

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - ICS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**Rádio Comunitária, Espaço Público e Democracia:
Estudos de casos na França e no Brasil**

Tese apresentada como requisito parcial à
obtenção do título de doutora em Sociologia
ao Departamento de Sociologia, Instituto de
Ciências Sociais, da Universidade de Brasília.

Sayonara de Amorim Gonçalves Leal

ORIENTADORA: Profa. Dra. Maria Francisca Pinheiro Coelho

**Brasília-DF
2007**

Rádio Comunitária, Espaço Público e Democracia: Estudos de casos na França e no Brasil

Tese de Doutorado Avaliada pela Seguinte Comissão Examinadora

Profa. Dra. Maria Francisca Pinheiro Coelho (Orientadora)
Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília

Profa. Dra. Maria da Glória Gohn
Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas
Programa de Pós-graduação em Educação do Centro Universitário Nove de Julho

Prof. Dr. Murilo César Ramos
Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília

Profa. Dra. Bárbara Freitag Rouanet
Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília

Prof. Dr. Caetano E. Pereira de Araújo
Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

A Tese constitui um trabalho de grande aprendizagem. Os períodos de observação, de entrevistas, de análise e de redação me deram a oportunidade de encontrar pessoas que se mostraram indispensáveis para a realização deste trabalho.

Gostaria de agradecer a participação dos membros da banca examinadora: Profa. Maria da Glória Gohn, Profa. Bárbara Freitag Rouanet, Profo. Murilo César Ramos e Prof. Caetano E. Pereira de Araújo.

Agradeço a minha orientadora de Tese, Maria Francisca Pinheiro Coelho, pela confiança que depositou em mim durante esses quatro anos e pelos seus valiosos conselhos e sua disponibilidade.

Meus agradecimentos ao Grupo Radio, cujos membros me proporcionaram preciosas trocas de conhecimento em nossos encontros em Paris.

Para a realização deste trabalho, gostaria de agradecer contribuição de funcionários do Comitê Técnico Radiofônico (CTR de Lille), Bernard Defebvre, Margot Maerten, que facilitaram a concretização da pesquisa na França. Agradeço igualmente ao Ministério das Comunicações, em especial a Alexandra Luciana Costa e demais funcionários, que tão gentilmente cederam material bibliográfico e deram informações relevantes para a elaboração deste texto. Foram preciosas também as contribuições de René Lavergne (Federação das Rádios Associativas do Norte da França), Gilbert Andruccioli (Sindicato Nacional de Rádios Livres), Joaquim Carvalho (Associação Brasileira de Rádios Comunitárias) e dos diretores e locutores das rádios locais pesquisadas na França e no Brasil.

Aos professores e colegas de curso, que de uma maneira ou de outra contribuíram para minha formação acadêmica.

Aos funcionários do Departamento de Sociologia, da Universidade de Brasília;

À Capes que, através do programa de incentivo às pesquisas de Pós-graduação, apoiou toda a pesquisa que originou esta Tese e ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UnB

que incentivou o restante do trabalho, inclusive viabilizando, em muitos momentos, minha participação em eventos acadêmicos, que só enriqueceram a minha formação e desempenho para compor este texto.

Aos professores e pesquisadores que fizeram contribuições relevantes para a realização deste texto, Hervé Glevarec (meu orientador durante o doutorado-sanduíche), Jean-Jacques Cheval, Lícia Valladares, Danilo Martuccelli e, em especial, Lavina Madeira Ribeiro.

A todos aqueles que me apoiaram, em especial a minha família, sobretudo meus pais, meu irmão Saulo, minha tia Janda, tia Marisa e Claudinha e aos amigos Asdrúbal, Maria Clara, Suylan, Moisés, Beto, Cecíle, Estelle, Solange, Ana Milena, em especial às minhas irmãs de coração Arlinda, Josi, Magda e Geralda, que me deram o conforto e abrigo imprescindíveis para efetivar esta jornada.

Enfim, a meu amigo, companheiro e amor da minha vida, Eduardo, por ter me apoiado e me amparado em seus braços nos momentos difíceis.

“O homem é um animal que, graças a sua inserção originária numa rede pública de relações sociais, consegue desenvolver as competências que o transformam em uma pessoa”.

Jürgen Habermas

RESUMO

Este trabalho contempla o estudo do papel das rádios associativas francesas e das rádios comunitárias brasileiras como espaços públicos que abrigam diferentes lógicas de ação e onde se manifestam discursos de caráter político, cultural e social, em vários gêneros, informativo e opinativo, em especial, este último. Tais espaços são permeados por ações comunicativas e instrumentais, nos termos defendidos por Habermas, manifestas nas tensões e aproximações entre espaço público e espaço comum. Com base em estudos de casos dessas mídias, constata-se a dinâmica desses espaços e as lógicas de ação que operam em seu interior. As formas como funcionam permitem avaliar se essas rádios se configuram em *locus* de debates públicos que envolvem a comunidade e favorecem o exercício de uma comunicação voltada para o interesse comum ou se configuram, em grande dose, em arenas sociais de denúncias e apelos assistencialistas que resvalam para satisfação de necessidades imediatas de membros da localidade. Com base na aplicação de questionários, em análise documental e de programações radiofônicas e em entrevistas do tipo episódicas e semi-estruturadas, foram pesquisadas: a) 22 rádios associativas autorizadas e em funcionamento no Norte da França, dentre as quais nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas e b) 15 rádios comunitárias legalizadas na região do Distrito Federal e Entorno, no Centro-Oeste do Brasil, dentre as quais também nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas.

Palavras-Chave: rádio comunitária, espaço público, lógicas de ação, democracia.

RÉSUMÉ

Ce travail étudie le rôle des radios associatives françaises et des radios communautaires brésiliennes, espaces publics qui abritent différentes logiques d'action et où se manifestent des discours politiques, culturels et sociaux. Ceux-ci peuvent s'exprimer sous la forme d'informations et surtout d'opinions. Pour reprendre Habermas, ces espaces sont traversés d'actions communicatives et instrumentales qui se manifestent dans les tensions et les rapprochements qui existent entre l'espace public et l'espace communautaire. Des études de cas ont d'ailleurs permis de constater la dynamique de ces espaces et les logiques d'action qui se développent au sein de ces médias. Leur fonctionnement permet d'évaluer si ces radios se définissent en tant que *locus* de débats publics qui impliquent la communauté et favorisent l'exercice d'une communication tournée vers un intérêt commun ou si elles sont surtout des champs de dénonciations et d'appels à l'assistance qui ne font que répondre aux besoins les plus immédiats des membres de la localité. Ainsi, 22 radios associatives autorisées fonctionnant dans le Nord de la France, dont 5 ont été plus particulièrement analysées, et, 15 radios communautaires légales se trouvant dans le District Fédéral et ses environs – Centre Ouest du Brésil –, dont 5 ont aussi été plus profondément étudiées. Cette étude a été effectuée par l'intermédiaire de questionnaires, d'analyse de documents et de programmes radiophoniques, ainsi que d'entretiens épisodiques et semi-structurés.

Mots-clé: radio communautaire, espace public, logique d'action, démocratie.

ABSTRACT

This dissertation is about the role played by French associational radios and Brazilian community radios as public spaces including different action rationales and where there are political, social and cultural discourses from various genres such as informative and opinionative, especially for the latter. Such spaces are embedded by communicative and instrumental actions as of Habermas, manifest in the tensions and approximations between public and common spaces. Based upon a cross-case study from these media, the action rationales and the dynamics of the spaces are analyzed. Stemming from the way such radios work, it is possible to assess whether they are a *locus* for public debates, involving the community and favoring communication which addresses the common interest, or, to a large extent, social arenas for clientelist appeals and criticisms, fulfilling immediate needs from members from a particular locality. Data collection included unstructured and episodic interviews, radio programs, analysis of documents from 22 associational radios in the north of France and 15 community radios in the Federal District and surroundings. After that, for a more indepth study, five case studies in Brazil and five case studies in France were carried out.

Key-words: community radio, public space, action rationales, democracy.

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|-----|
| QUADRO 1 – FONTES DE EVIDÊNCIA _____ | 34 |
| QUADRO 2 – CATEGORIAS E INDICADORES EMPREGADOS NA CODIFICAÇÃO TEMÁTICA _____ | 40 |
| QUADRO 3 – COMBINAÇÃO DE LÓGICAS DE AÇÃO NO ENGAJAMENTO DE LOCUTORES E DIRETORES ÀS RÁDIOS _____ | 42 |
| QUADRO 4 - OS MUNDOS COMUNS _____ | 101 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|----------------|---|
| ABERT | Associação Brasileira de Emissores de Rádio e Televisão |
| ABRACO | Associação Brasileira de Rádios Comunitárias |
| AMARC | Associação Mundial de Rádios Comunitárias |
| ANATEL | Agência Nacional de Telecomunicações |
| CARAV | Clube de Animação e Pesquisas Audiovisuais |
| CCRPL | Comissão Consular das Rádios Locais Privadas |
| CEFIR | Centro de Educação e Formação Intercultural Rencontre |
| CNRA | Confederação Nacional de Rádios Associativas |
| CSA | Conselho Superior Audiovisual |
| CTR | Comitê Técnico Radiofônico |
| DPM | Direção da População e da Migração |
| EPRA | Banque d'Échanges et Productions Radiophoniques |
| FASILD | Fundo de Auxílio e de Suporte para a integração e à luta contra todas as discriminações |
| FNDC | Frente Nacional pela Democratização da Comunicação no Brasil |
| FRANF | Federação das Rádios Associativas do Norte da França |
| FSER | Fundo de Suporte à Expressão Radiofônica |
| GT | Grupo de Trabalho |
| GTI | Grupo de Trabalho Interministerial |
| Minicom | Ministério das Comunicações |
| NTIC | Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação |
| RAI | Radiotelevisão Italiana |
| RBC | Associação Rádio Bas Canal |
| RFI | Radio France International |
| RPL | Radio Pacot-Lambersart |
| SNRL | Sindicato Nacional de Rádios Livres |

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| AGRADECIMENTOS | 3 |
| RESUMO | 6 |
| RÉSUMÉ | 7 |
| ABSTRACT | 8 |
| LISTA DE QUADROS | 9 |
| LISTA DE SIGLAS | 10 |
| INTRODUÇÃO | 13 |
| PARTE I – DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA | 27 |
| Métodos e Técnicas de Pesquisa | 28 |
| 1) Desenho da pesquisa: a opção pelo estudo de caso, o uso da estratégia comparativa e a triangulação metodológica | 28 |
| 2) Seleção dos casos estudados | 31 |
| 3) Fontes de evidências e procedimentos de coleta | 33 |
| 4) Procedimentos de análise de evidências | 39 |
| PARTE II - DEMOCRACIA, COMUNICAÇÃO E ESPAÇO PÚBLICO | 44 |
| Introdução da Parte II | 45 |
| 1 Participação e Comunicação: a democracia deliberativa em perspectiva | 47 |
| 1.1 Paradigmas contemporâneos de democracia: entre representatividade e participação | 51 |
| 1.2 Noções de democracia comunicativa | 56 |
| 1.3 Democracia dialógica e esfera pública | 59 |
| 1.4 Democracia deliberativa: comunicação e discurso | 69 |
| 2 Espaço público e comunidade | 74 |
| 2.1 Reconhecimento e espaço público: em busca de pluralidade e visibilidade | 79 |
| 2.2 Espaços públicos locais: a intersecção entre agir comunitário e agir associativo | 86 |
| 2.3 Espaço público e diversidade de lógicas de ação | 95 |
| 2.4 Espaço público comunitário: lugar de vários mundos | 103 |
| PARTE III - RÁDIOS COMUNITÁRIAS NA FRANÇA E NO BRASIL: ESTUDOS DE CASOS | 110 |
| 3 Rádios livres na Europa e na América Latina: uma retrospectiva histórica | 111 |
| 3.1 Panorama do movimento das rádios rádios livres no mundo | 111 |
| 3.2 Relatório MacBride: democracia participativa e meios de comunicação | 115 |
| 3.3 As rádios livres na Europa e na América Latina | 118 |
| 4 As rádios associativas na França e as rádios comunitárias no Brasil: estudo de casos | 123 |
| 4.1 Rádios associativas na França: história e legislação | 123 |
| 4.2 Os perfis das emissoras associativas na região Nord-Pas-de-Calais | 144 |
| 4.3 Rádios Comunitárias no Brasil: história e legislação | 200 |
| 4.4 Os perfis das emissoras comunitárias no Distrito Federal | 220 |

| | |
|---|------------|
| 5 Análise dos casos estudados na França e no Brasil | 278 |
| 5.1 Análise das rádios associativas estudadas na região Nord-Pas-de-Calais, França | 283 |
| 5.2 Análise dos casos das rádios comunitárias estudados no Distrito Federal, Brasil | 311 |
| 5.3 Análise comparativa: casos França e Brasil | 344 |
| CONCLUSÃO | 363 |
| REFERÊNCIAS | 373 |
| Livros e artigos | 373 |
| Legislação e outros documentos | 388 |
| Lista de Entrevistados | 389 |
| APÊNDICES | 392 |
| Apêndice A – Roteiro de Entrevistas com os Diretores das Rádios Associativas | 393 |
| Apêndice B – Roteiro de Entrevistas com os Diretores das Rádios Comunitárias | 403 |
| Apêndice C – Roteiro de entrevista com locutores das rádios associativas | 412 |
| Apêndice D – Roteiro de entrevista com locutores das rádios comunitárias | 417 |

INTRODUÇÃO

Esta tese se debruça sobre o estudo da relação entre rádios comunitárias, espaço público e democracia, tendo como objeto de pesquisa os casos da região Nord-Pas-de-Calais, na França e do Centro-oeste, no Brasil, especificamente no Distrito Federal. No quadro do presente trabalho, a pesquisa se concentra sobre a performance de espaços de interações sociais baseados na atividade comunicativa, materializados em rádios de associações de alcance restrito não comerciais, também designadas como rádios associativas, na França, e como rádios comunitárias, no Brasil. Nesse percurso foram identificados espaços midiáticos que cumprem requisitos de esferas públicas, cujas especificidades em termos de performance, estrutura e funcionamento vão definir suas variadas formas de configuração. Entende-se, então, por esfera pública o lugar simbólico e não necessariamente físico, onde se manifestam trocas de opiniões, gostos, vontades, idéias, comunicações temáticas e gerais, referenciadas na discussão política ou nos acontecimentos de toda ordem que perpassam o cotidiano da vida social nas cidades, cujos eventos dizem respeito à coletividade local para qual a rádio de alcance restrito presta serviço de comunicação de proximidade. Neste sentido, a rádio de associação, tanto na França como no Brasil, torna-se palco de aparições episódicas ou mais regulares de esferas públicas se traduzindo, assim, em espaços públicos, no sentido de *locus* aberto à participação e intervenção de todos e onde se materializa a dimensão pública da comunicação colocada à disposição do público de ouvintes. A concepção de espaço público se vincula, assim, ao sentido público da cidade perpassada por lugares comuns, acessíveis a todas as pessoas que podem se encontrar em um espaço para debater sobre questões variadas, expor e trocar idéias, opiniões, gostos, vontades. Esse sentido do espaço público remeteria, em certa medida, ao que Hannah Arendt denomina de reino público, área de atividade e interesse público¹, onde as ações de qualquer um podem ser vistas, avaliadas, criticadas. Nesse sentido, a rádio de associação é um espaço comum onde

¹ Hannah Arendt em **A condição humana (Human condition)**. Chicago: University Chicago, 1958), texto originalmente escrito em inglês, dedica um capítulo fundamental para tratar do que ela chama de “public realm” em contraposição ao “private realm”, ou seja, Arendt refere-se a um meio público, com dimensões espaciais, que nas línguas latinas assumiu o sentido figurado de esfera pública para designar o fenômeno sociopolítico e espacial da reunião de pessoas em um espaço para tratar da coisa pública que diz respeito a todo cidadão da *pólis*.

transitam pessoas e suas expressões e todo conteúdo exposto é dirigido aos interessados nas diversas manifestações sociais (culturais, políticas) publicizadas a partir desse espaço, cujas especificidades resultam da combinação e regularidade ou não de fatores que apontam para a esfera pública (participação, comunicação, pluralidade).

Habermas (2007), trata a esfera pública contemporânea como um fenômeno que se manifesta em um determinado espaço a partir do trato comunicativo e racional entre as pessoas. Sabe-se que no sentido kantiano o termo racional tem implicações conceituais que se referem ao exercício da razão pública e privada. A razão pública, ancorada na comunicação pública de idéias, resvala em processos de esclarecimento dirigido a um conjunto de letrados e torna possível a *Öffentlichkeit* (em português, publicidade) (KANT, 1991, p. 45). O conceito de público, nos termos kantianos, encontra-se destituído da dimensão físico-espacial. Está apoiado na realização da comunicação pública de idéias e configura um *site* de pessoas esclarecidas ou sensíveis ao esclarecimento. Fariam parte dessa esfera, pessoas dispostas a pensarem sobre si mesmas e exteriorizarem suas formulações racionais em contextos de publicização, imprimindo, tornando públicas e acessíveis ao mundo aquelas idéias. Esta prática que decorre do ato de pensar traduz-se, segundo Proust, em “fazer livre uso público de sua razão sob todas as relações” (1991, p. 7).

Inspirado no conceito de público cunhado por Kant, mas indo além, Habermas (2007) refere-se a duas qualidades de esferas públicas na contemporaneidade, as quais não estão condicionadas a configurações espaciais. Uma que se referencia na exposição pública de pessoas que buscam visibilidade de sua imagem privada, cuja conformação é recorrente na mídia, e outra que está vinculada à exposição pública de opiniões que decorrem de controvérsias que resultam e partem de reflexões sobre temas de interesse mais abrangente². Tanto nas rádios francesas como nas emissoras francesas estudadas foram observadas manifestações dessas duas qualidades de esferas públicas, em diferentes situações de comunicação e participação de ouvintes e locutores durante a programação das rádios.

² Nos dois casos mencionados há publicidade, mas o primeiro não pode ser traduzido no sentido de público atribuído por Kant por não estar associado ao exercício da razão pública. Para Habermas, o fenômeno geral da esfera pública surge a partir também de interações simples “porque nele a intersubjetividade possui uma força misteriosa capaz de unir elementos distintos mantendo, mesmo assim, a sua identidade.” (HABERMAS, 2007, p. 28). Isso equivale a dizer que a esfera pública não se forma apenas em função da discussão política entre membros de uma mesma comunidade discursiva que compartilham os códigos de uma mesma linguagem. Ela aparece onde se encontram as relações humanas livres de coerção por parte de alguns de seus participantes e não submissas a práticas sistêmicas.

Na França as rádios de associação, com alcance restrito, sem fins comerciais e não públicas, também conhecidas como de proximidade, são chamadas de associativas e, no Brasil, de comunitárias. A distinção não é apenas terminológica, mas também conceitual. Por associativa, na França, entende-se o conjunto das rádios privadas locais sem fins lucrativos, sendo as comunitárias um tipo delas. Inclusive, o termo rádio comunitária remete àquelas vinculadas a grupos étnicos e religiosos fechados em si mesmos. A designação comunitária assume, por isso, um sentido pejorativo. Já, no Brasil, as rádios de alcance restrito são denominadas de mídias comunitárias e a palavra expressa o sentido espacial de pequeno território. Apesar dessas diferenças de terminologia e significados, essas rádios possuem características comuns: são de alcance restrito, não se confundem com as rádios públicas, prestam serviços de informação e comunicação local e são administradas por associações de direito privado sem fins lucrativos.

As rádios de associações podem ser compreendidas como instrumentos de comunicação que permitem interações sociais de acordo com pressupostos democráticos, onde a liberdade de expressão apresenta-se como direito fundamental. Essas emissoras decorrem de iniciativas civis, projetos associativos e, em geral, postulam a retórica da comunidade, o que quer dizer que utilizam uma linguagem próxima à população local, propondo-se a retratar sua realidade e a responder a expectativas comuns em termos de informação à localidade. Essa linguagem é tanto referenciada na formação social étnica ou religiosa quanto na idéia de uma população que habita uma determinada faixa territorial. A rádio, em muitos momentos, pode remeter a um empreendimento coletivo para o resgate do sentimento comunitário, da calidez de um lugar comum (LAVILLE e SAINSAULIEU, 1997). Mas também pode ser compreendida como instituição livre que decorre do exercício da liberdade política de cidadãos inseridos no contexto de uma sociedade democrática que se lançam em um empreendimento comum (TOQUEVILLE, 2005). As manifestações da vida associativa, ancoradas ou não nos pressupostos de uma existência comunitária, apontam para um certo reforço à soberania popular, para uma certa difusão da política no tecido social, essa tendencialmente centralizada nas estruturas do poder público. É a partir da comunicação e da participação que cidadãos ordinários, episodicamente ou regularmente, organizados ou não em instâncias cívicas, mas pertencentes a um lugar comum, podem exercer sua autonomia pública intervindo na vida política, social, cultural dos territórios onde habitam.

Em termos rousseaurianos, seria o exercício da soberania popular em formas organizadas de ação política oriunda da esfera cívica, fundamental para a garantia do interesse público e para o enfraquecimento da “tirania da minoria” que domina o poder central, na medida em que a democracia representativa não foi capaz de garantir um ambiente favorável para a descentralização do poder. A democracia não se desenvolveu de forma poliárquica, nem o cumprimento de “regras básicas” do jogo democrático leva necessariamente à ampliação da democracia participativa.

Para Habermas (2003), a construção de canais dialógicos de comunicação com a esfera pública política (o poder público, o Parlamento) e suas instituições é a alternativa política para a ruptura da concentração do poder decisório nas instâncias do poder central e seu compartilhamento com o espaço público. Nesse sentido, a política não estaria centrada nem no Estado nem na sociedade civil, mas no meio e na inter-relação entre as duas instâncias. O exercício do controle democrático - fundamentalmente condicionado pela mobilização, pelo engajamento e pela organização da sociedade civil - e o controle público-social, possibilitado por mecanismos disponibilizados pelo Estado para permitir a participação do cidadão em processos decisórios, decorrem de uma postura crítica e reflexiva de cidadãos que exercitam seus questionamentos em relação a uma certa ordem estabelecida.

Nos termos de Dewey (1927), é fundamental a formação de públicos para ultrapassar as outorgas de participação política (o voto) e dispor de instrumentos de controle público sobre a coisa pública outorgados e garantidos pelo Estado. Essa consideração remete ao resgate da concepção de esfera pública, conceituada por Habermas (1984 e 1997) e anteriormente por Arendt (2007), como a formação de um lugar autônomo, de ação política pelo debate público daquilo que se refere ao interesse público, ao bem comum. Nessa esfera, as condições para o fortalecimento de intervenções propositivas vindas da sociedade civil, capazes de ações transformadoras - inclusive no âmbito da vida social - decorrem do exercício da vida pública, da cidadania.

A perspectiva de uma democracia participativa vincula-se aos pressupostos da esfera pública, nos termos postulados por Habermas e Arendt, mas não se restringe às suas formulações originais. A comunicação, pluralismo, reconhecimento e participação formam as condições nas quais se sustentam um modelo ideal de democracia deliberativa. As referências normativas dessa forma de governo não se cumprem integralmente nos processos sociais e políticos do cotidiano

dos cidadãos. Mas, manifestações temporais ou duradouras, espontâneas ou organizadas de criação de instâncias participativas podem ser observadas na paisagem sociopolítica nas mais variadas ações protagonizadas por membros da sociedade civil. Os espaços dialógicos e de exposição de opiniões, da palavra do cidadão anônimo, de denúncias, demandas de necessidades, de reconhecimento, ao ganharem visibilidade pública apontam para um lugar comum de comunicação onde causas individuais ou coletivas não concorrem entre si. Nesse sentido, as manifestações públicas de coletividades ou individuais com propósitos privados no espaço comunicativo de uma rádio de associação desfrutam entre si do mesmo status e têm significado sociopolítico, apesar de não se constituírem efetivamente como experiências de democracia participativa, mas servirem de espaços democráticos participativos para comunicações cotidianas. As rádios, nesses termos, se traduzem em meio de manifestações de esferas públicas locais, desde que nelas se apresentem condições para o exercício da palavra pública, de modalidades de comunicação e participação, onde as diferenças e semelhanças possam ser reconhecidas.

Esses espaços, ainda que de forma peculiar, cumprem alguns dos pressupostos da democracia, isto é, de uma certa concepção ideal da esfera pública. A comunicação, participação, pluralidade são elementos que remetem não só ao espaço público, mas também ao quadro de um processo democrático deliberativo, no qual estão previstas também as operações discursivas, mecanismos de inclusão social e mediação de interesses definidos segundo a concepção de um princípio de bem comum. A consolidação de espaços e instâncias democráticas participativas está condicionada à atitude cívica e política de membros da sociedade civil que se engajam em um empreendimento comum, protagonizando uma cena discursiva, publicizando suas ações e reações em relação à realidade que os cerca.

A configuração da esfera pública contemporânea, em sua dimensão mosaica, pressupõe a articulação entre ações descentralizadas e difusas na sociedade, as quais em um determinado momento se associam, apesar de orientações pessoais (ou de grupos), eventualmente, contraditórias. O exercício desse papel de agregação de diferentes iniciativas de intervenção em processos da vida social por meio da comunicação pode ser identificado na atuação das rádios locais estudadas.

Os espaços das rádios estariam abertos à discussão de temas de interesse público, das necessidades e demandas dos cidadãos que integram uma determinada comunidade. São esferas

públicas com formatos próprios, concernentes com realidades específicas, perpassadas por diferentes lógicas de ação, as quais são oriundas de um universo de distintos regimes de engajamento.

Por diferentes lógicas de ação entende-se as distintas orientações que motivam as ações dos atores que atuam no espaço associativo da rádio, como locutores e diretores, os quais se vinculam à rádio por voluntarismo ou regime de contrato. Essas lógicas de ação podem ser do tipo cívicas, quando relacionadas aos interesses da coletividade; empresarial e industrial, quando voltadas para a eficiência e profissionalismo da performance da rádio; opinativa, quando o espaço da rádio é utilizado para divulgação de idéias próprias.

A tipologia da diversidade de lógicas de ação aqui utilizada baseia-se nos conceitos de mundos sociais ou *cités* de Boltanski e Thévenot (1991). Cada um desses mundos seria regido por diferentes orientações. Nesse sentido, as ações dos atores em cada um desses mundos ou *cités* são orientadas por princípios comuns. Essas ações podem ser tanto de natureza sistêmica (lógicas do mercado), como de caráter público (lógicas cívicas). A partir da contribuição desses autores, procurar-se-á aqui fazer uma correspondência entre a rádio local como um espaço que reúne diversas lógicas de ação. A rádio seria assim um mundo social singular coabitado por diferentes lógicas de ação.

Nessa direção, para efeito deste trabalho, interessa a discussão sobre a efetividade da rádio local como *locus* de diversas orientações de ações, entre elas ações de caráter cívico voltadas para interesses comuns à comunidade, o que a configuraria nesses casos como uma esfera pública. Pode-se verificar ações cívicas voltadas para o entendimento como também ações que entram em desacordo. Esses espaços criados pelas rádios podem se tornar, então, difusores de discursos competentes validados por coletividades a partir de seu grau de publicização e aceitação. Tal processo discursivo envolve distintas formas não convencionais de comunicação pública, diversidades socioculturais e modos de deliberação, o que habilita cada locutor ou ouvinte a participar desse espaço com perspectivas individualistas ou propor debates públicos como cidadão. Um determinado ator social pode, então, envolver-se ou não com as questões sociais ou processos políticos que o cerca; o mais importante é que a ele essa escolha de participação seja garantida para que se atenda aos pressupostos democráticos de qualquer contexto de esfera pública. A possibilidade de efetiva participação do cidadão como protagonista

da cena pública sediada na rádio local não é prevista no modelo de gestão das emissoras de amplo alcance.

O uso social das rádios comunitárias como recurso de comunicação oferece uma alternativa legítima de populações carentes e locais de desenvolverem um sistema próprio de comunicação e interação com a realidade regional. Essas rádios locais, embora sejam distintas das emissoras comerciais e públicas, não se contrapõem ao sistema de radiodifusão de largo alcance, uma vez que obedecem às normas jurídicas específicas que regulamentam esse serviço. Estão subordinadas a condicionantes específicos em termos de financiamento, não possuem fins lucrativos, devem adotar um sistema de gestão participativo, têm funções distintas da mídia oficial - mesmo que possam ser complementares em alguns aspectos - e seu alcance não é amplo, ainda que, gradativamente, o uso da Internet esteja expandindo suas fronteiras.

Essas rádios são consideradas, em muitos países, uma alternativa ao processo do Estado de desterritorialização da comunicação e da cultura, a partir do aparecimento de uma cultura hegemônica e da padronização das informações, que obedecem a um modelo nacional ou global que ultrapassa as necessidades, demandas e especificidades locais e regionais e tornam-se universais. A hegemonia de modelos culturais e padrões de comunicação, assim como gostos e opiniões dependem da “visibilidade” nos meios de comunicação. É por meio da comunicação que as forças sociais mais facilmente se legitimam publicamente. Nesse sentido, a rádio de proximidade cumpre um importante papel na formação de um lugar comum de comunicação podendo favorecer experiências de democracia comunicativa e efetivas comunidades discursivas.

Acredita-se que, potencialmente, a comunicação comunitária, em especial a rádio comunitária, no sentido de mídia de proximidade, se traduz em estratégia para incentivar a formação de espaços públicos onde os cidadãos compartilhem, debatam e construam um pensamento sociopolítico crítico e autônomo, desvinculado do consenso formado sobre assuntos disseminados por estruturas de comunicação hegemônicas que se beneficiam da vigência de monopólios estatal ou privado sobre o setor das comunicações.

A descentralização do sistema de comunicação na França na década de 1980 promoveu a quebra do monopólio estatal sobre segmentos da comunicação, possibilitando a diversificação de modalidades de serviços de radiodifusão, como o surgimento de rádios locais privadas, tanto comerciais como sem fins lucrativos. Antes, o Estado-nação francês se encarregava de prestar o

serviço de radiodifusão segundo suas referências culturais, simbólicas e de territorialidade. A liberalização das ondas permitiu a associações representativas de territórios, cidades, vilarejos e comunidades étnicas expressarem suas especificidades culturais, identitárias, ideológicas, opinativas, sem, necessariamente, compactuar com a política de comunicação do Estado francês. As rádios associativas que surgem desse processo de quebra de monopólio resultam de lutas sociais pela direito à comunicação, à expressão de diferenças socioculturais, formam um sistema de experiências singulares de comunicação refletindo a heterogeneidade do Estado nacional francês.

No Brasil, o surgimento das rádios de alcance restrito, sem fins lucrativos, decorre de experiências-piloto de radiocomunicação livre e se inscreve no contexto da redemocratização do país. Algumas emissoras datam do final da ditadura militar e podem ser compreendidas como resultantes de um processo de demandas de entidades civis e políticas pela democratização das comunicações brasileiras. A autorização do poder Executivo para exploração do serviço de radiodifusão comunitária se deu em 1998, em meio a pressões de segmentos organizados da sociedade civil pela regulamentação das rádios comunitárias e movimentos do mercado para obstrução da legalização dessas emissoras no Brasil.

A partir do estudo de casos e da comparação entre eles pode-se afirmar que as rádios de alcance restrito, levadas em consideração neste trabalho, se traduzem tanto em fenômeno territorial como sociocultural. Isto porque existe uma relação importante entre dimensão espacial e proximidade moral, cultural, além de similitudes e diferenças em relação a condições de existência na cidade entre os habitantes pertencentes a localidades para as quais as rádios de associação investigadas prestam serviço de comunicação local. Essas mídias se manifestam como arenas sociais e, muitas vezes políticas, permeadas por distintas orientações de ações e formas de engajamento. Os espaços das rádios estão referenciados nos pressupostos da democracia como: participação, pluralismo, reconhecimento do “outro”, comunicação, cidadania, direitos fundamentais (em especial, o direito à liberdade de expressão). Nem sempre esses elementos se mostram ao mesmo tempo na observação da performance das mídias locais pesquisadas, mas são referências fundamentais para nortear as ações, interesses e funcionamento dessas emissoras enquanto meios de comunicação a serviço do interesse público.

Justificativa

A pesquisa visa à análise do papel das rádios associativas francesas e das rádios comunitárias brasileiras como espaços de manifestação de esferas públicas onde se difundem discursos de caráter político, econômico, cultural e social, em vários gêneros, inclusive o opinativo. Tais esferas, usando a tipologia habermasiana, são permeadas por ações comunicativas e instrumentais, palco das relações entre espaço público-comunitário. A dinâmica desse espaço e as lógicas de ação que operam em seu interior permitem identificar um certo deslocamento do debate político para o sociocultural ou, ainda, para denúncias de questões privadas que se apresentam como públicas, como, por exemplo, testemunhos individuais de experiências de discriminação que podem também ter sido vivenciadas por demais membros da comunidade para a qual se dirige a rádio local. O termo comunidade tem implicações espaciais, quando definido a partir do pertencimento territorial, assim como étnicas, quando se refere à identidade sociocultural. A definição do “bem comum” nas duas acepções envolve um processo de negociação, o qual, no caso deste trabalho, se dá no interior do espaço discursivo da rádio comunitária a partir da formação de um público que dele participa.

A rádio de associação é um objeto de estudo que merece atenção porque no seu interior se manifestam tensões entre o público e o privado e diferentes lógicas de ação, fazendo desse espaço uma arena de configuração de dilemas e paradoxos que são também característicos das controvérsias sociopolíticas que se expressam nas sociedades democráticas em distintas esferas (doméstica, política, social, pública). Esses espaços de comunicação representam um papel social e, em alguns casos, até políticos de certa relevância nas localidades. O que não quer dizer que esses veículos de comunicação escapem de distorções e influências sistêmicas, como excessiva adesão, em alguns casos, ao modelo de comunicação da mídia comercial, adotando formas de gestão centralizadas que inibem a participação espontânea do público de ouvintes-cidadãos no espaço da emissora como voluntários ou em intervenções esporádicas. Essas práticas limitam a sua configuração como espaço público. Pelo seu vínculo com a comunidade, essas emissoras ficam expostas a riscos de instrumentalização local. Apresentam capacidade limitada de produção de informações, estrutura organizacional frágil, pouca importância econômica, alianças problemáticas com o comércio e a política local, vínculos com Igrejas, proselitismo, desvios em atuações que destoam da legislação desse serviço. As performances das rádios comunitárias, tanto nos casos estudados na França como no Brasil, estão atreladas aos

princípios norteadores de delimitação do interesse comum de acordo com lógicas de ação. Estas se confrontam no mesmo espaço e o entendimento da função do veículo de comunicação em seu meio social por parte de ouvintes, dos membros da rádio e da associação a qual o meio de comunicação está juridicamente vinculado.

O foco no estudo das rádios comunitárias se deve à consideração dessas mídias como um fenômeno sociopolítico e cultural que aponta para um processo de “democratização da democracia”, já que se trata da manifestação de uma comunicação pública que media opiniões, necessidades e interesses de uma “comunidade”, a partir do mecanismo da participação, em um espaço concebido como democrático. As mídias comunitárias, em geral, são fenômenos multiformes, surgidos pela operação, inicialmente, de uma lógica associativa que procura aliar participação cívica, sustentabilidade, profissionalismo, mediação institucional e democracia. Esta relação entre lógicas de ação, práticas discursivas e processos democráticos faz da rádio comunitária um *locus* privilegiado para observar as mutações e configurações do espaço público contemporâneo, em todas as suas contradições e originalidade.

As rádios comunitárias apresentam-se como um cenário de configuração de esferas discursivas de caráter político, social e cultural em localidades periféricas, tanto na França como no Brasil. As rádios locais sem fins lucrativos, mas de caráter jurídico privado, são os espaços comunicativos levados em consideração neste estudo. Essas emissoras, criadas em geral por associações, são objetos multiformes (religiosas, educativas, comunitárias, generalistas, musicais). Elas são também vinculadas a finalidades e modos operativos distintos, podendo ou não se configurar enquanto espaços públicos comuns e locais, promotores do debate público político e/ou de exposição pública de questões da vida privada no e, a partir dos quais, podem-se configurar processos de reconhecimento. Frente a essas especificidades do objeto de pesquisa considera-se relevante para melhor apreensão das emissoras selecionadas para o estudo de caso a análise das condições sob as quais, nas rádios de alcance restrito na França e no Brasil, se manifestam esses espaços públicos.

A disponibilização de espaços na programação radiofônica das emissoras para intervenções do público, o engajamento dos atores locais vinculados à rádio, assim como a estrutura operativa e sua programação servem de evidências para a análise da configuração desses espaços. Tais evidências articuladas aos construtos teóricos (comunicação, diálogo, reconhecimento, participação, pluralidade e lógicas de ação) permitem a proposição de uma

tipologia dos espaços públicos verificados neste estudo. Essa tipologia procura abarcar a diversidade em termos de usos finalidades, objetivos e atuação dessas mídias locais.

Esses espaços veiculam a exposição de idéias e debates de interesse de grupos como também comuns a toda a comunidade na qual se inserem e com a qual dialogam. Debates que envolvem questões políticas, culturais e sociais e depoimentos particulares sobre o cotidiano da cidade, a difusão da cultura local, a realização da comunicação pública, podendo redundar em processos de formação de opinião.

