movimentos ambientais mas auxilia na produção de informação dentro dos movimentos, como jornais, informativos e releases. O seu trabalho na emissora é resultado direto da participação nos movimentos comunitários e ambientais que desenvolve há bastante tempo, e isso também o colocou no conselho da emissora.

O trabalho realizado por João Batista reforça o que diz Cogo (1998), quando coloca que o movimento popular utiliza a comunicação no auxílio ao processo de transformação da sua realidade, utilizando-se também do viés pedagógico para que esse processo possa acontecer. Com o conteúdo do seu programa sendo direcionado para o esclarecimento de questões ambientais que são pertinentes à comunidade, tem-se a possibilidade de que auxilie na transformação da realidade do ouvinte quando dá a ele mais conhecimento e subsídios para que possa agir de maneira diferenciada no seu dia a dia, ou informações referentes a problemas e como ele, ouvinte, pode estar tomando parte na solução dos mesmos. Os movimentos ambientais nos quais João Batista está inserido se fizeram valer de vários recursos comunicacionais, diferentes mídias que os levaram até a comunicação comunitária em uma rádio voltada para esse fim.

O mesmo aconteceu com Ângela Pellin, que começou a participar de movimentos comunitários desde a infância, quando seus avós montaram o clube do bairro onde mora, na Zona Sul de Porto Alegre. Começou a integrar mais ativamente o centro comunitário depois de ter recebido o auxílio de muitas pessoas da comunidade quando teve um problema grave de saúde com um dos seus filhos. Outro motivo está relacionado à sua percepção sobre o aumento da criminalidade na

16 Em entrevista ao autor.

região, como ela mesma coloca: “com o deslocamento da Vila Cai Cai para a Zona Sul, os moradores tiveram suas casas tomadas de assalto por arrastões e nossos filhos que sempre brincaram nas calçadas e jogavam futebol na rua, eram agredidos e roubados.” (2009) ¹⁷

Ela vê a sua participação ativa no centro comunitário como uma forma de agradecimento e retorno para as pessoas que a ajudaram nos difíceis momentos familiares. Fazer parte de um movimento foi o que trouxe esses dois comunicadores para a emissora, o que nos faz perceber que ser atuante é uma maneira de se chegar a uma mídia. Mesmo sem ter uma formação, como Ângela, é possível ter um programa e poder informar e educar a audiência com conteúdos que são importantes e relevantes para a comunidade. A disposição e razões da comunicadora para participar dos movimentos de comunicação ratificam o que diz Cortina (2005) quando coloca que a comunidade deve ter a certeza de que vale o esforço para melhorar a sociedade em que vive, e ter esse sentimento de pertença é fundamental para que exista uma organização dos indivíduos que irão trabalhar em prol de uma melhora das condições de vida. O seu histórico particular, que é compartilhado com outros moradores da Zona Sul de Porto Alegre, faz com que trabalhe em diversas entidades, visando à melhora da comunidade através de ações e disseminação de informação em conjunto com outras pessoas, dando-lhes a oportunidade de fazerem parte de movimentos comunitários locais, sejam eles pontuais ou não.

O maior envolvimento de João Batista e Ângela Pellin em causas comunitárias se reflete nas suas atividades dentro da emissora e nos programas que fazem. No caso de João Batista e seu programa Cidadania Ambiental, percebe-se uma pré-produção com relação às pautas, uma vez que o apresentador tinha dados e informações sobre diversas delas de forma bem atual no programa analisado. Um assunto discutido no programa, o plantio de árvores feitas no bairro da Restinga, episódio ocorrido no mesmo dia em que foi veiculado e de que o apresentador tinha diversas informações sobre a ação, é contextualizado com ações passadas com o mesmo propósito. Outras pautas que foram tratadas no mesmo programa tinham dados e informações atuais e relevantes para a discussão e para manter o ouvinte

17 Em entrevista ao autor.

informado, como o Projeto Integrado Socioambiental, a construção de um condomínio na Zona Sul que poderá causar impactos ambientais.

A atuação do comunicador em movimentos comunitários desde o início da sua vida profissional é refletida no programa, pois os problemas e temas ambientais que são importantes para a comunidade são todos de seu amplo conhecimento. Com isso, fica evidente no programa a sua segurança para abordar todos os assuntos em pauta, o que dá maior credibilidade ao apresentador e por consequência, ao programa. Os seus conhecimentos de diversos assuntos que são abordados na pauta do programa aparecem na forma de informação complementar aos temas abordados, como ficou evidente no programa analisado sobre a balneabilidade do Rio Guaíba, áreas de proteção ambiental da Zona Sul e a respeito da consulta popular sobre o Pontal do Estaleiro.

A atuação de Ângela Pellin nos movimentos comunitários se faz presente também no momento de desenvolvimento do seu programa na emissora. Atualmente ela é presidente do Centro Comunitário de Desenvolvimento da Tristeza, Pedra Redonda Vilas Conceição e Assunção, e também faz parte de outras entidades na capital gaúcha, como o Conselho do Parque Natural do Morro do Osso, o Fórum de Entidades da Câmara Municipal e do Movimento em Defesa da Orla do Guaíba, além de apresentar e produzir o programa Comunidade Viva na rádio Ipanema Comunitária, emissora em que faz parte do conselho diretor. Em 2006 criou e liderou a Campanha Viva Guaíba, que visava ao combate à mineração de areia e à decretação de Área de Proteção Ambiental para o Rio Guaíba. O conhecimento das causas e das necessidades das entidades da região onde o seu centro de desenvolvimento atua faz com que tenha acesso a informações para trazer para os ouvintes, mesmo que esbarre em uma falta de conhecimento das técnicas radiofônicas que poderiam auxiliar em um desenvolvimento melhor das atividades como comunicadora. A participação em comunicação comunitária foi restrita a eventuais textos em jornais de bairro, nunca tendo uma atuação mais ampla nessa área antes do seu trabalho na Ipanema Comunitária. A sua participação nos movimentos comunitários coexiste com a participação no movimento específico de comunicação comunitária, em que um é utilizado em apoio ao outro. Como diz Peruzzo (1998), isso acontece muito pela necessidade do uso de

uma mídia mais eficiente para disseminar a informação e conscientizar a comunidade sobre determinados assuntos, e o rádio se torna mais eficaz que outros meios impressos por ter uma abrangência e uma proximidade maior com o público que atinge.

Mas a participação de Ângela Pellin na comunicação comunitária vai além do programa que comanda na Ipanema Comunitária. Como faz parte do conselho diretor, tem buscado mais recursos para a emissora, criando projetos para a sustentabilidade da rádio de acordo com os espaços de apoio cultural existentes e com o objetivo de manter a emissora comunitária no ar. Cogo (1998) enfatiza que os movimentos comunicacionais comunitários são importantes para que haja uma democratização dos meios de comunicação, que estão atualmente concentrados em poucas mãos. Os comunicadores comunitários podem trazer pautas e assuntos que interessam à comunidade e aos movimentos comunitários em que atuam e vivem, e que, em muitos casos, não são cobertos pelas mídias dos grandes grupos de comunicação. Eles fazem isso em um meio em que o ouvinte tem liberdade para participar, o que colabora não só para o crescimento do conhecimento geral dos indivíduos da comunidade mas principalmente para a democratização dos meios de comunicação, já que nem sempre a participação é efetiva ou suficiente do ponto de vista das pessoas envolvidas.