Questão de pesquisa

As mudanças estruturais no espaço público contemporâneo, decorrentes de transformações na relação entre Estado e sociedade civil e da crise do paradigma liberal de democracia representativa, têm fomentado os atuais debates sobre experiências de “democratização da democracia”, que apontam para o protagonismo cívico de públicos que se reúnem para formar instâncias de intervenção mais participativas em processos da vida social, não somente naquilo que diz respeito a processos decisórios políticos. Trata-se do deslocamento do cidadão da condição de espectador para a atuação como sujeito ativo em situações discursivas que demandam uma tomada de posição, expressão de opiniões ou críticas e denúncias. A expansão das rádios comunitárias no Brasil e na França pode ser compreendida como um fenômeno que decorre da ação organizada de cidadãos de uma determinada localidade, os quais partem de questionamentos de poderes locais, padrões culturais e comunicacionais hegemônicos, da representação política junto ao poder público central. A proliferação desses espaços também aponta para uma certa descentralização do sistema de produção, consumo e distribuição de conhecimentos, informações, debates públicos e conteúdos, o que remete à seguinte questão:

Em que medida a diversidade de lógicas de ação nas rádios locais possibilita a configuração de espaços públicos?

A suposição é de que, apesar da existência de diferentes lógicas de ação, muitas vezes contraditórias entre si, elas não impedem a formação de espaços públicos no interior dessas rádios. Mesmo que episódicas, essas manifestações de esferas públicas podem ser identificadas a partir de conteúdos públicos de ações específicas e de uma abordagem que contemple a

diversidade dessas ações e suas contradições. O esforço é o de procurar identificar o que há de interesse comum e de interesse particular nas ações dos atores sociais que atuam nessas rádios.

Delimitação do objeto

O estudo se insere no debate acadêmico sobre a importância do protagonismo político da sociedade civil no desenho de um modelo mais participativo de democracia. Espaços públicos gerais e específicos, como os das rádios comunitárias, se apresentam como *locus* de participação, demandas e críticas da sociedade. Distintas identidades culturais, políticas e sociais, diferentes opiniões e vontades caracterizam hoje a arquitetura do espaço público que se torna possível a partir dos elementos atuantes e relacionais da comunicação, participação, mediação e da dinâmica de ações sociais. A rádio comunitária foi o meio social e organizacional escolhido como objeto de estudo para observar a materialização de espaços públicos específicos na contemporaneidade.

Objetivo geral

Analisar em que medida a diversidade de lógicas de ação das rádios comunitárias possibilita a configuração de espaços públicos.

Objetivos específicos

1. Realizar um estudo sistemático do perfil sócio-cultural das rádios comunitárias estudadas e seus vínculos com interesses públicos e privados;
2. Destacar os critérios e formas de participação da população atendida pelo serviço local de comunicação comunitária para identificar o grau de democratização desse espaço para intervenção do público concernido;
3. Estudar a efetividade da atuação de instâncias permanentes e instituídas de intervenção da sociedade civil local no funcionamento da emissora, observando seu papel previsto em lei de mídia local, sem fins lucrativos (no caso do Brasil, refere-se especificamente aos Conselhos Comunitários, cuja criação estava prevista no artigo 4º. da Lei 9.612/98);

4. Identificar as modalidades de conteúdos e intervenções do público (ouvintes e locutores) na programação, assim como o lugar da palavra pública do cidadão em eventuais debates públicos ou na atuação ordinária dessa mídia em seu meio;
5. Mapear os tipos de comunicação, mediação, participação e ações no espaço da rádio comunitária;
6. Sugerir uma tipologia das formas de manifestação e atuação de espaços públicos no interior das rádios comunitárias no Brasil e na França com base no estudo de casos empreendido.

Estrutura da tese

A tese está estruturada em três partes. A primeira apresenta o desenvolvimento da pesquisa. A segunda expõe o marco teórico que fundamenta a investigação das rádios associativas, na França, e comunitárias, no Brasil, como espaços onde se manifestam esferas públicas e nos quais convivem diferentes lógicas de ação. Para tanto, discute-se de que forma a participação e a comunicação contribuem para uma reflexão sobre as transformações do modelo democrático. Recorre-se, neste ponto, a uma revisão dos principais paradigmas da democracia, a qual culmina na apresentação e análise crítica do conceito de esfera pública a partir das formulações originais de Arendt e Habermas, passando por abordagens que se referenciam, mas se diferenciam no conceito cunhado por esses autores. Em seguida, discute-se como o debate em torno de questões contemporâneas que perpassam e condicionam a democracia impactam o conceito de esfera pública e até que ponto este conceito mantém sua pertinência. Assim, são examinadas duas questões em maior profundidade: as lutas por reconhecimento e a convivência de diferentes lógicas de ação. A proposição que esta discussão teórica nos permite realizar é que o conceito de espaço público, uma vez contempladas questões contemporâneas que afetam o sistema democrático, é central na construção de uma perspectiva de democracia deliberativa que supere os dilemas impostos pela representação.

Na terceira parte, esta proposição atua como pano de fundo da investigação do papel das rádios associativas, na França, e das rádios comunitárias, no Brasil, na constituição de espaços públicos. No capítulo 3, apresenta-se o histórico do movimento em defesa do direito à liberdade de expressão que está na raiz das conquistas legais que viabilizaram a existência dessas mídias, como forma de apontar para a relação entre esses espaços de comunicação e a defesa dos

princípios democráticos. Na seqüência, apresenta-se a descrição dos casos estudados em profundidade na França e no Brasil. Finalmente, no capítulo 4, realiza-se a análise dos casos, com base nos procedimentos descritos. A tese é encerrada, então, com a apresentação das conclusões que buscam reunir o conjunto da discussão engendrada, sobretudo verificando a sustentação da proposição mencionada diante das evidências coletadas e analisadas.

PARTE I – DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A investigação empírica empreendida foi baseada em estudos de casos realizados no Brasil e na França, os quais foram submetidos a uma análise comparativa. Neste capítulo, apresenta-se e discute-se o desenho da pesquisa realizada, destacando a opção pelo estudo de caso e sua articulação com uma estratégia comparativa. Em seguida, detalha-se o que foi definido como unidade de análise, ou caso, o que baseou, portanto, toda a investigação. Prossegue-se com a exposição dos procedimentos de coleta de evidências, os quais foram definidos com o objetivo de incorporar diversas fontes de dados, bem como dos procedimentos de análise. Por fim, são discutidos os limites desta investigação e os critérios que sustentam a organização da tese.

1) Desenho da pesquisa: a opção pelo estudo de caso, o uso da estratégia comparativa e a triangulação metodológica

Esta pesquisa adotou como estratégia a articulação entre os métodos de estudo de caso e de análise comparativa. Esta opção está diretamente relacionada com o objetivo da pesquisa, o qual aponta para a necessidade de um conhecimento aprofundado do papel desempenhado pelas rádios. Nesta situação, o estudo de caso permite um aprofundamento sobre a dinâmica de atuação de cada rádio investigada, ao mesmo tempo em que a comparação permite ressaltar semelhanças e diferenças entre as rádios, contrastando-os com os pressupostos teóricos desenvolvidos.

Frente a outras estratégias de pesquisa, tais como o levantamento, Yin (2001) argumenta em prol da estratégia do estudo de caso, como perspectiva preferencial quando a pesquisa está voltada para acontecimentos contemporâneos, nos quais o comportamento dos sujeitos da pesquisa não está sob o controle do pesquisador. O objeto desta pesquisa possui características perfeitamente ajustadas a esta recomendação. O movimento de expansão das rádios locais sem fins lucrativos e sua forma de atuação, embora contenham aspectos históricos contemplados neste trabalho, são fenômenos eminentemente contemporâneos, isto é, que podem ser investigados presentemente. Além disso, estão contemplados também no segundo critério proposto, uma vez que não há possibilidade de “manipulação” do seu comportamento, o qual se dá sem qualquer possibilidade de controle do ponto de vista do pesquisador.

Não bastassem as argumentações técnicas para a opção pelo estudo de caso, o marco teórico desta investigação aponta na mesma direção. A configuração de espaços públicos, ainda que episódicos, envolve a caracterização dos momentos de participação, de pluralidade das formas de engajamento dos atores e das diferentes lógicas de ação que podem ser verificadas. Nesta perspectiva, a investigação pormenorizada de cada caso é a forma mais adequada de identificar estas características e de descrever em que condições as mesmas se apresentam, sem que seja perdido de vista o contexto no qual está inserida a pesquisa.

A introdução de uma perspectiva comparativa na estratégia de pesquisa se deve à potencialidade da comparação como alternativa para ampliar a validade e confiabilidade do estudo de casos desenvolvido³. Evidentemente, algumas vantagens práticas da comparação, como a possibilidade de um conhecimento detalhado de experiências de outros contextos, como destaca May (2004), foram também consideradas. Vigour (2005) define a comparação como “o olhar sistemático, a confrontação de ao menos dois casos sob um ângulo particular, definido pelo pesquisador.” (VIGOUR, 2005, p.10). Sartori (1994) aponta como principal atributo do método comparativo a possibilidade do pesquisador controlar as hipóteses de pesquisa. Este controle não tem uma pretensão universal, mas está refletido no trato sistemático dos objetos comparados sob o mesmo esquema teórico e sob os mesmos procedimentos metodológicos. Este controle pode estar explicitamente definido, quando casos de países diferentes são comparados ou implicitamente quando o estudo de caso em um país leva em conta uma universalidade teórica ou reafirmada por estudos empíricos anteriores (SARTORI, 1994). A comparação agrega, assim, um tipo de controle que não está presente, de forma natural, nos estudos de caso.

Diante das características propostas por Yin (2001), a falta de controle do pesquisador sobre os sujeitos da pesquisa é um dos elementos centrais do estudo de caso. A comparação não possibilita este controle, e isto nem mesmo condiz com a perspectiva deste trabalho, mas permite estabelecer um marco para a observação de padrões, de adequação ou discrepância entre o objeto e a teoria, permitindo que os resultados alcançados possam, do ponto de vista analítico, ser generalizados. Nas palavras do autor, ao contrastar o estudo de caso com a experimentação, “... o estudo de caso, como o experimento, não representa uma ‘amostragem’, e o objetivo do pesquisador é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências

³ Segundo Flick (2004), ao se referir à pesquisa qualitativa, a confiabilidade da pesquisa está associada à segurança dos dados e dos procedimentos empregados, ao passo que a validade está relacionada com o embasamento empírico das percepções do pesquisador.

(generalização estatística)” (YIN, 2001, p.29). Não bastasse essa fundamental contribuição do método comparativo à consecução do objetivo geral deste trabalho, ele permite, ainda, tal como argumenta May (2004), que os fatores endógenos e exógenos identificados em cada caso sejam realçados. Isto significa, no caso das rádios, que as diferenças e semelhanças identificadas podem ser relacionadas, de maneira independente, tanto aos aspectos do funcionamento de cada rádio, quanto aos aspectos sistêmicos, tais como o marco regulatório e as políticas públicas que circunscrevem a atuação das emissoras.

No desenho desta pesquisa procurou-se, portanto, desenvolver uma estratégia de estudo de caso comparativo, envolvendo as rádios locais privadas sem fins lucrativos no Brasil e na França, a qual deve contemplar, portanto, os requisitos tanto da estratégia de estudo de caso, como do método comparativo. Neste sentido, a definição do objeto de pesquisa, das fontes de dados e dos procedimentos de análise deve ser harmonizadas em relação às duas perspectivas. A escolha dos casos, discutida a seguir, teve como objetivo observar a pertinência e o interesse dos mesmos diante do marco teórico adotado, permitindo que a perspectiva da generalização analítica se mantivesse ao longo do estudo. De outra parte, a coleta de evidências teve como princípio a multiplicidade de fontes, procurando ampliar a validade do estudo, tal qual proposto por Yin (2001). Estes procedimentos, associados à definição da análise, foram desenvolvidos em diferentes etapas, as quais envolveram a pesquisa bibliográfica, a análise documental, a observação e entrevistas semi-estruturadas.

As etapas foram desenvolvidas simetricamente no Brasil e na França. Assim, desde a definição dos casos, passando pela seleção de documentos analisados, observação do funcionamento e da programação das rádios, bem como na definição dos entrevistados, estudou-se as rádios brasileiras e francesas segundo os mesmos procedimentos. O cumprimento desta premissa permite considerar que os resultados apontados em um e outro país, sejam eles semelhantes ou diferenciados, sejam devidos às características efetivamente observadas, sem que uma diferenciação de instrumentos tenha conferido algum viés.

Não se pode minimizar, entretanto, os riscos e limites da estratégia adotada. Yin (2001) é enfático no rigor que a mobilização do estudo de caso deve suscitar, o qual precisa estar expresso na delimitação dos casos, no desenvolvimento de protocolos de pesquisa e no uso de múltiplas fontes de evidências, que permitam a ligação entre as proposições do estudo e os casos

analisados. Ao se adicionar a perspectiva comparatista incorremos, potencialmente, em alguns riscos adicionais.

Sartori (1994), e também Vigour (2005), aponta quatro problemas recorrentes no uso do método comparativo: o localismo, a má classificação, o gradualismo e a elasticidade conceitual. O localismo está relacionado a replicação de um conceito em diferentes contextos sem o necessário exame das diferenças de significação entre em um e outro. Neste estudo, as diferenças entre os conceitos de rádio associativa, na França, e rádio comunitária, no Brasil, ilustram esta dificuldade. Sem o exame do significado do conceito de associação e de comunidade, abordados no capítulo 2, a comparação dessas emissoras estaria prejudicada. Os demais problemas dizem respeito, sobretudo, à definição das categorias. O gradualismo diz respeito à preferência pelo uso de conceitos que se manifestam em *continuum*, e não de forma dicotômica. A possibilidade de gradação de um conceito tende a prejudicar a categorização. A elasticidade conceitual, por sua vez, afeta a categorização ao ampliar demasiadamente as possibilidades de enquadramento de um dado numa determinada categoria.

As próximas seções deste capítulo procuram demonstrar como os requisitos do estudo de caso, articulado com o método comparativo, foram contemplados neste estudo. Por certo, uma série de limitações não foi superada pela estratégia de pesquisa delineada e serão retomadas nas considerações finais da tese.

2) Seleção dos casos estudados

A seleção dos casos estudados obedeceu a três tipos de critérios: sua relação com a questão de pesquisa, a acessibilidade e o caráter comparativo da pesquisa. Em primeiro lugar, considerando toda a paisagem radiofônica, somente as rádios privadas sem fins lucrativos poderiam ser analisadas sob a perspectiva do conceito de esfera pública, dado que nas rádios privadas comerciais e nas rádios públicas estatais não é o interesse da sociedade civil que predomina por definição. Este critério aponta, no caso francês, para as rádios associativas e, no contexto brasileiro, para as rádios comunitárias. Outro aspecto, de caráter bastante prático, definiu o critério de investigar apenas rádios legalizadas. No caso brasileiro, há poucas informações disponíveis sobre as rádios autorizadas, sobretudo em fontes documentais e para as rádios não autorizadas não há simplesmente este tipo de informação. No caso francês, não há

registro de rádios não legalizadas em funcionamento. Isto significa que o desenvolvimento de um estudo comparativo, como o proposto, seria inviável caso este critério fosse flexibilizado⁴. No caso francês, adicione-se o fato de que a região escolhida abriga a primeira rádio associativa autorizada na França, o que permitiu levantar um grande número de informações sobre o histórico do movimento das rádios livres francesas, origem das rádios associativas, o que enriqueceu bastante a contextualização da pesquisa desenvolvida.

Embora o estudo tenha analisado as fontes documentais disponíveis para todas as emissoras autorizadas na região francesa do Nord-Pas-de-Calais e no Distrito Federal brasileiro, optou-se por um estudo aprofundado de cinco casos em cada país. A escolha dos casos foi guiada, finalmente, pelo critério de acessibilidade. Ou seja, a partir da análise dos projetos radiofônicos, investigou-se as cinco rádios, em cada país, mais aproximadas do perfil que a questão de pesquisa aponta e que primeiro se dispuseram a fornecer os documentos necessários e a colaborar na concessão das entrevistas para a realização da tese.

Sendo assim, foram analisadas na França as seguintes rádios: Radio Pacot-Lambersart (RPL), Radio Rencontre, Radio Pastel, Radio Campus e Radio Canal Sambre-Avesnois. No Brasil as rádios selecionadas para o estudo foram: Sobradinho, Comunidade, Paranoá, Utopia e Líder⁵.

As emissoras pesquisadas na França e no Brasil se encontram em localidades periféricas onde se manifestam tensões socioculturais, sobretudo originárias de processos migratórios em localidades urbanas, especialmente no caso da sociedade francesa e onde se configuram situações de desprezo social, que geram demandas individuais e coletivas de atendimento a necessidades ou reparações de calamidades públicas, particularmente no caso brasileiro. Entretanto, as rádios estudadas nos dois países são espaços de visibilidade de denúncias, lutas por reconhecimento, questões sociais candentes que transversalizam a programação das emissoras, para além das emissões musicais e outras de entretenimento.

⁴ Mesmo assim, a título exploratório, os procedimentos de pesquisa que não dependiam diretamente de fontes documentais, como as entrevistas, foram aplicados em rádios não legalizadas como forma de aproximação ao contexto de atuação das rádios comunitárias.

⁵ No capítulo 4 é apresentada uma descrição minuciosa de cada rádio.

3) Fontes de evidências e procedimentos de coleta

A partir da estratégia de pesquisa definida, fez-se uso de diferentes fontes de evidência, tais como documentos, observação e entrevistas (quadro 1). Para abordar adequadamente essa diversidade de fontes, os procedimentos de coleta adotados tiveram como base a perspectiva da triangulação metodológica, assentada, segundo Creswell (2007), no uso de múltiplas técnicas de coleta, as quais permitem confrontar as informações colhidas e, dessa forma, ampliar a validade e confiabilidade dos resultados. Esta premissa da coleta de evidências é enfatizada por Yin (2001), ao mencionar como o uso de múltiplas fontes contribui decisivamente para a validade externa do estudo proposto. Esses procedimentos de coleta foram, em muitos casos, paralelos, com exceção da pesquisa documental que, pelas características detalhadas a seguir, foi o caminho que aproximou o pesquisador do seu objeto de pesquisa. No que diz respeito à seqüência da coleta de dados nos dois países esta simultaneidade é inviável, de acordo com as características desta pesquisa. Dessa forma, a coleta de dados iniciou-se no Brasil em 2004, foi seguida pela coleta na França entre setembro de 2004 e setembro de 2005, e foi complementada no Brasil entre outubro de 2005 e maio de 2007.

Como antecipado, a investigação teve como ponto de partida a pesquisa documental que, por sua vez, pode ser vislumbrada em dois níveis: externo e interno às rádios. Inicialmente, procedeu-se à análise da legislação referente à radiodifusão em cada país, como forma de identificar o contexto de atuação das rádios e da definição legal que delimita a atuação deste tipo de mídia de alcance restrito, bem como outros documentos provenientes de órgãos de fiscalização e de associações representativas do movimento de rádios associativas, na França, e comunitárias, no Brasil. Em seguida, passa-se à análise de documentos fornecidos pelas próprias rádios. Nessa etapa, foram analisados: o projeto radiofônico, depositado pelas rádios no momento de solicitação da outorga de freqüência, a grade de programação das emissoras, além de outros documentos adicionais que ilustraram, em um e outro caso, projetos e ações protagonizados por essas mídias.

Quadro 1 – Fontes de Evidência

| Fontes de evidência | Descrição | Instrumentos | Objetivos Específicos |
|-------------------------------|--|------------------------|---|
| Documentos | Legislação geral; legislação específica sobre radiofusão comunitária; regulamentações dos órgãos de tutela; relatórios ministeriais; documentos fornecidos por entidades representativas e outros; Projeto radiofônico; grade de programação; atas de reuniões da direção das rádios ou da associação mantenedora. | Não se aplica. | Realizar um estudo sistemático do perfil sociocultural das rádios comunitárias estudadas e seus vínculos com interesses públicos e privados; estudar a efetividade da atuação de instâncias permanentes e instituídas de intervenção da sociedade civil local no funcionamento da emissora; mapear os tipos de comunicação, veiculação de interesses, participação e ações no espaço da rádio comunitária. |
| Observação | Funcionamento dos órgãos de tutela; audiências públicas; reuniões das entidades representativas; funcionamento das rádios; capacidade instalada; localização; programação. | Roteiro de observação. | Destacar os critérios e formas de participação da população atendida pelo serviço local de comunicação comunitária para identificar o grau de democratização desse espaço para intervenção do público concernido; Estudar a efetividade da atuação de instâncias permanentes e instituídas de intervenção da sociedade civil local no funcionamento da emissora; identificar as modalidades de conteúdos e intervenções do público (ouvintes e locutores) na programação, assim como o lugar da palavra pública do cidadão em eventuais debates públicos ou na atuação ordinária dessa mídia em seu meio; mapear os tipos de comunicação, veiculação de interesses, participação e ações no espaço da rádio comunitária. |
| Entrevistas Semi-Estruturadas | Entrevistas com membros das rádios; entrevistas com representantes dos órgãos de tutela; entrevistas com representantes de entidades representativas. | Roteiro de entrevista. | Realizar um estudo sistemático do perfil sociocultural das rádios comunitárias estudadas e seus vínculos com interesses públicos e privados; destacar os critérios e formas de participação da população atendida pelo serviço local de comunicação comunitária para identificar o grau de democratização desse espaço para intervenção do público concernido; estudar a efetividade da atuação de instâncias permanentes e instituídas de intervenção da sociedade civil local no funcionamento da emissora, observando seu papel previsto em lei de mídia local, sem fins lucrativos; identificar as modalidades de conteúdos e intervenções do público (ouvintes e locutores) na programação, assim como o lugar da palavra pública do cidadão em eventuais debates públicos ou na atuação ordinária dessa mídia em seu meio; mapear os tipos de comunicação, veiculação de interesses, participação e ações no espaço da rádio comunitária. |

Fonte: Elaboração da autora.

No que diz respeito às rádios francesas, os documentos gerais considerados foram a Lei de Radiodifusão, além de regulamentações emanadas dos órgãos de tutela, tal como o Conselho Superior Audiovisual (CSA) e suas instâncias regionais, os Comitês Técnicos Radiofônicos (CTRs). Em seguida, realizou-se a análise dos projetos radiofônicos depositados no Centro Técnico Radiofônico da região Nord-Pas-de-Calais pelas 22 emissoras autorizadas, dentre as quais estão as cinco rádios onde se desenvolveu o estudo de caso, além dos relatórios anuais de atividade, os quais são depositados obrigatoriamente junto ao CTR e contêm informações técnicas, financeiras e referentes à atuação sociocultural das rádios.

Nas rádios francesas, houve a oportunidade de coletar correspondências enviadas por ouvintes aos órgãos de tutela, expressando diferenciadas opiniões sobre a atuação das emissoras. Foram obtidos, ainda, documentos provenientes das entidades representativas das rádios, reunidas, na França, em duas organizações: o Sindicato Nacional de Rádios Livres (SNRL) e a Confederação Nacional de Rádios Associativas (CNRA). Finalmente, foram recolhidos outros documentos diretamente junto às rádios, tais como a grade de programação e atas de reuniões das associações das rádios.

No caso brasileiro, examinou-se o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, que rege a radiodifusão pública-estatal e comercial e a Lei da Radiodifusão Comunitária de 1998. Além do texto legal, outros documentos foram levados em conta, tais como normas, resoluções e relatórios do Ministério das Comunicações, com destaque, nesta última situação, àqueles resultantes das reuniões do grupo interministerial formado para discutir a situação das emissoras comunitárias, atas de audiências públicas envolvendo a questão das rádios comunitárias, resoluções dos órgãos de tutela, como da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), e documentos fornecidos pelo movimento de rádios comunitárias, representado, principalmente, pela Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (ABRAÇO) e pela Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), em sua divisão brasileira. Assim como no caso francês, foram analisados os projetos radiofônicos depositados pelas 22 emissoras associativas em funcionamento na região Nord-Pas-de-Calais, até 2005, junto ao Comitê Técnico Radiofônico – CTR, órgão vinculado ao Conselho Superior Audiovisual – CSA, bem como a grade de programação das rádios. Cabe salientar que foram analisados os projetos radiofônicos de todas as rádios comunitárias autorizadas para funcionar no Distrito Federal, as quais totalizavam, à

época, 15 emissoras⁶, dentre as quais estão as cinco rádios onde se desenvolveu o estudo de caso.

Os resultados da pesquisa documental permitiram que a pesquisa avançasse em pontos importantes. Primeiro, na constituição de um histórico da evolução das rádios privadas sem fins lucrativos na França e no Brasil, o qual é apresentado em detalhes na segunda parte desta tese. Segundo, para uma circunscrição mais nítida do objeto de pesquisa o qual serviu, assim, como subsídio, juntamente com a revisão teórica empreendida, para a elaboração dos diferentes roteiros de entrevista e para orientar as observações realizadas.

As observações foram feitas em diferentes contextos e com propósitos diferenciados. Houve, assim, observação junto às entidades representativas, aos órgãos de tutela e às próprias rádios. De forma concomitante ao levantamento de documentos, por exemplo, foram observadas assembléias das entidades representativas das rádios na França e no Brasil. Estas observações permitiram uma maior aproximação com o objeto de pesquisa, apontando a heterogeneidade destas mídias locais, facilitando a identificação das principais demandas das emissoras, e de suas associações mantenedoras, bem como de seus principais traços de atuação. No caso francês, a observação se deu em dois momentos. Na participação em reunião da Federação Regional de Rádios Associativas, da região Nord-Pas-de-Calais, e no acompanhamento do Seminário Nacional do Sindicato Nacional de Rádios Livres - SNRL. Nos órgãos de tutela, foram realizadas observações do funcionamento do CTR da região Nord-Pas-de-Calais e da Coordenação de Serviços de Comunicação Eletrônica, do Ministério das Comunicações brasileiro, as quais permitiram compreender o trâmite dos processos de fiscalização das rádios associativas francesas e dos processos de autorização das rádios comunitárias brasileiras. No caso brasileiro, essas observações foram realizadas durante a participação da pesquisadora no encontro nacional da seção brasileira da Associação Mundial de Rádios Comunitárias. Nas próprias rádios, nos momentos subseqüentes ou anteriores às entrevistas conduzidas, foram realizadas observações sobre o modo de funcionamento, sobre a infra-estrutura instalada, sobre a localização das mídias, bem como de algumas emissões em andamento. Além disso, na forma de escuta sistemática, foi observada a programação das rádios envolvidas nos estudos de caso.

⁶ No momento da pesquisa, existiam 15 rádios autorizadas no Distrito Federal. Atualmente, há 22 emissoras regularizadas.

A terceira fonte de evidências resulta das entrevistas concedidas por membros das rádios, de representantes dos órgãos de tutela e de entidades representativas do movimento de rádios comunitárias e associativas, respectivamente, na França e no Brasil. As entrevistas foram semi-estruturadas (FLICK, 2004; GASKELL, 2002), valendo-se de roteiros organizados em tópicos, extraídos da revisão da literatura e das observações, além de um grupo inicial de questões que visava identificar o perfil do entrevistado. A opção pela entrevista semi-estruturada, segundo Flick (2004), se justifica quando o pesquisador pretende conferir a maior liberdade possível ao entrevistado para que este discorra sobre os tópicos apresentados. Esta perspectiva coincide com a postura adotada neste trabalho, que reconhece nos atores a capacidade de descreverem com propriedade suas formas de atuação. A escolha da entrevista como método de pesquisa está associada, portanto, com a valorização dos fatos e atos de palavra. A entrevista é um instrumento privilegiado de exploração dos fatos nos quais a palavra é um vetor principal, como nos sistemas de representação social, de pensamentos construídos e das práticas sociais (BLANCHET; GOTMAN, 2001). A partir da entrevista é possível perceber a presença do contexto ideológico no discurso emitido pelo entrevistado. Dito de outra forma, a entrevista permite o acesso a uma organização das opiniões, atitudes e valores, um conjunto de representações, de visões de mundo, de diferentes quadros de referência de um determinado contingente de entrevistados, ou seja, se trata mesmo de uma forma de abordar o homem e a sociedade. É preciso ter sempre presente que no processo da pesquisa estabelece-se um quadro contratual de comunicação com os entrevistados, a partir do qual é franqueado o acesso ao estilo de vida, meios materiais e vínculos socioculturais de um grupo social. A entrevista é, portanto, um método de produção de dados (BLANCHET; GOTMAN, 2001; ROSA; ARNOLDI, 2006). Neste sentido, as condições de realização da entrevista são apontadas por Flick (2004) como um dos elementos sensíveis para a garantia da qualidade da pesquisa. Neste estudo, as entrevistas foram realizadas face-a-face pelo pesquisador e registradas por intermédio de gravação, autorizada por todos os entrevistados, e pela tomada de notas durante a própria entrevista. Antes de serem submetidas à análise, todas as entrevistas foram transcritas.

Nas rádios, as entrevistas foram realizadas com o diretor de cada emissora e mais dois locutores, selecionados de acordo com o critério de acessibilidade. Dessa forma, o recurso a diferentes informantes assegura outro tipo de triangulação - a triangulação de dados - tal como definida por Creswell (2007), ampliando a validade e confiabilidade dos dados. Em cada rádio,

foram realizadas, portanto, três entrevistas, totalizando trinta entrevistas no conjunto das emissoras investigadas em profundidade. Além disso, foram realizadas entrevistas com o que se pode definir como atores institucionais, os quais foram considerados, tal como sustenta Flick (2004), na condição de representantes de um grupo, mais do que em função de suas opiniões pessoais.

No procedimento de entrevista dos locutores e diretores de cada rádio estudada buscou-se identificar os regimes de engajamento à emissora e as motivações para o desempenho de um determinado papel no funcionamento da mídia. Buscou-se também mapear as intersecções ou oposições entre lógicas de ação de cada entrevistado como ator fundamental para performance da rádio a partir de suas justificações em relação à adesão e permanência no quadro de voluntários ou funcionários da rádio. Esse procedimento metodológico dialoga com as considerações de Boltanski e Thévenot (1991) os quais entendem o engajamento e a intencionalidade como elementos constitutivos da ação. A compreensão do vínculo dos entrevistados com a mídia pressupõe a consideração da fala dos atores, reconhecendo-se neles uma competência própria para analisar sua situação e atuação no ambiente organizacional da rádio associativa e comunitária (DOSSE, 2003). A apreciação de fatores endógenos ao espaço organizacional, associativo, comunitário e comunicativo da rádio⁷ permitiu uma leitura mais ampla da performance tanto das emissões como dos locutores no momento da escuta da rádio como “ouvinte-observador”.

Na França, além dos membros das rádios, foram entrevistados: um representante do CSA; um representante do CTR; região Nord-Pas-de-Calais, um representante do Fundo de Auxílio e de Suporte para a integração e a luta contra todas as discriminações (FASILD), o qual financia projetos de associações sem fins lucrativos que valorizam a diversidade cultural expressas na programação de algumas rádios associativas; um representante da Federação Regional das Rádios Associativas do Nord-Pas-de-Calais; dois representantes do SNRL e um representante do CNRA. Um outro grupo de entrevistados foi também considerado, no caso francês, embora não tenha sido elaborado, nestes casos, um roteiro de entrevista. Trata-se de especialistas consultados, os quais possuem estudos e publicações sobre o movimento de rádios livres, sobre

⁷ Apesar de cada rádio ter sua gramática de procedimentos internos próprios e prioridades em termos de ações, não foi objeto deste trabalho aprofundar a respeito dos momentos de formulações de acordos e confrontação de disputas ou dissensos. Fazer essas constatações demandaria outras fontes de evidências e novos eixos de análises.

as rádios associativas e sobre o cenário radiofônico em geral, os quais permitiram uma aproximação decisiva com o objeto de pesquisa e orientaram boa parte dos ajustes nos instrumentos de coleta visando a garantia da comparabilidade entre o caso francês e o brasileiro. No Brasil, foram entrevistados, em condição similar, mas com a utilização de um roteiro de entrevistas, um representante do Ministério das Comunicações, um parlamentar, membro de uma comissão da Câmara dos Deputados que discute ajustes na legislação da radiodifusão comunitária, um representante da AMARC-Brasil e um representante da ABRAÇO.

4) Procedimentos de análise de evidências

As diferentes fontes de evidência consideradas neste trabalho foram analisadas a partir da técnica da codificação temática (FLICK, 2004). Este tipo de análise tem como característica desenvolver uma categorização das evidências recolhidas em função de uma estrutura temática definida previamente com base no referencial teórico investigado e/ou nos resultados de pesquisas anteriores. Neste sentido, a codificação temática está fortemente relacionada ao que Blanchet e Gotman (2001) e Bardin (2006), este no contexto da análise de conteúdo, denominam como análise temática.

Fazer uma análise em termos de categorias envolve compreendê-las, como propõe Bardin (2006), como “... rubricas ou classes, que reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sobre um título genérico, agrupamento este efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (BARDIN, 2006, p.111). Em relação a outras formas de categorização, a codificação temática se diferencia por seu caráter apriorístico. Segundo Franco (2005), há duas formas de definir categorias: *a priori*, com base na questão de pesquisa definida, ou ao longo da análise do material, situação na qual espera-se que as categorias “surjam” da fala, do discurso e sejam constantemente contrastadas com a teoria. A codificação temática, sem dúvida, parte de categorias predefinidas em função da questão de pesquisa, categorias estas referenciadas fortemente no marco teórico da investigação. No seu desenvolvimento, entretanto, essa técnica analítica não descarta a incorporação de categorias não previstas, embora este procedimento requeira uma análise crítica da generalidade da categoria eventualmente incorporada aos casos em estudo. Este tipo de controle na adoção e modificação das categorias, vinculadas estritamente à questão de pesquisa definida, reforçam a conveniência

do emprego desta técnica numa investigação como esta, que tem como objetivo a articulação do método do estudo de caso com a estratégia comparativa.

Com base no marco teórico apresentado nos próximos capítulos, definiu-se como categorias de análise, vinculadas à questão de pesquisa, as seguintes: participação, pluralidade, diálogo, reconhecimento e lógicas de ação. Estas categorias permitem identificar a configuração de um espaço público, bem como as lógicas de ação que estão presentes no interior do espaço comunicativo das rádios. Cada uma destas categorias possui um conjunto de indicadores de sua presença nos casos analisados (quadro 2). A análise dos casos se sucede, assim, até a comparação entre as rádios associativas francesas e as rádios comunitárias brasileiras, tendo em vista o critério de presença/ausência das categorias e a forma de sua manifestação (indicadores). As categorias e seus indicadores são a forma de ligação da proposição da pesquisa - de que essas emissoras configuram espaços públicos contemporâneos, os quais convivem com uma diversidade de lógicas de ação – aos dados, aos casos estudados (YIN, 2001).

Quadro 2 – Categorias e indicadores empregados na codificação temática

| Categorias | Indicadores |
|-----------------------|---|
| Participação | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espaços reservados para intervenção dos ouvintes, tanto na grade de programação quanto nos processos decisórios da emissora; ▪ Espaços não oficiais para participação do ouvinte, mas previstos durante a programação; ▪ Instâncias criadas pela emissora para controle social do público, como Conselho Comunitário. |
| Pluralidade | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programas apresentados por locutores de diferentes países; ▪ Emissões apresentadas por diferentes associações; ▪ Emissões de diferentes gêneros musicais, inclusive de várias culturais; ▪ Emissões de diferentes formatos e gêneros (musicais, informativas, opinativas, entrevistas); ▪ Emissões de diferentes religiões; ▪ Emissões em distintas línguas. |
| Diálogo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programas de debates públicos; ▪ Emissões somente realizadas com a participação do ouvinte intervindo com perguntas, comentários; ▪ Emissões que dialogam com poderes locais constituídos, em prol do interesse público. |
| Reconhecimento | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emissões abertas a denúncias, reclamações dos ouvintes, sendo individuais ou coletivas; ▪ Emissões em que locutores falam em nome de um grupo social, um movimento social, uma causa; ▪ Emissões dirigidas à divulgação da palavra do cidadão da localidade, calcada em percursos de vida. |

| | |
|-------------------------------|---|
| <p>Lógicas de ação</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inspiracional, ações orientadas pelo processo criativo das pessoas que fazem parte da rádio, quando não há preocupação com índices de audiência ou expectativas comerciais; ▪ Opinativa, ações guiadas por posturas críticas tornadas públicas, cujo autor tem a expectativa de algum tipo de reconhecimento pessoal ou este representa uma coletividade em suas manifestações, essa lógica é também pertinente ao caso em que se deseja compartilhar gostos e opiniões com o público em geral ou com aqueles que partilham um mesmo espaço; ▪ Cívica, ações orientadas pelo interesse público ou comum, em favor de uma coletividade em defesa de temas, iniciativas, posições e causas com vistas ao bem comum, o engajamento à rádio se dá pela adesão a um projeto associativo como cidadão da localidade; ▪ Mercantil, ações orientadas pelo interesse de obter lucros ou vantagens, preocupação com índices de audiência, vínculos com interesses particulares, do mundo sistêmico local; ▪ Industrial, ações voltadas para melhoria de desempenhos, profissionalização, eficiência dos funcionários. |
|-------------------------------|---|

Fonte: Elaboração da autora.

Os procedimentos da codificação temática prevêm alguns passos a serem observados (FLICK, 2004). Em primeiro lugar, a descrição exaustiva de cada caso. Este procedimento, desenvolvido em capítulo específico, na terceira parte desta tese, tem como objetivo o conhecimento detalhado do contexto e dos atores de cada caso. Em seguida, cada caso deve ser objeto de uma análise individual e aprofundada de acordo com as categorias definidas. Nesta fase, as categorias podem ser modificadas face à emergência de categorias não previstas, a correção de categorias mal definidas ou a supressão de categorias inconsistentes. Em outras palavras, a estrutura temática “sofre modificações se surgirem aspectos novos ou contraditórios, e é aproveitada na análise de todos os casos que façam parte da interpretação” (FLICK, 2004, p. 198).