A presença na gestão da emissora não é uma das atribuições da jornalista Virginia Negretto, sendo que a sua atuação nos movimentos comunitários está restrita à participação em comunicação comunitária através da produção e apresentação do seu programa na emissora. Em alguns momentos ela é mais ativa, tendo trabalhado intensamente no momento da consulta popular com relação ao Projeto Pontal do Estaleiro em agosto de 2009, que previa a construção de prédios residenciais no Pontal em Porto Alegre, segundo relata a própria entrevistada: “quando ocorreu a votação sobre o projeto Pontal estive em defesa do ‘não’, tentei conscientizar as pessoas a respeito da importância de votar ‘não’, inclusive nos programas que produzi e apresentei na rádio durante esse período.” (2009)¹⁸ Quando existem situações que envolvam a comunidade em que vive, a Zona Sul da capital gaúcha, como no caso do projeto do pontal na orla do Rio Guaíba, a

18 Em entrevista ao autor.

comunicadora tem uma atuação mais efetiva, complementando o trabalho que já desenvolve na rádio com outras ações. Essa busca pela proximidade com o ouvinte e a comunidade, mesmo que Virgínia não faça parte de outros movimentos comunitários e tenha participações maiores em ocasiões pontuais, nos remete ao que Kaplun (1996) acredita ser a função do comunicador, que é saber quais são as experiências da comunidade e poder repassar para os ouvintes da rádio de maneira que esses ouvintes possam analisar e refletir a respeito do que estão ouvindo. Isso se dá de uma forma mais clara com os comunicadores envolvidos nos movimentos comunitários, já que eles têm um contato maior com as experiências da comunidade relativas a esses assuntos e trazem um aprofundamento maior das pautas, não ficando apenas em boletins informativos e notas de divulgação.

O programa que Virgínia apresenta e produz, *Fala Comunidade*, tem a característica de ser totalmente voltado para a região de abrangência da emissora. As notícias veiculadas na sua maioria são boletins informativos das associações existentes na Zona Sul e eventos que ocorrem na região, além de pequenas notícias que possam interessar à comunidade local. O conteúdo é dos mais variados, e vai desde festas (festa do Chopp e do Pêssego e atividades do Clube do Professor Gaúcho foram algumas das notícias presentes no programa analisado) até serviços de utilidade pública, como notas sobre desaparecimento de animais no bairro de Ipanema, sempre com um caráter muito localista. A sua entrada para a emissora não teve nenhuma relação com a participação nos movimentos comunitários, já que ela quer uma maior vivência profissional para que se torne uma profissional da comunicação com um nível de competência maior que outros em virtude da experiência ganha nessa mídia comunitária. Girard e Van der Spek (2002) colocam que os produtores e apresentadores de programas em uma emissora comunitária são agentes que podem crescer nesse espaço comunicacional, e é exatamente isso que ela e outros comunicadores da rádio estão fazendo, melhorar a sua capacitação profissional a partir das experiências adquiridas. Mas as mudanças também podem ser para a comunidade, que, como dizem Girard e Spek, pode ser beneficiada com as ações desenvolvidas na rádio, já que o comunicador, adquirindo uma maior capacidade para desenvolver o seu trabalho na emissora, poderá proporcionar uma comunicação de melhor qualidade para a comunidade. Os autores também ressaltam que é importante que exista trabalho em conjunto nas emissoras

comunitárias, uma vez que o objetivo principal da rádio comunitária é fazer comunicação voltada para os interesses da comunidade, e isso existe dentro da Ipanema Comunitária. Um exemplo é a campanha feita pelos diversos comunicadores da emissora quando da consulta popular a respeito da construção de edificações habitacionais no Pontal do Estaleiro, quando o assunto era abordado de maneira a esclarecer os ouvintes a respeito dos problemas que a construção poderia trazer para a comunidade da Zona Sul.

Filipe Borges e Gilberto Barros foram ativos nessa campanha relativa à consulta popular do Pontal do Estaleiro por estarem na emissora e por serem moradores da comunidade. A participação deles com o programa começou em abril de 2007, sendo que a iniciativa de iniciar em comunicação comunitária foi própria, da mesma forma que aconteceu com Virgínia. Os comunicadores não tinham nenhuma experiência efetiva em comunicação nem em movimentos comunitários, o que é refletido no programa que os dois comunicadores desenvolvem. As pautas do *Almanaque Ponto Com* são normalmente de abrangência geral, como notícias musicais, esportivas e piadas, tudo voltado para o entretenimento. As pautas locais são parte do programa, como uma referente à numeração da Avenida Guaíba que foi ao ar no programa analisado, e outras dos problemas de trânsito na Zona Sul, como conta Filipe:

Chamamos a atenção da Brigada com alguns problemas do bairro e brigamos muito com a EPTC sobre os carros estacionados na beira da praia de Ipanema, já que lá é proibido estacionar. Nunca nos deram retorno. Nossa parte, minha e do Giba, é mais na área da cobrança desses dois órgãos, a Brigada Militar e EPTC. (2009)¹⁹

Sem terem um programa totalmente voltado para assuntos da comunidade, e mesmo considerando que as pautas referentes à comunidade não são debatidas em profundidade, confirma-se a vontade de Gilberto e de seu parceiro de programa, Filipe, de, ao abordarem pautas e assuntos diversos, utilizarem o espaço da emissora comunitária para desenvolverem as suas habilidades e praticarem as funções e rotinas de um programa de rádio.

19 Em entrevista ao autor.

Mas a rádio comunitária também é um espaço para essa prática, uma vez que está dando ao comunicador a oportunidade de desenvolver a sua vida profissional, o que não conseguiria em uma emissora comercial. As diretrizes para que se tenha um programa na emissora são poucas, mas as primordiais são ser morador da região e ter um comprometimento com a comunidade no programa que pretende desenvolver. Todos eles cumprem com essas diretrizes, alguns tendo um envolvimento maior com os assuntos e problemas da sua região até por terem uma participação em movimentos comunitários, o que lhes dá um conhecimento de causa maior. A utilização da comunicação popular por esses movimentos, como coloca Oliveira (2007), está ligada à busca por uma melhor condição de vida, já que essa comunicação pode ter um conteúdo que seja contestador aos veiculados nos meios dos grandes grupos. O incentivo a uma democratização dos meios faz com que pessoas com pouca experiência acabem tendo espaço e possam estar presentes de alguma forma na comunicação comunitária. Ela ressalta que as mudanças em uma sociedade ou grupo social não podem ser somente deixadas para que uma mídia as faça sozinha, já que existem fatores econômicos e políticos envolvidos. João Batista comentou isso na entrevista, referindo-se também ao papel do comunicador nessa situação:

O cara que está na rádio tem que agir com responsabilidade, não adianta querer resolver as coisas no grito, tem que saber que é só uma rádio, não é uma prefeitura, não é o DMLU, não é uma Anatel, é só uma rádio. As coisas funcionam por si, a comunicação está envolvida dentro de uma vida institucional que tem estado, município, órgãos públicos responsáveis, que tem empresas, que tem empreendedorismo, etc., o que nós fazemos lá é rádio. (2009)²⁰

O papel do comunicador é criar condições e dar as informações necessárias para que o seu público crie uma consciência adequada a respeito das necessidades da comunidade, e que possa então buscar através de ações junto à esfera pública ou privada, uma melhora na sua qualidade de vida.

A criação dessas condições pode se dar através da participação da comunidade como criadora de conteúdo, uma vez que qualquer morador da área de abrangência pode ter um programa, ou através da participação direta nos programas já existentes na emissora. Todos os programas analisados permitem que a

20 Em entrevista ao autor.

comunidade se manifeste e participe, seja sugerindo pautas e enviando informações que gostaria que fossem ao ar, ou simplesmente pela participação por telefonemas e mensagens eletrônicas, através de e-mail ou de comentários no site da emissora.

Não existe uma participação comunitária mais ampla na produção dos programas, os responsáveis por cada um deles é que tomam a frente das tarefas necessárias, como levantamento de informações e produção do programa durante sua permanência no ar. A sugestão de pautas sempre é levada em consideração, e os e-mails e mensagens são lidos dentro dos respectivos programas. A comunidade é encorajada a participar, inclusive para que desenvolva programas dentro da emissora através de vinhetas inseridas na programação chamando a atenção para o espaço que existe e que pode ser ocupado. Vinhetas também pedem sugestões e reclamações referentes ao bairro e à Zona Sul, para que possam ser divulgadas e encaminhadas para os programas que abordam o assunto em questão.

Os comunicadores estão em contato com os seus ouvintes e a comunidade diretamente, mas são eles os responsáveis pela produção dos conteúdos. Pedem sugestões e participações em relação ao temas abordados nos seus programas, mas boa parte desse contato é feito via telefonema e eletronicamente. Nesse sentido, a emissora funciona de maneira similar a uma rádio comercial, em que os ouvintes participam dando sugestões e opiniões, interagindo de maneira indireta no desenvolvimento da programação da emissora.

A possibilidade de qualquer pessoa da comunidade ter o seu programa auxilia nisso, já que a variedade de programas permite que vários segmentos da comunidade participem diretamente da programação da emissora. Os integrantes da comunidade podem se tornar comunicadores, e com isso, entrar no processo comunicacional comunitário da sua região, e podem contar com o apoio dos outros comunicadores para desenvolver seus programas, mesmo que seja um auxílio restrito ao tempo disponível de cada um, já que todos têm atividades paralelas ao trabalho na emissora. Mesmo assim, a participação de outras maneiras que não as usuais em meios radiofônicos comerciais não acontece, não sendo estimulada pelos comunicadores para que haja em um formato diferente, nem é percebido um interesse na própria comunidade perante os programas analisados.

5.1.3 Visão sobre o comunicador comunitário

A visão que os comunicadores têm a respeito do comunicador comunitário e sobre como atua esse profissional é bem diversificada entre os participantes desta pesquisa, com perspectivas divergentes entre os que estão envolvidos em movimentos comunitários além do que é praticado na emissora. Os comunicadores que buscam um meio de ganhar experiência em uma rádio comunitária compartilham de ideias parecidas entre si.

Filipe Borges e Gilberto Chaves compartilham percepções quando relevam acreditar que a diferença entre um comunicador de uma rádio comunitária e um comunicador de uma rádio comercial é que o primeiro tem interesse nas coisas da comunidade, como sintetiza Filipe:

A diferença é que o comunicador de rádio comunitária muitas vezes tem menos ou nenhuma experiência em rádio, às vezes nem é radialista, é simplesmente uma pessoa que se interessa pelos problemas da comunidade, não ganha dinheiro para estar lá, vai gravar por paixão pelo assunto. Então, é isto que tem que ter o comunicador, interesse nas coisas da comunidade, seja cultural ou educacional. (2009)²¹

Virginia Negretto também entende que o comunicador de uma rádio comunitária é alguém que faz o que gosta, por causa do caráter voluntário do trabalho. Inclusive, na opinião dela, existe muita dedicação dos colegas de trabalho da rádio Ipanema Comunitária, pois entende que os programas são bem elaborados e produzidos, e acrescenta que o comunicador comunitário “é um comunicador que consegue atender bem o gosto do ouvinte porque tem uma relação mais direta, em geral conhece bem o perfil do ouvinte.” (2009)²² Além de participar porque gosta das temáticas, João Batista acredita que o comunicador comunitário deve ter noção dos interesses e do perfil da comunidade, e estar preparado para não cair para a comunicação irresponsável, inconsequente e demagoga.

Ângela, que também veio dos movimentos comunitários, acha que o comunicador de um meio comunitário é um missionário, assim como qualquer um

21 Em entrevista ao autor.

22 Em entrevista ao autor.

que desenvolva um trabalho semelhante perante sua comunidade pelo fator tempo e dedicação envolvidos e pela ausência de algum tipo de remuneração ou compensação financeira. Ela não vê diferença alguma entre os comunicadores de uma emissora comercial e de uma comunitária, e conclui:

Não vejo diferença alguma, mas infelizmente, nossa cultura vê este trabalho como algo gratuito, voluntário e se esquece que para desenvolvê-lo é preciso dedicação, estudo, preparo para assumir despesas e responsabilidades. Muitas vezes nos vemos obrigados a nos profissionalizar informalmente para mantermos os programas no ar. (2009)²³

O que Ângela relata vai ao encontro do que diz Kaplun (1996), quando coloca que o comunicador popular precisa aprender as técnicas e conhecimentos relativos à comunicação em geral, e usá-os como recurso no desenvolvimento das práticas na radiodifusão comunitária. O que acontece, segundo o autor e pudemos comprovar com certos comunicadores descritos anteriormente, é que alguns desses conhecimentos são ignorados na hora de produzir e apresentar o programa, o que o pode torná-lo menos atrativo para o ouvinte do ponto de vista comunicacional.

João Batista entende que esse conhecimento deve existir e que por isso não existe muita diferença entre um comunicador de uma rádio comunitária e de uma comercial, e que comunicador é comunicador independente do tipo ou formato de emissora. Ele acha que o profissional precisa agir com responsabilidade onde estiver, e acredita que circunstâncias que limitam o fazer e o poder de manifestar a opinião existem em qualquer lugar.

Já Filipe e Gilberto acreditam que, pelo fato de as rádios comerciais visarem ao lucro e as comunitárias aos interesses de um bairro, de um público menor e específico, isso faz com que os comunicadores de rádios comerciais tenham menos tempo à disposição, e por isso precisem falar rápido pois têm pouco tempo no ar. Existe uma maior flexibilidade em uma emissora comunitária com relação ao tempo que o comunicador tem para trabalhar durante os seus programas, e que isso se reflete na sua atuação. A opinião dos comunicadores reforça a ideia de Peruzzo (2007) quando se refere à oportunidade que os participantes de uma emissora comunitária têm de construir novos horizontes traçados a partir de atividades

23 Em entrevista ao autor.

desenvolvidas com a comunidade, e isso traz novos rumos profissionais, já que o meio permite a prática e aprendizagem de maneira mais livre e sem tantas cobranças como em uma emissora comercial. Independentemente das funções que alguém desempenhe dentro de uma emissora, seja de produção, à frente do microfone apresentando ou em cargos de chefia, todas são uma forma de melhorar suas capacidades pessoais. Percebemos essa atitude nos comunicadores, já que eles também acreditam que as rádios comunitárias são uma escola para se aprender e conseguir experiência, o que eles também estão fazendo enquanto desenvolvem o trabalho na emissora. Virginia, que também está procurando acrescentar experiência ao seu currículo de jornalista e radialista, acredita que o comunicador de uma rádio comunitária está mais ligado com a comunidade, e enfatiza: “Com certeza o comunicador de rádio comunitária está mais próximo do ouvinte. Ele conhece as necessidades e muitas vezes é membro da comunidade em que atua, e tem uma maior interatividade com o ouvinte.” (2009)²⁴

A percepção de Virginia está de acordo com que traz Vigil (1986) quando afirma que é preciso criar uma relação com o ouvinte, e que seja sem início ou fim, sem emissores ou receptores, e que todos possam participar unilateralmente. A função do comunicador popular é poder fazer com que a comunidade fale e produza seus próprios conteúdos radiofônicos. Nos programas analisados, conseguimos perceber que os comunicadores criam essa relação com o ouvinte de diversas formas, através de telefonemas e contatos eletrônicos que são incentivados em diversos momentos, mas não existe uma participação mais efetiva desses ouvintes no ar com os comunicadores. E os programas com caráter informativo da emissora, que são os produzidos pelos comunicadores envolvidos nesta pesquisa, todos aceitam a intervenção do ouvinte, mas no formato de retorno com opinião e perguntas, sendo que o cidadão, que não tem formação ou não é de entidade representativa da comunidade, não apareceu como participante ou envolvido na criação de conteúdo de qualquer forma. Vigil (1986) ressalta também que um integrante de uma comunidade, ao ouvir a sua voz e de seus semelhantes, sente-se importante como pessoa e como cidadão, e isso é levado em conta apenas em

24 Em entrevista ao autor.

parte, quando eventualmente algum ouvinte vai ao ar, o que não aconteceu em nenhum dos programas analisados.