No presente estudo, esta análise “caso-a-caso” é apresentada na primeira parte do capítulo 4, antes da consolidação de uma análise para os casos francês e brasileiro e da análise comparativa. O objetivo desta análise é demonstrar o comportamento de cada caso em relação às categorias definidas. Para desenvolver esta análise, Flick (2004) recomenda o uso farto de trechos dos textos (transcrições das entrevistas, trechos dos documentos, apontamentos realizados pelo pesquisador em suas observações etc), como forma de apoio para a interpretação dos domínios temáticos definidos. Neste ponto, tem-se um dos elementos fundamentais desta técnica na articulação com o método comparativo, pois, ao se manter a mesma estrutura de categorias (ou estrutura temática), o controle reclamado pelos comparatistas é assegurado (SARTORI, 1994; VIGOUR, 2005). Este estudo não teve alterações da estrutura temática definida, apresentada no

quadro 2, seja na análise individualizada dos casos, na análise do conjunto dos casos em cada país ou na análise comparativa.

Quadro 3 – Combinação de lógicas de ação no engajamento de locutores e diretores às rádios

| | Lógica inspiracional | Lógica opinativa | Lógica Cívica | Lógica profissional | Lógica empresarial |
|-------------------------------|--|---|---|--|--|
| Locutores | Engajamento como escolha de vida, pela oportunidade de desenvolver um programa a partir de sua criação | Engajamento como forma de expressar e dar visibilidade a suas opiniões e gostos pessoais, podendo compartilhá-los com os “outros”, com vistas ao reconhecimento | Engajamento pela adesão a um projeto coletivo com vistas ao atendimento do interesse público, pela crítica social, política ou cultural | Engajamento pela oportunidade de praticar locução em rádio, projeção profissional, se beneficiar da experiência para atuar depois em outras mídias | Engajamento apenas pela remuneração |
| Diretores | Engajamento pelo projeto fundador da rádio | Engajamento pela oportunidade de expressar suas idéias particulares e pertencer a uma causa | Engajamento a uma luta social e política, reivindicação de direitos | Engajamento pela experiência de ser diretor de um meio de comunicação | Engajamento pela remuneração |
| Funcionamento da rádio | Veiculação de programas criados pelos seus animadores. Nenhum vínculo com interesses sistêmicos | Veiculação de programas opinativos e de gostos auto-referentes. Espaço de projeção de personagens e personalidades | Veiculação de debates públicos, críticas social, política, cultural. Nenhum vínculo com interesses particulares | Veiculação de programas produzidos de acordo com padronização. Valorização de formatos standards | Veiculação excessiva de publicidade comercial e de programas pagos |

Fonte: Elaboração da autora, a partir de Boltanski e Thévenot (1991).

A estrutura temática adotada foi objeto, no entanto, de um detalhamento no que diz respeito à análise da combinação das lógicas de ação no engajamento de locutores e diretores das rádios (quadro 3). Neste ponto, não se trata de uma alteração da estrutura temática, mas de um desdobramento do tema “lógicas de ação”, permitindo uma análise fina de suas variações de acordo com os sujeitos de pesquisa considerados.

Desta forma, a estrutura temática definida a partir da revisão teórica se manteve ao longo da análise de todas as evidências recolhidas e sua resistência aos diferentes níveis de análise apresentados, reforça a consistência da análise dos casos e, sobretudo, da possibilidade de se lançar mão da estratégia comparativa. Esta, por sua vez, compõe o último item de análise, o qual permite relacionar as características de cada emissora analisada com as características exógenas que condicionam a atuação dessas rádios no contexto sociocultural francês e no brasileiro, realçando as conclusões que se pode elencar acerca da configuração de espaços públicos.

PARTE II - DEMOCRACIA, COMUNICAÇÃO E ESPAÇO PÚBLICO

INTRODUÇÃO DA PARTE II

O desafio que se impõe nos próximos capítulos está calcado no desenvolvimento de uma malha teórica e explicativa que articule as concepções de democracia, comunicação, participação, lógicas de ação e espaço público. A partir das perspectivas liberal, republicana e deliberativa de processos democráticos pretende-se chegar a um modelo de análise compatível com a atual configuração de espaços de comunicação, espaços nos quais se conflitam, sem necessariamente se excluírem, diferentes ações (comunicativa, instrumental) que caracterizam iniciativas de protagonismo social pelo viés da comunicação, das quais decorrem as rádios locais concernidas nesta pesquisa, em suas diferentes versões e interesses (público, privado). Na verdade, compreende-se tais espaços de comunicação como mecanismos que atenuam o vácuo histórico que se estabeleceu entre Estado e sociedade civil e entre esta e seus membros. Situação que decorre, em grande parte, da ausência ou do esvaziamento de instâncias deliberativas que permitam uma comunicação direta entre esfera social e espaço público político e suas instituições.

A busca do bem comum, o respeito à liberdade individual de expressão, o debate de temas de interesse de coletividades, denúncias de pessoas, pautadas em dramas e perdas individuais que se pretendem coletivas ou até mesmo revelações da esfera da intimidade, desacordos, dissensos, demandas por reconhecimento e direitos humanos são alguns dos elementos mais constantes que se revezam e se mesclam no funcionamento desses espaços associativos de comunicação. A questão que interpela esta investigação é a análise dos processos de democratização desses espaços segundo regras democráticas (participação, pluralismo, liberdade de expressão), previstas no estatuto da associação, pelos atores sociais que ocupam as rádios, cujas ações são orientadas por distintas lógicas e interesses. Interessa também as possibilidades efetivas de construção de acordos que garantam o pluralismo nesses espaços. Os procedimentos dialógicos se dão a partir do enquadramento de ações sociais em um mesmo “modelo de avaliação”, o qual permite uma base moral e jurídica comum a todos os membros da associação para arbitrar diferentes situações. O resultado de tais procedimentos incide vertiginosamente sobre a política de comunicação, orientação sociocultural e na programação da rádio. A rádio de

associação é quase sempre uma unidade sociocultural e política que se utiliza de seu potencial de comunicação, cumprindo um certo papel de representação de demandas gerais e específicas de membros da localidade onde está implantada. Essas mídias são outorgadas e reguladas pelo Estado, mas se traduzem, antes de tudo, em entidades da sociedade civil, movidas por interesses e racionalidades que nem sempre são compatíveis com as prescrições normativas previstas para uma mídia comunitária ou associativa. São, muitas vezes, uma tentativa de conciliação com o meio social onde se inserem, conformando espaços cívicos, uma ponte de diálogo com esferas sociais e políticas, resultado de um processo de democratização das sociedades. As rádios de associação em suas diversas morfologias são porta-vozes de universos culturais diversificados, mas também de distúrbios sociais iminentes e reiterados frente a tensões recorrentes entre público/privado, local/global, sociedade/comunidade/associação.

Na verdade, trata-se de uma discussão maior sobre o quadro atual de crises de representação nas democracias, de reestruturação do Estado nacional face aos desafios impostos pelo processo de globalização e ascensão neoliberal, apontando para um certo enfraquecimento de vínculos sociais, pautados na solidariedade, o que por sua vez compromete a perspectiva de um “mundo comum”, seja nos termos definidos pelos comunitaristas ou pelos teóricos da democracia dialógica.

O esforço reflexivo que empreendemos neste texto está menos calcado no cenário pouco animador das relações sociais, cada vez mais influenciadas pela racionalidade econômica, do que na discussão sobre mecanismos de participação de cidadãos em processos da vida social. O debate sobre o novo perfil de cidadania na contemporaneidade, o repertório atualizado de novos direitos pautados na emergência de novas questões sociais, políticas e culturais e versões de espaços públicos que se desenham no seio da sociedade civil formam o universo temático no qual se insere a II parte deste trabalho.

1 PARTICIPAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A DEMOCRACIA DELIBERATIVA EM PERSPECTIVA

Sempre que os homens se juntam, move-se o mundo entre eles, e nesse inter espaço ocorrem e fazem-se todos os assuntos humanos. (ARENDRT, 2002, p.36).

Repensar o modelo liberal de democracia vigente nas sociedades ocidentais significa remeter às transformações pelas quais passam os Estados nacionais e seus vínculos com o advento de fenômenos como globalização, políticas neoliberais que repercutem incisivamente nas relações socioculturais e políticas entre cidadãos que coabitam um “espaço global” mediado pelos recursos tecnológicos de última geração. Vislumbra-se uma sociedade informacional onde as possibilidades de comunicação são ilimitadas e seus efeitos sobre o social e político, às vezes, imprevisíveis. A comunicação perpassa todos os domínios da vida social: trabalho, lazer, política, consumo, publicidade. Além de ser apontada como instrumento fundamental para dar visibilidade a dilemas e questões sociais que antes se restringiam à privacidade dos eventos domésticos: necessidades, demandas, indignações. A comunicação proporciona também as relações dialógicas nas cenas públicas, no terreno das sociabilidades, fazendo emergir tanto entendimentos como dissensos, diferenças, próprios de sociedades plurais. O Estado-nação é resultado das interações entre diferenças identitárias (étnicas, nacionais), distintas orientações confessionais, racionalidades e paradigmas culturais, uma formação híbrida, sustentada na falácia da homogeneidade (CANCLINI, 2006 e HALL, 2000).

Então, reflexões que envolvam a relação entre Estado, democracia e sociedade civil hoje passam necessariamente pela discussão do novo elo das relações sócio-econômicas: as novas tecnologias da comunicação e da informação. As tecnologias da inteligência, também assim chamadas, são apontadas como a base de uma nova formação social chamada “cidade informacional” por M. Castells (1999a) e de “cidades globais”, como diria Saskia Sassen (1998)⁸. Na verdade, os autores falam da consolidação de uma vida global e seus impactos na vida urbana,

⁸ Saskia Sassen (1998), assim como Castells (1999), apresentam o advento da revolução tecnológica e as mudanças na base material da sociedade que decorrem do fenômeno da revolução tecnológica e como as economias se tornaram interdependentes umas das outras, ligadas por sistemas de redes. Os dois autores enfatizam que o próprio capitalismo passa por uma reestruturação pautada no paradigma da flexibilidade de gerenciamento, descentralização das empresas, fortalecimento do capital, enfraquecimento dos movimentos trabalhistas.

em particular, mas, de maneira geral, eles discutem os sintomas do avanço das políticas neoliberais e da globalização tecnológica na economia global. Em relação ao domínio social, a formação de um sujeito mais consciente e crítico na condição de cidadão dentro de um universo em que cada vez mais se difundem interesses privados e públicos se vê, praticamente, comprometido, até porque há um grande risco nessa “sociedade informacional” de exclusão dos cidadãos que não têm acesso às Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTIC). Aqueles que não têm contato com as NTIC são, em geral, afastados de processos decisórios dos quais poderiam participar se acessassem a mecanismos de controle público, disponibilizados em instâncias como de governo eletrônico, E-governo. Por outro lado é inegável o potencial democrático dos aparatos sofisticados de informação e comunicação (CASTELLS, 1999a; 1999b) que podem incluir cidadãos em processos políticos e decisórios e aproximá-los do Estado e de suas instituições públicas, proporcionando, assim, certas condições para uma “democracia tecnológica” a qual não se apóia na apologia às inovações tecnológicas, mas nas possibilidades de inserção em esferas discursivas e representativas de minorias, de cidadãos ordinários. (CALLON, LASCOUMES, BARTHE, 2001)⁹.

Nesse sentido, remete-se à importância de se discutir os caminhos que levam à reconstrução de vínculos socioculturais e de uma consciência política voltada para interesses comuns, tendo em vista a formação de uma “sociedade informacional” com todo seu potencial de interatividade. As possibilidades de fomento à solidariedade e intersubjetividade¹⁰ entre as pessoas não podem ser articuladas sem que se leve em consideração as transformações pelas quais passam sociedade e Estado contemporâneos, baseadas nas exigências de competitividade econômica, diminuição do papel Estado, maiores inserções do mercado na vida social, para citar

⁹ Nos termos de Callon, Lascoumes e Barthe (2001), em **Agir dans un monde incertain: essai sur la démocratie technique**, em uma “sociedade de risco”, onde o cidadão desconfia de seu próximo, utiliza-se de mecanismos de controle e vigilância para se sentir mais seguro, persiste a chamada democracia delegativa, a partir da qual o cidadão é impelido a confiar seus interesses a um corpo de representação política. Nesse quadro de incertezas e desconfianças, vislumbra-se uma democracia tecnológica que, para os autores, apresenta como aspecto central a possibilidade de encontrar uma solução equânime à questão da representação das minorias, à ampliação de processos decisórios e democráticos.

¹⁰ Utiliza-se aqui o conceito de intersubjetividade postulado por J. Habermas. No autor, a intersubjetividade, tornada possível pela linguagem, é pressuposto da emancipação do sujeito participante de uma situação em que se encontra em contato com o (s) outro (s), exercendo sua liberdade individual, sua autonomia social, jurídica e política ao se comunicar. Como chama atenção Christian Bouchindhomme (2002), a intersubjetividade habermasiana se define como constitutiva da subjetividade contanto que esta recorra à linguagem para se expressar, baseada na hipótese de que ela será entendida por outras subjetividades.

alguns dos pressupostos de projetos neoliberais. Em meio a tantas perplexidades e incertezas oriundas das promessas e efeitos da globalização, é certo que a construção de uma nova solidariedade, com bases intersubjetivas, não pode apenas contar com a providência do ente estatal, mas passa necessariamente pela dimensão comunicativa nos processos da vida social.

O reforço à soberania popular, à garantia do cumprimento mínimo dos direitos fundamentais, permanência e atualização de instâncias democráticas, como conquistas consolidadas a partir de um custo histórico inestimável, está, em grande parte na sociedade civil¹¹. A discussão de soluções pelo viés de uma "terceira via" (GIDDENS, 1996 e LIJPHART, 1989), pelo respeito às "regras do jogo democrático" (BOBBIO, 1986), pelas redes de comunicação que geram esferas públicas (HABERMAS, 1997), parecem proposições lúcidas com o atual estado social dos países democráticos nos quais anunciam-se mudanças na forma clássica do Estado-nação, que resultam na busca da política tanto pelos cidadãos como pelo poder público.

As rasuras e rupturas no tecido social decorrentes do avanço das ambições e interesses sistêmicos que se sobrepõem, muitas vezes, às esferas autônomas da sociedade, para usar o vocabulário habermasiano, levam ao resgate de postulados primários da democracia liberal e à rediscussão de sua relativa compatibilidade com a atual configuração de economias globalizadas, cada vez mais propensas à adesão a medidas neoliberais (diminuição do Estado, corte de gastos públicos, privatizações e desregulações de setores estratégicos da economia). A resposta que alguns países têm criado para enfrentar os efeitos, em certa medida devastadores, das ações estratégicas e instrumentais do mercado está na articulação de estruturas supranacionais, como blocos econômicos reunindo países localizados em uma mesma região, os quais operam a partir da construção de marcos legais e modelos administrativos unificados que permitem a dinâmica da estrutura supranacional.

A reflexão crítica sobre as limitações do modelo democrático vigente nas sociedades capitalistas ocidentais para oferecer alternativas às tensões entre público e privado e a dilemas que decorrem das transformações do Estado-nação sugere uma nova agenda temática envolvendo questões ecológicas, lutas por reconhecimento de diferenças, de identidades étnicas e nacionais, novos direitos, desigualdade social, pobreza, violência, fundamentalismo religioso, terrorismo,

¹¹ Trata-se da valorização do núcleo institucional da sociedade civil, formada por associações, organizações capazes de se contrapor ao Estado e ao mercado, tal como concebe a abordagem habermasiana. (HABERMAS, 1997).

solidariedade cosmopolita, cidadania global etc. Para abarcar essa lista temática extensa, são criados os movimentos sociais, organizações não governamentais, associações, espaços públicos, enfim, iniciativas da sociedade civil que tentam pautar a agenda pública do Estado. O quadro de conflitos sociais hoje impõe à sociedade civil o desafio elementar de construir instâncias dialógicas, permanentes ou efêmeras, que permitam a comunicação entre seus diferentes atores e entre estes e o espaço público político, tanto no que se refere ao debate de temas de interesse de coletividades nacionais e supranacionais como à intervenção na construção e implementação de políticas públicas setoriais e marcos legais. Nos termos de J. Habermas,

O diagnóstico dos conflitos sociais transforma-se em uma lista de um igual número de desafios políticos apenas quando as intuições igualitárias do direito racional se conectam a uma outra premissa, a saber, à admissão de que os cidadãos reunidos de uma coletividade democrática podem configurar o seu âmbito social e podem desenvolver a capacidade de ação necessária para a intervenção. (HABERMAS, 2001, p.77).

Na perspectiva republicana, pode-se dizer que a idéia de autogestão sociopolítica das vontades que circulam na sociedade, traduzida, no sentido rousseuriano, em "vontade geral", é uma iniciativa que exige uma organização social e ação política pautada no entendimento de um "bem comum" ou no resgate do princípio comunitarista de uma certa homogeneidade de interesses, o que garantiria o fortalecimento de vínculos sociais que se reforçam pelo pertencimento a uma identidade, cultura, grupo étnico, religioso comum. Mas, do ponto de vista prático, sabe-se que as sociedades, mesmo em instâncias comunitárias, sejam em suas manifestações ordinárias ou reflexivas, são marcadas pela heterogeneidade, apesar do sentimento de nação funcionar como fator de integração cultural, forjando assim uma aparente homogeneidade do povo de um país. Trata-se, então, da construção de uma consciência nacional apoiada em uma certa solidariedade cívica, na moral e em interesses comuns. Aqui reside uma contradição fundamental, entre os pensamentos liberal e comunitarista. O primeiro sugere que o segundo fomenta um certo altruísmo por parte do indivíduo quando este adere demais à comunidade, o que para os liberais compromete a liberdade individual garantida pelo direito civil. O que se quer dizer, por enquanto, é que a edificação de situações de entendimento entre Estado e sociedade e desta com seus próprios membros passa necessariamente pelas contribuições e tensões dos modelos históricos de democracia, o representativo e o direto. Estas duas formas de democracia formam a base de constituição de um modelo combinado de democracia chamada de

participativa, referenciada na valorização do papel desempenhado pelo cidadão, para além de consultas públicas e pleitos eleitorais, em uma teoria da democracia moderna e viável diante das especificidades sociopolíticas do nosso tempo (PATEMAN, 1992). Deve-se levar em consideração também os interesses difusos em contextos dialógicos orientados por diferentes lógicas de ação que, muitas vezes, se deparam em um mesmo espaço de negociação, sem necessariamente se excluírem. Ou seja, são muitos os interesses e tipos de ação que podem orientar uma determinada iniciativa em uma associação. Neste caso, o grande desafio, nos termos de Tocqueville (1998 e 2005), é a suficiência da densidade republicana da cultura cívica e política que possa redundar em uma comunidade de “interesse bem compreendido”. A proposição do autor francês pode ser recuperada ao se pensar o atual dilema dos regimes democráticos: as limitações do modelo de representação e as dificuldades para concretização de uma democracia participativa. Este assunto será abordado a seguir.

1.1 Paradigmas contemporâneos de democracia: entre representatividade e participação

Um dos grandes temas do Estado contemporâneo é a ampliação da democracia frente a uma tendência, tanto em países considerados desenvolvidos ou em fase de desenvolvimento, de “democratização da democracia”. Tal disposição decorre em parte da insuficiência do modelo representativo de democracia para responder aos desafios de uma sociedade multicultural, onde se configura a chamada cidadania multicultural (KYMLICKA, 2001), ancorada na demanda de novos direitos humanos, além das transformações globais que impactam modos de vida e novas formas de sociabilidade. A sociedade plena de diferenças demanda das instâncias estatais a renovação do quadro de políticas públicas setoriais adaptadas às configurações de novas necessidades sociais, culturais e políticas. Nesse sentido, reflexões contemporâneas sobre a interface participativa e comunicativa da democracia postulam a aproximação entre Estado e sociedade civil por meio de processos de interação discursiva, em que o cidadão comum pode assumir papel de protagonista em cenas públicas de debates sobre temas de seu interesse almejando alcançar espaços da política oficial.

A perspectiva de uma maior participação da sociedade civil em processos decisórios arbitrados pelo Estado e suas instâncias públicas destoa de concepções elitistas sobre o modelo de democracia representativa que asseveravam essa forma de governo como compatível com uma

sociedade complexa cujos membros não estariam capacitados para o exercício público direto da política. Esta proposição pode ser depreendida das chamadas “teorias elitistas da democracia” nas quais, *grosso modo*, o cidadão ordinário restringe-se a eleger seus governantes em um sistema de escolhas de lideranças políticas (WEBER, 1999, 2000; SCHUMPETER, [1942], 1975). Formulações mais recentes sobre a pertinência do modelo liberal hegemônico de democracia representativa não se referem ao cidadão como mero produtor de governos. Abordagens menos reticentes em relação à competência do cidadão para atuar na vida pública para além de pleitos eleitorais fazem alusão, por exemplo, à compatibilidade entre representação política e descentralização do poder público central, configurada na poliarquia de Dahl (2001 e 2005), na qual as entidades civis como as associações cumprem papel decisivo nessa desconcentração da política e do poder, ao procedimentalismo apoiado na regra da maioria de Bobbio (1986), contando, em outros fatores, com um cidadão esclarecido e mais participativo, um modelo pautado no cumprimento das “regras do jogo democrático”.

Embora não se possa negar a viabilidade do paradigma representativo, chama-se a atenção para o processo de ampliação da democracia que exige uma maior valorização de práticas comunicativas insurgidas de manifestações socioculturais espontâneas e originais da sociedade civil, não mercado, e possam alcançar espaços oficiais de articulação da política ocupado por eleitos em procedimentos democráticos pautados na regra da maioria. A construção de canais de diálogo entre poder público e sociedade civil e entre esta e cidadãos não significa o declínio do sistema representativo de governo, mas a irrupção do tecido social de experiências participativas que só fortalecem qualquer regime democrático. As proposições viáveis de modelos combinados, participativos, comunivativos, dialógicos e deliberativos de democracia partem de críticas às limitações do modelo liberal representativo e não da sua superação. Na verdade, apontam para uma ampliação da democracia, prevendo uma maior inclusão do cidadão em processos decisórios, políticos e sociais arbitrados pelo Estado e suas instituições. Por isso, a noção de espaço público enquanto instância discursiva da sociedade civil, em toda sua dimensão comunicativa e participativa, é tão importante para a operacionalidade de experiências locais, nacionais e globais de democracia semidireta, as quais estão pautadas fundamentalmente em práticas comunicativas e discursivas, que se apresentam fundamentais, nos termos de Habermas (2002), para o exercício da autonomia pública conferida pela soberania popular.

Sociedade civil e democracia: em busca da participação

Em face às mudanças protagonizadas por movimentos globais de avanços da esfera econômica e de estratégias políticas em relação ao espaço das trocas sociais e simbólicas¹², o papel da sociedade civil aparece vinculado à garantia da preservação do interesse público, historicamente representado pelo Estado, em processos decisórios nos quais quase sempre se rivalizam interesses privados *versus* interesses públicos e estatais. Nesse sentido, a sociedade civil aparece antes como protagonista do que como expectadora na condução de processos de intervenção em instâncias decisórias ou na implementação de experiências originais de protagonismo político e emancipação social (SANTOS; AVRITZER, 2005). A política aparece como elemento fundamental para alicerçar debates públicos e, sobretudo, oferecer as bases para a revisão, reflexão e atualização do sentido contemporâneo de democracia e suas possíveis configurações sem estar necessariamente atreladas ao modelo liberal hegemônico da representação. A discussão atual sobre a aplicabilidade de paradigmas democráticos oscila entre forma representativa e participativa, levando-se em consideração que há momentos de vaivéns em relação à crença na consolidação de processos democráticos mais inclusivos (BOBBIO, 2006).

Os temas da igualdade e liberdade perpassam o debate sobre dilemas e perspectivas de modelos de democracia por se tratarem de princípios republicanos democráticos, cujos conteúdos abstratos fomentam debates acirrados sobre sua efetividade e materialização em meio a sociedades capitalistas que transitam entre orientações políticas mais à direita (neoliberalismo) ou à esquerda (socialista) ou buscam a intersecção entre uma e outra (social democracia renovada). O que se discute mais precisamente em contextos de liberdade tanto política como individual é a conciliação de igualdade social e igualdade política. No entanto, como alerta Dworkin (2005), a igualdade distributiva, aquela geradora de igualdade material, não pressupõe a igualdade de reconhecimento recíproco entre os homens, fazendo com que estes se aceitem mutuamente como iguais. Tem-se várias dimensões sob as quais repousam algumas formas de igualdade: distributiva, política, de reconhecimento. Parece que a concretização da igualdade de condições e das liberdades individual e política acontece de acordo com o grau de priorização dada à política

¹² A respeito da influência do avanço do econômico sobre a esfera social, K. Polanyi discute em **A grande transformação** como o progresso econômico levou a uma desarticulação social para qual a ressalva só poderia ser dada pela força reguladora não do mercado, mas do Estado e de certas instâncias da sociedade civil também.

como mecanismo democrático de discussão e ação, voltada para o bem estar social e autonomia dos cidadãos reunidos em sociedade.

A instauração de um regime democrático, em que a maioria do povo de fato dispõe dos meios para exprimir sua vontade e fazer valer seus direitos, a priori, pressupõe a legitimidade de organizações da esfera civil da sociedade no engajamento e defesa de demandas da coletividade. Cabe ao Estado também garantir mecanismos efetivos de participação do cidadão em processos decisórios que dizem respeito à população. Mas, é importante ressaltar que tais mecanismos não garantem sozinhos a vitalidade de uma democracia direta. Para que instrumentos de controle público-social¹³ possam funcionar é fundamental a constituição de canais de comunicação entre instituições públicas e cidadãos, organizados ou não em entidades civis. Nesse sentido, o pressuposto da deliberação em procedimentos democráticos de discussão pública enfatiza o viés comunicativo da democracia participativa, embora tal regime de governo jamais tenha se concretizado, como lembra Sartori (1994) nas sociedades contemporâneas, mas vários esforços de autogoverno, como o caso do orçamento participativo em cidades brasileiras (AVRITZER, 2003, SANTOS, 2005) suscitaram a sua eficácia em contextos democráticos pautados na representação.

As tentativas de autolegislação e de autogoverno, inspiradas em experiências democráticas são antigas, mas estas se deparam com movimentos históricos protagonizados por interesses corporativistas, como também com características da modernidade tais como individualismo, apatia política, privatização, escassez de “bens comuns”, retração das virtudes públicas. Na verdade, a história política das sociedades ocidentais nos mostra a difícil luta dos povos desde a antiguidade para inserção de procedimentos democráticos no âmbito estatal e no seio da própria sociedade. Norbert Rouland (1997)¹⁴ se refere a movimentos sociais seculares,

¹³ O controle social é visto comumente como forma de aumentar a capacidade de influência da sociedade sobre o Estado. Este tipo de mecanismo é a base para o disciplinamento da esfera econômica e dos ambientes onde são travados embates de interesses, em que, geralmente, prevalece aquele que advém da esfera privada. O controle social seria a conformação de uma autoridade, com base na coletividade, fundada democraticamente para regular tanto o ente estatal, o mercado, como a própria sociedade. A cidadania é a base dessa formação, porque é nela que pousam as condições de participação pública. Ela habilita o cidadão à ação racional e de potencial modificado, aglutina os princípios de democracia, sociedade pluralista, educação política e iniciativa. (LEAL; RIBEIRO, 2002).

¹⁴ Rouland (1997) faz uma digressão à Roma Antiga sob a perspectiva da implantação do regime democrático naquela cidade. Ele atribui à debilidade da democracia romana a dois fatores fundamentais: as relações sociais de clientelismo (decorrentes de questões políticas e econômicas) que se desenvolvem entre plebeus e aristocratas e à liberdade censurada da população em ocupar espaços físicos nos limites da cidade para debater publicamente suas demandas e direitos. No que interessa mais de perto, o autor traça uma relação direta entre concepção arquitetônica e

liderados por plebeus, que permearam a trajetória da construção das bases democráticas na Roma antiga, contrariando as aspirações políticas da elite aristocrática. Os gregos deixaram um legado de ensinamentos políticos apreciados pelas democracias ocidentais, sobretudo no que concerne ao ideal da igualdade social, política e jurídica entre os cidadãos atenienses. Mais tarde, as revoluções burguesas que eclodiram na Europa entre os séculos XVII e XVIII, inspiradas no liberalismo político e econômico, retomaram o modelo de democracia como regime de governo apoiado agora no Estado de direito. No esteio de princípios democráticos e dos direitos fundamentais, aos poucos, configurou-se o cidadão baseado na universalidade dos direitos podendo exprimir publicamente suas opiniões, desfrutando da prerrogativa de reunir-se em associações, formar e integrar partidos políticos e acessar benefícios sociais¹⁵ que garantissem a sua sobrevivência.

É no encadeamento de eventos sociais, políticos e econômicos que a democracia vai se conformando em movimentos de retrocessos e avanços. Os modelos prescritivos contemporâneos de democracia oferecem suas vantagens e limitações frente a situações reais da vida social e política dos cidadãos de hoje. No que interessa a este estudo, o debate fundamental gira em torno do paradigma democrático que proporcione aos cidadãos os instrumentos necessários para que esses se tornem protagonistas em processos da vida social, para além das eleições, plebiscitos e outras formas de consulta pública. A perspectiva de uma maior inserção do cidadão em espaços públicos políticos está na base do paradigma da democracia participativa o qual se nutre do

organização política da urbe e a caracterização do modelo de democracia romana. Para Rouland, embora a democracia romana tivesse inspiração na experiência grega, Atenas foi de fato uma democracia, a qual se manifestava nos espaços públicos da cidade, onde cidadãos podiam se reunir sem sofrerem represália do governante. Já em Roma todo tipo de restrição para ocupação popular de espaços públicos era empreendida pelos dirigentes da cidade, como, por exemplo, construções que inibissem a permanência por muito tempo de pessoas em um mesmo espaço (teatros e estádios sem assentos, esplanadas grandiosas mas pouco convidativas para reuniões públicas). Em Roma, o contato físico entre cidadãos e não-cidadãos em eventos públicos se traduzia em perigo eminente de conversações e formação de opiniões críticas. “A classe dominante deseja simplesmente evitar que se crie mesmo um esboço de condições concretas suscetíveis ao favorecimento de debates ou tomadas de consciência de natureza democrática: nesse sentido, é muito significativo o fato de que, em Atenas, os membros da assembléia popular têm assegurado seu assento. [Em Roma] Não se pode permitir que a população se habitue a reuniões assíduas nos mesmos lugares, os quais se podem converter em centros de convenção.” (ROULAND, 1997, p. 117)

¹⁵ A respeito dos direitos sociais e econômicos, previstos em constituições de muitos países democráticos, R. Dahl observa que: “Embora a constituição norte-americana e as que sobrevivem desde o século XIX nos países democráticos mais antigos geralmente tenham pouco a dizer explicitamente a respeito de direitos sociais e econômicos, as adotadas a partir da Segunda Guerra Mundial normalmente os incluem. Não obstante, às vezes os direitos sociais e econômicos prescritos (de maneira até bastante prolixa) são pouco mais do que simbólicos.”(DAHL, 2001, p. 137).

potencial dialógico das trocas argumentativas em contextos discursivos. As experiências de democracia direta se apóiam na valorização da comunicação como mecanismo dialógico para formulação de acordos, entendimentos, como também para ressaltar divergências opinativas.

A dimensão dialógica da política, ressaltada em Arendt (2001), Habermas (1992), só se torna plausível a partir do envolvimento de um maior número possível de cidadãos em práticas discursivas processadas em espaços comunicativos descentralizados, difusos na sociedade. Em uma democracia comunicativa (YOUNG, 2001), a política não está centrada nas instituições do Estado, mas encontra-se também deluída na sociedade, o que exige do cidadão um engajamento mais acentuado em relação a processos sociopolíticos da vida pública. Nesse sentido, uma forma do cidadão dialogar diretamente com o poder público é a partir da construção de canais de comunicação que alcancem as instâncias da política oficial e as diferentes instâncias civis que empreendem uma diversidade de lutas sociais. O desafio dos governos democráticos hoje é dar conta das novas demandas sociais em termos de direitos e políticas públicas, tendo em vista os dilemas pelos quais passam Estados-nações com suas novas dimensões geográficas e populações cada vez mais numerosas e diversificadas. Tem-se, então, a necessidade de governos democráticos capazes de articular políticas que permitam o equilíbrio entre demandas e interesses de maiorias e minorias, a partir do recurso do diálogo com a sociedade civil.

1.2 Noções de democracia comunicativa

A comunicação, como facilitadora do diálogo, aparece nas formulações de teorias democráticas baseadas na participação como provedora de pressupostos e processos fundamentais para a criação legítima do direito, a força legitimadora da gênese e da consolidação democrática. No modelo habermasiano, exposto a seguir, a política permite a interação entre Estado e sociedade e ela não se encontra nem somente no espaço público político institucionalizado nem apenas na esfera civil. A política perpassa todos os espaços. Este pressuposto é o ponto de partida dos modelos combinados de democracia que transitam entre modelos diretos e indiretos de participação no governo de uma sociedade e se constituem com base na “política dialógica”. Na tensão contemporânea entre modelos mais participativos e representativos, como avaliam, além de J. Habermas, autores como Axel Honneth (2001); Iris

Marion Young (2001), Anthony Giddens (1996; 2001; 2005) propõem respostas reflexivas e dialógicas às assimetrias entre participação, pluralismo e política.

Diferentes autores constroem distintos modelos democráticos pautados em processos comunicativos como a concepção de “democracia enquanto cooperação reflexiva” (HONNETH, 2001), e a “democracia comunicativa” (YOUNG, 2001), entre outras denominações. O paradigma deliberativo encontra também algumas resistências como alternativa legítima para arbitrar processos decisórios e de formação de opiniões por partir da concepção de uma razão universal pura e neutra, deixando muitas vezes em segundo plano formas alternativas de comunicação e minimizando diferenças culturais nas quais se apóiam modos de deliberação (YOUNG, 2001)¹⁶. No entanto, a deliberação como base do paradigma participativo de democracia ainda é fonte de inspiração para modelos que seguem a linha comunicativa ou dialógica.

A proposta de uma democracia dialógica em Giddens, por exemplo, se inscreve no seu projeto político de democratização da democracia, a partir da crítica e não exatamente da oposição à concepção liberal representativa em uma ordem social reflexiva, pois “(...) a democracia representativa significa o governo de grupos distantes do eleitor comum e com frequência é dominada por insignificantes questões de política partidária.” (GIDDENS, 1996, p.129). A “política de vida” desse autor está calcada em processos de autonomia da ação os quais capacitam o cidadão a questionar e rever decisões humanas. A sua proposta de política gerativa provém da reflexividade social e busca a realização por parte dos cidadãos e grupos de “fazerem as coisas acontecerem” e não esperarem soluções vindas do Estado ou do sistema político representativo para seus dilemas e aflições. Tal proposição se constitui em “defesa da política do domínio público, mas não se situa na velha oposição entre Estado e mercado. Ela opera fornecendo condições materiais e estruturas organizacionais para as decisões de políticas de vida tomadas por indivíduos e grupos na ordem social mais ampla.” (GIDDENS, 1996, p.23). Surge dessa discussão, a necessidade, identificada pelo autor, de construção de formas mais radicais de

¹⁶ Íris Marion Young (2001) propõe uma “democracia comunicativa” partindo da revisão do modelo deliberativo que na sua opinião está assentado no equívoco de considerar que processos de discussão que visam o entendimento entre as partes devem partir de um elemento comum de entendimento ou ter como objetivo um bem comum. Em seu modelo democrático, a autora postula que “as diferenças de cultura, perspectiva social comunicativa ou comprometimento particularista sejam compreendidas como recursos a serem utilizados na compreensão da discussão democrática, não como divisões a serem superadas.” (2001. p. 366). Além disso, Young defende a comunicação como saudação, retórica, narração, as quais se somam à argumentação na contribuição à discussão política.

democratização tanto de instâncias da vida pública como da vida privada. Na verdade, visa a inserção de práticas democráticas dialógicas para além da esfera política formal, em arenas da vida pessoal; em movimentos sociais e grupos de auto-ajuda; estruturas organizacionais complexas e em instâncias supranacionais.

O que Giddens propõe é uma democratização dos relacionamentos nos espaços institucionais e da intimidade, a qual permitiria o estabelecimento de um elo de confiança construído pelo diálogo a partir do momento em que os atores que participam do diálogo apresentem o grau necessário de reflexividade social e destradicionalização. O modelo de democracia dialógica não despreza a democracia como instrumento para representação de interesses, mas enfatiza o potencial inscrito em seu princípio de criar cenas públicas nas quais sejam dialogicamente tratados temas polêmicos, podendo se chegar a soluções que independem de formas de poder preestabelecidas.

O objetivo da dialogia nesses espaços é o alcance da conciliação entre autonomia e solidariedade e não necessariamente o consenso. O diálogo, então, se estabelece pela confiança na discussão e intercâmbio de idéias, se configurando assim uma “democracia das emoções”. Nos termos do autor, “Os indivíduos que têm um bom entendimento de sua própria constituição emocional, e que são capazes de se comunicar de maneira eficiente com os outros em uma base pessoal, provavelmente estão bem preparados para as tarefas e responsabilidades mais amplas da cidadania” (GIDDENS, 1996, p.25).

A democracia dialógica pode se configurar em atividades grupais de auto-ajuda, associativas e movimentos sociais, além da esfera da intimidade. Nesses contextos sociais manifesta-se uma abertura tendencialmente maior de diálogo com relação aos assuntos pelos quais se interessam. Um aspecto interessante que escapa aos pressupostos do espaço público clássico e moderno é que o domínio discursivo pode servir de palco para exposição de traços de conduta social, comportamentos e ações que antes se restringiram ao âmbito privado.