João Batista acredita que isso em certas situações é o melhor, já que ele ressalta que uma rádio comunitária é somente uma rádio e nada mais, que é apenas um instrumento e que sozinha não é capaz de resolver os problemas da comunidade como muitos ouvintes e comunicadores acham.

Fazer parte de uma rádio, seja ela comunitária ou não, traz visibilidade para o comunicador perante os seus ouvintes e seus pares de outras emissoras. Mesmo que não se tenha a imagem da pessoa como na televisão, o que a tornaria mais conhecida ainda na comunidade, ter um programa em uma emissora traz prestígio e reconhecimento, e esse, muitas vezes, pode ser o motivo que leva alguém a participar de alguma forma da programação da rádio. Entre os comunicadores que fazem parte desta pesquisa não encontramos nenhum com esse perfil, em que a notoriedade seria um dos motivos principais do envolvimento com a comunicação comunitária, mas dois deles, Filipe Borges e Gilberto Barros estão na rádio também para serem ouvidos por pessoas de fora da comunidade, principalmente profissionais de rádios comerciais, o que poderia oportunizar possibilidades de trabalho no mercado radiofônico mais amplo.

6. O Comunicador da Ipanema Comunitária: uma síntese de trajetórias diversas

Com base na análise dos programas veiculados na rádio Ipanema Comunitária, temos como traçar um panorama da atuação desses comunicadores, com apoio nas entrevistas e nas conclusões que podemos tirar a partir do formato e do conteúdo dos programas. Apresentamos, então, a partir do estudo de caso, quatro tipologias que apontam para uma diversidade de presenças de formação e também de modos de atuação dos comunicadores, assim como suas expectativas e motivações. Essas tipologias não são passíveis de uma generalização para rádios comunitárias em nível local e nacional, mas nos permitem identificar traços de quem são esses comunicadores e como atuam no meio comunitário.

A primeira tipologia que temos é a de um comunicador que não tem vivência nos movimentos comunitários e não possui experiência no mercado de trabalho em comunicação, mas possui uma formação técnica ou em nível superior. Este comunicador se utiliza do espaço para um crescimento profissional, na busca por novas habilidades que não vai conseguir desenvolver inicialmente no mercado que exige essa experiência básica. Sem ter a vivência dos movimentos comunitários, acaba por deixar os assuntos e pautas mais superficiais, podendo focar em questão de maior interesse da comunidade. A formação técnica e/ou superior auxilia na formatação e na habilidade para desenvolver corretamente as passagens jornalísticas, trazendo para o ouvinte de forma mais elaborada e mais clara os assuntos tratados no ar. O comunicador está querendo crescer profissionalmente, e conseguir uma posição em outra emissora de rádio, não necessariamente comunitária, mas que possa lhe render um sustento é o objetivo.

A segunda tipologia que se apresenta é a de um comunicador com vivência nos movimentos comunitários e também com experiência no mercado de trabalho em comunicação, e que possui também uma formação em nível técnico ou superior. O comunicador que tem esse perfil está há bastante tempo no mercado de trabalho e tem uma carreira sólida no meio. Portanto, não necessita da rádio comunitária para desenvolver as suas habilidades profissionais, já que essas foram adquiridas

tanto nos bancos acadêmicos quanto no mercado de trabalho. Por ser ativo nos movimentos comunitários, a emissora lhe proporciona um canal para que possa estar ligado tanto à comunidade quanto ao movimento em que está inserido, e pode assim articular ambas as instâncias. As experiências no mercado e no movimento comunitário permitem que tenha maior segurança para decidir o que vai para o ar e auxiliam a desenvolver as atividades na emissora de maneira que o programa se torne mais atraente para o ouvinte, que nele vai encontrar as informações mais completas e aprofundadas. A vivência dos movimentos comunitários é muito importante, o que fica claro na sua atuação, pois permite um conhecimento da causa muito maior, e isso pode tornar o programa mais didático e às vezes até educativo, pois a vontade de trazer as informações e esclarecer a comunidade sobre esses temas é maior do que o desejo de ganhar experiência ou aprimorar habilidades.

A terceira tipologia é a de um comunicador com vivência nos movimentos comunitários, com experiência no mercado de trabalho em comunicação, mas sem nenhuma formação. Para esse comunicador, a vivência e participação nos movimentos comunitários e uma experiência em comunicação é que lhe dão os subsídios para poder desenvolver o seu trabalho na emissora comunitária. A falta de uma formação específica pode deixar algumas lacunas em termos de conhecimentos técnicos e metodológicos quando da preparação e da veiculação de um programa na rádio, mas pode ser compensada pelo grande conhecimento na causa em que está atuando e em que o programa é baseado. A experiência em comunicação faz com que algumas dessas carências sejam supridas pelo que já se aprendeu na prática, mas nem sempre isso acontece, e o ouvinte pode acabar saindo prejudicado por não conseguir fazer parte do processo de comunicação proposto pelo comunicador e pelo programa que está ouvindo.

Aqui também conseguimos perceber a vontade de usar o canal disponibilizado pela emissora para colocar os ouvintes mais próximos dos movimentos comunitários, assim como colocar os movimentos em contato direto com os ouvintes da região ou localidade em que atuam. Não existe a vontade de querer novos espaços em outras emissoras, e portanto, percebe-se nas pautas e na estrutura do programa que a liberdade e o contato com a comunidade são mais importantes para o comunicador do que maior visibilidade e carreira em outras emissoras. Por isso, uma formação técnica e/ou superior em comunicação pode não

ser uma vontade ou necessidade, já que a forma com que está atuando é satisfatória para o que se propõe.

E a última tipologia que se apresenta é a de um comunicador com pouca vivência nos movimentos comunitários, com pouca experiência no mercado de trabalho em comunicação, e que possui uma formação técnica ou em nível superior. Aqui temos o comunicador que percebe a sua importância na mídia, assim como a sua inserção na comunidade, e traz isso para o programa que desenvolve. Mas o seu objetivo maior é se tornar mais capaz do que já é para ter, em uma emissora comercial, um espaço em que possa colocar as suas habilidades em prática e fazer disso uma carreira. A formação auxilia na elaboração e na condução do seu trabalho no ar, mas a falta de uma participação maior em movimentos comunitários deixa evidente que o compromisso com a emissora é, claro, trazer informação para a comunidade, mas o formato como é feito isso está mais voltado para uma emissora comercial do que para uma comunitária, cujas pautas são mais do âmbito geral do que local. A disseminação de informação de caráter geral, que não interessa apenas a um pequeno grupo de pessoas, também se faz necessária para que o ouvinte da comunidade possa estar a par do que acontece ao seu redor. É preciso ter atenção com algumas dessas pautas, que devem ter uma contextualização com o ambiente em que esse ouvinte está inserido, para que possa compreender de que maneira determinada informação ou acontecimento pode afetar o seu dia a dia e a sua comunidade. Dessa forma, as notícias transmitidas teriam mais sentido e maior proximidade, não apenas veiculadas e sem maior aprofundamento.

O comunicador está ciente e deixa claro que não tem como objetivo desenvolver um programa diretamente voltado para a comunidade, já que está buscando um desenvolvimento e aprimoramento das técnicas que já aprendeu na sua formação para se colocar melhor no mercado de comunicação. Por já ter um conhecimento dos modos de atuação e produção em comunicação, esse espaço serve como uma maneira de manutenção dessas habilidades, o que é necessário uma vez que, sem atuar, o profissional acaba perdendo um pouco da rapidez em gerenciar certas situações que são colocadas no momento da prática.