A proposta dialógica de Giddens se comunica com o modelo deliberativo de Habermas porque ambos se baseiam na valorização das interações sociais de forma comunicativa, no deslocamento da política das instâncias públicas oficiais para a sociedade e no viés comunicativo. No entanto, as duas propostas se diferenciam, sem necessariamente se contraporem, porque o cerne do modelo habermasiano está na valorização da dimensão espacial, dos procedimentos, das normas e da ética discursiva. Em Giddens, o fundamental é a abertura para o diálogo em âmbitos

tanto privado quanto público e não exatamente onde ele ocorre. Outro ponto de divergência entre os dois autores é que a democracia emotiva de Giddens não depende de uma situação ideal de fala (discurso), porque não está atrelada aos pressupostos de uma filosofia transcendental. “A democracia dialógica pressupõe apenas que o diálogo em um espaço público fornece um modo de viver com o outro em uma relação de tolerância mútua – seja esse ‘outro’ um indivíduo ou uma comunidade global de fiés religiosos” (GIDDENS, 1996, p.133). Giddens reconhece que nem todas as decisões ou conflitos podem ser superados por meio do diálogo, este é um meio para se estabelecer uma relação de confiança entre as pessoas e não tem a pretensão de proporcionar acordos ou consensos. “A confiança é um meio de ordenação das relações sociais no tempo e no espaço” (GIDDENS, 1996, p.133).

A proposta de Giddens de democracia parece menos pretensiosa do que a de Habermas porque este último realiza uma crítica mais incisiva em relação à concepção liberal representativa de democracia, além de resgatar e justificar a relevância da política para a dinâmica da vida pública como ação humana potencialmente propositiva e reestruturadora de um mundo que envolve interesses comuns. O potencial dialógico da política, enfatizado no pensamento de Arendt, reforçado no modelo de “política radical reconstituída” proposto por Giddens (1996), na sua concepção de “democracia dialógica”, está mais desenvolvido em Habermas, em sua proposta de democracia deliberativa, tornada possível pelo discurso e procedimentalismo. A liberdade de comunicação implícita no agir orientado para o entendimento é o pressuposto das bases sobre as quais repousam o modelo de democracia combinada de Habermas, o qual está atrelado aos pressupostos de funcionamento do espaço público, conceito fundamental para o delineamento de sua democracia deliberativa.

1.3 Democracia dialógica e esfera pública

A teoria da esfera pública de J. Habermas remete diretamente aos propósitos deste trabalho porque fundamentalmente se refere ao trato comunicativo e racional entre as pessoas inseridas em um contexto de interações sociais onde se produz e reproduz estímulos culturais (HABERMAS, 2007). Originalmente, suas formulações acerca desse espaço apresentam, a partir de uma perspectiva histórica e crítica, um modelo liberal de esfera pública – formada essencialmente pela burguesia, na Europa, entre os séculos XVII e XIX – cujos membros

defendiam ideais liberais e iluministas. A lógica interna dessa esfera presumia a prioridade da prática discursiva em um espaço público que funcionava como tribuna para o debate de temas políticos e literários.

A esfera pública moderna é formada por indivíduos privados que se reúnem para formular concepções da realidade, opiniões esclarecidas a partir de debates públicos sobre temas de interesse da coletividade. Antes de Habermas, Hannah Arendt havia resgatado as concepções de público e de esfera pública (originalmente o termo em inglês cunhado por Arendt é *public realm* o qual assumiu o sinônimo de *public sphere*) como dimensões da vida social e desvinculadas do Estado. A autora parte de duas noções ou conceitos de público: o público como tudo aquilo que vem a público, que pode ser visto e escutado por todos e tem a maior divulgação possível e o público no sentido do que é comum, compartilhado. É o segundo sentido que ela vai definir como esfera pública. Nessa acepção, “o termo ‘público’ significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele” (ARENDR, 2007, p. 62). A esfera pública, enquanto mundo comum, reúne as pessoas na companhia umas das outras permitindo trocas e sua localização no mundo.

Com o advento da sociedade moderna, o Estado e o mercado com seus interesses estão presentes no espaço público qualificado, nos termos arendthianos, como uma esfera social, que não é pública, nem privada, uma característica das “sociedades de massas”:

A distinção entre esfera de vida privada e uma esfera de vida pública corresponde à existência das esferas da família e da política como entidades diferentes e separadas, pelo menos desde o surgimento da antiga cidade-estado; mas a ascendência da esfera social, que não era nem privada e nem pública no sentido restrito do termo, é um fenômeno relativamente novo, cuja origem coincidiu com o surgimento da era moderna e que encontrou sua forma política no Estado nacional. (ARENDR, 2007, p. 37).

Arendt estabelece nítida distinção entre atividades pertinentes ao mundo comum e aquelas pertinentes à manutenção da vida. A esfera pública se traduz em um espaço comum reservado à prática da ação humana. No mundo moderno, os espaços públicos¹⁷ e privados se justapõem formando uma esfera social, própria das “sociedades das massas”.

¹⁷ Arendt (1967) reconhece como versões modernas de espaços públicos os conselhos populares que se formaram tanto na Revolução Francesa como nas revoluções do início do século XX na Europa, em especial a revolução húngara. Essas instâncias de caráter popular, espontâneo e participativo foram identificadas por Arendt como “uma estrutura de poder completamente nova em plena revolução”, a qual guardava o espírito de criação revolucionária do povo. Tratava-se, sobretudo, da possibilidade de reconstrução da política para além dos partidos e das representações

A ação política deriva justamente do exercício contínuo da liberdade pública, o que faz avançar e solidificar as instituições livres na sociedade (LAFER, 2003). Na obra de Arendt, se sobressai a natureza dialógica da política, a qual não pode prescindir do discurso e da ação. Os sujeitos se relacionam no espaço público, a partir da exposição da palavra em forma de opiniões. Neste sentido, o diálogo com os outros só pode se dar em um espaço de liberdade e igualdade, onde a palavra e a ação possam se mostrar livremente. Segundo Arendt,

... se apenas dez de nós estivermos sentados em volta de uma mesa, cada um expressando sua opinião, cada um ouvindo a opinião dos outros, então uma formação racional de opinião pode ter lugar através da troca de opiniões. Lá também ficará claro qual de nós é o melhor indicado para apresentar nossos pontos de vista diante do conselho mais alto seguinte, onde nossos pontos de vista serão esclarecidos pela influência de outros pontos de vista, revisados, ou seus erros demonstrados. (ARENDR, 2006, p. 200).

Na outorga dada pelo povo ao seu representante, o qual exerce em seu lugar o direito de decidir diretamente junto ao poder público sobre os negócios da sociedade é que residem as controvérsias da democracia representativa. Arendt e Habermas reconsideram aquilo que o liberalismo coloca entre parênteses no modelo representativo: a capacidade do povo de governar. Como diz Arendt, “A liberdade política significa o direito de participar no governo ou não significa nada” (ARENDR, 1967, p. 231).

A esfera pública, em si mesma, é considerada como lugar de manifestação da ação comunicativa, no sentido postulado por Habermas (1986). A prática discursiva deve abrigar proposições, a partir do recurso da compreensão. Mas, segundo o autor, não se pode negar as influências históricas e obstinadas de grupos sociais poderosos que se desenvolveram no seio do sistema capitalista e fizeram desses espaços fóruns para a defesa do liberalismo econômico. A contaminação da esfera pública por interesses sistêmicos, os quais emanam dos domínios da política e da economia, permite uma prática comunicativa ocultada por fins comerciais e manipulatórios, um processo iniciado já no século XVII que mais tarde vai se configurar em Indústria Cultural, nos termos de Adorno e Horkheim (1985). Trata-se da standardização da cultura e da ação social, o qual Arendt (1972) identifica como “crise da cultura”.

ideológicas no espaço público político. Os conselhos para a autora apontavam para uma “forma de governo inteiramente novo, com um espaço público novo para liberdade, constituído e organizado durante o curso da própria revolução.” (ARENDR, 1967, p.262)

Atento ao fenômeno histórico que se processa de “colonização” do mundo da vida por interesses que emanam dos campos da política e da economia, Habermas tenta equacionar o problema da inserção da lógica instrumental no espaço comunicativo, onde se dá, originalmente, as interações sociais e trocas de conhecimentos e opiniões a partir de uma razão comunicativa, fundando um modelo de formação social que prevê a separação fundamental entre os mundos social, da personalidade e cultural, de um lado, e os mundos dos sistemas econômico e político, de outro.

Esfera pública e ação comunicativa

Para Habermas, os fundamentos da ação social que se desenvolvem nas sociedades modernas não desembocam unicamente em uma racionalização social voltadas para finalidades objetivas, instrumentais. Habermas acredita nas condições formais e intersubjetivamente alinhadas para a formação de processos de interação social voltados para o entendimento, mediadas por uma racionalidade comunicativa. Este é o ponto de partida da sua teoria da ação comunicativa, que orienta a construção e a análise do objeto desta tese.

Para chegar à teoria de uma ação social baseada na comunicação¹⁸, Habermas parte de uma das suas grandes preocupações: o processo de evolução social associado aos níveis de desenvolvimento da cognição humana. Nessa proposição fundamental está o fio condutor da sua grande obra Teoria da Ação Comunicativa¹⁹.

No autor, a teoria da racionalidade surge da oposição entre dois tipos de relação que o homem estabelece com o mundo: aquela que é definida pela ciência e a técnica, relação cognitiva e instrumental; e aquela que é determinada pela interação entre sujeitos, relação constitutiva da comunicação, perpassada pela cognição, mas caracterizada por relações morais, jurídicas, éticas e políticas. (ROCHLITZ, 2002). Essa oposição de mundos sociais introduz uma razão interessada na emancipação que está situada na história e na sociedade e constitui-se através do *médium*

¹⁸ A noção de comunicação na obra de Habermas suscita alguns mal-entendidos por parte de alguns de seus leitores e críticos, sobretudo quando esses relacionam comunicação a estratégias de comunicação e de publicidade da mídia de largo alcance ou às estratégias de grandes empresas e aparelhos políticos para orientar opiniões e comportamentos. Comunicação, nos termos habermasianos, designa a possibilidade de trocas, a pluralidade indefinida dos participantes, a ação e a influência exercidos à escala de uma sociedade ou de uma rede ainda mais larga. (ROCHLITZ, 2002).

¹⁹ É importante levar em consideração as contribuições da sociologia funcionalista dos sistemas sociais de Talcott Parsons (1969), que concebe a comunicação como parte de um processo social, na construção da TAC por Habermas.

lingüístico, isto é, a comunicação lingüística voltada ao entendimento e ao consenso, a razão comunicativa. O conceito de razão comunicativa ou racionalidade comunicativa pode, pois, ser tomado como sinônimo de agir comunicativo²⁰ porque ela constitui o entendimento racional a ser estabelecido entre participantes de um processo de comunicação que se dá sempre através da linguagem, os quais podem estar voltados, de modo geral, para a compreensão de fatos do mundo objetivo, de normas e instituições sociais ou da própria noção de subjetividade. A linguagem é um instrumento que possibilita a construção de um universo cognitivo que pode libertar o homem das convenções sociais estáticas e lhe permite desbravar um novo meio social e conhecer um novo sentido para o mundo. Na verdade, a linguagem habilita o homem a gerar mundos.

Em Habermas, a noção de dialogia em contraposição à perspectiva weberiana de ação monológica é um ponto fundamental para compreender a efetivação da ação em um campo de possibilidades de entendimento e concordância. Na acepção de Weber o tipo puro de ação social é, sobretudo, aquela orientada para fins, seja em relação a fins ou a valores. Habermas, no entanto, faz a sua escolha epistemológica entre quatro conceitos sociológicos de ação: teleológica (que remete ao mundo objetivo e diz respeito a fins); ação estratégica (estratégias de comunicação); ação performática (dramaturgia) e a ação cooperativa, ou seja, comunicativa de fato.

Para ele, há uma limitação intrínseca no conceito de ação de Weber²¹, que revela a carência de uma teoria do significado. A ação weberiana seria pautada na intencionalidade consciente do sujeito que a pratica. A proposta habermasiana para respaldar uma ação social plena de significado e não instrumental ou estratégica, mas simbólica, só é possível a partir do processo comunicativo, baseado em normas práticas discursivas. A ação comunicativa sustenta a

²⁰ Nos termos de Habermas, o agir comunicativo constitui uma interação mediada simbolicamente, orientada através de normas que valem obrigatoriamente, que definem expectativas recíprocas de comportamento e que têm de ser compreendidas e aceitas por pelo menos dois sujeitos. As normas sociais são reforçadas através de sanções. O seu sentido se objetiva num contexto comunicacional propiciado pela linguagem comum e ordinária (HABERMAS, citado por SIEBENEICHLER, 1989, p. 75).

²¹ Enquanto Weber introduz o conceito de ação estruturado monologicamente, Habermas desenvolve o conceito de ação social pautado na explicação do conceito de sentido. Então, a dimensão simbólica, ou seja, plena de significados que o conceito de ação social assume em Habermas, desloca a noção meramente utilitarista e instrumental das atitudes humanas para além das estratégias e finalidades econômicas e esse movimento é fundamental para se chegar à noção de ação social emancipatória, realizada a partir de uma racionalidade comunicativa. Não se pode arriscar a dizer que Habermas superou o conceito de ação social weberiano, mas considera-se que a conotação de ação social assumida pelo primeiro é complementar ao entendimento das atividades e atos humanos num contexto de negociação de idéias ou mercadorias.

proposta de Habermas de uma teoria social da Modernidade, em que a divisão do universo da práxis humana se divide em dois mundos: o mundo da vida e o mundo sistêmico.

O conceito de mundo da vida é delineado em traços mais amplos, abrangendo não somente o horizonte da consciência, mas também o contexto da comunicação lingüística, a práxis comunicativa do dia a dia, isto é, o contexto dos processos de comunicação voltado ao entendimento e ao consenso que é possível obter através da fala. O que equivale a dizer que o conceito de mundo da vida passa a ser um conceito complementar ao conceito de agir comunicativo. Esse universo é composto por estruturas simbólicas que são basicamente: cultura, sociedade e personalidade²². É no mundo da vida que se formam os sentidos e as prenoções.

No mundo da vida predominam interações que são mediadas pela linguagem e através desta, por normas, que constituem a moldura institucional. E estas interações mediadas pela linguagem constituem o tipo de ação designado como agir comunicativo. No mundo dos subsistemas de ação racional com relação a fins, predomina o modelo de ação técnica, caracterizada como instrumental ou estratégica. A partir desta distinção entre os dois mundos, Habermas faz ainda uma segunda diferenciação entre agir comunicativo, próprio do mundo da vida, e o agir instrumental, praticado no mundo sistêmico. Essa ação orienta-se por regras técnicas decorrentes de um saber especializado.

No espaço comunicativo, qualquer pessoa tem de estar convicta, antes de entrar em comunicação, de que existe a possibilidade de um entendimento real, isto é, de que ela está em condições de compreender o sentido da linguagem, dos atos de fala, bem como de produzir um entendimento ou consenso entre os participantes da comunicação acerca de fatos, normas. O objetivo é alcançar o consenso a partir da argumentação.

A comunicação voltada para o consenso pode ser vista basicamente como uma troca ativa e pacífica de opinião e de informações entre participantes de uma determinada práxis social, portanto, como um processo social que se dá através da linguagem, tendo como referência certas estruturas de racionalidade. É o tipo de ação social orientada para o entendimento, a compreensão e o consenso, que se opõe à ação social voltada para as ambições mundanas. É, então, a partir desse procedimento comunicativo que se chega a desvendar as aparências, o que está latente.

²² Aqui se percebe, de novo, a influência da teoria dos sistemas sociais de Talcott Parsons (1969) na elaboração da teoria da ação comunicativa por Habermas.

A primazia dada ao entendimento oferece duas vantagens: em primeiro lugar, o entendimento não pode jamais ser induzido a partir de fora, porque tem de ser aceito como válido por parte dos próprios participantes da comunicação. Em segundo lugar, abre-se a possibilidade de distinguir o entendimento em relação a consensos ingênuos.

Nas reflexões sobre o agir comunicativo, o autor deixa claro que a comunicação a partir da linguagem, voltada para o entendimento e o consenso, constitui um conceito normativo para o conjunto inteiro da teoria do esclarecimento. Daí surge a importância da prática discursiva nos níveis teórico e prático. A verdade embutida nesses dois discursos depende do consenso obtido entre os participantes esclarecidos e dotados de conhecimento que participam da discussão. Mas, para efetivação de uma comunicação voltada para o consenso, é preciso haver uma situação ideal de fala, fundada na ética do discurso, em que prevalece o melhor argumento e nenhum elemento de coação. Mas, Habermas alerta que o consenso ideal não pode ser atingido concretamente.

Do ponto de vista do teórico, o mundo da vida constitui uma reserva de idéias e convicção não problemáticas, um celeiro de saber organizado lingüisticamente e transmitido culturalmente, uma fonte de modelos de interpretação, da qual os participantes da ação lançam mão para suprir as exigências e necessidades de entendimento que aparecem em uma determinada situação. O contexto dos processos comunicativos voltados ao consenso forma-se a partir dessas convicções básicas. No entanto, o autor não desconsidera o dissenso como uma forma de antinomia evocada por uma situação de conflito, ser um possível resultado do embate discursivo que se estabeleça em uma esfera comunicativa.

A construção de uma racionalidade emancipatória, comunicativa se dá no contexto de antagonismos entre mundo da vida e mundo sistêmico. De uma forma geral - a despeito das críticas que recaem sobre o emprego da racionalidade comunicativa e sua conexão com o mundo da vida e a neutralidade do princípio discursivo (APEL, 2004) e sua fundamentação em uma ética discursiva que evita os conflitos sociais (HONNETH, 2003) - a formulação de Habermas de uma teoria da ação comunicativa possibilita entender a comunicação como um processo cooperativo, que ultrapassa a visão mecanicista do processo comunicativo e derivados, concedendo uma primazia ao pólo emissor, na sua tentativa de influenciar ou conduzir o receptor. Uma teoria da comunicação que derive das contribuições de Habermas sobre possibilidades de interações simultâneas entre emissor e receptor pela ação comunicativa, embora partam de uma abordagem crítica e tenha propósitos normativos, contradiz a teoria crítica no aspecto do desprezo à

“comunicação massificada” e seus possíveis efeitos danosos ao mundo social dos receptores e não coaduna com formulações funcionalistas-estruturalistas sobre efeitos narcotizantes dessa comunicação (MERTON; LAZARSELD, 2000).

A ação comunicativa acena com o potencial emancipatório que pode existir em qualquer ação humana voltada para o entendimento, mesmo que perpassada pelos meios de comunicação de massa. Será comunicação, num contexto da ação comunicativa, quando o “agir estratégico” de um emissor sobre um receptor der lugar ao “agir comunicativo”, passando-se de uma teleologia centrada no interesse (do êxito sobre o outro) para uma teleologia descentrada, em que o êxito se reverte em benefício de ambos interlocutores ou ainda proporcione extensões coletivas do benefício. (HABERMAS, 2002).

A ação comunicativa pode ser a base para o entendimento de contextos emancipadores com a participação dos *media*. Não que estes sejam os protagonistas dos processos de emancipação. Não se trata de rotular os *media* como emancipadores em si, mas de constatar que se tornaram imprescindíveis ao esclarecimento e à ação social.

A perspectiva habermasiana de um agir orientado para o entendimento pelo viés da comunicação parece acender uma luz sobre o papel da comunicação de largo alcance. A ação comunicativa nos parece o fio de Ariadne que conduz à reflexão sobre a capacidade humana de ação social, a partir de recursos comunicativos, sem a interpelação de uma indústria cultural cada vez mais comprometida em atrair consumidores de bens simbólicos.

Não se pode negar que a comunicação de largo alcance é, sem dúvida, uma das grandes difusoras da cultura, formando opiniões e influenciando comportamentos e modos de vida, sendo assim identificada como instrumento valioso para disseminação de ideologias e alvo de interesse de quem está ou almeja o poder. No entanto, essa comunicação, pelo seu comprovado potencial de inserção no universo social - principalmente hoje quando se observa cada vez mais a centralidade que a mídia assume na dinâmica social - pode ser uma forte aliada no processo de difusão do discurso crítico para a formação de consciências politizadas ou para formas mais despojadas de utilização de espaços comunicativos.

A esfera pública revisitada por Habermas: intersecções entre mundo da vida e mundo sistêmico

É inegável a importância que a mídia assume no processo de mediação da vida política, social e cultural, o que remete novamente à discussão suscitada por Habermas, sobre as

mudanças fundamentais na estrutura dos espaços públicos modernos, a partir da inserção de grandes públicos, produzindo outras versões de esferas públicas. Os meios de comunicação são facilmente apontados como ambientes informativos e opinativos que influenciam decisões, vontades, modos de vida; são espaços de publicização de objetos, discursos, situações, pessoas; lugar que pode ser compreendido como esfera pública ou onde podem se manifestar contextos de espaços públicos. É possível perceber a constituição desses espaços a partir de diferentes motivações e finalidades do uso social (estratégico ou cooperativo) de uma cena pública. Em um primeiro momento, a esfera pública pode servir como espaço de auto-apresentação pessoal permitindo a visibilidade de cenas da vida privada ou a notoriedade de uma personalidade. A participação em controvérsias políticas, literárias, opinativas, em cenas públicas, configura um tipo de espaço público não centrado na exposição pública de uma pessoa, mas na troca intersubjetiva de reflexões e discursos.

Trata-se de duas qualidades de esferas públicas, uma centrada na aparição pública de imagens privadas que são expostas aos olhares alheios e uma outra esfera participativa, propositiva, interventiva, crítica onde não se almeja a promoção da imagem pessoal, mas de argumentos e discursos que remetem a processos da vida social. Nos dois casos há participação, mas na situação de aparição personalista ela se dá por motivações pessoais, individualistas, já na publicização de um debate ou formulação discursiva que remete ao interesse público tem-se a opinião e a crítica como substratos de um espaço discursivo com orientações políticas. Neste sentido, a apresentação e o entendimento de um tema substitui a auto-apresentação pessoal; o público, assim, não configuraria um espaço de ouvintes ou espectadores, mas o espaço para falantes e destinatários que se interrogariam mutuamente e tentariam formular respostas. (HABERMAS, 2007). Esta formulação refere-se ao envolvimento do público na configuração de comunidades discursivas. Nos termos de Habermas,

Trata-se de uma troca de argumentos, não de concentração de olhares. Os que participam de discursos e se concentram num tema comum voltam, por assim dizer, as costas à sua vida privada. Eles não sentem necessidade de falar de si mesmos. As esferas pública e privada não se misturam, mas assumem uma relação de complementariedade. (HABERMAS, 2007, p. 18).

As formulações mais recentes de Habermas sobre a diversidade do espaço público contemporâneo decorrem da sua revisita a sua própria teoria sobre a sociedade moderna.

Habermas (1992, 1997) observa barreiras, interesses privados e estruturas de poder que se constroem no interior do espaço público. O autor concebe esse fato como um fenômeno social elementar, no mesmo patamar que a ação de um grupo, de um ator ou de uma coletividade. Este espaço é, sobretudo uma rede para a comunicação de conteúdos, de tomadas de decisões. Nas sociedades complexas, em que houve um alto grau de diferenciação funcional, o espaço público tornou-se uma estrutura intermediária que permite a mediação entre sistema político e setores privados do mundo da vida e suas ações especializadas funcionalmente. Essas esferas diferenciaram-se por níveis, segundo a densidade da comunicação, da complexidade organizacional e da sua abrangência.

Nesse sentido, vale ressaltar os três modelos de espaço público vislumbrados por Habermas (1997): espaço público episódico (ambientes como bares, cafés, encontros em vias públicas, sem serem necessariamente previstos); espaço público de presença organizada, ou seja, espaços de encontros previstos (reuniões de familiares, público de teatro, concertos, encontros de partidos, congressos) e espaço público abstrato (são espaços configurados na e pela mídia, leitores, auditores, espectadores singulares ou agrupados globalmente), trata-se às vezes de cenas virtuais, arenas de comunicação arranjadas, produzidas por profissionais. Na verdade, esses modelos de esferas comunicativas se traduzem em referências normativas, isto é, paradigmas que não se manifestam em forma pura, mas são fundamentais para pensar as redes e os modos de comunicação e as variadas versões atualizadas de espaços públicos.

Ao que concerne à noção revisitada de espaço público²³, por Habermas, os processos públicos de comunicação são tão menos suscetíveis de distorções na medida em que estes estejam vinculados a uma sociedade civil oriunda do mundo da vida. Com efeito, a complexidade organizacional, os recursos tecnológicos para obter e difundir informação, interesses comerciais, estratégicos e a profissionalização no espaço de comunicação não são suficientes para distinguir

²³ As revisões do conceito de espaço público feitas por teóricos da comunicação, da sociologia, da filosofia política e de outras áreas, partem, em geral, do declínio da esfera pública moderna marcado pela despolitização desse espaço a partir de um déficit de senso ou de mediação simbólica que resulta em uma grave crise de identidade social que, por sua vez, compromete as estruturas universais da atividade comunicativa levando à decadência do homem público tanto nos termos de Quéré (1982) como de Sennet (1998). Autores como Nancy Fraser (2001; 2005); Axel Honneth (2002 e 2004) Éric Maigret (2004); Bernard Miège (2004) acreditam que o conceito de espaço público permanece indispensável para a reflexão contemporânea sobre as modalidades de organização da vida política e social, mas concordam que não se trata de um espaço, essencialmente, formado por públicos esclarecidos oriundos da pólis ateniense e da intelectualidade burguesa, como vislumbravam as formulações originais em Arendt (2007) e Habermas (1984).

os atores nativos daqueles que querem se aproveitar desse espaço, porque os interesses apresentados por estes não comunicam sobre a sua origem. A única maneira de os apreender é percebendo sua identidade.

Os produtores de informação se impõem na esfera pública através de seu profissionalismo, da qualidade técnica e da apresentação pessoal. No entanto, os atores coletivos que trabalham fora do sistema político e das organizações sociais e das associações têm, normalmente, menos chance de influenciar os conteúdos e as tomadas de decisões dos grandes meios de comunicação (HABERMAS, 1997, p.108).

A personificação das questões aparentemente objetivas, a mistura entre informação e divertimento, a fragmentação de conteúdos, são, com efeito, promotores da despolitização da comunicação pública. Neste contexto, a profissionalização e a qualidade técnica são mais estratégias de empresas para tirar a atenção dos auditores, espectadores ou leitores do que mecanismos em favor da democracia ou do controle de poder da mídia. Apesar do movimento histórico pela profissionalização, tecnificação e adoção de modelos organizacionais complexos em espaços públicos materializados nos meios de comunicação, no espaço social e no próprio sistema político, o espaço público, em suas mais diversas configurações, continua como conceito fundamental no debate contemporâneo sobre democracia e política.

1.4 Democracia deliberativa: comunicação e discurso

O debate atual sobre as fragilidades da democracia representativa é ponto de partida da concepção participativa ou comunicativa de democracia, em suas dimensões administrativa e legislativa, que coordenam as relações sociais, econômicas e políticas. Habermas (1997; 2002) reúne esse amplo debate sobre modelos democráticos construindo uma tipologia na qual dispõe três modelos normativos de democracia, quais sejam: o liberal, o republicano e o deliberativo. O modelo liberal situa o *locus* da política no Estado e o republicano na sociedade. No modelo deliberativo, proposto pelo autor, a política não está preferencialmente nem no topo nem na base, mas no meio, na inter-relação entre Estado e sociedade. Envolve negociações, formas de argumentação, abriga processos de poder, controvérsias, estratégias, conduzidos por interesses públicos ou operações sistêmicas.

O modelo de democracia deliberativa como formulada por Habermas está centrado na participação política da sociedade civil nos negócios públicos. No entanto, tal concepção da prática democrática calcada na teoria do discurso e no procedimentalismo²⁴ encontra barreiras históricas e estruturais impostas pelo próprio modelo normativo liberal de democracia, o qual está enraizado na arquitetura de arranjos e processos políticos nas sociedades ocidentais contemporâneas, além das controvérsias da racionalidade humana que orientam ações sociais em direção a “consensos” ou a “finalidades”. Disso decorre que o paradigma de uma democracia dialógica contrasta com o modelo hegemônico de representação pautado na concepção liberal de funcionamento do sistema político e em pressupostos da concepção republicana no delineamento da unicidade do “bem comum”. No entanto, tais modelos, ao mesmo tempo, não se contrapõem ao paradigma dialógico porque a concepção habermasiana de uma democracia discursiva resulta de uma combinação entre liberalismo político e concepção republicana da vida pública e está apoiada na operacionalidade de uma ação comunicativa no espaço discursivo de debates públicos.

Em seu modelo de democracia combinada, entre o liberalismo e o republicanismo, Habermas propõe um olhar mais atento às propostas originais que podem surgir do âmbito da sociedade civil a partir da configuração de contextos de espaços públicos, os quais podem gerar um conteúdo fundamental para subsidiar processos decisórios no âmbito do espaço público estatal e do parlamento. A proposta desse autor está alinhada a iniciativas de democratização da democracia “como uma forma de aperfeiçoamento da convivência humana.”(SANTOS; AVRITZER, 2005, p.50). Nesses termos, a perspectiva de um processo generalizado de ampliação da democracia, como aponta o modelo normativo proposto por Habermas se traduz de fato na materialização da capacidade reflexiva do cidadão não só de questionar o sistema político como de se lançar no espaço público político para tentar alcançar o centro do poder público. A construção de instâncias calcadas no modelo da participação direta de intervenção cidadã pelo debate em processos decisórios nos negócios públicos tem dado sinais de que o processo da

²⁴ Dewey ([1927]; 1984) postula que os limites da democracia representativa estariam na ausência ou debilidade dos canais de comunicação existentes entre Estado e sociedade. Para o autor, a participação do cidadão em contextos decisórios via procedimentalismo e comunicação, ofereceria uma boa resposta para as restrições democráticas do modelo de representação. Dewey chama atenção para o papel do cidadão enquanto membro do público em processos decisórios arbitrados pelas instâncias da esfera estatal, postulando sua participação nessas situações a partir da sua atuação direta em contextos sociais de debates públicos, protagonizados pelos próprios cidadãos. Dewey defende que os mecanismos de participação e de controle público disponibilizados pelo Estado não são suficientes para concretização de uma relação discursiva e democrática entre cidadãos e poder público. O pragmatismo discursivo postulado por Dewey, nutrido pela educação política e cívica, seria o subsídio para participação do cidadão em um contexto deliberativo, criado na própria sociedade civil, independente da estrutura das instituições públicas.

política deliberativa constitui o âmago do processo democrático. O modelo deliberativo de democracia se constrói entre as concepções liberal e republicana. É um modelo combinado que não se reduz a nenhum dos paradigmas anteriores, mas se desenvolve a partir de seus limites e vantagens, recompondo-os de modo novo.

Na verdade, Habermas aponta tanto ontem como hoje o espaço público como esfera de possíveis entendimentos e construção de consensos entre membros da comunidade social que se lançam nesse espaço para debater publicamente temas de interesses de uma coletividade, protagonizando, assim, uma ação política. O que está em pauta aqui é a discussão sobre os limites da democracia representativa que concede poucos momentos aos cidadãos de exercerem seus direitos políticos em momentos de eleições pela ação do voto.

Esta perspectiva deliberativa é diferente do modelo liberal cuja fonte de formação tanto da opinião²⁵ como da vontade se dá a partir de processos eleitorais e servem para legitimar o exercício do poder político. Na concepção republicana, a formação da vontade e da opinião destina-se a constituir a sociedade como uma comunidade política, revivendo em cada eleição o ato fundador. Na concepção deliberativa, a dinâmica das opiniões e da vontade, inclusive suas fontes heterogêneas, é levada em consideração, sobretudo, porque a formação democrática tanto de uma como de outra decorre da racionalização discursiva que se manifesta no debate público e esse mecanismo permite uma certa limitação do poder decisório e da centralização administrativa por parte do governo:

(...) as estruturas comunicativas da esfera pública formam uma rede ampla de sensores que reagem à pressão de situações problemáticas da sociedade como um todo e estimulam opiniões influentes. A opinião pública, transformada em poder comunicativo, segundo processos democráticos, não pode ‘dominar’ para si mesma o uso do poder administrativo; mas pode, de certa forma, direcioná-lo. (HABERMAS, 1997, vol. II, p.23).

A política deliberativa mantém um vínculo interno com contextos de um mundo da vida racionalizado e se diferencia a todo momento da política estratégica praticada na esfera estatal ou parlamentar. De um lado temos a complexidade da sociedade pressuposta na própria estruturação do Estado de direito e a sociedade que ao se auto-organizar cria instâncias de redução da

²⁵ A respeito do processo de formação da opinião e da vontade Habermas (1997) observa que esse não pode ser reduzido à mera “clonagem de formadores de opinião”, ou a “leis da imitação” no sentido atribuído por Gabriel Tarde, ([1890]; 2001 e [1901]; 2005), mas se dá, essencialmente, a partir da constituição de redes de espaços públicos autônomos, da prática discursiva em contextos que prevejam pluralidade.

complexidade, que caracteriza as formações sociais pluralistas, quando organizam e produzem informações a partir da prática discursiva. Por outro lado, os cidadãos podem permanecer apáticos ou anestesiados diante da complexidade das normas constitucionais e da estrutura do ente estatal e de uma certa forma essa letargia os impediria de lançar mão de direitos fundamentais já conquistados e textualmente garantidos pelo próprio Estado Constitucional, como os impedir de praticar a auto-organização, permitida pelo direito à associação, à liberdade política.

A organização de instâncias de auto-reflexão no seio da sociedade civil a respeito daquilo que impacta o seu mundo da vida é possibilitada a partir de um modelo dialógico de intervenção pública na materialização de grupos, movimentos sociais, associações, partidos políticos, os quais não podem prescindir de uma esfera de entendimento sobre o que pode ser definido como “bem comum”, a qual, por sua vez, possa entrar em contato direto com o poder público, seja no âmbito local, regional ou nacional, pelo viés do pragmatismo discursivo. A pragmática discursiva, em contextos de construção de consensos, opiniões e vontades, pode também gerar conteúdos para nutrir a ação política da coletividade, cuja permanência ou institucionalização depende da validação consensual da eficácia desse espaço discursivo, o qual pode assumir outras configurações e atuações no meio social onde está implantado para além do objetivo que os reuniu em associação.

É importante vislumbrar que a força discursiva desses espaços pode se converter em poder social capaz de impactar o sistema político e o poder público e sua dimensão tanto governamental como administrativa a partir de um processo democrático de intervenção pública pelo exercício racional da prática discursiva. Trata-se, então, de fazer uso dos mecanismos de participação nos negócios públicos já outorgados pelo Estado para gerar, inclusive, situações de intervenção ainda não previstas pela burocracia estatal, que fazem frente às limitações do próprio modelo de representação política e questionam a legitimidade das leis que regulam a sociedade. Afinal, as formas e conteúdos que podem caracterizar contextos sociais de espaços públicos são tão variados quanto as iniciativas de cidadãos e suas motivações. No entanto, o que mantém a essência de esfera pública de uma instância que reúna pessoas em um público que discute temas de seu interesse está na forma discursiva de publicizar suas opiniões e vontades e justificar suas ações e escolhas. As diferentes interfaces que se reforçam dialeticamente na esfera pública são características fundamentais desses espaços, as quais só se tornam perceptíveis se observadas

desde seu interior, a partir de fatores endógenos a esses ambientes, como a operação de distintas lógicas de ação que perpassam esse “mundo comum”.

2 ESPAÇO PÚBLICO E COMUNIDADE

Qualquer encontro que não se limita a contatos de observação mútua, mas que se alimenta da liberdade comunicativa que uns concedem aos outros, movimenta-se num espaço público, constituído através da linguagem. (HABERMAS, 1997, p. 93).

O espaço público traz em sua potencialidade dialógica as condições para a manifestação da ação sociopolítica. O potencial comunicativo desse espaço nutre o modelo de democracia deliberativa, o qual se apóia no ideal de práticas democráticas mais participativas, respaldadas na concepção de um bem comum como um bem de todos. Trata-se da submissão do poder, em um contexto discursivo, a um processo de legitimação inédito baseado no uso público da razão. Sabe-se que o tema da esfera pública vincula-se, a princípio, ao debate sobre a configuração e funcionamento de espaços públicos democráticos voltados para o debate e a busca de consensos sobre questões concernentes ao mundo social, cultural e político de coletividades ampliadas, associações, movimentos, grupos sociais e comunidades localizadas. Há, na atualidade, uma diversidade de perspectivas sobre a configuração de novas versões de esferas públicas movidas pela difusão e debate de conteúdos oriundos de interesses particulares e coletivos, relativos à participação dos indivíduos em processos da vida social que, por sua vez, caracterizam modalidades diversificadas de espaços públicos.

Certos movimentos históricos se caracterizaram pela criação e dinâmica de espaços públicos movidos pela reflexão e crítica ao poder político e econômico, seja em contextos locais ou globalizados, contradizendo, assim, a suposta apatia política atribuída ao homem moderno, inerte diante das fragmentações e rupturas sociais de seu tempo, como postularam autores de teorias sobre a então denominada “sociedade de massa” (ORTEGA Y GASSET [1929], 1996; LEBON, [1895] 2003).

É possível identificar setores, grupos, lideranças, atores sociais e políticos que protagonizam cenas de visibilidade pública atuando nos mais diversos contextos (local, nacional e global), movidos por projetos e causas voltados para o interesse comum, formando, assim, as

chamadas arenas sociais e públicas onde temas e demandas diversos são discutidos e publicizados (CEFAÏ, 2002, 2004, 2007). Muitas vezes, tais iniciativas constituem esferas públicas plurais e emancipatórias, mas, nem sempre, podem ser mais comparadas ao modelo normativo de Habermas (1984; 1992) ou às condições do exercício da política nos termos descritos por Hannah Arendt (2002). Entretanto, a designação de arena pública está associada aos princípios democráticos e republicanos também comuns à concepção tanto clássica quanto moderna de esfera pública. Uma arena pública só se torna operante a partir do desvelamento do cidadão abstrato, evocando-se um sistema de ações coletivas racionais e justificáveis em um cenário concreto de demandas sociais e políticas, no quadro de uma democracia participativa e dialógica.