Aqui mostramos diferentes tipologias que ajudam a construir um espaço de comunicação comunitário, em uma emissora de uma região de classe média em

uma capital de estado brasileiro. Cada um tem um papel importante dentro desse desenvolvimento comunicacional, mesmo que existam comunicadores com mais interesse pessoal do que comunitário. Uma emissora comunitária pode ter todos os tipos apresentados, que vai cumprir com o seu papel de democratização da palavra e de tornar o meio aberto para a participação da comunidade, mesmo que o interesse de um determinado comunicador seja o ganho de experiência e de busca por outros mercados que não o comunitário. Um dos fatores que podem influenciar quais dessas tipologias estarão presentes é o histórico e a localização da rádio comunitária, uma vez que é isso que define quem fará parte da programação e da gerência da emissora.

7. Conclusão

Com os estudos feitos até aqui, tanto teóricos quanto empíricos, tentaremos responder às questões que nos propusemos no início desta pesquisa. O embasamento teórico nos auxiliou a confrontar o que encontramos nos estudos de campo com alguns conceitos e pensamentos relacionados ao tema, o que nos habilita a buscar as conclusões para esta dissertação.

Tínhamos como objetivo deste estudo identificar e analisar os processos de formação e atuação do comunicador das rádios comunitárias de Porto Alegre, como também seus projetos e perspectivas, buscando identificar e compreender as especificidades na formação desse profissional, assim como a sua relação com as emissoras e os movimentos populares da comunidade em que estão inseridos.

A partir de um estudo de caso, verificamos que os processos de formação e atuação dos comunicadores da rádio Ipanema Comunitária têm características semelhantes e também divergentes, a partir do que conseguimos apontar algumas tipologias no capítulo anterior. Mais importante do que a formação propriamente dita, percebemos que o aspecto que mais difere os comunicadores é a participação ou não em movimentos comunitários, além da comunicação comunitária de que fazem parte por estar na emissora, e isso se reflete tanto na sua atuação na mídia quanto na procura de outros espaços dentro do meio comunicacional. Fazer parte ativa de um movimento comunitário, independente do envolvimento ou da temática dele, faz com que os comunicadores estejam presentes na comunicação comunitária com um propósito diferente. Existe uma preocupação maior com o envolvimento da comunidade e das temáticas comunitárias, do que existe com quem não é participante de outros movimentos comunitários. Os que estão envolvidos têm uma atuação mais comprometida com os seus movimentos em específico, e trazem isso para a emissora, envolvendo outras pessoas que podem fazer parte da comunidade ou não, contribuindo para que haja informação, discussão, esclarecimento, ensinamento, aprendizagem e participação.

João Batista Aguiar e Ângela Pellin são participantes ativos em movimentos comunitários diferentes, ele em movimentos ambientais e ela nas entidades comunitárias da região em que mora na cidade de Porto Alegre. Os dois comunicadores têm programas voltados para essas temáticas, ele com o Cidadania

Ambiental, em que os temas ambientais da Zona Sul são colocados em pauta, e ela com o Comunidade Viva, abordando temas e assuntos referentes à região e às entidades que fazem parte do Conselho de Desenvolvimento Comunitário que preside. Os dois programas estão voltados totalmente para a abordagem de pautas relativas aos temas, sem fugir para músicas ou assuntos que não sejam do interesse dos ouvintes da emissora. João Batista tem uma formação em nível superior, é jornalista, e isso o auxilia no desenvolvimento do programa e das suas funções dentro dele, já que tem um conhecimento técnico desenvolvido não somente na academia como também na sua carreira profissional. A sua formação o ajuda a ser melhor comunicador, pois tem noção de técnicas e rotinas que são aprendidas nas salas de aula. Ângela já não tem essa formação, nem técnica nem superior em comunicação, e isso é percebido no seu trabalho dentro da emissora, no programa que apresenta, quando há falhas na apresentação e na condução do programa. Por já terem mais idade que os demais comunicadores, e não pensarem em qualquer tipo de aperfeiçoamento em comunicação e nem em um avanço na carreira, estão na emissora sobretudo para cumprir o seu papel dentro da esfera de comunicação comunitária. A formação deles, ou a falta dela, não é um elemento tão importante na sua atuação como é a participação em movimentos da sociedade civil, mesmo que isso afete a sua maneira de agir. Percebemos que esses comunicadores estão mais comprometidos com a comunicação comunitária por produzirem programas totalmente direcionados à educação dos ouvintes, através da disseminação de informação e da discussão dos temas propostos, para que os ouvintes e a comunidade estejam a par do que está acontecendo, não somente informando.

A informação é o que os outros comunicadores estão interessados em transmitir, mas o seu nível de comprometimentos é menor e acontece de uma outra maneira. Temos um programa noticioso com curta duração e na sua maioria com boletins informativos das entidades presentes na área de abrangência da emissora – o *Fala Comunidade* -, comandado por Virginia Negretto, e um programa de variedades, *Almanaque Ponto Com*, apresentado por Filipe Borges e Gilberto Chaves. Os comunicadores que estão à frente desses programas buscam apenas informar, participando e tomando a frente em ações pontuais que envolvam questões da comunidade. A informação pode vir em formato de notas e pequenas notícias, como no *Fala Comunidade*, em que o aprofundamento de pautas só se dá

quando é necessário, assim como as saídas externas para reportagens. O programa tem um tempo curto de duração, e a falta de experiência técnica da comunicadora é evidente pela maneira simples e objetiva como conduz as leituras, sem deixar muito espaço para improvisos e erros.

Isso não acontece no *Almanaque Ponto Com*, em que Filipe e Gilberto buscam o improviso e a condução descontraída, refletindo uma pequena experiência da dupla em termos radiofônicos. O conteúdo aborda temas da comunidade, mas de forma pontual e não é uma regra em todos os programas, e isso aproxima os três comunicadores que não têm uma participação efetiva em movimentos comunitários: todos estão no meio para conseguir aperfeiçoar as suas capacidades de trabalho em comunicação. Mesmo tendo uma formação, seja acadêmica seja técnica (os três são radialistas e ela é jornalista) todos estão procurando ganhar experiência para poder competir com outros colegas de trabalho quando estiverem procurando por emprego. A mídia passa a fazer parte do treinamento profissional, tendo um caráter mais didático e educativo com o comunicador que busca esse tipo de ligação com a emissora. Enquanto os comunicadores que estão nos movimentos comunitários estão na rádio para disseminar informação e contribuir para a melhoria de vida da comunidade, os que não estão participam desse movimento de comunicação mais voltados para a sua melhoria de vida, buscando uma melhor capacitação e, posteriormente, uma melhor colocação no mercado de trabalho, em outras emissoras que tenham uma maior visibilidade e um salário ao final do mês.

A formação, portanto, não se torna tão essencial para caracterizar a atuação desses comunicadores, mas, sim, a participação deles nos movimentos comunitários, sejam eles quais forem. Quem está nos movimentos, se utiliza do espaço da rádio para educar outros e dialogar com a comunidade, enquanto quem não está também procura o diálogo, mas também está atrás da própria educação. A preocupação com o comunitário existe, mas é secundária, se colocada ao lado da busca pelo crescimento individual. Uma das funções das emissoras comunitárias é educar e contribuir para a melhoria da condição de vida da comunidade em que estão inseridas, e os comunicadores da rádio Ipanema Comunitária são responsáveis pelo cumprimento desse papel das duas formas. Lá estão pessoas ligadas aos movimentos comunitários que trazem informação e possibilitam novos

conhecimentos para os ouvintes, e também pessoas que estão procurando melhorar sua qualidade de vida, profissional e pessoal, através da experiência que a emissora pode lhes proporcionar.