Ao se referir às necessidades sociais e, portanto, também materiais, a idéia de arena social é também suscitada como parte da arena pública, designada a partir de uma situação de interação entre atores públicos e privados que se encontram em meio a tramas compartilhadas e situações problemáticas, onde elaboram programas de ação e defendem estratégias de interesses nem sempre compatíveis com princípios democráticos. O mais interessante a ressaltar nesta arena social é a dinâmica que se estabelece entre os diversos atores, a transversalidade entre diferentes contextos sociais onde “a ordem social é uma ordem negociada” (CEFAÏ, 2002). Como espaço de negociação entre diferentes opiniões e interesses, pode-se concordar com Cefaï quando o autor adverte que a arena pública é passível de intersecção com a arena social mais ampla, ao se observar movimentos e ações no sentido da formação, da defesa ou da obtenção de sentidos de caráter democrático e, portanto, públicos. Em uma arena pública as experiências e atividades se inscrevem no horizonte de um “bem viver juntos”. Os indivíduos que dela participam objetivam a satisfação de interesses e desejos que não são somente privados ou personificados, mas têm alcance público, o círculo de pessoas reais ou fictícias que estão envolvidas e atuam nesse espaço.

Ao apreender mais de perto os aspectos endógenos a essas esferas de visibilidade pública pode-se dizer que os atores se utilizam de práticas discursivas em suas “performances” nas quais há um nítido processo de representação de interesses individuais na cena pública (GOFFMAN, 2002). Esses atores que atuam nesses espaços aparecem diante de seus pares em horizontes de visibilidade, cuja situação ideal de fala torna-se possível a partir da realização do direito público à comunicação como categoria de mediação pública, jurídica e política entre personalidade e cidadania (LIBOIS, 2002). Mas, como cena observada por espectadores, na arena pública também se confrontam os pretendentes à propriedade dos problemas públicos. Este fator remete

diretamente ao problema da dramatização e retórica comunitária ou da publicidade na abordagem de questões públicas da ordem social (FRÚGOLI, 2003).

Outro grande desafio tanto para o espaço público como para as chamadas arenas social e pública, encontra-se na sua forma de comunicação com a sociedade. Ou seja, como as reivindicações e propostas difusas nesse cenário ganham visibilidade, se publicizam através de estruturas diversas de comunicação e chegam a materializar-se enquanto textos legais no interior do Estado. A repercussão das manifestações organizadas no âmbito da sociedade civil geralmente encontra grande resistência por parte das grandes redes privadas de comunicação a conferir-lhes importância e franca visibilidade. A propensão à generalização de um modelo de comunicação e à dominação simbólica de paradigmas culturais hegemônicos fomenta a tendência à homogeneização do espaço público (FLORIS, 2003).

A difícil inserção, na agenda da grande mídia, de questões da vida social e política ordinária originárias de espaços e arenas públicos demonstra os altos níveis de restrições à publicização destas questões. O relacionamento entre mídia e movimentos sociais, associações, protestos coletivos suscita críticas como as de Patrick Farbiaz (1995) e Yvan Josses (1995) que apontam inúmeras e severas barreiras à ocupação de espaços na grande mídia por distintos atores sociais. Mesmo quando tais mídias hegemônicas demonstram que não são indiferentes à pauta gerada pelos espaços públicos difusos na sociedade civil, veiculando suas ações, como comenta Leonrado Avritzer (2000), é fundamental, ainda assim, exercitar a crítica à comunicação voltada para grandes audiências, sendo vigilantes em relação às configurações aparentemente dialógicas assumidas pela mídia ao tentar forjar opiniões e comportamentos, simplificando esquemas explicativos de processos complexos da vida social e política.

O relacionamento entre a grande mídia e esferas públicas múltiplas e diferentes remete à discussão sobre a função social dos espaços discursivos configurados no interior do cotidiano de grupos, comunidades e indivíduos localizados e suas próprias estruturas de comunicação (rádios e televisões comunitárias, educativas, culturais, de alcance regional limitado e baixa sofisticação tecnológica). Remete também à reflexão sobre a forma e intensidade com que eles podem ampliar seus debates e temas através da grande mídia e chegar a efetivamente influir na formação de consensos e de opiniões comuns a grandes públicos.

A variabilidade de interesses que circulam no espaço público midiático, em geral, leva, muitas vezes, a que ele se torne um espaço de pressão e não mais um lugar para o confronto entre

argumentos que pretendem a validação e o alcance de consensos sobre assuntos de interesse comum a toda a sociedade. Há um deslocamento de função da mídia, enquanto espaço público, que coloca em questão tanto as dimensões política e social da opinião, criadas no interior de um espaço comunicativo que postula a pluralidade em nome da democracia, como também a qualidade do público que participa desse processo.

A esfera pública remete a um espaço formado por indivíduos dotados de opinião própria. Os indivíduos oscilam entre a instância crítica do poder, protagonizada pelo cidadão, e a entidade de caráter econômico e social, formada por cidadãos consumidores. Apesar de serem definidos a partir da suposta passividade e do lugar que ocupam no espaço social da divisão do trabalho e do consumo, não podem ser desacreditados, como propõem Canclini (1997) e Sorj²⁶ (2000), enquanto cidadãos capazes de reflexão e posicionamentos críticos.

Em que pesem as diversas significações atualmente atribuídas ao conceito de cidadania e suas formas contemporâneas de manifestação, a esfera pública continua sendo designada como fórum de indivíduos, atuando enquanto cidadãos, com capacidade crítica de julgar, permitindo a formação de opiniões públicas que devem orientar as ações e proposições do Estado. O potencial crítico destas opiniões assegura a possibilidade de auto-regulação da sociedade civil e reversão de decisões tomadas na esfera do poder público.

Assim, não se pode negar que na vida cotidiana das pessoas ocorrem momentos de sociabilidade e de tensões entre diferentes posicionamentos e opiniões sobre temas diversos e nem sempre as comunidades dispõem de espaços propícios para divulgar a divergência ou compatibilidade de opiniões. A grande mídia, sobretudo em período eleitoral, tende a reduzir a um mesmo denominador comum as variadas opiniões que convivem em um mesmo espaço social

²⁶ Um dos aspectos que Sorj (2000) ressalta no processo de valorização do consumidor como cidadão está relacionado à criação pelo governo de mecanismos para incentivar a ação reivindicatória do consumidor cidadão. O autor se refere a uma sociedade de consumo onde é possível o consumidor -cidadão exercer os seus direitos políticos e sociais. Essa categoria é possibilitada pelo surgimento e adaptação de instrumentos legais, a partir da década de 1970, como o Código de Defesa do Consumidor, do Procon e do Ministério Público, órgãos que servem a interesses públicos. O autor destaca a relevância desse novo sujeito sócio-político diante de uma sociedade brasileira em que o Estado é historicamente colonizado por interesses privados e a fiscalização da qualidade de produtos e serviços prestados por empresas privadas e até públicas não é exatamente uma tradição nossa. Sorj acredita que a partir do aparecimento de mecanismos que possibilitem a formação de um cidadão mais consciente de seus direitos contribui para que esse não seja reduzido a um mero consumidor movido pelo processo passivo de compra e consumo, alvo do marketing mercadológico, do sistema capitalista, como tenta mostrar as teorias do consumo e da persuasão.

e, a partir de métodos matemáticos aplicados a pesquisas de sondagem, sustentando quadros com poucas opiniões. Esse processo indutivo de formação de opinião que ganha *status* de pública pela atuação da grande mídia revela, em essência, a quantidade de opiniões cujo processo de formação é, muitas vezes, desconhecido e relegado a um terceiro plano. No entanto, não se pode negar a importância que a mídia assume como fonte de uma comunicação pública que traz à tona aspectos ordinários da vida política, social e cultural. Como também não podemos desconsiderar que apesar da identificação da mídia como estrutura usualmente vislumbrada como espaço público que influencia e forma opiniões ao se inserir no ambiente privado dos lares e pautar temas que são debatidos na esfera pública política (parlamento), na verdade, tem-se de forma difusa na sociedade espaços públicos plurais.

O espaço público não é um, mas múltiplo; a cada espaço público não corresponde um tipo de agir, mas uma pluralidade de registros dos quais um pode ser predominante: a expressividade identitária, a negociação estratégica, a intercompreensão racional, a conflitualidade, etc. (EME, 2003, p. 165).

Esses espaços são vistos como autônomos porque estão ancorados aos “mundos vividos” das pessoas e, portanto, assumem as feições das especificidades do grupo que os constituiu. No entanto, a tensão que se estabelece entre a pluralidade de espaços públicos se dá quando há um confronto entre espaços públicos não oficiais, populares ou de agrupamento voluntário e espaço público político. A tensão decorre do fato desse último ser manipulado pelo poder estratégico que permeia o sistema político, já os primeiros são criados por ações comuns de indivíduos que tentam constituir uma esfera de compreensão e intervenção a respeito da sua realidade objetiva; entretanto, esses espaços não são uniformes e muito menos homogêneos. Trata-se de “espaços públicos vividos” (EME, 2003), na acepção habermasiana, os quais representam interesses de categorias social, exercendo poder social sobre as instituições públicas e demais instâncias da própria sociedade.

A esfera pública como arena social corresponde a várias designações e todas remetem às potencialidades democráticas e atividades discursivas em uma determinada situação de comunicação, seja em um espaço físico, simbólico ou virtual, organizado ou informal. A esse respeito, no contexto de análise da economia solidária, Dacheux (2003) propõe uma tipologia de espaços públicos os quais se confundem com arenas sociais e políticas para explicar as possibilidades de atuação desse espaço em relação ao todo social e ao poder político central. Esse

autor fala da manifestação de espaços públicos como espaços de comunicação tanto institucionais, “espaços de mediação institucional”, forjados pelo poder público ou parlamento para estabelecer um mecanismo institucional de diálogo com a sociedade civil (consultas públicas, audiências públicas, conselhos consultivos), como civis, surgidos de iniciativas da sociedade civil. Estes últimos se subdividem em dois tipos: “espaços de interconhecimento” - os quais se configuram em espaços não domésticos, portanto, potencialmente acessíveis a todos, mas que dependem das relações de “interconhecimento” (bares, salões, cafés) - e os “espaços de mediação social” que são espaços intermediários criados pela vontade política de cidadãos que se conectam com entidades e pessoas da sociedade civil (associações, conselhos, movimentos sociais).

Têm-se, assim, espaços que comunicam anseios e necessidades individuais e coletivas, sediam processos de lutas por reconhecimentos, demandas de toda ordem, inclusive das chamadas minorias²⁷, que produzem reivindicações específicas em forma de direitos voltados para determinados perfis socioculturais.

2.1 Reconhecimento e espaço público: em busca de pluralidade e visibilidade

O reconhecimento tornou-se um conceito central nos debates políticos sobre a vida social. Para aqueles que se interessam pela discussão sobre as interfaces entre ação social e política nos espaços deliberativos de comunicação, parece inevitável a consideração das atuais reflexões sobre justiça social e espaço público. O debate conceitual sobre reconhecimento é, cada vez mais, um tema fundamental relacionado ao espaço público, onde são demandadas necessidades e discutidos interesses oriundos do espaço privado. É importante apreender os aspectos privados e públicos da luta pelo reconhecimento. No coração desse debate, encontramos as noções morais e éticas, na busca de ser reconhecido.

²⁷ O conceito de minoria aparece neste trabalho como um segmento social destacado da “maioria”. Diz respeito a grupos minoritários que se manifestam em oposição ao *status quo*, os quais partem de uma ação reflexiva e crítica em relação à realidade objetiva que os cerca. Eles se contrapõem à ordem estabelecida em processos da vida social, formando assim uma instância quantitativamente menor, mas qualitativamente importante e ativa do ponto de vista político. Como “lugar” de geração de demandas comuns a um grupo e protestos coletivos, a minoria protagoniza ações com pretensões transformadoras, sobretudo a inclusão social, respeito e afeto com relação ao outro (PAIVA, 2005 e SODRÉ, 2005).

O estatuto do reconhecimento é uma demanda social e política que remonta ao passado da sociedade moderna, mas hoje a sua legitimação está no centro de conflitos sociais atuais localizados no cenário multicultural e de carências sociais, onde se impõe a questão do respeito e da convivialidade entre indivíduos membros de culturas diferentes ou de segmentos sociais desfavorecidos do ponto de vista socioeconômico. Trata-se de atores sociais que reivindicam reconhecimento de seus direitos em uma sociedade marcada por diferenças de classes e rupturas sociais que se reforçam intrinsecamente.

Em geral, a demanda por reconhecimento vem da expectativa de confirmação de capacidades e de valor pelos outros. Essa demanda está vinculada às relações sociais ligadas à distribuição de formas de estima social aos indivíduos. O processo de reconhecimento pode começar em cada indivíduo e, entre eles, no meio da sociedade primária, como na família, pode-se constituir o momento inicial de reconhecimento a partir do qual torna-se possível apreender as outras formas de reconhecimento (HONNETH, 2002; 2003 e 2004). Para John Rawls (1997), o processo de reconhecimento segue um caminho inverso daquele apontado por Honneth. Para Rawls, é a partir das instituições políticas que se dão as condições de ser reconhecido e depois esse processo se reproduz no meio familiar.

Mas, o reconhecimento é conquistado pelo sujeito quando este é tornado visível pelo outro. Trata-se de um processo intersubjetivo de reconhecimento, levando em conta a capacidade de percepção dos seres humanos. O sujeito objeto de reconhecimento deve se mediatizar de maneira expressiva e bem feita para ser percebido e recebido como membro reconhecido, então, visível na e pela sociedade. Esse é o “procedimento”, na perspectiva de Honneth, para ser reconhecido e aceito por todos e fazer parte de uma vitrine social regulada por regras de comportamento, segundo códigos morais em uso.

De fato, a problemática do reconhecimento é tratada por Axel Honneth a partir de uma perspectiva não utilitarista das lutas sociais. De acordo com o pensamento do autor, as lutas sociais provêm também das experiências morais, não somente das relações de poder ou de interesses particulares. Se o sentimento de insatisfação em relação aos eventos sociais é comum a um grupo, isso fará nascer os fundamentos de uma luta social e política.

Recentemente, ao discutir a temática da luta por reconhecimento, Habermas (2002), afirma que as constituições modernas efetivam direitos que cidadãos precisam reconhecer mutuamente para regularem seu convívio com aparatos do direito positivo. Assim como Honneth,

esse autor acredita que relações de reconhecimento mútuo se apóiam no direito ou na moral. Ao recorrer à teoria da ação comunicativa, Habermas contesta a competência dos direitos de orientação individualista para dar conta de lutas por reconhecimento nas quais parece tratar-se, principalmente, da articulação e afirmação de identidades coletivas. Para o autor, a moral é superior aos conflitos porque, além de orientar comportamentos dos membros da comunidade, ela indica formas de resolver conflitos de ação a partir do entendimento pelo acordo mútuo, sem recorrer à violência. É nesse sentido que Habermas defende a ação comunicativa como uma ação social moralmente fundamentada e competente para subsidiar processos de reconhecimento. Ou seja, mais uma vez, o teórico da ação comunicativa aposta no discurso subjetivo competente para mediar posições antagônicas de interesse.

Na verdade, para o indivíduo ser reconhecido, ele deve sempre fazer parte da cena social, representando seu papel nos espaços públicos onde ele possa ser visto e avaliado pela sociedade. É nesse sentido que Habermas acredita que o processo fundamental do reconhecimento passa, de início, pela constituição da identidade cívica, a qual é reforçada por meio das trocas comunicacionais entre indivíduos, no espaço público. Neste lugar, são estabelecidas normas como resultado de um procedimento de intercompreensão racional dos indivíduos e como princípio moral de universalização, ou seja, os fundamentos dos direitos civis e políticos do cidadão.

Segundo Lazzeri e Caillé (2004), no quadro da ética comunicacional defendida por Habermas, as regras da deliberação coletiva racional definem as condições de uma ética imanente à comunicação argumentativa na qual os interlocutores se reconhecem reciprocamente como sujeitos de convicção, aceitando o risco de inseri-los na discussão. Existem regras e normas, acordadas coletivamente, que são instituídas para garantir um debate em pé de igualdade (as regras do jogo são dadas antes que a discussão tenha sido feita na esfera de debate).

A estima de si mesmo constitui a tradução subjetiva do ato de reconhecimento. Lazzeri e Caillé sustentam que o reconhecimento não deve ser pensado somente de maneira positiva, mas também em uma perspectiva negativa. Esta abordagem valoriza as “fraturas morais” que permitem perceber a vulnerabilidade de um indivíduo ou de um grupo social em face de uma série de depreciações e de sua reprodução, sobretudo aspectos da negligência social. Isso pode acontecer quando os objetivos das lutas por reconhecimento não são claros para aqueles que fazem parte dela, promovendo conflitos das representações de si próprio e de identidade.

A esse respeito, Z. Bauman (2003) sugere que a questão do reconhecimento seja remetida ao quadro da justiça social e não ao de auto-realização, para acabar com o sectarismo no processo de demandas por reconhecimento. Esse autor considera que as demandas por reconhecimento se localizam em dois fenômenos: o colapso dos apelos coletivos por redistribuição (aqui Bauman recomenda os critérios de justiça social); e o crescimento da desigualdade. O autor, assim como Nancy Fraser (2004 e 2005), acredita que reconhecimento não se dá sem referência à justiça redistributiva.

É preciso considerar ainda que critérios culturalistas e direitos humanos universalistas nem sempre formam base de lutas por reconhecimento. Nesse sentido, Nancy Fraser (2005) enfatiza que reconhecimento como vetor da justiça social pode estar associado a causas particulares de um determinado grupo, não necessariamente em defesa de direitos universais, mas em prol de direitos específicos, reivindicados por minorias.

Em uma perspectiva antiutilitarista, Honneth (2004), Caillé (2004), Lazzeri (2004), François Flahault (2004) e Stéphane Haber (2004) propõem uma teoria do reconhecimento que leva em consideração objetivos do ator social não somente baseados nas finalidades utilitaristas, mas também em seus fins éticos e identitários. Mas, e no caso em que o reconhecimento é negado ao sujeito e a identidade do indivíduo se forma a partir da negação de seu reconhecimento social, quando os princípios do mérito e da igualdade não funcionam? Neste caso, as considerações de Nancy Fraser parecem mais associadas à realidade dos conflitos sociais de processos de reconhecimento apoiados por aquilo que é marcante em uma sociedade moderna: as diferenças socioculturais. Não se trata de sociedades homogêneas, mas de universos sociais e, sobretudo, morais, diferentes, que convivem em um mesmo meio social.

A subordinação das culturas minoritárias está associada à valorização de uma cultura hegemônica, em geral, saída de uma economia forte, a qual faz tímidas concessões às expressões culturais difusas na sociedade plural, contribuindo, assim, para o confinamento de identidades étnicas e nacionais. A identidade decorre de um fenômeno sociocultural que muitas vezes se esconde atrás das cenas sociais e públicas. Em contextos de monopólios de modelo de comunicação e cultura podem se manifestar as “condições de possibilidade de etnização das identidades nacionais de imigrantes residentes em sociedades anfitriãs.” (OLIVEIRA, 2006, p.

89). Em sociedades multiculturais, a etnicidade²⁸ pode submeter pessoas oriundas de diferentes universos socioculturais ao mesmo denominador cultural comum. Em Estados nacionais, as interações entre grupos culturais são sediadas em espaços sociais comuns, onde há constantes possibilidades tanto de imbricação quanto de repulsão entre elementos culturais. Trata-se de contatos permanentes entre diferenças socioculturais que remontam às raízes híbridas do Estado-nação. (HALL, 2000). O reconhecimento sociocultural, assim, nem sempre é possível pela via do entendimento, se não houver lutas e embates sociais expostos em cenas públicas.

O espaço público vislumbrado neste trabalho em sua interface plural, em seu aspecto “mosaïque” (NEVEU, 1999) é muito menos físico do que simbólico, tornado possível pela ação sociopolítica de pessoas privadas ou de coletividades – atores sociais– que se lançam em cenas públicas pelo usufruto do direito à liberdade de expressão, pelo viés da palavra. Em suas manifestações plurais, as esferas públicas se configuram como lugares cada vez mais marcados por repertórios de expressão da palavra pública, a partir da emergência de formas e de locus inéditos, como talk-shows, reality-shows, para essa confrontações.

As diferentes modalidades da palavra (que envolve desde expressões específicas a grupos, maneirismos, dialetos e línguas não oficiais em determinados espaços sociais e situações oficiais) permitem testemunhos, depoimentos que são articulados a partir de uma gramática social que repousa sobre a supressão da singularidade do enunciado pela mobilização de princípios comuns, definidos a partir da localização e pertencimento do sujeito da palavra e do lugar de onde fala. No entanto, esse tipo de intervenção no espaço público supõe uma competência²⁹ particular em termos de domínio de recursos lingüísticos e argumentativos os quais são socialmente distribuídos de forma desigual (BOURDIEU, 1982). Além disso, a constituição de uma “comunidade lingüística” é acompanhada de mecanismos simbólicos que impõem o reconhecimento universal da língua dominante nos espaços sociais; mesmo havendo uma diversidade de modos de expressão entre outros (por exemplo, uma língua que se impõe em um

²⁸ Roberto Cardoso de Oliveira explica que etnicidade é “definida como envolvendo relações entre coletividades no interior de sociedades envolventes, dominantes, culturalmente hegemônicas e onde tais coletividades vivem a situação de minorias étnicas ou, ainda, de nacionalidades inseridas no espaço de um Estado-nação.” (OLIVEIRA, 2006, p. 89).

²⁹ A competência técnica para falar em público impescinde da competência social para que um locutor se torne legitimamente autorizado a falar com autoridade, em nome de uma coletividade (BOURDIEU, 1982).

contexto de bilingüismo e o uso da língua oficial³⁰, em caso de uma sociedade marcada pelo multiculturalismo). A escolha política de uma língua se dá, em geral, em favor da unificação de um mercado lingüístico (BOURDIEU, 1982). O registro de testemunhos sob o formato de enunciados de opiniões na primeira pessoa do singular ou na terceira do plural, depoimentos de experiências vividas em arenas de visibilidade pública, se apóia muitas vezes em discursos identitários, os quais são vistos como vetores de uma busca individual de identidade em uma forma de engajamento apolítico.

Mas, para além da afirmação de identidades pessoais, a palavra pública aponta para o alargamento do espaço público em termos de procedimentos democráticos, podendo chamar a atenção tanto de atores políticos como de pessoas ordinárias sobre a capacidade de emitir sua “verdade” pela divulgação de um evento de sua intimidade, de uma emoção ou percursos de vida. Então, mesmo que se suponha uma competência particular do sujeito para falar publicamente aos “outros” (sua bagagem cultural, apoio institucional, recursos argumentativos, domínio da língua ou da linguagem adotada no espaço de expressão da fala), nesses espaços públicos, há uma certa reprodução de modos de segregação social e esses podem resultar dessa própria “distinção” entre diferentes grupos, dando origem a arenas, fóruns específicos de representação de demandas sociais e de intervenções na vida pública. Isso remete ao aspecto da despolitização manifesta nas esferas públicas de hoje como também ao desencantamento com a política, marcas presentes nas falas e depoimentos que relatam sofrimento, preocupações e mal estar social. No entanto, pode-se interpretar o ato de exposição daquele que se dirige e se manifesta no espaço público como uma atitude por si mesma política, apesar dela estar revestida por uma forma não-convencional de manifestação pública da palavra e de engajamento político. Deste ponto de vista, é possível dizer que os processos discursivos individualizados em curso no espaço público não podem ser reduzidos a uma despolitização, mas sugerem novas formas de publicização da voz de pessoas anônimas, de participação em cenas públicas.

Assim, do ponto de vista da sociologia política, considera-se que novas formas de participação no espaço público a partir da palavra pública individualizada se traduzem em fenômeno que dialoga com os atuais pressupostos de espaços públicos plurais que abrigam formas autênticas e autônomas de leituras e reinterpretações de mazelas sociais e eventos

³⁰ A língua oficial se impõe como obrigatória em ocasiões e espaços oficiais. A relação entre língua e espaço é passada pela norma a qual todas as práticas lingüísticas são submetidas. (BOURDIEU, 1982).

ordinários que constituem a vida cotidiana de coletividades. Assim, o “espaço público aparece quando uma palavra individual substitui uma palavra ‘em nome de ...’”. (TETÚ, 1995, p. 298). Em oposição à perspectiva de hegemonia de um espaço público unitário, tem-se a noção de “espaços públicos parciais” (FAVRE, 1999) que se definem em meio à complexa conexão entre demandas públicas e privadas e são facilmente detectados em contextos locais. Nesses termos, “Os mundos vividos do local, do meio profissional, dos engajamentos associativos podem, então, logicamente, aparecer como ilhotas de capacidade deliberativa, de senso e de comunicação autêntica” (FAVRE, 1999, p. 52). Tais considerações remetem às chamadas formas de aumento em generalidade nos registros de palavra pública mediada em espaços públicos.

As formas de generalização³¹, dos regimes de justificação e dos imperativos discursivos, aos quais uma palavra pública deve se submeter para adquirir credibilidade e legitimidade e não ser desqualificada como simples expressão de uma patologia individual ou de uma reivindicação indiferente à toda consideração do bem comum, de uma vida juntos, são cada vez mais recorrentes, sobretudo, em espaços midiáticos. Trata-se da abertura no espaço público a partir de denúncias e justificações para a diversidade de problemas públicos e suas causas, questões individuais e coletivas que tentam penetrá-lo e nele se fazerem entender (BASTIEN; NEVEU, 1999). Refere-se aqui às condições efetivas às quais agentes sociais ordinários ou coletividades não dispõem para acessar cotidianamente a fóruns públicos, aos espaços públicos oficiais ou até mesmo criar espaços de expressão alternativos a partir da catalização de palavras de anônimos difusos em contextos locais, testemunhos, manifestações pessoais e coletivas, onde possa vir à tona a emergência de um militantismo apolítico, colocando em questão o papel do engajamento, o contorno dos dispositivos representativos convencionais.

Essas formas de aparição pública de minorias, coletividades, se manifestam, inclusive, sob a forma social de espaços locais que assumem a feição jurídica de associações, conselhos, apontando para certo resgate de cunho republicano de virtudes cívicas em um movimento que, por vezes, sinaliza um retorno ao sentimento de comunidade. Nesse sentido, é possível

³¹ Termo utilizado por Boltanski (1984), em seu célebre texto *La dénonciation*, para designar generalizações que se traduzem em uma operação de comunicação, uma forma de construir o real, de compartilhar com os outros princípios de visão e de divisão do mundo social, cuja validade ultrapassa a experiência imediata. É também uma operação que permite a apropriação do mundo social, de falar em seu nome, de o representar; é uma condição de acesso legítima aos debates públicos servindo de ponto de apoio tanto à crítica quanto ao estabelecimento de acordos sobre o bem comum. Estão quase sempre inscritas em denúncias e justificações de sujeitos que se lançam na cena pública em busca de dar visibilidade às suas concepções críticas sobre seu mundo vivido.

compreender porque a teoria do reconhecimento passa obrigatoriamente pela discussão e reflexão da teoria e da estrutura do espaço público e dos fatores da justiça social. Mais uma vez, a dimensão discursiva e midiática do espaço público se inscreve na perspectiva de um processo de ampliação da democracia e fortalecimento de públicos capazes de intervir em processos da vida social, mesmo que circunscritos em um movimento de segmentação de públicos e de interesses no espaço difuso da sociedade civil.

2.2 Espaços públicos locais: a intersecção entre agir comunitário e agir associativo

A constituição de espaços públicos intermediários ou parciais no contexto de lutas por reconhecimento de minorias étnicas e sociais de localidades periféricas conduz à reflexão sobre as formas que estes espaços adotam. As definições sobre o que vem a ser uma formação comunitária e associativa estão pautadas em diferentes referências como territorialidade, interesses, organização social e política, valores comuns, sentimento comunitário, etnia. Os processos pelos quais os indivíduos são persuadidos ou induzidos a cooperar em um certo tipo de existência gregária permanente ou não - seja uma sociedade, comunidade ou associação, instituindo espaços comuns de manifestação pública - são singulares. Nesse sentido, é importante identificar a relação entre espaço público e espaço comum comunitário, sob a configuração de estruturas organizadas socialmente e juridicamente para representar interesses e lutas de uma determinada coletividade.

Louis Wirth (1973) e Robert Park (1973) chamam a atenção para o uso indiscriminado e inapropriado do termo comunidade. De acordo com Wirth, comunidade refere-se a uma base territorial onde se encontram homens, instituições e atividades no mesmo espaço; uma vida em conjunto fundada no parentesco e na interdependência econômica, em mútua correspondência de interesses. Segundo Park, um indivíduo só é membro de uma comunidade na medida em que participa da vida comum nesse espaço, a partir, sobretudo, de interações comunicativas mediadas por dispositivos simbólicos, como a linguagem. Mas, como destaca L. Wirth, houve um processo histórico de cisão da unidade comunitária, caracterizada, especialmente, pela evolução técnica que motivou os processos de industrialização, urbanização e o individualismo, ou seja, o surgimento das sociedades modernas, resultando em um processo que Martin Buber (1987) designa como “decadência da estrutura comunitária diante da complexificação das sociedades”.

De acordo com a sociologia de Ferdinand Tönnies (1973), a comunidade situa-se no campo do imaterial, onde as relações sociais não são permeadas pela racionalidade financeira ou intermediadas pelo dinheiro. Ou seja, a idealização de uma vida durável e desejável, cuja raiz está no estado primitivo e natural, onde não era necessário nem o direito positivo e nem a justiça social para garantir o reconhecimento do “indivíduo” enquanto pessoa humana. Tönnies acredita que a unidade e a possibilidade das vontades humanas se apresentam primordialmente nos laços sanguíneos, em segundo lugar na aproximação espacial e, por último, na proximidade espiritual entre os homens. É baseada nessa classificação dos vínculos comunitários que ele compreende as origens de todas as relações e associações sociais.

Para R. MacIver e Charles Page (1973), a maioria das relações sociais envolve o princípio de comunidade ou o sentimento de pertencimento a uma mesma situação social ou até mesmo a um território. Gobbout retoma o conceito de dom³² de Mauss e enfatiza que o dom se distancia de toda forma de engajamento contratual, o qual é negado por seus próprios atores durante o ritual de trocas. Para Mauss, as relações entre os indivíduos não são determinadas exclusivamente pelo egoísmo mercantil ou pelo Estado. Nas sociedades modernas o dom permaneceria como essencial. A comunidade baseia-se nas trocas simbólicas, nas relações identitárias que estimulam vínculos solidários; podendo se configurar em uma formação que une as pessoas muito mais por aquilo que lhes falta do que pelo que têm em demasia (ESPOSITO, 2000).

O conceito de comunidade encontra dois sentidos contraditórios, mas não necessariamente excludentes. Em uma primeira acepção a comunidade seria resultado de um movimento endógeno de práticas socioculturais. Uma espécie de círculo fechado, o qual tem o fim em si mesmo. Por outro lado, tem-se o sentimento de pertencimento a grupos, a línguas que dotam o indivíduo de identidades capazes de inseri-los em diferentes universos. “Nossos comportamentos, nossas maneiras de ser são tecidos por aquilo que Nobeit Elias chama de ‘civilização dos hábitos’. Eles dizem respeito à aprendizagem, a uma Paidéia, a um Bildung, a uma educação que nos torna capazes de sentir, de desejar.” (DESCAMPS, 1991, p. 22).

³² J. Gobbout (1998), em *L’esprit du don*, a partir de uma perspectiva atual e também crítica, retoma o conceito de dom dado por Mauss e enfatiza que o dom se distancia de toda forma de engajamento contratual, ele é negado por seus próprios atores durante o ritual de trocas. O valor que prima nesse caso é aquele do laço social. Para Marcel Mauss (1974), as relações entre os indivíduos não são determinadas exclusivamente pelo egoísmo mercantil ou pelo Estado. Nas sociedades modernas, o dom permanece essencial e ele é em todo lugar constantemente ignorado e escondido.

Em seu estudo sobre os estabelecidos e os outsiders, N. Elias (2000) fala de uma comunidade permeada por relações de poder e diferenças, oriundas não de distinções de classes, mas da ausência mesmo de homogeneidade entre seus membros. O que está em jogo é o sentimento de pertencimento a essa formação social e a contestação do caráter homogêneo atribuído historicamente à comunidade. Assim, pode-se dizer que nossas relações sociais com os “outros” são livres, mas também determinadas ou influenciadas pelo sentimento de pertencimento a um grupo e/ou a um lugar o que facilita o processo de reconhecimento, nos termos discutidos no item anterior.

O dilema da comunidade: unicidade e pluralismo

A comunidade não remete em sua forma concreta à homogeneidade, à unidade, embora nela se manifestem uma série de costumes, tradições e laços sociais que unem pessoas a um determinado sentimento de comunhão. No entanto, hoje se pode afirmar que a heterogeneidade de opiniões, comportamentos e ações perpassa a comunidade e as torna um lugar de desacordos e pluralismos cultural, político, religioso.

O caráter homogêneo e endógeno da comunidade é justamente o aspecto sobre o qual recaem muitas das críticas à difusão das formas comunitárias de existência nas quais são compreendidas coletividades socioculturais, o que para muitos levaria a um processo de isolamento de grupos sociais marcados, sobretudo, por traços étnicos, religiosos e raciais. Nesse sentido, Touraine (1998) evoca um mundo globalizado onde as possibilidades de “vivermos juntos” se tornam cada vez mais escassas porque a capacidade de comunicação entre as pessoas se reduziu drasticamente. Os grupos minoritários, as comunidades, se destacam do todo social e formam seu próprio *ethos* de valores e identidade, muitas vezes se enclausurando em um mundo particular onde os processos comunicativos são endógenos e não ultrapassam os limites do “lugar comum”. A partir da dicotomia “nós” e “eles” o autor demonstra sua preocupação com a privatização social e o comprometimento da política decorrentes da falta de diálogo entre mundos que reconhecem suas liberdades, direitos, mas se mantêm distantes pela tolerância³³, construída

³³ Ao recorrer à etimologia e a conotações do termo tolerância, Habermas (2007) adota uma abordagem sócio-histórica que relaciona tolerância a direitos culturais. Para o autor a tolerância religiosa, baseada na concepção de liberdade de religião, é precursora desses direitos. Ela decorreria menos da solidariedade ou moral do que do direito assegurado pelo Estado de assumir uma prática confessional. “Na visão de um legislador democrático que eleva os destinatários do direito à condição de autores desse mesmo direito, o ato jurídico que impõe a todos uma tolerância recíproca funde-se com a auto-obrigação virtuosa a um comportamento tolerante.” (HABERMAS, 2007, p. 282).

pelas intervenções das leis e da supervisão do Estado. “É preciso a construção do sujeito contra o poder dos estrategistas e dos ditadores comunitários.” (TOURAINÉ, 1998, p. 22).

Embora a abordagem de Touraine seja promissora ao colocar a questão da comunidade como instância de isolamento sociocultural destacada de outras comunidades e da própria sociedade total, ele encerra o dilema local/global em uma dicotomia abstrata entre multiculturalismo e multicomunitarismo, como se fosse possível escolher entre uma e outra, optando, preferencialmente pelo universalismo em oposição ao particularismo aliado à identidade una. Em sociedades complexas e plurais, as pessoas transitam entre o espaço social da identidade unitária ao universo social das identidades específicas e muitas vezes elas não precisam assumir o seu lugar de origem e destino, mas em outras ocasiões essas se vêem impelidas a adotar e defender uma identidade comum que as diferencia dos “outros”, sem que necessariamente sua adesão à comunidade signifique uma renúncia à sociedade ou ruptura com outros mundos sociais. Pelo contrário, sua inserção em um lugar comum pode se traduzir em fortalecimento de seu universo sociocultural e, portanto, da sua própria identidade, apenas o posicionando no mundo. Ou pode-se, a partir de valores morais e democráticos recuperados e cultivados em um contexto comunitário, tentar alcançar os caminhos que conduziriam a uma “boa sociedade” (ETZIONI, 1996)³⁴.

Na abordagem comunitarista, o retorno ou a persistência da comunidade pode ser pensada a partir de justificativas a respeito de compromissos com os outros e das formas de superação dos valores individualistas, em favor de valores comunitários, pautados na ordem social e em valores morais. Esta seria a proposição de Amitai Etzioni (1996) para estabelecimento da ordem social, regeneração da solidariedade social pela moral e não pela força da lei. Além da ênfase na dimensão moral de uma formação social comunitária, na perspectiva comunitarista pode-se encontrar abordagens que contemplam o caráter político e, portanto, não consensual da comunidade, concebida, nesse sentido, como uma construção perpassada por disputas políticas e diferenças intrínsecas a essa formação. A possibilidade da participação política e decisória, do

³⁴ Nesse sentido, o autor evoca como critérios para implementar o paradigma comunitarista de sociedade: 1) a comunidade como árbitro (democracia interna, alicerçada em processos políticos, construção do consenso, calcado em processos sociais, relativismo baseado na comunidade e no particularismo); 2) valores sociais como modelos morais; 3) diálogos morais, intersociais (diálogo procedural, diálogos de convicções); 4) comunidade global (relativismo intercultural, globalistas empíricos e morais, direitos humanos, voz moral), seria a possibilidade de relação entre diversas comunidades que formam um país, ou uma comunidade mais abrangente (Comunidade Européia). (ETZIONI, 1996).

dissenso e da contestação discursiva faz desse espaço um lugar hostil a qualquer forma de tirania, uma possibilidade de degeneração comportamental usualmente associada às comunidades (FOWLER, 1996). Neste sentido, Robert Fowler, considera que a comunidade não corresponde a um ideal a ser alcançado, mas a construções sociais reais que permitem superar o individualismo liberal sem depender do imperativo da virtuosidade cívica do cidadão republicano. Elas podem desembocar em experiências originais e práticas na forma de “comunidades públicas”, sempre permeadas por limites e paradoxos.