Os comunicadores de uma emissora comunitária têm poucos aspectos que os diferenciam dos comunicadores de rádios comerciais, sendo preparação e comprometimento os que se destacam como essenciais na diferenciação desses profissionais. A preparação é necessária nos dois casos, seja ela técnica ou em termos de conteúdo. A falta de uma delas compromete a atuação do comunicador, e por consequência, a informação pode não ter a eficiência desejada. A formação técnica é exigida por praticamente todas as emissoras comerciais, tentando manter um padrão de qualidade que seja compatível com seus propósitos, o que não acontece nas rádios comunitárias, até em função das pessoas que participam da programação dessas emissoras. O comprometimento dos comunicadores é um aspecto em que se percebe a maior diferença, já que o voluntariado é uma realidade nas rádios comunitárias, e não nas emissoras comerciais. Muitos dos comunicadores comunitários, além de ser voluntários na rádio, também são atuantes nos movimentos comunitários, o que lhes dá várias atribuições sem que tenham nenhuma compensação financeira, além de poderem participar do desenvolvimento dos integrantes da comunidade. Os comunicadores analisados neste estudo são voluntários, e mesmo existindo diferenças no propósito de atuação na emissora, existe um comprometimento deles com a emissora e com a comunidade.

Comunicadores de rádios comerciais cumprem o seu papel na emissora em que estão trabalhando, muitas vezes sem liberdade alguma para criar ou se expressar, apenas reproduzindo um roteiro de atividades pré-ordenadas. Ter liberdade também não quer dizer que vá existir uma iniciativa de criar coisas novas, já que muitos preferem a comodidade de seguir caminhos já traçados. A diferença na abrangência das emissoras também influencia nesse comprometimento, já que uma emissora comunitária está mais próxima do seu ouvinte, por causa da limitação em potência. Uma rádio comercial pode atingir um público em uma área maior, e, portanto, a proximidade pode não ser tão grande em relação ao ouvinte, o que deixa o comunicador mais suscetível a não procurar essa proximidade. As experiências do autor deste trabalho como comunicador em emissoras comerciais permite esses

comparativos, aliando o estudo empírico deste estudo com as experiências de vida do pesquisador.

Um dos objetivos específicos que fez parte deste trabalho foi verificar quem são e que formação, técnica e/ou acadêmica, têm as pessoas responsáveis pela produção de conteúdo da rádio Ipanema Comunitária. Aprofundamos isso no capítulo anterior, quando analisamos quem eram os comunicadores, e qual era a sua formação, tanto acadêmica quanto técnica. Os comunicadores são pessoas que residem na área de atuação da emissora, e isso é uma exigência da parte do regulamento da rádio no que se refere à possibilidade de ter programas na Ipanema Comunitária. Filipe Borges é estudante de Jornalismo, tem curso técnico de radialista e DJ, e divide a apresentação e produção de um programa com Gilberto Chaves, que também tem o curso técnico de radialista e já foi professor no centro de formação em que fez o seu curso. Virginia Negretto também tem o curso técnico de radialista, aliado a sua formação superior em Jornalismo. Também jornalista, João Batista Aguiar é um dos comunicadores com maior envolvimento nos meios comunitários, juntamente com Ângela Pellin, que tem uma formação superior em Direito, mas nenhum curso em qualquer nível na área de comunicação. Sabendo das suas formações e qual é o seu nível de participação em movimentos comunitários, podemos analisar como a atuação nesses movimentos pode diferenciá-los em relação a outros profissionais que atuam na grande mídia comercial, sendo esse outro objetivo deste estudo.

O que podemos perceber é que o comunicador que atua em uma emissora comunitária e tem um histórico em movimentos organizados da sociedade faz uma comunicação mais educadora, voltada para os interesses e para o esclarecimento dos ouvintes da rádio. O seu interesse primeiro é a comunidade e os assuntos que possam ser oportunos para ela, focando em uma comunicação com mais conteúdo e profundidade nos assuntos que são tratados em seus programas. Esses comunicadores estão mais preparados para ouvir a comunidade e poder lhe dar um retorno em termos comunicacionais, já que têm essa proximidade maior com a audiência, muito também pelo fato de morarem e estar ativos nos movimentos da comunidade. A participação nesses movimentos é o que levou ao início do trabalho na emissora, portanto, já existia algum tipo de envolvimento em comunicação de

alguma forma. No caso dos comunicadores que participaram deste estudo, João Batista auxiliou na criação e desenvolvimento de diversos veículos para associações ambientais, enquanto que Ângela Pellin sempre esteve presente na divulgação das ações das entidades de que participa.

Por não terem essa passagem pelos movimentos comunitários que lhes poderiam dar alguma experiência, os comunicadores que atuam em uma rádio comunitária têm essa desvantagem, a falta de uma maior vivência nos meios de comunicação. Eles têm o diferencial da proximidade com o ouvinte e podem atender as suas carências, muitos procuram o meio para se aperfeiçoarem, e é o que vimos nos outros comunicadores envolvidos neste trabalho. Assim, conseguem ter o contato maior com o ouvinte, e tentam preencher a lacuna da falta de experiência que os deixa em desvantagem em relação aos concorrentes de rádios comerciais.

Conhecer a trajetória dos comunicadores das emissoras comunitárias de Porto Alegre, especificamente os comunicadores da rádio Ipanema Comunitária, também foi um dos objetivos deste trabalho, e conseguimos verificar que fazer parte dos movimentos comunitários pode levar ao trabalho em comunicação comunitária. Os dois comunicadores que estão envolvidos ativamente nos movimentos chegaram até a emissora por causa do seu histórico, sendo uma transição natural em termos de participação nos meios comunitários. Suas participações se deram através de convites da direção da emissora, por terem o conhecimento de causa das temáticas que são tratadas, e por conhecerem as necessidades da comunidade nas áreas em que atuam. Os comunicadores que não têm essa mesma participação em movimentos comunitários chegaram à emissora por iniciativa própria, propondo a criação do programa em que atuam hoje. Isso demonstra que fazer parte de um movimento comunitário pode levar a uma emissora, e neste caso, ficou evidente que o comprometimento com a comunidade é maior por parte dos que são convidados a fazer parte da programação da rádio. O comprometimento também existe por parte dos comunicadores que não são ativos nos movimentos, mas os interesses pessoais também ficam evidentes neste tipo de participação. A rádio comunitária se torna o meio em que a aprendizagem final se dará, colocando-se em prática as rotinas aprendidas nos cursos frequentados, mas suas trajetórias não ficarão restritas a

essas emissoras, a busca por outros espaços existe e é isso que ajuda a impulsionar as ações desses comunicadores.

Um dos questionamentos que nos fizeram começar este trabalho era se rádios comunitárias estão funcionando como um aprendizado para os comunicadores que pretendem ir para as rádios comerciais, uma vez que o mercado está cada vez mais competitivo. Percebemos claramente que a rádio Ipanema Comunitária está funcionando de maneira educativa para os comunicadores que almejam emissoras comerciais, inclusive sendo isso colocado abertamente pelos participantes desta pesquisa. Praticar o que foi aprendido nem sempre é possível, já que os postos de trabalho em comunicação estão cada vez mais escassos, e sendo a concorrência acirrada, qualquer nível de experiência já auxilia na busca por um espaço no mercado de trabalho. As rádios comunitárias, por necessitarem de voluntários, estão se tornando um local de aprendizado para esses profissionais, mesmo para quem não tem condição de frequentar um curso de formação, seja ele técnico ou de nível superior. A possibilidade de aprender sem ter uma formação é também vista nos comunicadores que fazem parte desta pesquisa, já que Ângela Pellin não tem nenhuma formação mas aprendeu as práticas radiofônicas na emissora enquanto trabalhava. Ela não tem a pretensão de buscar outros espaços dentro da comunicação, seja em rádios comerciais ou outras comunitárias, mas outros podem começar a desenvolver um programa, e com o tempo e prática, conseguir um nível satisfatório de conhecimento a ponto de concorrer em igualdade de condições com outros comunicadores de emissoras comerciais que tiveram uma formação ou têm mais experiência de rádio.