Seja referenciada na localização territorial-geográfica ou no pertencimento à nação, etnia, raça, a comunidade permanece um conceito em aberto, podendo se manifestar de formas distintas, inclusive a partir das possibilidades trazidas com a evolução dos meios eletrônicos de comunicação. Zygmunt Bauman (2003), por exemplo, refere-se à comunidade contemporânea a partir das configurações de formas comunitárias de existência social cujos membros partilham perfis socioculturais e gostos estéticos. Apesar de Bauman admitir que a palavra comunidade desperta uma boa sensação, uma idéia positiva de formação social, sinônimo de um lugar cálido, confortável e aconchegante, considera que comunidade é o tipo de mundo que não está ao nosso alcance. Seria um lugar onde se gostaria de viver, uma espécie de paraíso perdido, ao qual se deseja alcançar. A busca do entendimento seria uma forma de tornar viável a vida comunitária, mas, para o autor, o sentimento recíproco e vinculante à ética comunitária, às vezes, não supera os fatores internos e externos desagregadores que perpassam as formações sociais, sejam elas quais forem.

Os novos valores e modos de vida, como o consumo e o culto às modernas formas de relações humanas mediadas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação, contribuem para a constituição de uma comunidade estética, onde vigoram determinados padrões de beleza e comportamentos individualistas do tipo egoísta. Esse novo modelo comunitário é amplamente difundido pela indústria de entretenimento, nos espaços midiáticos. Nesses termos, Bauman nos fala de novas versões de comunidades efêmeras, as quais não exigem de seus membros engajamento do tipo sociopolítico ou vínculos duradouros, mas seriam fundadas na identidade, no compartilhamento de valores comuns, de bens simbólicos, de gostos estéticos.

A vida social é também motivada por escolhas deliberadas de pessoas que compartilham anseios e características para além do pertencimento a uma mesma territorialidade, nação ou grupo de consumo. Este é o caso das chamadas “comunidades jurídicas”, enquanto projeto de

auto-organização política e popular (HABERMAS, 1997). Essas comunidades são constituídas pelo direito, mas é resultado de um processo de democratização de estruturas decisórias plurais, arbitradas pelo debate e intervenção públicas. Podem se materializar na forma de uma organização da sociedade civil, entendida como não-Estado e não-mercado, na forma de associação de indivíduos mobilizados por objetivos em comum. Habermas se refere ao conteúdo político de uma comunidade materializada pelo direito, mas tornada possível pela autodeterminação comunicativa de cidadãos, cujo resultado é a preservação ou resgate da solidariedade social, “em vias de degradação”.

Os autores suscitados aqui, cada um a sua maneira, apontam para processos disruptivos generalizados da vida em sociedade. Diante de fenômenos irreversíveis como a globalização, talvez fosse pertinente perguntar se a comunidade hoje seria capaz de resgatar conteúdos éticos, morais e as interações comunicativas próprias a uma formação social baseada no bem comum e proteger seus membros dos efeitos, em certa medida, devastadores das perturbações sociais.

Levanta-se esse questionamento porque a vida contemporânea em comunidade parece uma tentativa de resgate de uma proteção social não assegurada pelo Estado e muito menos pelas instituições tradicionais em crise, como família e Igreja, que antes formavam a base de sustentação dessa organização social. Trata-se de um simulacro de um passado idealizado, de uma situação confortável e de um estado de comunhão que talvez nunca tenha existido, mas ainda sim inspira forças aglutinadoras de ações individuais que, ao tornarem-se uma ação coletiva, ganham maior visibilidade e chances de reconhecimento.

Ao localizar o conceito de comunidade entre distintas abordagens, constata-se que a comunidade é alicerçada em princípios e estrutura em certa medida contraditórios. Nesse sentido, falar de comunidade significa retomar o sentimento tradicional de grupo e não necessariamente enfatizar a condição de classe. Propõe-se pensar o comunitário associado a processos culturais e de comunicação, já que as formas mais elementares de participação e de existência na contemporaneidade, como diria Habermas (2002b), passam pelos espaços de comunicação, pela busca da unidade tanto pela semelhança quanto pela luta por reconhecimento de diferenças socioculturais como um dos princípios de justiça social (HONNETH, 2002 e FRASER, 2005).

A comunidade existe, assim, na medida em que há o reconhecimento mútuo de princípios morais, normativos, valores culturais, traços sociais comuns entre os membros que a compõe. O território geográfico, o pertencimento étnico, a identidade pelo gosto estético podem ser modos

de agregar pessoas em uma formação social particular que de alguma forma se distingue do todo social. Trata-se, antes de tudo, de uma associação de identidades e interesses. Afinal, quando se trata de perseguir fins não é só a territorialidade ou o estado de espírito comunal que impulsionam ações sociais objetivas. A associação entre os membros da sociedade que compartilham um lugar comum ao redor de motivações particulares ao grupo permite uma ação racional organizada e orientada por finalidades. Este é o “espírito” da associação cuja definição e relação com a comunidade será abordada a seguir.

Limites e justaposição entre agir comunitário e agir associativo

A associação não se confunde com a comunidade, por mais que faça parte desta. Traduz-se em uma organização social funcional, nutrida pelos interesses específicos de um ou mais grupos. Diferente da comunidade, pode-se optar por fazer parte ou não dela, porque é preciso a adesão aos interesses e finalidades definidos. Participar de uma associação tem significado limitado, porque os objetivos são limitados. No entanto, a entidade associativa é uma formação fundada na cooperação com finalidade de atender a uma coletividade. A associação tem obrigações, poderes e responsabilidades cujos membros não podem exercer como indivíduos, mas como integrantes de uma entidade legalmente constituída.

Autores da chamada sociologia das associações como Jean-Louis Laville e Renaud Sainsaulieu (1997) reconhecem o caráter associativo e dialógico da comunidade. Para estes autores existe uma certa correspondência entre agir comunitário, agir associativo e agir comunicativo, este entendido nos termos já mencionados em Habermas. Apesar das diferenças e especificidades de cada uma dessas ações, a interação entre elas promoveria o resgate do estatuto de seguridade comunitária, a certeza, a proteção. O ponto comum de correspondência entre essas diferentes formas de agir estaria na tendência a orientarem-se por uma racionalidade voltada para fins comuns.

Para Laville e Sainsaulieu, a origem da associação está relacionada a três axiomas principais: o fundamento comunitário, a razão instrumental e a proposição da ação comunicativa. Esses princípios postulam ordens diferentes de um mesmo fato social, mas não exatamente antagônicos. A vida em comunidade, a retomada do sentimento de solidariedade e a coesão social própria à sociedade tradicional são facilmente vinculadas ao fato associativo. Em uma interpretação comunitarista, concebe-se a associação como oriunda da prática de uma cidadania

que supõe um engajamento mínimo entre os indivíduos. Isso implica em relações sociais baseadas sobre o fundamento daquilo que é comum a todos, uma espécie de socialização motivada pela unidade dos sentidos do mundo.

Na perspectiva weberiana³⁵, a associação seria uma modalidade de ação instrumentalizada voltada para o sucesso de uma empresa. No sentido toquevilliano³⁶, trata-se de uma organização democrática oriunda da sociedade civil, podendo ser também compreendida como uma dimensão interativa nas sociedades modernas que promove um certo resgate de valores comuns a uma determinada ordem social. Tocqueville (1998, 2005), em seu estudo sobre a democracia na América, destaca no tecido social norte-americano um certo poder social³⁷ exercido pelas associações políticas e civis sobre a sociedade. O autor³⁸ aponta nitidamente o associativismo como atividade sociopolítica fundamental para o arejamento do quadro de centralização política e administrativa exercida pelo núcleo do poder público. Observa o fato associativo como ato fundador do contrato político entre iguais, alicerçado na esfera social pela outorga indiscriminada da liberdade política ao cidadão.

³⁵ Fazemos referência à tipologia da ação desenhada por Max Weber (1998) como instrumento metodológico para compreender o comportamento de outros pelas suas ações.

³⁶ Apesar de recorrerem a tipos ideais em suas trajetórias de pesquisa, Weber e Tocqueville têm perspectivas diferentes sobre o fenômeno da democracia e participação cívica em processos e eventos decisórios. Diferente de Weber, Tocqueville chamava a atenção para o poder social que emanava da soberania popular e acreditava na força mobilizadora e transformadora das instituições da sociedade civil, como as associações. Para o autor, a associação entre indivíduos evitaria a centralização de poderes comum nos regimes democráticos (COHN, 2000).

³⁷ Apesar do autor não definir com precisão conceitual em **A democracia da América**, como bem observa Boudon (2005), o que ele designa por poder social entende-se que seria uma espécie de poder que emana de opiniões expressas nos jornais, ou seja, a “opinião do poder social”. No entanto, em **O Antigo Regime e a Revolução** (1967), o autor se refere ao poder social no contexto da sociedade francesa como uma sorte de poder que “não decorre diretamente de Deus; ele não se vincula à tradição; ele é impessoal: ele não se chama rei, mas Estado; ele não é hereditário de uma família; ele é produto e representante de todos e deve fazer refluir o direito de cada um sob a vontade de todos.” (TOCQUEVILLE, 1967, p. 260). Neste sentido, o autor entende o poder social como uma forma particular de tirania, também chamada de “despotismo democrático”. Para Boudon, a definição implícita do conceito de poder social em Tocqueville designa um “conjunto de mecanismos que impõe sobre este ou aquele sujeito uma opinião dominante diante da qual o poder político se sente como paralisado ou que ele deve ao menos ter como parâmetro essencial de sua ação; diante do qual a crítica é, aliás, ineficaz, quiçá mais ou menos discretamente censurada.” (BOUDON, 2005, p.168). Pode-se acrescentar a essa interpretação a observação de Claude Lefort, para quem o poder social “... aparece como sendo o poder que a sociedade exerce sobre si mesma. Torna-se ilimitado uma vez que a sociedade desconhece tudo que esteja fora de sua própria órbita. Produto da sociedade, esse poder tem simultaneamente a vocação de produzi-la; as fronteiras das experiências pessoais lhe são desconhecidas, pois se apresenta como o agente de todos.” (LEFORT, 1991, p. 199).

³⁸ Para Tocqueville somente a associação proporcionaria aos cidadãos reunidos um certo retorno aos valores cívicos defendidos pelo “homem aristocrático” como a dedicação à vida pública para defesa de interesses comuns. (BENOÎT, 2000, p. 87). A criação de uma associação corresponderia, assim, a uma atividade cidadã portadora de liberdade, de responsabilidade e, eventualmente de eficácia.

As associações são instituições livres, as quais encarregam os cidadãos da administração de pequenos negócios, colocando ao alcance de cada um a gestão de todas as coisas concernentes ao seu ambiente, como a prática comum dos direitos políticos e o uso das associações. Essas práticas de intervenção do cidadão na vida pública “(...) lembra sem cessar e de muitas maneiras, a cada cidadão que ele vive em sociedade.” (TOCQUEVILLE, 2005, p. 129). A associação pode ser compreendida em Tocqueville como um tipo ideal de intervenção social na vida pública desde que apoiada em valores universais e no direito legitimamente constituído (GAUCHET, 2005).

Mas, é a dimensão comunicativa do ato da associação que remete à comunhão de interesses entre pessoas privadas que se reúnem em torno de um empreendimento comum. Bernard Enjolras (1998) supõe que aquilo que distingue a forma associativa das outras formas institucionais (lucrativas ou públicas) é a lógica fundadora dos projetos associativos. Segundo o autor, “A associação resulta de atividades comunicacionais, fundadas sobre a intersubjetividade de seus membros os quais se acordam e se associam para desenvolver uma atividade instrumental.” (ENJOLRAS, 1998, p.229). Nesse sentido, a associação pode ser compreendida como um fato nascido do agrupamento de pessoas que fazem parte de uma sociedade ou comunidade; aqueles que formam uma associação não se valem de uma atividade instrumental, mas da atividade comunicacional. Mas, uma associação pode operar segundo diferentes formas institucionais concebidas por distintas lógicas de ação. As bases de funcionamento das associações estão relacionadas à atividade comunicacional como promotora de um projeto associativo saído de um consenso racional, apoiado nas lógicas da confiança e da solidariedade e na atividade instrumental cujo objetivo é o sucesso desse projeto a partir de duas lógicas principais: mercantil e administrativa.

As dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais de atuação das associações se traduzem nos elementos mais marcantes para compreender o papel que essas desempenham nas localidades onde estão implantadas. A consideração dos projetos associativos é fundamental para a compreensão desse fato social que, em princípio, parte das preocupações divididas por um conjunto de pessoas motivadas pelo bem comum. No entanto, esse bem comum originário de uma certa “vontade geral” negociada, é definido pelos membros de uma associação e é comum em relação a esses, mas considerado particular em relação ao todo social e ao Estado. A associação se traduz em uma entidade social normativamente organizada que mantém uma relação com o seu ambiente. Ela é resultado de um momento em que pessoas conscientes de uma

certa carência compartilham uma certa identidade, seja social, cultural, formando um espaço relacional e comunicacional para consolidar e debater suas preocupações e expectativas.

As abordagens críticas, descritivas, sejam sociais, econômicas ou políticas tentam dar conta da polissemia e da morfologia variada tanto do fato associativo como do comunitário. Na verdade, seja a associação resultante de uma ação comunitária ou a comunidade produto de uma ação associativa, essas formas de agrupamento social não podem ser reduzidas a tentativas ingênuas de resgatar o passado tradicional, apoiadas por uma ordem social mantida por laços mecânicos, mas por pessoas reunidas com a finalidade de se associar, as quais são autônomas e individuais. Por outro lado, não se pode considerar uma ação social somente orientada para o consenso discursivo.

A ação comunicativa, como referenciada em Habermas, é o tipo de ação social que procura as condições de um acordo permitindo aos participantes de um processo interativo realizarem seus projetos de ação respectivos. Nos espaços associativos e comunitários existem conflitos de interesses e às vezes disfunções do processo comunicativo, dada a existência de lógicas altamente racional-instrumentais. No entanto, é possível verificar em um mesmo espaço a manifestação de ações orientadas por lógicas distintas, mas que operam segundo interesses comuns estabelecidos. A complexidade desse universo de justaposição de ações sociais relaciona-se à perspectiva da “sociologia das lógicas da ação”, nos termos de Henri Amblard et al (2005) ou da sociologia das convenções, de acordo com Luc Boltanski (1984; 1991) e Laurent Thevénot (1991; 2006), abordagens que serão ressaltadas na próxima seção.

2.3 Espaço público e diversidade de lógicas de ação

O espaço público, como abordado neste trabalho, pode ser vislumbrado em diferentes configurações, tais como na organização de pessoas que se reúnem para dar visibilidade a suas necessidades, demandas, gostos, vontades, críticas, onde elas procuram racionalizar aspectos da sua vida social. A esfera pública, nesses termos, pode ser identificadas em associações e comunidades compreendidas como ambientes sociais comuns que constituem seus próprios meios de estabelecer comunicação entre seus membros e entre estes e o mundo exterior. A aparente homogeneidade dessas iniciativas de organização social é desvendada no momento em que se confrontam e se articulam entre si lógicas de ação oriundas de diferentes “mundos” nos

quais as pessoas se encontram inseridas e que, assim, apresentam diferentes regimes de engajamento. Quando essas orientações de ação se manifestam em instâncias públicas é possível haver processos de entendimento, os quais podem redundar em acordos ou desacordos.

Os acordos decorrem da concepção construída de um bem comum que pode guiar comportamentos e ações compatíveis com as propostas de um mundo social coabitado por diferentes atores cuja motivação é atender a finalidades públicas. Nos termos de Boltanski e Thévenot (1991), retomados em Thévenot (2006), essas lógicas de ação que pautam determinados regimes de engajamento de atores sociais em relação a “mundos comuns”, oferecem as referências normativas, “princípios superiores comuns”, para nortear comportamentos e dizem respeito à forma de vínculo desses atores a determinados espaços sociais, como associações, por exemplo, nas quais podem ser registrados manifestações de espaços públicos. As orientações das ações sociais, nesta perspectiva, oscilariam entre práticas referenciadas no mundo sistêmico e àquelas próprias ao mundo da vida. Embora não partam explicitamente da teoria da ação de Habermas, pode-se propor que as formulações de Boltanski e Thévenot (1991) e Thévenot (2006) em relação às lógicas que pautam as ações, comportamentos, justificações e engajamentos do homem em situações de sua vida prática são coerentes com a abordagem habermasiana expressa na teoria da ação comunicativa. Neste sentido, pode-se estabelecer alguns paralelos conceituais, por exemplo, entre as lógicas de ação que perpassam um mesmo mundo comum, na abordagem de Boltanski e Thévenot e as interações em um mesmo espaço entre o mundo sistêmico e o mundo da vida, na visão de Habermas.

Além disso, o uso da abordagem convencionalista, comumente adotada para pensar regimes de engajamento e acordos e justificações entre mundos comuns em espaços mercantis ou industriais, permite a compreensão do sistema de interações sociais no espaço público contemporâneo como espaço comum, o qual forma um mundo à parte para os demais representados e também para seus participantes (TAYLOR, 1996).

As proposições de Luc Boltanski e Laurent Thévenot se baseiam nas análises de quadros comuns que constituem parâmetros de ação sem os quais nenhuma forma de troca ou relação seria possível, dada à necessidade de antecipação e posicionamento frente à ação dos outros. Esses quadros comuns seriam convenções nas quais se pautam as relações sociais compreendidas nessa abordagem como um sistema de expectativas recíprocas sobre o comportamento dos outros (SALAS, STORPER, 1993). Para a coordenação das ações entre atores que mantêm algum tipo

de relação (social, econômica), as convenções, em forma de acordos ou contratos firmados, sem necessariamente o recurso da escrita, se tornam necessárias porque permitem o norteamo de diferentes vontades e interesses em situações nas quais seja fundamental a escolha de um direcionamento comum para o alcance de um resultado que contemple os lados concernidos. Pode-se ilustrar essa formulação com o caso de uma associação privada sem fins lucrativos onde a adesão se dá, em geral, pelo voluntariado e espera-se de seus dirigentes e demais membros ações desvinculadas de interesses estratégicos ou comerciais. Espera-se, então, que a ação seja compatível com as convenções e o bem comum estabelecido para guiar comportamentos em um determinado espaço ou mundo compartilhado, embora o ator seja livre para agir em qualquer situação e capaz de adotar ações que contrariam as expectativas geradas pelos outros com os quais compartilha o mesmo espaço, frente à crença de que a capacidade cognitiva dos atores lhes faculta interpretar e reinterpretar as convenções vigentes.

As convenções estão no centro de processos de negociação entre atores que se encontram em um lugar comum. O acordo entre as pessoas não é somente produto do hábito ou da pressão sistêmica, mas encontra materialidade em processos argumentativos, justificados segundo lógicas de mundos sociais compartilhados (AMBLARD et al, 2005). Os acordos se tornam possíveis porque os atores envolvidos apresentam um determinado regime de engajamento nesse espaço, pautado em uma determinada lógica de ação coerente com seu mundo, com seus referenciais normativos, os quais podem ser revistos ou suspensos em um mundo comum onde se depara com outros atores, portanto, com outras lógicas de ação³⁹.

Os “princípios superiores comuns” posicionam o ator nos diferentes mundos em que transita e nos quais deve estar capacitado para discernir sobre os modos de ação esperados em cada um deles. Se diferentes atores se encontram em um mesmo *locus* para se chegar a um acordo que irá permitir a coordenação entre diferentes papéis e ações naquele espaço ou situação, e evitar o conflito - que também é possível, dado seus diferentes regimes de engajamento - eles se orientam por um “princípio superior comum”⁴⁰ que se estabelece naquele universo plural. Esse

³⁹ Neste sentido, a abordagem convencionalista rejeita qualquer determinismo da ação, dado que ao ator sempre é atribuída a capacidade reflexiva, ainda que as influências sistêmicas sejam levadas em conta (AMBLARD et al, 2005).

⁴⁰ Na definição de Boltanski e Thévenot (1991), o princípio superior comum designa uma espécie de valor a qual se chega ao ultrapassar as particularidades das pessoas e se firma na constituição de fundamentos de um acordo. Esse princípio se exprime pela vontade coletiva ou pela universalidade de bens negociados. Os autores consideram também que há uma esfera subjetiva de choque ou de negociação entre as particularidades individuais e um certo

princípio comum se estabelece, em meio a uma coletividade, a partir da idéia de um bem comum estabelecido.

Na abordagem convencionalista, o bem comum relativo a cada mundo social serve de parâmetro para coordenar as diferentes ações e é a base das argumentações e processos discursivos que levam a justificação das ações coordenadas ou isoladas. Então, especialmente em situações de disputas em um espaço organizacional compartilhado (como o de uma associação ou de um conselho comunitário), o que pode gerar um acordo entre os envolvidos é o “princípio superior comum”. Este transcende a lógica de funcionamento de mundos particulares e somente ele arbitra conflitos de idéias, interesses e opiniões, evitando o desacordo que se dá em situações de desentendimentos entre atores que apresentam diferentes formas de engajamento a um mesmo espaço. Esse embate tem, por princípio, o propósito da legitimação do acordo. Assim, é importante que haja diferenças, dissensos porque o que está em jogo são contextos sociais que mesmo disvinculados da perspectivas de lucros operam de acordo com a diversidade de orientações de ações, a partir do pressuposto da pluralidade intrínseca ao mundo social comum a uma coletividade. Essa perspectiva leva em consideração o fato de que o ator é livre para se deslocar através de modos diversos de engajamento no mundo, graças a sua capacidade de interpretar as convenções (THEVÉNOT, 2006).

Situações de impasse que demandam acordos entre as partes envolvidas são geradas a partir da manifestação de insatisfações, inquietações, críticas individuais ou coletivas, sendo uma das origens às justificativas de denúncias - nos termos apontados por Boltanski (1984) e, posteriormente, também evocados por Thevénot (2006), expostas em instâncias de publicização. O acordo ou o desacordo é oriundo de operações críticas às quais se lançam atores sociais quando eles querem manifestar seus descontentamentos sem recorrer à violência. A reflexão e a crítica são fontes das operações pelo meio das quais se chega a construir, manifestar e a consagrar acordos mais ou menos duráveis. Ou seja, a denúncia de injustiças e de eventos do fórum íntimo envolve uma ação reflexiva que parte da percepção de falhas, ausências, carências, desprezo social, discriminação, frustrações pessoais, a partir da realidade que cerca o denunciador.

nível de generalidade superior que remete ao âmbito da coletividade. Essa relação entre individual e coletivo é arbitrada por regras as quais se traduzem em forma universal que transcende as particularidades das pessoas e dos mundos dos atores.

A perspectiva do ator dotado de autonomia para empreender sua ação está referenciada neste trabalho no modelo de equilíbrio entre as *cités*⁴¹, metáfora que caracteriza os mundos sociais postulados por Boltanski e Thévenot (1991). A referência às *cités* pode ser aplicada a contextos de espaços públicos (como nas rádios associativas e comunitárias, objeto que será tratado no próximo capítulo deste trabalho). Como afirma Juhem, “As *cités* vão se opor ou se conciliar, as disputas vão propiciar o afrontamento de vários princípios superiores comuns, as pessoas vão ‘oscilar’ de um estado a um outro e se entregar a um trabalho de interpretação e de acomodação à cada mudança de registro de ação, etc.” (JUHEM, 1998, 90).

O princípio de uma *cité* não é nem especificamente vinculado a uma situação, nem ligado a um ator ou a uma categoria de ator particular. As pessoas normalmente competentes são, então, capazes de recorrer à lógica de cada uma das *cités*, de oscilar entre uma e outra; e nenhum arranjo ou situação calcados sobre um princípio de ordem pode ser refúgio de críticas construídos a partir das outras *cités*⁴². (JUHEM, 1998). As *cités* são regidas por princípios universais, formadas pelo princípio da “commune humanité”. Assim, “O modelo supõe, com efeito, uma identificação do conjunto das pessoas suscetíveis de entrarem em acordo, os membros da *cité*; ele supõe uma forma de equivalência fundamental entre esses membros que pertencem todos ao mesmo título, à humanidade.” (BOLTANSKI e THEVÉNOT, 1991, p. 96). As pessoas organizam suas ações e identificam os objetos e os atores de acordo com as lógicas das *cités*. Nos termos de Juhem,

As situações são arranjadas para corresponder a um mundo principal e reclamam das pessoas que delas participam um olhar adaptado a sua lógica de organização. Os membros de uma sociedade composta de vários princípios de organização devem ter a competência de identificar a natureza de cada situação encontrada para adotar o comportamento requerido por cada um deles. (JUHEM, 1998, p. 86).

⁴¹ Para a operacionalidade do conceito de *cité* é preciso se deslocar da oposição entre teorias do consenso e teorias do conflito para a compreensão do acordo e da crítica como momentos estreitamente vinculados a um mesmo curso de ação (BOLTANSKI e THEVÉNOT, 1991). Entre a ordem estabelecida por escolha coletiva ou por escolha racional individual, Boltanski e Thévenot vão se ater às diferentes construções em um modelo mais geral mostrando momentos suscetíveis tanto de acordo como de questionar críticas. Parte-se, então, da fronteira entre determinação estrutural da sociedade, da ordem coletiva e da autodeterminação individual, de caráter utilitarista. A ação do ator na abordagem convencionalista não se pauta em nenhum dos extremos, orienta-se no limiar entre um e outro.

⁴² Em situações que imprescindem de acordos, espera-se que os atores envolvidos ajam segundo princípios de uma ordem compatível com a situação, abrindo mão de suas posições iniciais, coerentes com a lógica de seu mundo. No entanto, quando se está em uma situação decisória, os atores devem apelar para um princípio maior do que aqueles que regem suas ordens de comportamentos. Nesse sentido as convenções também envolvem expectativas, se inscrevem em “sistemas de expectativas” (SALAIS; STORPER, 1993).

Em determinadas ocasiões, as pessoas são levadas a se retirarem de seus mundos para fazerem parte de um mundo comum maior, obedecendo, então, ao princípio comum deste. Manifestam, assim, ações e comportamentos compatíveis com a ordem socialmente estabelecida, configurada em espaços comuns ou situações decisórias. O papel da crítica, nesse sentido, é fundamental para evitar a dominação, sem acordo, de uma ordem de grandeza estranha em relação ao “princípio superior comum” daquele mundo criado por diferentes atores (por exemplo, uma situação em que uma pessoa representa legitimamente outras em processos decisórios em espaços políticos, *cité* cívica e favorece um particular por ser seu parente – *cité* doméstica).

As pessoas, mesmo que pressionadas pelos repertórios argumentativos que elas utilizam e pelas situações largamente equipadas que encontram dispõem, de livre arbítrio⁴³. Essa liberdade de escolha do ator permite que as pessoas quando se deparam com injustiças ou situações nevrálgicas, possam escolher entre vários tipos de comportamentos (silêncio, indignação, representação, participação) em ocasiões de acordos locais ou diante de compromissos. Mesmo se em algumas abordagens o livre arbítrio é reduzido à faculdade de poder fechar os olhos, ou seja, a liberdade de não tomar parte em uma disputa ou de fazer parte de uma situação de acordo. Conforme Juhem, “O ator não é mestre nem do conteúdo de sua linguagem, porque as *cités* lhe são anteriores, nem de seu emprego, pois a utilização da lógica de uma *cité* parece ditada pela natureza de situação e pela necessária coerência da argumentação.” (JUEM, 1998, p. 108).

Trata-se da possibilidade de uma certa harmonia entre pessoas, a qual repousa sobre sistemas de equivalências partilhados, das grandezas comuns, que orientam relações em situações que demandam acordos. A tipologia criada por Boltanski e Thévenot (1991) de seis mundos sociais, compostos por grandezas e princípios superiores comuns, que perpassam pessoas, espaços, situações, podem ser resumidamente assim descritas:

⁴³ “Nosso quadro de análise se distingue (...) dos paradigmas que repousam sobre a hipótese de uma orientação interna ao meio de um programa previamente inscrito nas pessoas. Qualquer que seja a origem do programa e o modo de sua inscrição, ele tem por função manter a identidade do sujeito assegurando, com uma sorte de automatismo, a repetição das condutas que permanecem em harmonia umas com as outras, qualquer que seja a situação almejada. Nosso quadro visa preservar ao contrário uma incerteza concernente às atuações das pessoas, que nos parece ter necessariamente seu lugar em um modelo pretendendo dar conta de condutas humanas. Mesmo que o jogo seja estreitamente limitado pelo dispositivo da situação, um modelo para vários mundos dá aos atores a possibilidade de se subtrair a uma provação e, se apoiando sobre um princípio exterior, para contestar a validade ou mesmo de retornar à situação engajando uma prova válida em um modelo diferente. Isso inclui a possibilidade da crítica, cujas construções deterministas não chegam a dar conta.” (BOLTANSKI e THEVÉNOT, 1991).

Quadro 4 - Os Mundos comuns

| Os Mundos comuns* | | | |
|----------------------------|---|---|--------------------------------|
| Mundos | Características gerais | Princípios superiores comuns | Grandezas |
| <i>Mundo inspiracional</i> | No mundo da inspiração, os objetos valorizados são aqueles que remetem ao espírito criador. O artista ou <i>bricoleur</i> se movimenta em um mundo “inspirado” e menos com o valor mercantil de sua obra. Nesta cite exige-se a renúncia à glória. É o lugar de tensão permanente com a grandeza da opinião. | O prazer da inspiração | Espontaneidade, escapa à razão |
| <i>Mundo doméstico</i> | <i>Cité</i> caracterizada pelas dependências pessoais, tradições, ancestrais; a pessoa individual não se desvincula de seu pertencimento a um corpo. O laço entre os seres é calcado no vínculo familiar, mesmo se não se trata de parentes, mas de pessoas que convivem juntas. São relações de subordinação. | Relações pessoais, hierarquia calcada na tradição | Altruísmo, benevolência |
| <i>Mundo da opinião</i> | Nesta <i>cité</i> não se trata de bens exteriores às pessoas que, submetidas a uma força da realidade, regram o concurso dos desejos. O reconhecimento da reputação das pessoas se vincula diretamente aos seus atributos. As pessoas valem pela sua reputação e pelo seu reconhecimento como referência diante dos outros. Espera-se a consagração pelo público. | A opinião dos outros | Reputação, reconhecimento |

| | | | |
|-------------------------|---|---|---|
| <i>Mundo cívico</i> | A <i>cité</i> cívica remete   paz cívica e ao bem comum. Aqui o interesse coletivo prevalece em relação ao interesse privado. As pessoas que se encontram nesse mundo se mobilizam a partir das noções de equidade, liberdade e solidariedade. A lei que rege o funcionamento dos espaços democráticos está no centro do edifício cívico. O direito de expressão de cada um ou de representantes legais   soberano neste universo. A democracia em organiza o naquilo que permite defender a cidadania importa mais que tudo no mundo cívico. | Predomínio das coletividades | Representa o do bem comum, de forma oficial ou informal |
| <i>Mundo mercantil</i> | Este mundo prioriza os princípios que regem as orienta es das leis do mercado. Prima pela concorrência, capta o de clientela, pelo sucesso dos negócios, obten o do melhor preço, por tirar proveito de uma transa o. Voltados para a es estratégicas. | Concorrência | Valor material desejável |
| <i>Mundo industrial</i> | Nesta <i>cité</i> a performance técnica, a ciência são fundamentos da eficácia dos empreendimentos inscritos em uma certa estratégia de produ o. Investir em uma máquina ou na forma o do seu operador, medir a produtividade com ajuda de instrumentos provindos do universo científico e a busca de um ambiente funcional perfeito são características básicas do mundo industrial. | Objeto técnico e método científico, eficácia, performance | Performance funcional que atinja o resultado almejado de acordo com investimentos em ciência e tecnologia |

Fonte: adaptado de L. Boltanski, L. Thévenot, 1991.

Certamente, esses mundos não dão conta de explicar todas as formas de ações, justificáveis e modos de engajamentos das pessoas e atores sociais em diversas circunstâncias a partir de distintas lógicas de ação que pautam suas orientações e comportamentos (JUHEM, 1998; CORCUFF, 1998; BLIC, 2000; SALAIS, STORPER, 1993). Mas eles servem como tipos ideais que resumem repertórios de ações de sujeitos que se deparam com situações e espaços onde agem e decidem segundo diferentes valores das *cités*. Cada um desses mundos não tem existência, em seu modelo puro, mas toda situação, necessariamente, proporciona o encontro entre mundos diferentes (AMBLARD et al, 2005).

Em ocasiões em que se fazem necessários acordos, é preciso a disposição dos atores concernidos de mudar suas posições e abdicar da sua própria vontade e opinião em favor de um certo bem comum definido pelos participantes da negociação. O desafio que se impõe ao se tentar verificar empiricamente a identificação desses mundos presentes em um único espaço ou situação é vislumbrar a possibilidade da gestão das coordenações necessárias para operação de ações que se compatibilizem entre si, apesar das suas distinções. A hipótese aqui é que a identificação dos mundos é um momento necessário para analisar a construção de acordos, para identificar soluções adotadas e as formas de resolução de inevitáveis conflitos entre mundos. Cada um desses mundos, para existir com seus atributos identitários, mobiliza princípios, sujeitos, objetos, figuras que permitem localizar a natureza de cada um deles.

2.4 Espaço público comunitário: lugar de vários mundos

Os espaços públicos contemporâneos, conforme discutido nesta tese, são marcados mais por sua heterogeneidade do que por qualquer aspecto de homogeneidade. A partir da discussão das lógicas de ação pode-se analisar a organização desses espaços segundo os princípios de cada *cité* - cívica, inspiracional, opinativa, doméstica, mercantil, essencialmente - podendo também apresentar manifestações dos princípios da *cité* industrial, no caso, sobretudo dos espaços midiáticos. Os atores nos espaços públicos valem em função de sua representatividade, capacidade de mediação comunicativa, reconhecimento, reputação, espontaneidade, ou até mesmo de seu valor funcional. A privatização ou manipulação desse espaço comum, seu isolamento em relação ao seu meio social, exclusão, monologia, utilitarismo comprometem o ordenamento ordinário das *cités* que coexistem em um mesmo espaço ou situação, constituindo

fontes de críticas e de justificações, visando a restauração do funcionamento global conforme às ordens cívica, inspiracional e de opinião. Refere-se aqui a um ambiente comum perpassado por diferentes lógicas de ação, mas existem algumas condições normativas, já mencionadas antes, que permitem a designação, mesmo que simbólica, do espaço público.

Não se pretende que uma situação ou espaço apenas obedeça a um único modo de organização de uma *cité*, mas o domínio, por exemplo, de princípios comuns às *cit s* mercantil e industrial, afasta qualquer espaço do seu vínculo com seus pressupostos cívico e público. A complexidade do mundo real prov m justamente da coexistência de uma pluralidade de *cit s* que permite aos atores se posicionarem em rela o a um princípio de ordem para rever a defini o e a pertinência dos arranjos organizados segundo uma outra lógica.   pautado nessa referência tipológica dos mundos de Boltanski e Th ventot (1991), perpassados por valores comuns e a oes distintas que se procura compreender as diferentes configura oes, performances e justifica oes de espaços comunicativos que se pretendem públicos materializados em rádios de associa oes, também chamadas de m dias comunitárias, as quais apontam para um certo espaço comum.

Caracterizar e compreender configura oes locais de espaços públicos dialógicos, fundados no debate de opiniões entre indivíduos reunidos em torno de comunidades localizadas geograficamente, implica encontrar denomina oes para suas a oes, seja no amplo espaço de suas vidas cotidianas, de seus locais de reunião de debate, como, em especial, das juridicamente denominadas m dias comunitárias. Tais m dias ora se voltam para temas de interesse comum a toda a comunidade, ora difundem opiniões privadas dos seus detentores e aliados. Neste sentido, são espaços públicos comunitários que não necessariamente se dedicam   causa do interesse comum, por mais que portem a denomina o de m dias comunitárias. São comunitárias quando se ocupam da tematiza o de identidades, valores, idéias, pensamentos e opiniões que remete diretamente   comunidade dos indivíduos que constituem seu público ativo ou receptor; quando buscam a forma o de consensos pela via das afinidades de interesses e da formula o de objetivos e práticas sociais. Este espaço público comunitário promovido pelas pequenas m dias pode ser marcado pela diferença de posicionamentos, pelo pluralismo de opiniões, pela heterogeneidade e conflito de posi oes, pela publiciza o e visibilidade de argumentos.   possível nesse espaço a constru o de um ou mais consensos, provisórios ou relativamente permanentes, mas depende essencialmente da afinidade na busca da proposi o de representa oes e entendimentos que sejam válidos para a comunidade em geral, comuns   maioria.

A divergência de opiniões e a tentativa de construção de uma discursividade pelo viés procedimental são os fatores que fortalecem a noção de público comunitário, fundamental para tornar possível a comunicação dialógica nesse espaço. Ou seja, a esfera pública comunitária pode gerar processos democráticos dos quais resultam opiniões públicas que favorecem ou representam. No espaço público comunitário a opinião se apresenta a partir da solidariedade entre indivíduos ativos que partilham interesses semelhantes, comuns a um determinado grupo.

Nestes ambientes comunitários, retorna-se às premissas do espaço público enquanto espaço formador de cidadania, de indivíduos politicamente ativos e autônomos, em busca de modelos societários democráticos, igualitários e emancipatórios. Tassin (1991) esclarece que é na coexistência cotidiana que se reforça o “ser em comum”, que se constrói a retórica ontológica da comunidade. Aqui a exposição da palavra traduz um posicionamento a respeito de um objeto comum a um grupo. Essa exposição pública se dá em nome do corporativismo de interesse particular que forma a base de uma solidariedade orientada por um “princípio superior comum” entre os participantes de uma comunidade de comunicação.

Ao contrário disso, o espaço público se viabiliza pela exposição de elaborações subjetivas que se tornam públicas ao serem objetivadas no ato da palavra pronunciada na cena pública. Percebe-se, assim, que o espaço público não é um evento dado, natural, que simplesmente se manifesta fisicamente em um determinado local. Esse espaço resulta da organização política para tornar possível, entre outras coisas, um lugar comum de comunicação. Na verdade, o que vai definir um espaço público são as formas e as condições de outorga da palavra concedida tanto ao indivíduo anônimo como a entidades representativas da sociedade civil. O caráter público e político deste espaço será tanto maior quanto mais visibilidade for dada aos processos discursivos, às críticas ao poder e à diversidade de conteúdos opinativos e temáticos, gerados a partir da liberdade política e individual, da qual deve ser garantida pelo Estado de direito a todo cidadão.

A liberdade privada é o primeiro passo para garantir o direito político à associação de indivíduos privados em contextos de manifestação pública. Nesse sentido, não existe liberdade pública sem antes desfrutarmos da liberdade privada. É importante para a consolidação de uma esfera pública evitar a entropia, a partir da realização de trocas de informações, relacionamento com o universo institucional exterior a esse espaço, assim como com outros espaços de deliberação e comunicação (como associações, clubes, centros e movimentos sociais, outros

veículos de comunicação). O problema da entropia e a falta de engajamento são dois dos problemas que dificultam a configuração e permanência de espaços públicos, como novos espaços políticos e sociais.

Nos termos de Georges Labica (1995), os três fatores de engajamento que tornam possível o espaço público - comunidade, identidade e individualidade - estão diretamente associados ao processo de busca pelo reconhecimento de diferenças socioculturais de minorias (FRASER, 2005) ou até mesmo do indivíduo anônimo que deseja visibilidade na cena pública (HONNETH, 2002). Esses fatores, por sua vez, podem também se desdobrar em causas públicas sustentadas por ações políticas protagonizadas por pessoas físicas e entidades civis no espaço público.

A questão da comunidade e da identidade está atrelada ao sentimento de pertencimento a um local, cultura, nação ou etnia. O local, nesse sentido, refere-se não apenas a um território, mas também à noção de lugar onde se vive, não diz respeito somente ao vínculo territorial do habitat, “mas, sobretudo o lugar, não obrigatoriamente, territorializado, onde se manifestam conflitos e o efeito das decisões em termos de desigualdade de todas as ordens, de emprego (ou desemprego), de transporte, de acesso à cultura (de escolaridade), de saúde etc.” (TETÚ, 1995, p. 290). O local, nesses termos, é um lugar onde se faz política, se produz e reproduz culturas, opiniões, onde se configura a realidade da ação social e política. É o *locus* de vida totalmente penetrado pela comunicação através da qual tudo pode ser compartilhado, tornado comum. Os vínculos solidários se dão para a aproximação de pensamentos e opiniões. Já a individualidade diz respeito à participação do sujeito motivada pelo interesse em um determinado debate que traduza necessidades ou demandas social, cultural ou política que podem se tornar causas coletivas. Esse processo se dá em geral pela via da denúncia (BOLTANSKI, 1984), pelo testemunho de experiências vividas que dizem respeito à insatisfação do indivíduo diante da sua vida social ao perceber e refletir criticamente sua realidade objetiva ou simplesmente a motivação vem do desejo em publicizar anseios de sua intimidade, percursos de vida.

Os espaços públicos como espaços comuns, nas suas mais variadas versões e estruturas, com suas qualidades e limitações, traduz-se em fator fundamental para garantir a dinâmica e vigência de práticas democráticas e processos de transformação social e política. Para além da atuação restrita de espaços públicos comunitários e da sua ocupação por interesses comuns, é importante não perder de vista a importância dos demais espaços comunicativos, e o grau de

comprometimento de suas representações de temas e questões vinculadas ao interesse comum da maioria.

O mais importante a enfatizar neste momento é a comunicação como instrumento de diálogo e de troca de experiências que se traduz, de certa forma, em um indício de organização de esferas discursivas pautadas em uma racionalidade comunicativa. A mediação de opiniões e debates de atores sociais pertencentes à comunidade torna possível o desenvolvimento de espaços públicos animados por valores éticos e morais compartilhados por cidadãos que participam do processo democrático de interpretação e leitura da realidade local ou comum.

É a consciência associativa de grupo que nutre as ações coletivas organizadas em prol do reconhecimento de demandas e necessidades, não necessariamente universais, mas às vezes específicas à cada comunidade. Os espaços para tornar visíveis debates e reivindicações de uma justiça social podem estar nos veículos alternativos e comunitários de comunicação. Cabe à comunidade a escolha deliberada de ser protagonista ou destinatária de programas e de projetos que se deseja levar adiante. Nesse sentido, evoca-se as rádios comunitárias, nos termos suscitados por Cecília Peruzzo (2004), como meios de veiculação de conteúdos que expressam interesses e demandas de minorias em uma linguagem que representa a diversidade cultural, étnica e territorial, a qual muitas vezes é negligenciada pela indústria da comunicação de largo alcance.

A tentativa de um espaço dialógico de comunicação próprio a comunidades locais é uma iniciativa que remonta a algumas décadas, traduzindo-se em uma forma de intervenção na realidade sociopolítica, como alternativa ao imperialismo cultural exercido por grupos hegemônicos de comunicação, como um paradigma de contra-informação. As experiências de rádio local se apóiam, em geral, na proposta de uma comunicação participativa e descentralizada.

A rádio constitui uma mídia de baixo custo de manutenção e de fácil manuseio, sendo, tanto em países centrais como periféricos, meios de comunicação bastante acessados, mesmo diante da forte presença da televisão e da crescente utilização da Internet. A rádio pode ser de alcance largo ou restrito e é comumente identificada como mídia com grande potencial expressivo e de democratização da informação e comunicação (MEDITSCH, 2005).

A perspectiva da rádio como meio de comunicação de baixa complexidade operacional e com forte vocação para se tornar uma mídia participativa e democrática dialoga com a teoria do rádio de Bertold Brecht ([1927-1932], 2003). O autor aponta a rádio como vetor de uma comunicação livre do controle ideológico dos interesses dominantes em uma sociedade. O que

ele propôs na primeira metade do século XX foi um modo de operar um sistema de radiodifusão de acordo com os interesses e demandas da comunidade. Ou seja, o importante não seria abarcar um mercado de consumidores, a partir de um processo de “massificação”, mas, manter as pessoas informadas e amparadas por um sistema local de comunicação, evitando a alienação dos cidadãos sobre a realidade que os cerca. De acordo com o autor, “o público não só tem que ser instruído, como também tem que instruir”, e isso poderia ser realizado a partir do rádio (BRECHT, 1932, p. 12).

Quando Brecht, pioneiramente, na década de 1950, falou do papel social do rádio, obviamente, não previa as rádios comunitárias, nos termos legais que existem hoje. Porém, já chamava a atenção para a função primordial da radiodifusão que consistiria em oferecer um serviço de caráter local. O autor ressaltava que, para se contrapor à “indústria privada da consciência” como aparelho de dominação ideológica, é preciso que o ouvinte se envolva no debate da definição e do modo de produção de conteúdos, não deixando tais mudanças a cargo das decisões políticas e das empresas de mídia.

Hans Magnus Enzensberger (2003), em seu modelo de “comunicação democratizada”, tem como objetivo recuperar a razão pública e emancipá-la da manipulação da “mídia de massa”. Os princípios que devem nortear essa nova comunicação estão pautados na programação descentralizada, na qual cada receptor seria um emissor em potencial, possibilitando despertar a mobilização de pequenos e grandes públicos, na interação dos participantes no processo de aprendizagem política, na produção coletiva e no controle social por auto-organização. Na verdade, Enzensberger prescrevia, em meados do século XX, as diretrizes da comunicação comunitária e das funções da radiodifusão local sem fins lucrativos na contemporaneidade. A almejada auto-organização social brechtiana do público e os princípios deliberativos da mídia não comercial enzenberguiana de certa forma traduzem o espírito do movimento das rádios comunitárias criadas em várias partes do mundo na primeira metade do século XX (como será apresentado no próximo capítulo).

Passa-se, agora, aos resultados do estudo de casos de rádios associativas e comunitárias de alcance restrito na França e no Brasil, chamadas originalmente de rádios livres. Trata-se, em princípio, de mídias associativas, cujo espaço constituído de comunicação se pauta em interesses privados organizados na forma legal de associação, demandante do serviço de radiodifusão local junto ao poder público. Essas rádios são instrumentos de difusão de ideais comuns a um ou mais

grupos e, nem sempre, representam interesses da maioria da comunidade local. Na verdade, as rádios locais pesquisadas são, *a priori*, resultados da ação organizada e mobilização de pessoas privados que se reúnem em uma entidade civil em defesa de interesses de uma coletividade. Essas mídias são vislumbradas nesta tese como espaços comunicativos que estabelecem conexões com as variadas características do espaço público contemporâneo, cumprindo alguns requisitos de uma democracia participativa.

**PARTE III - RÁDIOS COMUNITÁRIAS NA FRANÇA E NO
BRASIL: ESTUDOS DE CASOS**

3 RÁDIOS LIVRES NA EUROPA E NA AMÉRICA LATINA: UMA RETROSPECTIVA HISTÓRICA

O rádio é uma função de originalidade. Não pode se repetir. Deve criar a cada dia. Não é simplesmente uma função que transmite verdades, informações. Deve ter vida autônoma nessa logoesfera, nesse universo da palavra, nessa palavra cósmica que é uma nova realidade do homem. É preciso que vá buscar no fundo humano princípios de originalidade. (BACHELARD, 2005, p. 130).

3.1 Panorama do movimento das rádios rádios livres no mundo

O movimento das rádios livres iniciou-se nos anos 1970 em várias partes do planeta, como iniciativas de liberdade de expressão de segmentos diversos da sociedade civil. O que caracteriza essas experiências de “comunicação livre”, na sua origem, é a perspectiva de uma “utopia concreta”, voltada para a ênfase em minorias sociais ou temas marginais na pauta da mídia oficial e da esfera governamental.

As rádios livres, em sua gênese, foram tentativas de constituição de espaços autônomos de manifestação da palavra pública fora da lógica das estruturas políticas hegemônicas, estatais e administrativas disseminadas na sociedade. “É bom que esteja claro, antes de mais nada, que o movimento das rádios livres pertence àqueles que o promovem, isto é, potencialmente, a todos aqueles – e eles são uma legião- que sabem que não poderão jamais exprimir de maneira convincente nas mídias oficiais.” (GUATTARI, em prefácio, MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1987, p. 11). Para o filósofo Felix Guattari (2005), as rádios livres representavam, antes de qualquer outra coisa, uma utopia concreta suscetível de ajudar os movimentos de emancipação dos países onde se manifestavam e se reinventarem.

Apesar de já haver, em 1925, iniciativas pioneiras de gestão popular dos meios de radiodifusão em países como Áustria (emissoras sindicais), Holanda (União das Rádios

Operárias), Estados Unidos (estações da Federação do Trabalho), as rádios livres vão se firmar como movimento pela democratização dos meios de comunicação, de fato, na década de 1970, com as experiências emblemáticas surgidas na Itália. As rádios livres, inseridas em contextos de monopólios estatais no setor das telecomunicações, vão surgir no quadro de movimentos políticos contestatórios, estimulando as pessoas a passarem da condição passiva de ouvintes para a de protagonistas de seus discursos ao divulgarem publicamente suas idéias, seus desejos, suas músicas preferidas, suas críticas, prescindindo de qualquer autorização estatal para isso (CUNHA, 2005).

A rádio livre não é uma iniciativa restrita ao campo da chamada esquerda política. O movimento não pode se reduzir a um certo sectarismo. Isso equivale a dizer, no sentido de Guattari, que as rádios livres não têm significado por si só, o sentido dessas mídias está em sua capacidade de agregar coletividades em torno de um projeto de expressão de singularidades, especificidades de uma realidade local. Essas emissoras ainda podem ser compreendidas como vetores de contestação do sistema de representação política, de questionamento da vida cotidiana, do sistema de comunicação e cultura industrializado. Essas mídias alternativas são, nos termos de Guattari (2005), “revoluções moleculares” que tanto podem subverter a modelização da subjetividade consciente e inconsciente das pessoas como permitir a operação de transformações subjetivas nos homens e nos grupos sociais, a partir da reapropriação dos meios de comunicação. As rádios livres seriam embriões para uma chamada era “pós-mídia” (GUATTARI, 2005).

O fenômeno das rádios livres só toma seu sentido verdadeiro se o recolocamos no contexto das lutas de emancipação materiais e subjetivas. Na Itália e na França, ele foi um dos últimos florões das revoluções moleculares que se sucederam aos movimentos de contestação dos anos 1960. (GUATTARI, 2005, p. 205).

O movimento de rádios livres, para autores como Machado, Magri, Masarão (1987), Cunha (2005), Cheval (2003), questiona a estrutura de poder na radiodifusão comercial. Não se questiona a autoridade do Estado para decidir sobre concessões, mas se discute os critérios das outorgas de serviços de radiodifusão e uma legislação que contemple o direito à exploração do serviço de radiodifusão local, sem fins lucrativos. As rádios livres criadas nas décadas de 1970 e 1980 em vários países do mundo podem ser compreendidas como resultado do rompimento do estado de subordinação da sociedade civil em relação à estrutura organizativa da mídia oficial.

O princípio norteador das rádios livres era fazer com que o ouvinte se sentisse dentro e participante de um movimento: a qualquer momento (e sem que esse momento pudesse ser determinado a priori) ele poderia telefonar para a emissora para informar qualquer coisa que estivesse acontecendo à sua volta e ser colocado imediatamente no ar, sem qualquer censura, ou então se dirigir diretamente à emissora para dar o seu recado.(MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1987, p. 30).

As rádios livres eram comumente chamadas de “piratas”, entre as décadas de 1950 e 1980, devido a sua condição de ilegalidade perante o poder público, no entanto essas rádios resultavam de iniciativas de segmentos organizados da sociedade civil, sem fins lucrativos, já as verdadeiras emissoras piratas estão a serviço da publicidade comercial.

As chamadas rádios piratas⁴⁴, pioneiras na emissão de conteúdos sem autorização prévia, datam da década de 1950 e, inicialmente, são um fenômeno tipicamente inglês. São mídias que escapavam do marco legal para o setor de radiodifusão inglês e funcionavam sem permissão estatal, o que as colocava em um regime de existência ilegal. Outro aspecto importante é que essas mídias eram veículos de divulgação de publicidade comercial de grandes marcas notadamente norte-americanas. As rádios piratas inglesas e, depois, de vários países europeus eram financiadas por multinacionais como Ford, Lever ou American Tabacco que tinham interesse comercial no mercado europeu e precisavam fazer informes publicitários perfurando os monopólios estatais daqueles países que não permitiam veiculação de anúncios publicitários de multinacionais em seus canais. Além disso, as empresas americanas introduziam no mercado de radiodifusão da Europa um estilo radiofônico norte-americano e não somente europeu. (MACHADO, MAGRI, MASAGÃO, 1987).

No entanto, as rádios livres, de fato, foram reconhecidas nos anos 1980 como mídias de contra-poder, de expressão democrática, de pertencimento local, instaurando uma prática comunicativa alternativa e participativa. Essas rádios estão presentes em várias regiões do globo, na América Latina, na América do Norte, na África, na Europa e na Ásia. Em cada uma dessas

⁴⁴ Na Europa, nos anos 1950, era comum algumas emissoras serem montadas dentro de barcos para emitir fora das águas territoriais dos países, como forma de burlar tutelas estatais. Isso acontecia com frequência na Grã-Bretanha. A rádio Merkur, inglesa, por exemplo, emitia nas costas de Copenhague (Dinamarca), a Nord nas costas de Estocolmo (Suécia) e outras adotavam o mesmo procedimento para funcionarem sem autorização do Estado. Nessas embarcações radiofônicas costumava ser erguida uma bandeira negra, como a dos corsários e esse ato simbólico remetia à pirataria nos mares dando origem por sua vez à expressão “rádios piratas”.

regiões receberam denominações de acordo com o contexto sociocultural e jurídico no qual cada país se insere.

Na América do Norte, como em alguns países na América Latina (Brasil e Colômbia), utiliza-se mais o termo “rádios comunitárias” para designar o pertencimento da rádio local a uma comunidade religiosa ou à sociedade civil, geograficamente limitada. Nos países de tradição legal anglo-saxão, a rádio local, também designada mídia comunitária, está atrelada ao significado do termo comunidade remetendo-se, assim, a um conjunto de pessoas que compartilham uma dimensão humana, um assento territorial e um poder de ação local. A rádio livre é o termo utilizado na Europa latina para colocar em destaque um espaço de liberdade da palavra fora das estruturas do Estado e da iniciativa privada comercial. As rádios educativas na África designam as experiências de utilização das mídias eletrônicas com finalidade de alfabetização e de desenvolvimento. Mas na América existem redes de estações educativas públicas, às vezes, ligadas a universidades. (LAFRANCE, 1995, p.40).

Na América Latina, esses meios de comunicação foram facilmente identificados como “rádios populares”, conhecidas por seu poder de demarcação e de luta face aos discursos autoritários difundidos nos veículos de radiodifusão tradicional. Essas mídias estavam, historicamente, atreladas aos movimentos de protestos coletivos contra o estabelecimento de poderes políticos e econômicos, como na época da ditadura militar nos países latino-americanos, a “guerrilha” na Bolívia e na Colômbia. Algumas inspiraram-se na “pedagogia do oprimido”, de Paulo Freire⁴⁵ (1971; 1997), o qual propôs a concepção da comunicação como diálogo, esclarecimento, educação, uma comunicação não transmissiva, distante da perspectiva dos meios de comunicação de largo alcance.

De alguma forma durante os anos 1970, as experiências das rádios locais eram compreendidas como um modelo de comunicação alternativa aos sistemas de radiodifusão centralizados pelo poder público ou pelas empresas privadas. Nessa época, as rádios livres não eram regulamentadas. Estavam à margem do sistema oficial de radiodifusores regulados pelo poder público porque não funcionavam a partir de concessões outorgadas pelo Estado para explorar oficialmente o serviço de radiodifusão na área onde atuavam. Mas, hoje, nos países onde

⁴⁵ Comunicação é diálogo na medida em que não é transferência de saber, mais um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1997). O conceito de comunicação dialógica, relacional, e transformadora de Freire perfila um modelo social comunicativo humano e libertador.

essas mídias contam com legislação, as rádios locais sem fins lucrativos se tornaram um modelo de comunicação previsto no quadro de políticas públicas adotadas pelo Estado para regular o setor de audiovisual.

A concretização da proposição de um modelo democrático para formular e implantar políticas de comunicação está associada a um movimento prévio de reformulação do conceito de tais políticas adotadas pelos Estados na execução de medidas regulamentares para organizar o mercado das comunicações. A perspectiva de um novo modelo de comunicação apoiado em um novo modelo de comunicação calcado na diversidade de vozes e de culturas é claramente enfatizada no Relatório MacBride (1983).

3.2 Relatório MacBride: democracia participativa e meios de comunicação

O debate sobre um novo paradigma da comunicação fundado sobre os eixos da participação, direitos humanos, democratização da informação teve lugar privilegiado na Cátedra da Unesco, nos anos 1970, com a formação da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, presidida pelo jurista irlandês Sean MacBride. Esta Comissão reunia 16 membros entre pesquisadores e intelectuais de países dos cones Sul e Norte ao redor de um projeto que discutia uma “nova ordem mundial da comunicação e da informação”, de acordo com pressupostos democráticos e a diversidade cultural que caracteriza cada país. A missão proposta pela Unesco era estudar a totalidade dos problemas da comunicação na sociedade moderna (PIERANTI, 2007). Desse estudo resultou um relatório conhecido como *Relatório MacBride* que apontou uma situação generalizada em vários países de concentração dos meios de comunicação e da informação a serviço da exploração, opressão popular e da injustiça social. Nesse quadro, as políticas de comunicação estavam mais a serviço de monopólios estatal ou privado do que da democratização da mídia.

A principal preocupação do grupo da Unesco era discutir os direcionamentos de políticas nacionais de comunicação que contemplassem o processo de democratização do fluxo informativo, abandonando os modelos extensionistas e difusionistas de inovações inspirados em teorias da manipulação e da persuasão. A formulação de políticas de comunicação se tornou, então, um desafio para vários países, inclusive para os latino-americanos, imersos em um modelo pouco democrático de governo de caráter totalitário, como as ditaduras militares instaladas na

América Latina a partir da década de 1960. O diagnóstico do mapeamento de sistemas de comunicação no mundo, realizado pelos membros da Comissão MacBride, apontou como grandes desafios: a viabilização do acesso e a participação de diferentes públicos à comunicação, em termos de produção de conteúdos, intensificação do caráter educativo e cultural dos meios de comunicação e a criação de infra-estrutura moderna de Comunicações que exigia a articulação de políticas públicas a partir do universo de novas regulamentações para o setor.

A necessidade de rever o modelo de fazer e pensar a comunicação exigiria também a participação conjunta entre Estado, mercado e sociedade civil (atores sociais) em um movimento em que seria inevitável o enfretamento político e ideológico desses atores num debate sobre uma nova ordem da informação. Esse embate, certamente, envolvia os conflitos de interesses resguardados por cada uma das partes envolvidas e uma reorientação da concepção de políticas públicas para as comunicações, a partir de um movimento de conciliação entre essa e o sentido de política.

O conceito de políticas nacionais de comunicação, inscrito no relatório MacBride, rompeu com os esquemas teóricos da comunicação que vigoravam até os anos de 1970, sob o auspício do acentuado caráter de mercadoria da informação. Para Peter Schenkel (1981)⁴⁶, o papel das políticas de comunicação é ordenar o sistema de comunicação de acordo com as necessidades prioritárias da sociedade, ou seja, de acordo com os interesses e bem-estar comum que uma sociedade em desenvolvimento requer. O conceito de políticas nacionais de comunicação deve abarcar todos os aspectos e potencialidades de um sistema de comunicação e se adequar ao caráter convergente das comunicações. Nos termos de Schenkel⁴⁷,

⁴⁶ Schenkel (1981) parte do pressuposto de que a comunicação social não se limita somente aos meios tradicionais e seus conteúdos, mas inclui o sistema das telecomunicações, o fluxo de notícias, a publicidade, a informática, o universo editorial, o jornalismo, pesquisas em comunicação, formação de jornalistas, comunicação institucional, interpessoal.

⁴⁷ Schenkel destaca que na elaboração de PNC devem-se fixar as linhas de temas fundamentais para esse processo: a) recursos para o desenvolvimento da comunicação; b) o papel do Estado como promotor de processos de comunicação e sua inter-relação com o setor privado; c) os direitos e liberdades que devem governar a esfera da comunicação; d) o emprego das modernas tecnologias de comunicação e e) a defesa dos valores nacionais e a diversidade política e cultural que devem caracterizar os processos de comunicação. O autor avalia as PNC implementadas no Brasil, ao lado da Argentina e do Chile, nos anos 60 e 70, como coniventes com o regime ditatorial, sistemas tradicionais de economia de mercado e grandes injustiças sociais, empreendidas por poderosas oligarquias nacionais e transnacionais. Antes, no Chile e no Peru essas políticas eram marcadas pelo caráter socialista e estatizante. O eixo teórico do trabalho escrito por Schenkel está apoiado na premissa de que autênticos processos de desenvolvimento e mudanças devem ser promovidas dentro da base de ordenamentos democráticos da sociedade com pleno respeito ao pluralismo ideológico e aos direitos e liberdades fundamentais do homem. O autor

Uma política nacional de comunicação é um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação harmonizadas em um corpo coerente de princípios e normas dirigidas a guiar a conduta das instituições especializadas no manejo do processo geral de comunicação em um país. (SCHENKEL, 1981: 17).

O pensamento comunicacional de Schenkel reflete as discussões sobre uma “nova ordem informativa mundial”, ressaltando a articulação de um novo paradigma de comunicação baseado nos pilares: direito à comunicação, comunicação como recurso, comunicação horizontal e participativa. Nesses termos, a constituição de um modelo de comunicação participativa significa o envolvimento do público na produção e no manejo dos sistemas de comunicação locais, regionais ou até nacionais. Mas essa reforma no modo de fazer e pensar a comunicação está vinculada a políticas públicas mais condizentes com a realidade sócio-econômica de diferentes populações e ao estímulo de modelos de comunicação para o desenvolvimento.

O esforço reflexivo realizado pela Comissão MacBride redundou na proposição de uma construção conceitual de políticas públicas de comunicação baseado em um sistema menos centralizado de comunicação, levando em consideração necessidades locais, o pluralismo ideológico e os direitos e liberdades fundamentais do homem.

No entanto, essas premissas encontram movimentos históricos de oposição liderados, em grande parte, pelos grupos privados hegemônicos de mídia que resistem a debates e se apóiam em argumentos como perda de liberdade de imprensa, socialização dos sistemas e processos de comunicação, com prejuízo para indústria da informação. Nesses termos, a proposta de um novo paradigma para as Comunicações não reside na estatização e socialização dos meios, mas as políticas nacionais de comunicação demandam que a mesma liberdade de expressão e de imprensa que gozam os meios privados desfrutem também os grupos sociais (SCHENKEL, 1981, p. 99).

não defende a onipotência do Estado e muito menos o monopólio exercido pelo setor privado, mas as políticas de comunicação como reflexo de uma compatibilidade dos interesses divergentes na sociedade em benefício do bem da comunidade.

3.3 As rádios livres na Europa e na América Latina

A proposta de uma comunicação indenpende de poderes locais, criativa e autônoma em relação a modelos culturais padronizados seria uma das linhas de justificação de uma radiodifusão local, de alcance restrito, não comercial, voltada para o tratamento de realidades locais específicas. Essa perspectiva orientava o movimento de rádios comunitárias nos anos 1970, período de grade difusão das rádios livres na Europa e América Latina.

3.3.1 As rádios livres na Europa

O movimento das rádios livres na Europa, nos anos 1970, esteve inscrito em um contexto internacional vinculado às iniciativas de comunicação participativa e à procura de políticas públicas de comunicação que dessem lugar a grupos sociais e culturas minoritárias. No cenário mundial da situação de controle centralizado dos meios de comunicação, as rádios livres pareciam propor um modelo próprio de transversalidade do processo de produção e distribuição de informações em cada país. Então, rapidamente, essas mídias foram associadas a instrumentos para expressão de movimentos sociais e culturais na sua diversidade, com a missão de colocar em prática iniciativas em direção à paz, à amizade entre os povos, a expansão da democracia, e ao desenvolvimento de uma ética referenciada na Declaração Universal dos Direitos do Homem, sobretudo no que concerne ao direito de todos de informar e ser informado⁴⁸. De acordo com o artigo 19 da Declaração: “Todo o homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras.” (DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS DO HOMEM, 1948).

O historiador Jean-Nöel Jeanneney (2001) conta que um capítulo importante da história da mídia na Europa foi o desenvolvimento das rádios livres enquanto instrumentos de comunicação portadores de um espírito de liberdade de expressão. A Europa conheceu a

⁴⁸ Aluizio Ferreira (1997) esclarece que direito à informação tem como faculdade receber informação e é pressuposto do direito à comunicação, que, por sua vez, corresponde às faculdades de procurar, receber e difundir informações. O autor ainda ressalta que a liberdade de expressão refere-se ao direito de transmitir livremente qualquer informação e emitir publicamente suas opiniões, atribuído a todo povo, mas institucionalizou-se nos veículos de massa, mas trata-se de um direito de todo cidadão, não apenas das empresas de comunicação.

experiência desses meios de comunicação a partir dos anos 1970. O ancestral das rádios livres européias é a Rádio Véronique, uma estação holandesa que começou a fazer emissões em 1960 ao longo da costa do País Baixo. Mas, segundo Jeanneney, foram os britânicos, em 1964, com a Rádio Caroline que começaram a experiência de difusão de programas em antena livre.

O termo rádio livre, enquanto mídia privada de expressão livre criada em meio à sociedade civil, nasceu na Itália nos anos 1968-69. Nessa época, o Grupo Danilo Dolci emitia clandestinamente na Sicília a partir da cidade de Partinico denunciando em praça pública as injustiças das quais os cidadãos do vilarejo de Belia eram vítimas. Mas, foi em meados dos anos 1970 que as rádios locais privadas italianas se desenvolveram, apesar do monopólio estatal sobre os meios de comunicação audiovisuais. De acordo com Hugues Lepaige (1977), o movimento das rádios livres na Itália começa, de fato, em 1975. A criação da rádio livre Alice, em 1974, na cidade italiana de Bolonha se tornou um marco histórico da difusão das emissoras alternativas de caráter político-cultural. Nos termos de Guattari, “A originalidade de Alice era a de ultrapassar o caráter puramente ‘sociológico’, digamos assim, das rádios independentes, e de se assumir como projeto.” (GUATTARI, 2005, p. 200).

Uma outra emissora emblemática no quadro das rádios livres italianas é a rádio Popolare, criada por militantes de diferentes facções políticas e sindicais da esquerda italiana, em 1976, na cidade de Milão. Essa rádio funcionou desde sua origem a partir de um sistema de gestão cooperativa e “se impõe como uma das importantes entre as centenas de rádios de esquerda dedicada à informação ...” (LORRAI, 2006). As rádios italianas se enquadravam em três tipos elementares: rádios comerciais; estações criadas por amadores e rádios alternativas, ligadas ou não a grupos políticos. O caso italiano é também emblemático porque se trata do primeiro país da Europa onde as rádios livres foram regulamentadas. Em 28 de julho de 1976, a Corte Constitucional italiana se pronunciou para reafirmar o monopólio da empresa estatal Radiotelevisione Italiana - RAI sobre o plano nacional, mas reconheceu o direito de existir às rádios e televisões locais abertas a todos os cidadãos, não somente aos grupos e às associações.

A última onda de rádios livres no continente europeu se deu nos anos 1990 na região dos países que formavam o bloco socialista até a queda do Muro de Berlim. O desmantelamento da ex-União Soviética e o declínio dos regimes socialistas na Europa do Leste favoreceram um cenário político para o desenvolvimento de experiências de rádios comunitárias, especialmente na Ucrânia, Bósnia e Eslovênia (SOLERVICENS, 2006).

3.3.2 As rádios livres na América Latina

Como mencionado, as rádios livres, compreendidas também como piratas, desde sua origem na Europa, oscilam entre finalidade publicitária, como negócio rentável, como um veículo para divulgação de mercadorias e suas marcas, como também são percebidas pelas suas atribuições sociopolíticas e culturais, vinculadas a movimentos sociais, protestos coletivos, comprometidas com o questionamento do monopólio estatal ou privado dos meios de comunicação, inspiradas na perspectiva do exercício direto da democracia. Na América Latina, o movimento das rádios livres é marcado pela história pós-colonial da região e está fortemente associado a movimentos pelo desenvolvimento social e humano dos países pobres latino-americanos.

As rádios locais surgem, em geral, nesse continente como porta-vozes de povos marginalizados, como indígenas, trabalhadores rurais, mineiros, operários nas cidades, para servir a propósitos educacionais (alfabetização de crianças e adultos), revolucionários (difusão de manifestos de guerrilhas), sindicais, mineiros (luta por melhores condições de trabalho, salários), contraposição a ditaduras, reconhecimento de culturas, contra-informação e outras motivações (GRIBERG, 1987).

A aventura das rádios livres latino-americanas desponta já na década de 1940 com a rádio Sutatenza, na Colômbia, inaugurada em 1947, com o propósito de atuar como mídia a serviço da educação a distância. Fundada pela Igreja Católica, a rádio tinha como principal objetivo a alfabetização de populações campesinas, inicialmente no povoado de Sutatenza e depois suas emissões alcançaram Bogotá e Medellín. Essa emissora recebia suporte financeiro de organismos internacionais e igrejas católicas européias e contava com o apoio da Unesco.

No início da década de 1950 surgem as rádios guerrilheiras em Cuba. A rádio Rebelde⁴⁹, criada por Che Guevara é o ícone desse gênero de emissoras que se disseminaram pela América Central naquela década, especialmente na Nicarágua e em El Salvador. Essas rádios são porta-vozes de diretrizes ideológicas voltadas para o discurso da transformação através de revoluções, cujos princípios estavam atrelados à crítica e à rejeição ao modo de vida capitalista.

⁴⁹ A rádio Rebelde fazia emissões de caráter político-militar difundindo por todo território nacional informações dos rebeldes a partir de uma abordagem não difundida pela mídia oficial cubana da época. Essa rádio contava, no final da década de 1950, com 32 repetidoras as quais formavam a “Cadeia Liberdade”, todas comprometidas com os ideais da revolução cubana.

Ainda nos anos 1950, surgem na Bolívia as chamadas rádios mineiras, criadas por trabalhadores da mineração, questionadores dos velhos partidos e sindicatos, funcionando como núcleo de aglutinação política e cultural desses trabalhadores. Essas mídias também tinham fortes vínculos com movimentos revolucionários que se espalhavam pela América Latina na época e se constituíam em instrumento alternativo de intervenção política (rádio Vanguardia, rádio Sucre, rádio Bolívar). No início da década de 1970, se formou uma rede com 26 emissoras sindicais mineiras espalhadas por toda Bolívia (CAMACHO, 1987). As rádios mineiras exerciam dois tipos de atuação nos distritos onde funcionavam. Em tempos de paz eram mídias participativas, a serviço da população que utilizava as emissoras para os mais variados propósitos, desde informes locais à difusão de eventos. Em momentos de conflitos, eram as únicas fontes de informações extra-oficial, não controladas pela ditadura militar instalada na Bolívia. Essas mídias foram financiadas, mantidas e operadas pelos próprios mineiros, sendo “Esta uma das razões pela qual elas são, ou foram, tão únicas.” (DAGRON, 2005). O declínio dessas emissoras bolivianas se deu na década de 1980 com o esfacelamento dos sindicatos e mudanças de rumos econômicos no país que promoveu a decadência da mineração como atividade econômica fundamental para exportações bolivianas.

Na década de 1960, se destacam as chamadas rádios-escola no México, seguindo os moldes da rádio Sutatenza colombiana. A primeira emissora comunitária educativa mexicana foi a rádio Huayacocotla, criada em 1965, com o objetivo de promover educação básica a distância em regiões de difícil acesso. A emissora era financiada pela Igreja Católica e tinha o apoio de entidades internacionais como Unesco e Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC). Huayacocotla foi a pioneira de uma série de experiências de escolas radiofônicas que se difundiram pelo país atingindo o número de 126, em 1969. A rádio Huayacocotla passou por várias etapas de estruturação, sem perder sua identidade educativa e participativa, gradativamente se tornou portadora das mensagens e línguas de povos indígenas e da luta pelos direitos humanos na região (RUIZ, 1995). Em 1995, foi lacrada pelo governo mexicano sob a acusação de contribuir para a luta zapatista.

Por último, no Peru, na década de 1960, surge a Radio Quillabamba. Também mantida por ordens religiosas, essa emissora teve como objetivo o desenvolvimento rural em uma localidade habitada por índios, a partir da organização comunitária (LOPEZ e HOEBERICHTS,

1999). A emissora ficou conhecida pelo seu comprometimento com programas de educação popular e lutas sociais em prol de populações andinas do sul peruano (MOORE, 1991).

No capítulo subsequente, será possível perceber que as origens e trajetórias das rádios livres, conhecidas como mídias comunitárias no Brasil, não têm, em geral, vínculos com lutas revolucionárias, movimentos sindicais, projetos de educação popular financiados por organismos internacionais ou Igrejas. Embora as rádios brasileiras estejam, em grande parte, inscritas em contextos de pobreza e exclusão social, essas surgem por diversas motivações: práticas amadoras de comunicação livre, difusão de ideologias político-partidárias ou religiosas (ou as duas coisas juntas) ou estão atreladas a iniciativas de contestação de um modelo hegemônico de fazer comunicação, do sistema de concentração da propriedade dos meios de comunicação no país ao direito do cidadão de comunicar e atender sua comunidade com um serviço local de comunicação.

4 AS RÁDIOS ASSOCIATIVAS NA FRANÇA E AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO BRASIL: ESTUDO DE CASOS

... para descobrir o positivo da radiodifusão, uma proposta para mudar o funcionamento do rádio: é preciso, transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. (BRECHT, [1927-1932], 2005, p. 42).

Neste capítulo serão abordadas as rádios associativas francesas e as rádios comunitárias brasileiras, desde uma perspectiva histórica e normativa para localizar a origem e lógica de funcionamento dessas mídias em suas regiões, isso para melhor compreender a performance de cada uma das dez emissoras estudadas em profundidade na França e no Brasil. Cada uma das rádios pesquisadas se constitui em “mundos sociais” singulares que guardam, em proporções diferenciadas, aproximações com o espaço público e suas dimensões discursivas e democráticas. São espaços que resultam de demandas históricas por liberdade de expressão, formados por manifestações cívicas, opinativas, empresariais, confessionais. Na verdade, são mundos onde se difundem diferentes lógicas de ação.

4.1 Rádios associativas na França: história e legislação

A história das rádios livres francesas começa em 1969 com a rádio Campus, na região Nord-Pas-de-Calais, na cidade de Villeneuve d'Ascq. Esta rádio foi criada por estudantes de engenharia da Universidade de Lille. Mas, a França conheceu de fato a explosão significativa das rádios livres em 1981, a partir da liberação das ondas. O percurso dessas estações nesse país é marcado por movimentos sociais, políticos, ecológicos e protestos coletivos, com um forte caráter esquerdista.