Com formação ou sem formação, o comunicador que tem uma história em movimentos comunitários é diferenciado em relação aos que não a têm, e isso o coloca como um agente de disseminação de informação que tem maior comprometimento com a emissora, e por consequência, com a comunidade. A maneira diferenciada de fazer comunicação em virtude das trajetórias dos comunicadores era um dos questionamentos que nos instigavam ao iniciar esta pesquisa, e entendemos que a falta de uma participação maior em movimentos da comunidade pode deixar o comunicador não tão próximo do seu público, nem tão atento a todos os detalhes que fazem parte da vida da comunidade. Entre eles

existe essa diferenciação, uma vez que mesmo com uma formação, o distanciamento quanto à comunidade é percebido nos três comunicadores que não têm esse histórico. Virginia Negretto tem no seu programa notas e pequenos boletins noticiosos sobre as entidades da comunidade, só havendo uma proximidade maior quando a necessidade se faz muito presente, caso contrário os textos são redigidos de acordo com que é repassado para ela pelas entidades. Filipe Borges e Gilberto Chaves comandam um programa de variedades que poderia estar em qualquer emissora, e isso é o objetivo deles. Pautas da comunidade são comentadas, mas sem nenhuma obrigatoriedade de uma frequência constante no programa, o que faz com que somente assuntos extremamente factuais sejam abordados. A diferença na maneira de fazer comunicação está nesse aspecto, a falta de uma abordagem maior de pautas relacionadas à comunidade, com um comprometimento em aprofundar assuntos e ter a participação e retorno dos ouvintes.

Essa maneira diferenciada de comunicar desses profissionais também é refletida nos projetos de futuro que eles têm. Os comunicadores que estão na emissora por causa do seu passado em movimentos comunitários não têm nenhum plano de buscar outra emissora ou veículo de comunicação para desenvolver o trabalho que têm na Ipanema Comunitária. Tanto João Batista quanto Ângela Pellin participam de outras mídias, como jornais e informativos, mas sempre aliam os diversos meios em prol da causa comunitária. João Batista não tem nenhum plano de realizar alguma forma de aperfeiçoamento ou capacitação, apenas quer continuar no ramo jornalístico. Ângela também não pretende realizar nenhuma capacitação ou curso de formação em comunicação, mas vai investir na sua área de atuação profissional, em que é administradora cultural.

Já os comunicadores que estão na emissora por iniciativa própria buscam outras colocações no mercado, e, portanto, todos têm projetos de trabalhar em emissoras comerciais. O aperfeiçoamento profissional ainda é considerado uma necessidade por Virginia, Filipe e Gilberto, mesmo todos tendo algum tipo de formação, seja técnica seja acadêmica. Virginia tem formação técnica e acadêmica, mas mesmo assim tem como plano realizar alguma pós-graduação. Filipe Borges está cursando Jornalismo, mas procura outras formações técnicas para agregar

conhecimento a sua formação de radialista, e Gilberto Chaves, que tem como formação cursos técnicos, também pretende buscar outras capacitações.

A busca por um espaço nas emissoras comerciais é um anseio de todos, Virginia, Filipe e Gilberto, já que estão procurando também um meio de vida, poder trabalhar e talvez se sustentar trabalhando em uma emissora de rádio. A emissora comunitária não dá essa opção para eles, portanto o trabalho desenvolvido, além de ser prestativo para a comunidade, também é um processo de aprendizagem e de ganho de experiência por parte dos comunicadores.

A aprendizagem que acontece nessas rádios é também uma forma de crescimento humano desses comunicadores, e isso significa torná-los mais aptos a buscar a sua realização como cidadãos. O processo de desenvolvimento da cidadania dos indivíduos envolvidos no trabalho em uma emissora comunitária se dá tanto pelo papel de disseminador da informação quanto pelo papel de formador e facilitador da participação comunitária. Só que existe uma ênfase na transmissão dessa informação em detrimento da criação de um processo comunicacional com a comunidade e com o ouvinte da rádio. Existem momentos em que a interação com a sociedade é maior, dando oportunidade para que o comunicador possa participar e fazer parte da discussão envolvendo determinado assunto ou acontecimento, mas não são a regra envolvendo esses comunicadores. Ao estar em um meio comunitário, eles têm a possibilidade de criar e enfatizar processos de comunicação com as pessoas que têm proximidade com a mídia em que atuam, diferenciando esses meios de outros da grande mídia comercial. O que vemos é uma reprodução de informação como acontece em mídias comerciais, sem a ênfase na discussão, na contextualização e no entendimento das informações. A ênfase desses comunicadores é o desenvolvimento dos seus próprios processos comunicacionais, o que também pode ser feito em uma mídia comunitária já que esse é um espaço que pode ser utilizado para esse fim.

Assim, a audiência também acaba sendo envolvida, já que o desenvolvimento da sua cidadania está acontecendo da mesma forma, podendo se utilizar da emissora para aprender e se valer dos seus direitos, quando achar necessário. A pessoa comum, que não tem formação alguma, também pode participar desse processo cidadão, de tornar os meios de comunicação mais democráticos, e vimos

que isso pode acontecer. Uma das comunicadoras neste estudo, que não tem nenhuma formação em comunicação, está presente na comunicação comunitária e participa ainda da gestão da rádio, buscando arrecadar fundos para manter a emissora. Seja participando da emissora, seja como ouvinte, a comunidade faz parte do processo de melhora da cidadania, em que novos caminhos podem ser traçados quando se tem o meio e uma forma de buscar esses caminhos.

A comunicação comunitária cresce, e com ela, surgem novos comunicadores. Alguns preparados, outros nem tanto, e a participação pode se dar de maneira espontânea através dos movimentos comunitários, ou através de iniciativas próprias. O que interessa é que a comunicação seja bem elaborada, para que a rádio cumpra com a sua função educadora, de disseminadora de informação e conhecimento. Uma emissora comunitária não vai sozinha resolver os problemas e criar uma base de conhecimento comum a todos, isso somente vai se dar com a ação das pessoas envolvidas, mas a rádio pode dar os meios para isso, mobilizar comunidades, criar ação onde antes ela não existia, e com isso, mudar vidas.

8. Referências

Bibliográficas

AFONSO, Maria Rita Teixeira. **Mídia e Comunidade: Estudo sobre produção e recepção da rádio Heliópolis**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, SP, 2007.

ALENCAR, E. **Introdução à metodologia de pesquisa social**. Lavras: UFLA/FAEPE, 1999.

ALMEIDA, Cristóvão Domingos de. **Comunicação popular como instrumento educativo na promoção da cidadania: a experiência radiofônica na Universidade Popular Comunitária Cuiabá – MT**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2008.

BAHIA, Lílian Mourão. **Panorama atual das Rádios Comunitárias no Brasil**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1107-1.pdf>> Acesso em: 20 maio 2008.

BARDIN, Lawrence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1995.

BERTAUX, Daniel. **Los Relatos de Vida**. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2005.

BONA, Nívea Canalli. **O papel do comunicador nas ONGs Sociais**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1695-1.pdf>> Acesso em: 18 mar. 2010.

BOURDIEU, Pierre. **A Miséria do Mundo**. Petrópolis: Vozes, 1997.

BRETCH, Bertold. **Teorias do Rádio (1927-1932)**. Tradução de Regina Carvalho e Valci Zuculoto. In MEDITSCH, Eduardo (org.) *Teorias do Rádio: textos e contextos*. Vol. I. p. 35-45. Florianópolis/São Paulo: Insular/Posjor UFSC/Intercom, 2005.

CESAR, Cyro. **Rádio A mídia da emoção**. São Paulo:Summus, 2005.

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

COGO, Denise. **Mídias comunitárias: outros cenários e cidadanias.** 2005.

Disponível em

<http://www.direitos.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=1> Acesso em: 18 mar. 2010.

CORTINA, Adela. **Para uma teoria da cidadania.** São Paulo: Loyola, 2005

COSTA, Hugo. **Acesso à internet deve chegar a 80% dos brasileiros em dois anos, estima ministro.** Agência Brasil, Brasília, 24 de abril de 2008. Disponível em <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2008/04/24/materia.2008-04-24.2845995485/view>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** São Paulo: SENAC, 2002.

FIGUEIREDO, Mário & SELEMANGY, Abubacar. **Produção de Programas em Rádio Comunitária Manual de Apoio.** Unesco/UNDP, 2003. Disponível em <<http://www.radiopeaceafrica.org/assets/texts/pdf/ProdProgManApoio.pdf>> Acesso em: 18 mar. 2010.

FONSECA, Tânia Mara Galli; KIRST, Patrícia Gomes,org. **Cartografias e devires: a construção do presente.** Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.

GIRARD, Bruce & SPEK, Jo van der. **The Potential for Community Radio in Afghanistan.**2002. Disponível em < <http://comunica.org/afghanistan/> > Acesso em: 18 mar. 2010.

GOMES, Ana Luisa Zaniboni. **Formação de radialistas: uma reflexão sobre o rádio e o controle social das políticas públicas.** Intercom, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0581-1.pdf>> Acesso em 18 mar. 2010

GONÇALVEZ, Elizabeth Moraes & AZEVEDO, Adriana Barroso. **Entre o Projeto e a Prática Pedagógica: Uma reflexão sobre Como formar o comunicador participante**. Disponível em <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/Ponenciamoraes.pdf>> Acesso em: 18 mar. 2010.

JANE, Tomás José. **O papel das rádios comunitárias na educação e mobilização das populações para os programas de desenvolvimento local em Moçambique**. Anuário internacional de comunicação lusófona 2004. São Paulo: Intercom, 2004.

KAPLUN, Mario. **El comunicador popular**. 2. ed. Buenos Aires: Lumen-hvmanitas, 1987

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

OLIVEIRA, Klycia Fontenele **O Potencial Educativo do Rádio e da Comunicação Popular**. In MARTINS, Moisés de Lemos & PINTO, Manuel (Orgs.) *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, Braga, 2008.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: a reforma agrária no ar**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MARTINS, Fábio. **Universidade, Informação e Rádios Comunitárias**. Disponível em <<http://www.ufmg.br/proex/arquivos/7Encontro/Comunica8.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2008.

MATA, Maria Cristina. **Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación**. Revista Diálogo dela Comunicación. Lima, n. 73-74, 2002.

MATA, Maria Cristina. *Comunicación y ciudadanía: Problemas teórico-políticos de su articulación*. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, São Leopoldo, v.8, n.1, 2006.

MELO, José Marques de & GOBBI, Maria Cristina & SATHLER, Luciano (org.) **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

MENEZES, José Eugenio de Oliveira. **Rádio e Cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia R. **Desafios do rádio no Sec. XXI**. São Paulo: Summus. 2007.

NUNES, M.V. **As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais, exercício da cidadania ou instrumentalização (1998-2000)**. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, Vânia Braz. **A voz do entretenimento: a participação do locutor como diferencial**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, SP, 2003.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Comunicação nos Movimentos Populares**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Comunidades em Tempos de Redes**. In PERUZZO, C.M.K.; COGO, Denise; KAPLÚN, Gabriel (org.) *¿Quais redes?.* Porto Alegre: Editora Unisinos, 2002.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Políticas Públicas para Radiodifusão Comunitária no Desenvolvimento Local**. XVIII Compós, 2009.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania**. Póscom, 2002. Disponível em <<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0018/>> Acesso em: 18 mar. 2010.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRICE-DAVIES, Eryl & alt. – **Community Radio in a Global Context : a comparative analysis** - Londres, 2001. Disponível em <http://www.amarc.org/documents/articles/Community_Radio_Global.pdf > Acesso em: 18 mar. 2010.

SAINT-GEORGES, Pierre. **Pesquisa e crítica das fontes de documentação nos domínios econômico, social e político.** In: ALBARELO, Luc et. Alli (orgs.) *Práticas e métodos de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva, 1997.

SANE, Ibrahima & DEFLANDER, Johan. **Heeding the voiceless, A guide to use Oral Testimonies for Radio Documentaries.** Institut Panos Afrique de l'Ouest – Dakar, Sénégal, 2006. Disponível em <<http://www.comminit.com/en/node/289386/376> > Acesso em: 18 mar. 2010

SANTOS, Elias. **Sonhar é sempre preciso: o rádio nas ondas da cidadania.** In LIMA, Rafael Pereira (org.). *Mídias comunitárias, juventude e cidadania*. Belo Horizonte: Autêntica/ Associação Imagem Comunitária, 2006.

SILVA, Maria Terezinha. **Gestão e Mediações nas Rádios Comunitárias de Santa Catarina.** Chapecó: Argos, 2008.

SILVA, Vera Lúcia Gomes da. **Da globalização à mobilização social: novos desafios para pensar e agir na cidade.** In: MONTORO, Tânia Siqueira (org.). *Comunicação, cultura, cidadania e mobilização social*. Brasília/Salvador: UnB, 1997.

VENTURA, Glaucia Conceição. Rádios Comunitárias: análise comparativa entre Brasil e Canadá. **Interfaces Brasil / Canadá – Fundação Universidade Federal do Rio Grande**. Rio Grande, n. 4. 2004.

VUUREN, Kitty Van. Beyond the Studio: A Case Study of Community Radio and Social Capital. **Australian Community Broadcasting Series**. v. 1, n. 4, 2001. Disponível em < http://www.tranquileye.com/free/beyond_the_studio > Acesso em: 18 mar. 2010.

YIN, Robert. K. **Estudos de caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAMIN, Ângela Maria. **Discursivização do local-fronteira no Jornalismo: Estudo de caso de programa jornalísticos em rádios comunitárias.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2008.

On-Line

Rádios comunitárias terão dificuldades com sistema digital. Terra, São Paulo, 7 de abril de 2007. Disponível em <<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1970628-EI306,00.html>>. Acesso em: 10 Nov. 2007.

Atlas Econômico Rio Grande do Sul. Disponível em <<http://www.scp.rs.gov.br/ATLAS/atlas.asp?menu=298>>. Acesso em: 14 Jul. 2008.

Google Maps: Mapa de Porto Alegre. Disponível em <<http://maps.google.com.br/maps?q=ipanema+porto+alegre&oe=utf-8&client=firefox-a&ie=UTF8&hl=pt-BR&hq=&hnear=Ipanema,+Porto+Alegre+-+Rio+Grande+do+Sul&ll=-30.069094,-51.254654&spn=0.151234,0.436707&z=12>>

Lei nº 9.612 de 19 de Fevereiro de 1998. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9612.htm> Acesso em: 5 jul. 2008.

Princípios para um Marco Regulatório Democrático sobre Rádio e TV Comunitária. **Associação Mundial das Rádios Comunitárias**. 2008. Disponível em: <<http://legislaciones.amarc.org/Principios/Principios%20para%20um%20Marco%20Regulatorio%20Democratico%20sobre%20Radio%20e%20TV%20Comunitaria%20%28por%29.pdf>> Acesso em: 18 Mar 2010

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica: <http://www.aler.org/>

Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Brasil): <http://brasil.amarc.org/>

Associação Mundial de Rádios Comunitárias: <http://www.amarc.org/>

Community Broadcasting Association of Australia: <http://www.cbaa.org.au/>

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação: <http://www.fncc.org.br/>

OFCOM Reino Unido: http://www.ofcom.org.uk/radio/ifi/rbl/commun_radio/

Search for Common Ground's Radio for Peacebuilding: <http://www.radiopeaceafrica.org>

Soul Beat: Community Radio Africa: <http://www.comminit.com/en/africa/community-radio>

The National Campus and Community Radio Association :<http://www.ncra.ca/>

9. ANEXO

Este CD contém os programas escolhidos da rádio Ipanema Comunitária para audição e que auxiliaram no desenvolvimento deste trabalho, conforme descrito no capítulo 4.

Conteúdo do CD:

Faixa 1: Almanaque Ponto Com

Faixa 2: Cidadania Ambiental

Faixa 3: Comunidade Viva

Faixa 4: Fala Comunidade