Segundo Jean-Jacques Cheval (1997, 2006), o movimento das rádios livres na França ultrapassa, na sua base, as suas manifestações e suas implicações no domínio da radiodifusão. Para Cheval, “Expressão radiofônica participante de uma aspiração a uma comunicação diferente, alternativa, as rádios livres são resultados de mecanismos sociais, políticos ou culturais profundos e diversos” (CHEVAL, 1997, p. 65).

As rádios livres presidiram um movimento pelo reconhecimento do direito à comunicação livre. Inicialmente, os ideais políticos dominavam a FM, mas com o avanço dessas emissoras no país elas aparecem vinculadas a causas relacionadas aos direitos humanos. Lutas contra a discriminação, meio ambiente e outros protestos coletivos lideram projetos e programações dessas mídias. De acordo com François Cazenave (1984, p.69), “Diferente dos postos privados de antes da Guerra, essas rádios não oficiais e não comerciais são cada vez mais instrumentos politizados”. Para o autor, a rádio livre foi feita por amadores em eletrônica e por teóricos da comunicação que se encontravam seduzidos por um instrumento que permitia a vários indivíduos emitir em direção a outros.

Para Jean-Bénétière e Jacques Soncin (1989), na França as rádios livres nos anos 1980 desempenharam o papel de ajudar as regiões a encontrarem a sua identidade. Essas emissoras eram implicadas em processos de protestos coletivos e lutas sociais cujos membros estavam motivados pelo engajamento militante e pelo voluntariado⁵⁰. As rádios livres estavam fortemente em oposição ao monopólio estatal sob o setor audiovisual.

As comunidades saídas de imigração vão poder dispor de um meio de expressão cultural e informativo. Os velhos e os deficientes físicos vão exprimir nesse espaço suas preocupações. Os artistas terão enfim uma mídia para divulgar seu talento. Essas rádios serão assim um lugar importante de debate político, animado com um rigoroso respeito ao pluralismo que englobará mesmo as formações mais marginais (BÉNÉTÈRE e SONCIN, 1989, p.19).

Durante os anos 1970 havia um movimento significativo da esquerda francesa para desenvolver o setor das rádios locais no quadro do serviço público. Mas uma grande linha divisória separou as opiniões sobre o papel desempenhado pelas rádios locais na França. A esquerda política francesa ficou dividida sobre o tema da liberalização das ondas.

Em 28 de junho de 1979, o Partido Socialista entra em um movimento contra a repressão das rádios livres. François Mitterrand intervém nessa época em uma estação pirata, a Radio Riposte, em Paris, durante uma emissão chamada *La mainmise du pouvoir sur les ondes*.

⁵⁰ Podemos anunciar alguns exemplos de engajamento das rádios livres nos anos 1970 na França questões sócio-políticas: 1) em junho de 1976, a primeira rádio livre da região de Rhône-Alpes emite na banda FM de Grenoble a Lyon para preparar um movimento antinuclear em Malville, previsto para 3 e 4 de julho, em seguida; 2) em 13 de maio de 1977, a primeira emissão da Rádio Verte foi realizada em Paris onde os ecologistas deram a palavra aos moradores de vários bairros; 3) em 4 de junho de 1977, na Alsácia, a Rádio Verte Fessenheim, que foi contra à implantação de uma central nuclear na região, difunde sua primeira emissão em francês alsaciano e em alemão se contrapondo a essa instalação.

Mitterrand defendia a descentralização do sistema audiovisual francês. Em 1980, o governo permite a Radio France implantar emissoras descentralizadas por todo território nacional (Fréquence Nord e Radio 7 e depois Radio Mayenne e Radio Melun). Após a eleição de Mitterrand, em 1981, se dá o fim do monopólio estatal sobre a radiodifusão e, em seguida, a criação das rádios locais privadas foi autorizada pelo Executivo. A partir desse momento, a Haute Autorité de l'Audiovisuel, como organismo regulador do sistema francês de radiodifusão, começa a deliberar autorizações provisórias às rádios livres que existiam no território francês. Este foi o marco legal do processo de regulamentação das rádios locais privadas na França.

4.1.1 O quadro normativo e a regulamentação das rádios livres francesas

No quadro de políticas públicas de comunicação concernente ao funcionamento das rádios locais privadas na França destacam-se cinco medidas fundamentais: 1) a lei de 9 de novembro de 1981 que autoriza a extinção do monopólio estatal sobre as rádios locais privadas; 2) a lei do audiovisual de 29 de julho de 1982 que descentraliza o sistema audiovisual francês e permitiu a autorização de estações privadas de proximidade; 3) a criação do Fundo de Suporte à Expressão Radiofônica – FSER; 4) a promulgação da lei de 1º de Agosto de 1984 que autoriza as rádios associativas a se beneficiarem de publicidade e 5) a criação do Conselho Superior do Audiovisual – CSA, em 1989. Ainda em 1981, o senador socialista G. Delfau fez aprovar uma emenda autorizando as rádios privadas a fins não lucrativos utilizarem recursos publicitários no limite de 20% da sua receita total a se beneficiarem do FSER.

Na França não há uma lei específica que disponha sobre rádios locais não lucrativas, mas uma lei geral que trata de todo o setor audiovisual, a chamada Lei de Liberdade de Comunicação (2000-719, de 1º de agosto de 2000)⁵¹, mais precisamente seus artigos 28 e 80. Esse documento teve origem na Lei de Liberdade de Comunicação (82-652) e sofreu três alterações para adequar a legislação às novas demandas e necessidades sociais e de ordem técnica até chegar à versão atual de 2000.

⁵¹ A nova lei de 2000 também estabelece um novo espaço para as televisões locais. O documento abre a possibilidade para as coletividades locais administrarem a gestão do canal de acordo com objetivos e meios claros e contratuais e para as associações sem fins lucrativos criar televisões de proximidade. O governo se comprometeu a incentivar o desenvolvimento de televisões cidadãs de proximidade. (www.culture.gouv.fr/culture)

As leis de 1982 e 1984: o fim do monopólio estatal sobre o sistema de radiodifusão francês

A lei de 9 de novembro de 1981 foi consagrada como o marco da liberdade de comunicação audiovisual na França, mas somente com a lei de 29 de julho de 1982, houve, de fato, a quebra do monopólio do Estado sobre o setor audiovisual francês. Essa mudança no quadro normativo que disciplina a radiodifusão francesa possibilitou que associações, regidas pela lei de 1901⁵², demandassem uma frequência de rádio para funcionar na categoria de rádio privada local. A legislação de 1982, a princípio, proibia essas mídias de captar recursos publicitários e de difundirem mensagens pagas.

A lei 84/742 de 1º. de agosto de 1984 permite o acesso das rádios locais privadas sem fins lucrativos à publicidade comercial, revogando assim as leis de novembro de 1981 e de julho de 1982. Então, as rádios locais privadas podem ser enquadradas em três estatutos jurídicos, segundo seu financiamento: a) o estatuto associativo sem recursos advindos da publicidade; nesse caso podem apelar para subvenções e ao fundo de ajuda a essas rádios (FSER); b) o estatuto associativo com recursos à publicidade e c) estatuto da sociedade matriculada com registro de comércio, com a necessidade nesse caso de declarar à Haute Autorité a intenção de recorrer ao financiamento publicitário (artigos 81 e 81.2 da lei de 1982).

Na lei francesa do audiovisual não se utiliza o termo “radiodifusão comunitária”, como nos países de tradição legal anglo-saxônica, para se referir às rádios locais não-comerciais, mas sim o conceito de rádio associativa. Essas rádios são consideradas por lei um serviço privado, assim como as rádios comerciais de vocação local independente (B); as rádios comerciais de vocação local afiliada (C); as rádios comerciais de vocação nacional e temáticas (D) e as rádios comerciais de vocação nacional generalistas (E).

No entanto, as emissoras associativas, embora sejam privadas, têm caráter não comercial. A legislação francesa enquadra esses meios de comunicação na categoria (A) de serviços privados não-comerciais. Suas programações de interesse local, fora publicidade, devem apresentar um mínimo de quatro horas por dia de difusão de conteúdos próprios entre 6h e 22h. Para o resto do tempo, elas podem, eventualmente, recorrer a um fornecedor de programas

⁵² A Lei de 1º. de Julho de 1901 regulamenta a criação e funcionamento de associações na França. Essa lei ratifica o direito civil e político do cidadão francês de se associar a seus concidadãos para empreendimentos cívicos, políticos, sociais, culturais. De acordo com o artigo 1º. do documento, “A associação é a convenção pela qual duas ou mais pessoas colocam em comum de uma maneira permanente seus conhecimentos ou sua atividade com o objetivo de compartilhar benefícios. Ela é regida quanto a sua validade, por princípios gerais do direito aplicável aos contratos e obrigações”.

identificado na condição de que este pertença à categoria A e que o empréstimo seja gratuito; ao serviço público como a Radio France International-RFI- ou a bancos de programas, como o mais importante deles na França, o Banque d'Échanges et Productions Radiophoniques – l'EPRA⁵³.

Em geral, as rádios associativas que fazem uso das emissões do EPRA desenvolvem produções radiofônicas de proximidade à destinação de populações saídas de processos migratórios ou em direção às populações sensíveis a esse tema.

Em contrapartida, além de cumprirem as determinações enquanto empresas não lucrativas, essas emissoras estão sujeitas, assim como todo sistema de radiodifusão francês, à obrigatoriedade de veicular um percentual mínimo⁵⁴ de exibição de conteúdos como músicas, que representem a cultura nacional e as diversidades étnicas do país. Os dois órgãos públicos que garantem o desempenho do sistema audiovisual francês são: o Ministério da Cultura e das Comunicações⁵⁵ e o Conselho Superior do Audiovisual (CSA). Esse último conta também com a estrutura dos chamados Comitês Técnicos Radiofônicos – CTR⁵⁶, instalados em 12 regiões da França Metropolitana e nos territórios franceses do além mar.

A solicitação para explorar o serviço de rádio associativa pode ser feita por associações, fundações que declarem suas intenções e objetivos, de acordo com o previsto na lei e as orientações do CSA. As rádios podem operar em um raio de 15 a 30 km de extensão.

Em relação às rádios locais privadas, o Conselho implementa uma política pública de comunicação voltada para a garantia da salvaguarda do pluralismo de expressões sócio-culturais,

⁵³ Trata-se de uma associação regida pela lei de julho de 1901 cujo objetivo é a manutenção de um banco de programas radiofônicos em favor da integração na França das populações de imigrados ou saídos de processos migratórios no conjunto do setor radiofônico.

⁵⁴ No caso das rádios, a Lei que trata da liberdade de comunicação audiovisual de 2000 permite flexibilizar as quotas de canções francôfonas impostas aos radiodifusores. Desde 1994, as rádios devem difundir 40% de músicas francôfonas e, sobre estas quotas, 20% de novos talentos. Esta quota permanece para as rádios de caráter generalista, mas é diferente para as rádios especializadas que valorizam o patrimônio cultural, para estas o percentual é fixado em 60% de canções francesas, sendo 10% de novas produções e para as emissoras jovens, as quotas ficam em 35%, mas com 25% para novos artistas. (Lei 2000-719).

⁵⁵ O Ministério, entre outras missões, é o órgão responsável pela regulamentação (elabora leis) da exploração de serviços de radiodifusão na França. A regulação e liberação das concessões são algumas das atribuições do CSA.

⁵⁶ Conforme o artigo 29-1 da lei de 30 de setembro de 1986 modificada, os comitês técnicos radiofônicos – CTR – asseguram a instrução das demandas de autorizações de acordo com o artigo 29 e a observação da execução das obrigações que elas contraem. Esses comitês são responsáveis pela avaliação dos dossiês de demanda de exploração de frequências de rádios que concernem ao seu domínio. As operadoras autorizadas para a prestação do serviço radiofônico devem avisar ao CTR de sua região as eventuais mudanças de endereço, de nome, de programas, de lugar de emissão, as modificações de capital ou autorização temporária. Os comitês analisam os relatórios de atividades e as contas dos serviços radiofônicos de sua área, procedendo às escutas de programas, recebem os operadores ou podem também visitá-los.

da promoção do desenvolvimento local, luta contra a exclusão, diversificação dos operadores e proíbe o abuso de posição dominante como as práticas que entravam a livre concorrência.

Segundo dados dos Comitês Técnicos Radiofônicos regionais, existem 547⁵⁷ (dados do CSA de 31 de dezembro de 2003) rádios associativas em funcionamento na França, o que representa 24,9% do total das frequências autorizadas pelo CSA.

Os CTR's funcionam como braços regionais do CSA, realizando um trabalho de fiscalização e controle dos conteúdos e comportamentos das rádios associativas que estão sob a sua responsabilidade. Para exercer essa tarefa, uma convenção assinada entre a emissora autorizada pelo Conselho Superior e o Comitê Técnico prevê que cada rádio deve depositar a cada ano um relatório de atividades, constando prestação de contas, estado financeiro do estabelecimento, assim como as atividades culturais, projetos desenvolvidos naquele ano pelo veículo de comunicação e a grade de programação atualizada. Além desse procedimento, o CTR acompanha a programação das rádios por amostra de emissões de rádios associativas, para verificar se as emissoras essas cumprem com as orientações em relação à qualidade de conteúdo, conforme previsto na lei. São interditas emissões que façam apologia à discriminação, tributo ao sectarismo, incentivos ao comportamento racista, à intolerância a diferenças culturais e práticas religiosas e ofensas a pessoas físicas ou jurídicas.

O financiamento das emissoras associativas

Com a legalização do funcionamento das rádios livres francesas, como rádios de associações, a partir de 1982, surgem mecanismos públicos para a subvenção desse sistema de comunicação. As fontes de recursos são objeto de debates públicos na esfera política e entre os órgãos representativos das rádios livres francesas. A polêmica torna-se ainda mais inflamada quando se trata da interdição, em um primeiro momento, e da limitação, em meados de 1980, da publicidade como fonte de receita dos operadores do serviço. Até hoje não há um consenso sobre o assunto, mesmo entre os dirigentes das rádios associativas.

De acordo com a legislação de 1982, essas rádios são elegíveis a fundos de financiamento que apóiam a expressão radiofônica, como o Fundo de Suporte à Emissão Radiofônica – FSER - criado pelo governo. Os recursos do fundo podem ser destinados à manutenção da emissora,

⁵⁷ O CSA mantém CRT's em doze regiões da França: Toulouse, Rennes, Poitiers, Bordeaux, Nancy, Clermont-Ferrand, Lille, Lyon, Paris e Marseille.

compra e renovação de equipamentos técnicos e instalações. O FSER é mantido por uma taxa parafiscal sobre as receitas publicitárias das rádios e televisões privadas comerciais. Mas, para que as rádios locais privadas que se beneficiam de verbas publicitárias recebam a ajuda do Fundo, elas devem obedecer ao dispositivo da lei 86-1067 de 30 de setembro de 1986 que limita em menos de 20% a publicidade sobre o total de receita da rádio.

O fundo de ajuda à expressão radiofônica propõe quatro categorias de subvenções às rádios locais sem fins lucrativos: 1) para instalações da emissora; 2) para funcionamento; 3) para o aumento dos recursos de funcionamento e 4) para compra de equipamentos. As demandas pelos recursos do FSER são examinadas pelo secretariado de gestão permanente do Fundo e em seguida são apreciadas por uma comissão⁵⁸, formada inclusive por representantes do movimento das rádios associativas francesas.

Os recursos do FSER representam uma fonte fundamental da receita de funcionamento das rádios associativas. Atualmente, a subvenção para manutenção da rádio local do tipo associativa está limitada em 40 mil Euros por ano. De acordo com a comissão do FSER, as rádios que desenvolvem projetos de “alta” qualidade podem ser contempladas com mais recursos em função de critérios específicos⁵⁹ que remetem à atuação exemplar de mídia associativa conforme determina a lei.

Segundo Catherine Mohr (1998), os três quartos de recursos financeiros das rádios associativas provêm de concursos públicos e de doações privadas. Além da ajuda garantida pelo Estado, a subvenção ao setor de radiodifusão associativa vem de fontes públicas que são alocadas por coletividades locais ou provêm do Fundo de Ação Social. Outras formas de subvenções são provenientes de organismos privados, entre os quais constam instituições religiosas, ações filantrópicas, cotas pagas pelos membros das associações que administram o serviço de radiodifusão. As receitas publicitárias representam, em média, 4% dos recursos financeiros disponíveis. Assim, para sobreviverem em seus meios sociais, as rádios associativas buscam parceiros institucionais. Os atores institucionais que gravitam em torno dessas mídias são

⁵⁸ A comissão do FSER é uma instância autônoma. Ela não é uma autoridade independente, nem um serviço do Ministério das Comunicações. Esta comissão é composta de um presidente, membro do Conselho de Estado, de quatro representantes das rádios associativas; de dois representantes dos recursos publicitários assim como de três membros cujas opiniões são consultados pelos: controlador do Estado, agente contábil do Instituto Nacional do audiovisual, representantes do Conselho Superior do Audiovisual.

⁵⁹ Os cinco critérios estão inscritos no Decreto no. 97-1263 de 29 de setembro de 1997.

numerosos (FSER, Ong's, Igrejas, templos, federações regionais). Desde 1983, o Fundo de Ação Social ajuda essas rádios lhes fornecendo os recursos iniciais para seu funcionamento.

As rádios associativas que desenvolvem projetos de integração e de combate à discriminação podem contar ainda com o financiamento do Fundo de Ação e de Suporte para a Integração e a Luta contra as Discriminações– FASILD e da Direção da População e da Migração – DPM. Essas entidades públicas apóiam projetos e manifestações culturais implementados por associações e coletividades locais sem fins lucrativos. O fundo DPM financia iniciativas que tratem da memória e dos arquivos sobre a imigração na França (publicações, sites de Internet, espaços para atividades culturais, científicas e associativas). Assim, “As rádios associativas são apoiadas pelo FASILD por serem consideradas meios de informação e difusão que valorizam culturas originárias de processo migratórios. Essas rádios traduzem a diversidade cultural do local e do território”, explica em entrevista Fadela Benrabia⁶⁰, diretora do FASILD da região Nord-Pas-de-Calais. Segundo a diretora do FASILD, a mídia oficial francesa não oferece espaço na sua programação à questão da luta contra a discriminação, que mereceria mais atenção já que se trata de práticas comuns na sociedade francesa. Nesse sentido, a diretora da entidade considera que as rádios associativas exercem um papel cultural e social importante, por se traduzirem em espaços abertos aos debates e às reflexões sobre temas relativos ao fenômeno da discriminação de pessoas saídas de imigração e sobre a memória dos territórios, suas histórias e diversidades culturais. “Essas rádios, através de seus programas, de sua grade de programação trabalham sobre a mestiçagem da sociedade francesa”, observa a diretora do FASILD.

As rádios financiadas hoje pelo FASILD, independente de sua data de criação, se inscrevem largamente na lógica que podemos caracterizar de atores do desenvolvimento social local. Nesse sentido, os mais velhos passam de toda maneira de um projeto freqüentemente militante e organizado ao redor de combates específicos a um projeto mais largo tanto em termos de públicos visados como de conteúdos de emissões. (LATAULADE, FROISSART e MELAS, 2002, p. 13).

Lataude, Froissart e Melas (2002), em pesquisa realizada sobre o vínculo das rádios associativas francesas com o desenvolvimento sociocultural local, destacam as mudanças em termos de projeto radiofônico e objetivos pelas quais as emissoras associativas foram levadas a

⁶⁰ Entrevista realizada pela pesquisadora com Fadela Benrabia, diretora do FASILD da região Nord-Pas-de-Calais, em junho de 2005, na sede regional da entidade, na cidade de Lille.

admitir diante das transformações em termos de comportamento e perfil social de seus ouvintes. O engajamento militante movido por causas social, política ou cultural não se traduz mais hoje como o motor para o funcionamento do setor das rádios associativas na França. No entanto, essas mídias ainda se constituem em espaços para expressão de diferenças, sejam elas em termos de opiniões, vontades, reivindicações, denúncias, reconhecimento, entre outras motivações.

Pascal Ricaud (2003), em pesquisa recente sobre o papel sócio-cultural das emissoras associativas em três províncias da região da Aquitânia, na França, sob influência do país Basco, atribui a esses meios de comunicação um papel fundamental no fortalecimento da identidade basca de forma diferenciada em cada uma das comunidades onde atuam. Segundo Ricaud, essas rádios ainda cumprem missão educativa e ajudam a formar redes de solidariedade. De acordo com Ricaud, toda rádio comunitária, de expressão basca, bretanha, catalã, sem esquecer as comunidades imigradas, não existiria se a sua diferença não fosse demarcada, fazendo entender suas reivindicações, falar dos problemas com os quais se confrontam língua e cultura.

As instituições nacionais representativas das rádios associativas francesas

No quadro do movimento das rádios privadas locais não lucrativas na França existem duas entidades nacionais que se legitimaram como as mais importantes instâncias representativas das emissoras associativas francesas: o Sindicato Nacional de Rádios Livres – SNRL – e a Confederação Nacional de Rádios Associativas – CNRA. Essas estruturas foram criadas e organizadas em função das necessidades e de interesses das rádios de categoria A. De acordo com o vice-presidente do SNRL⁶¹, Gilbert Andruccioli, militante do movimento nacional das rádios livres na França desde a década de 1970,

A gente guardou o nome de rádios livres, porque nós fazemos uma comunicação livre, sem vínculos com poderes político, econômico ou religioso. A gente diz que agora essas rádios são menos vinculadas à militância política ou sindical (...) Hoje a gente percebe que as rádios associativas colocam no ar mais música em sua programação. Elas fazem emissões generalistas, muito variadas como todas as rádios.

O SNRL e a CNRA são interlocutores fundamentais, junto ao Estado, de parceiros institucionais do governo, do FSER, em favor das emissoras associativas. Mas as duas entidades

⁶¹ Entrevista concedida à pesquisadora durante a convenção nacional do Sindicato de Rádios Livres, em Paris, em junho de 2005.

não compartilham as mesmas idéias, apesar do pertencimento à mesma luta pela continuação e o desenvolvimento sustentável dessas mídias. Além do sindicato e do conselho, existem também federações regionais e nacionais, às vezes temáticas ou confessionais, que desempenham o papel de espaços representativos das rádios associativas de suas regiões.

Os dois órgãos nacionais optaram por caminhos distintos, em certa medida divergentes, como também por políticas de orientação diferentes, sobretudo naquilo que diz respeito a posições ideológicas. Mas quando se trata da questão do financiamento público do setor de rádios associativas o SNRL e o CNRA se unem em defesa da sobrevivência dessas emissoras. “Temos orientações diferentes, mas nos grandes combates nos comunicamos, sobretudo quando dos debates sobre o FSER”, diz René Lavergne⁶², presidente da Federação das Rádios Associativas do Norte da França- FRANF, membro do CNRA.

A questão do financiamento assume lugar privilegiado nos espaços de debate sobre a dinâmica do sistema associativo de radiocomunicação francês. Tanto o sindicato quanto o Conselho compartilham a preocupação sobre os critérios e as restrições das subvenções do Fundo de Suporte à Expressão Radiofônica. Para as duas entidades nacionais, as rádios associativas francesas cumprem missões de serviço público, sendo assim atores socioculturais importantes nas localidades onde atuam.

Da parte do CNRA, o ponto crítico do debate sobre o dispositivo do financiamento dessas rádios está nas receitas necessárias do FSER para sustentar a economia das rádios de categoria A na França. Muitas emissoras associativas sobrevivem dos recursos financeiros concedidos pelo fundo, não contando com nenhuma outra fonte sustentável de receita.

Para o SNRL, hoje, o que compromete o financiamento das rádios de categoria A é a deturpação do princípio de equidade no procedimento de concessão dos subsídios do FSER. O sindicato defende um quadro legal que garanta a subvenção daquelas rádios associativas independentes e engajadas em projetos de comunicação social de proximidade, exibindo em grande parte programas próprios. Segundo o vice-presidente do SNRL, Gilbert Andruccioli, representante das rádios associativas na Comissão do FSER e Emmanuel Bouttarin⁶³, presidente do Sindicato, muitas rádios da categoria A, beneficiadas pelo fundo, difundem quase 20 horas por

⁶² Entrevista concedida à pesquisadora em abril de 2005, na sede da FRANF, em Lille.

⁶³ Entrevistas concedidas à pesquisadora em junho de 2005, em Paris, durante o Congresso Nacional do Sindicato das Rádios Livres da França.

dia de conteúdos de redes nacionais de rádios, como as rádios diocesanas integradas à Rede Rádio Cristã na França, repetidoras da Rádio Vaticano. Para o sindicato, essas emissoras não têm mais as características de rádios locais associativas independentes, como prevê a lei. “Não é justo financiar identicamente uma rádio independente, que realiza quase a totalidade de seus programas, e uma outra, caracterizada pela simples repetição local de uma rede nacional, que concede menos de 20% de programação própria local”, explicam o presidente e o vice-presidente do SNRL.

Nesse sentido, a revisão dos critérios de acesso e as garantias de continuidade dos dispositivos financeiros públicos de subsídio à radiodifusão associativa estão no centro dos debates sobre o futuro das emissoras não-comerciais francesas. Na verdade, temas ligados a regras e princípios deontológicos que orientam as diretrizes de cada operadora, assim como a questão da profissionalização do quadro de animadores e do serviço prestado pela própria rádio perpassam a discussão sobre o financiamento e a independência das radiodifusoras associativas.

O arcabouço regulatório das rádios associativas francesas: CSA e CTR's

Elemento constitutivo do sistema de regulação da radiodifusão francesa, o Conselho Superior Audiovisual – CSA – foi criado em janeiro de 1989. O CSA é definido como autoridade administrativa vinculada ao Estado, mas independente, e desfruta de uma certa autonomia em relação ao Executivo. As atribuições do Conselho comportam a gestão do espectro heretziano e de frequências, os poderes: normativo, de nomeação, sanção, controle e autorização dos operadores do audiovisual. O CSA, através dos Comitês Técnicos Radiofônicos – CTR – desempenha a função de regulação do setor do audiovisual na França. O CTR é um órgão de apoio técnico ao CSA para observar o universo radiofônico nas regiões e localidades do território francês. Ao todo são 16 CTR instalados na metrópole e na França além-mar.

O CSA e o CTR exercem o controle de um universo radiofônico formado por 1076 operadores de radiodifusão correspondendo às cinco categorias diferentes de rádios, entre as quais 547 (A); 149 (B); 360 (C); 17 (D) e 3 (E). De acordo com o artigo 29-1 da lei de 30 de setembro de 1986 modificada, os CTR's asseguram a instrução das demandas de autorizações previstas no artigo 29 e o acompanhamento da execução das obrigações determinadas pela lei. Essas entidades emitem avaliações em dossiês referentes concernem às rádios de sua região, em casos de demandas por mudança de nome, *bureau*, programação, lugar, modificação do capital ou autorizações temporárias. Os CTR's também analisam os relatórios de atividades e a

contabilidade dos serviços radiofônicos de sua região, realizam escutas sistemáticas de programas de rádio, recebem operadores de radiodifusão e fazem visitas às emissoras. O CTR se ocupa também do trabalho de controle dos conteúdos veiculados nos programas difundidos pelos operadores de radiodifusão, inclusive das rádios associativas. O Comitê presta conta de suas atividades ao CSA, por meio de relatórios periodicamente enviados ao órgão regulador. O Conselho estabelece regras de liberdade de expressão segundo o primeiro⁶⁴ artigo da lei de 30 de setembro modificada.

Tabela 1 - Porcentagens de frequências por categoria de rádio

| <i>CTR</i> | <i>Categoria A</i> | <i>Categoria B</i> | <i>Categoria C</i> | <i>Categoria D</i> | <i>Categoria E</i> |
|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <i>Marseille</i> | 20% | 8,9% | 25,9% | 29,5% | 15,7% |
| <i>Bordeaux</i> | 25,6% | 15,2% | 15,5% | 28,5% | 15,2% |
| <i>Dijon</i> | 29,9% | 10,9% | 19,4% | 25,4% | 14,4% |
| <i>Rennes</i> | 25% | 16% | 16,6% | 28,5% | 13,9% |
| <i>Lille</i> | 17,8% | 13,6% | 28,4% | 22,5% | 17,7% |
| <i>Lyon</i> | 25,7% | 16,5% | 17,6% | 27,8% | 12,4% |
| <i>Caen</i> | 21,3% | 15,8% | 20,4% | 32,5% | 10% |
| <i>Toulouse</i> | 32,2% | 14,5% | 19,5% | 21,1% | 12,7% |
| <i>Clermont</i> | 22,3% | 8,6% | 14,5% | 35,8% | 18,5% |
| <i>Poitiers</i> | 20,7% | 21,5% | 8,5% | 33,6% | 15,7% |
| <i>Paris</i> | 26,8% | 26,9% | 18,2% | 20,7% | 7,4% |
| <i>Nancy</i> | 23,8% | 12,4% | 22,4% | 26,7% | 14,7% |
| Total | 24,9% | 14,6% | 18,9% | 27,6% | 14% |

Fonte : elaborada pela autora a partir dos Relatórios de atividades do CSA 2003 e 2004.

⁶⁴ De acordo com o artigo 1º. da lei de 30 de setembro modificada pela lei no. 2004-669 de nove de julho de 2004, em seu artigo 109, a comunicação ao público por via eletrônica é livre. “O exercício desta liberdade não pode ser limitado a não ser pela medida requerida, de uma parte, pelo respeito à dignidade da pessoa humana, da liberdade de propriedade do outro, do caráter pluralista de expressão das correntes de pensamento e de opinião e, de outra parte, pela proteção da infância e da adolescência, pela salvaguarda da ordem pública, pelas necessidades de defesa nacional, pelas exigências do serviço público, pelos imperativos técnicos inerentes aos meios de comunicação, assim como pela necessidade, pelos serviços audiovisuais, de desenvolver a produção audiovisual. Os serviços audiovisuais compreendem os serviços de comunicação audiovisual tal como é definido no artigo 2 assim como o conjunto dos serviços colocando à disposição do público ou de uma categoria do público, obras audiovisuais, cinematográficas ou sonoras, quaisquer que sejam as modalidades técnicas dos serviços disponibilizados.” (JORF, de 10 de julho de 2004).

Cada animador da rádio privada é responsável pelo seu programa, sobretudo, em relação ao controle de conteúdo⁶⁵. Nas convenções assinadas entre o CSA e os operadores do serviço de radiodifusão privada, os artigos relacionados à deontologia ratificam os elementos notificados na lei, destacando as obrigações desses operadores. Então, “no quadro das emissões diretas e em caso de dúvida, os animadores devem interromper a difusão de acordo com os anseios dos ouvintes.”⁶⁶ No caso do ouvinte em uma determinada emissão sustentar propósitos racistas e pejorativos sem que, em nenhum momento, haja a interferência do animador intervenha para administrar a situação, contestar ou interromper esse tipo de comunicação, a rádio pode ser punida permanecendo um período sem funcionar. Nesse sentido, a lei é clara: “O titular da autorização deve preservar na programação o respeito à pessoa humana, à igualdade entre as mulheres e os homens e à proteção das crianças e dos adolescentes. É proibido programar emissões que contrariem as leis, à ordem pública, aos bons costumes ou a seguridade do país.”

Esse controle exercido pelo CSA tem o objetivo de assegurar o respeito ao público e o cumprimento das obrigações dos difusores nas veiculações de seus programas. Essas obrigações dizem respeito a seis domínios: 1) pluralismo e ética da informação; 2) contribuição de canais de televisão com o desenvolvimento da produção audiovisual e cinematográfica; 3) regime de difusão de obras audiovisuais e cinematográficas; 4) proteção da infância e da adolescência; 5) publicidade, apadrinhamento e tele-compras e 6) defesa e ilustração da língua francesa. As regras relativas a essas obrigações podem ter uma característica quantitativa ou qualitativa. Todos os anos, o Conselho prepara um relatório para prestar contas ao governo e ao parlamento de suas atividades e esse documento é colocado à disposição do público no site do CSA (www.csa.gouv.fr).

De acordo com o CSA, o controle exercido está vinculado ao respeito a regras relativas à concorrência e à concentração no setor de comunicação audiovisual. O controle, a cada ano, é

⁶⁵ O artigo 15 da lei no. 86-1067 de 30 de setembro de 1986 modificado precisa as missões do Conselho Superior do Audiovisual em matéria de controle da deontologia dos programas radiofônicos.

⁶⁶ O artigo 15 da lei de 1986 dispõe que “o Conselho Superior do audiovisual garanta a proteção da criança e do adolescente e em respeito da dignidade da pessoa nos programas colocados à disposição do público por um serviço de comunicação audiovisual (...). Ele garante que nenhum programa suscetível de denegrir gravemente o desenvolvimento psíquico, mental ou moral dos menores não seja colocado à disposição do público pelos serviços de radiodifusão sonora e de televisão”. Além desses princípios que regem a classificação indicativa do sistema audiovisual francês, um dos artigos da convenção assinada entre o CSA e os operadores radiofônicos estipula que “toda intervenção de caráter violento ou pornográfico ou de natureza podendo sinalizar atentado à dignidade humana é proibido.” (RELATÓRIO DAS ATIVIDADES DO CSA DE 2003, 2004, p. 87).

feito sobre em média 50 000 horas de programas das televisões nacionais que são observados. A análise crítica das emissões televisionadas regionais e locais, dos canais por cabo e por satélite, assim como das rádios públicas e privadas é realizada, principalmente, a partir de informações veiculadas pelos difusores e sondagens. Certos programas, notadamente das principais rádios, são objeto de registros permanentes. Mas, mesmos as rádios menores como as rádios associativas têm seus programas analisados. O CTR faz chegar ao seu *bureau* regional a grade de programação e os registros de algumas emissões das rádios selecionadas afim de que o Comitê tenha conhecimento sobre os conteúdos difundidos por essas mídias.

O controle sobre a programação das rádios locais privadas

As rádios locais privadas devem encaminhar ao CTR regional registros de suas emissões quando o procedimento for solicitado pelo CSA. Todos os anos, além de fornecer gravações de programas, cada rádio deve depositar no Comitê Técnico ao qual a emissora está vinculada relatórios de atividades e documentos financeiros. A desobediência às obrigações convencionais e às disposições legais, técnicas e regulamentares (disposições relacionadas à ordem pública ou à classificação indicativa, à publicidade local) permitem ao Conselho exercer seu papel de entidade reguladora das atividades audiovisuais, aplicando as devidas penalidades aos operadores.

Segundo Emmanuel Perret⁶⁷, encarregado da Missão da Direção dos Operadores Audiovisuais do CSA, é necessário que o Conselho realize o controle de conteúdos das rádios, sobretudo daqueles com vocação comunitária, sejam associativas ou comerciais, porque no quadro das mídias locais esses meios de comunicação têm uma audiência importante. Nos termos do funcionário do CSA, “Devemos estar atentos às potencialidades de poder no espaço das rádios comunitárias e generalistas associativas. Fazemos isso observando os conteúdos colocados no ar por essas rádios”.

Assim, naquilo que concerne à programação das rádios associativas, o Conselho exerce seu controle, particularmente, em relação aos compromissos assumidos pelas emissoras junto ao

⁶⁷ Entrevista concedida à pesquisadora em 13 de maio de 2005, na sede do CSA, em Paris. O encarregado de Missão da Direção dos Operadores Audiovisuais do CSA fez referência ao fenômeno das novas “seitas religiosas” (tal como Igreja Universal do reino de Deus) cujos membros propõem às rádios associativas uma emissão e em contrapartida eles pagam cotas ou subvenções à emissora. Este procedimento foi também evocado durante entrevista (em junho de 2005, em Paris) com uma brasileira, locutora e diretora da rádio associativa Arc-en-ciel, uma emissora comunitária portuguesa, na cidade de Orleans. Segundo a radialista, periodicamente a direção da rádio recebe de grupos religiosos vinculados à Universal projetos de emissões culturais “quando a gente vai ler o projeto trata-se de um programa religioso camuflado”, afirma.

órgão fiscalizador, os quais dizem respeito à execução de programas de interesse local cotidianos, correspondendo a três horas do total de emissões colocadas no ar. No decurso de 2003, o CSA determinou o fechamento temporário de sete emissoras e reduziu a duração de autorização de uma rádio por motivo de desrespeito às determinações contratuais por parte dos operadores.

O CSA sustenta que a aplicação dos critérios de seleção de dossiês de candidatura de exploração de uma frequência de rádio está baseada em princípios do pluralismo de correntes de expressões socioculturais e da diversificação dos operadores⁶⁸. Então, a partir do princípio de diversidade dos programas, inscrito no artigo 1º. da lei de 30 de setembro de 1986 modificado, os quais decorrem dos imperativos do pluralismo das correntes de expressão sociocultural e da diversidade dos operadores, o Conselho Superior do Audiovisual retém as candidaturas dos serviços que, pelo seu caráter local ou sua programação inédita, são suscetíveis de responder às expectativas do maior público possível em sua zona de atuação (FRANÇA, 2004, p. 150).

A decisão pelos critérios citados de seleção de demandantes de outorgas para exploração de serviço de radiodifusão associativa, acatada pelo Conselho de Estado, desde 1990, considera que a apreciação do financiamento e das perspectivas de exploração de um serviço constitui um critério determinante para avaliar os méritos de um projeto radiofônico. A partir deste fundamento, o CSA deve rejeitar uma candidatura caso a situação financeira da entidade demandante não ofereça nenhuma garantia quanto à sua própria capacidade de assegurar, de maneira durável, a exploração efetiva do serviço.

As regras sobre a publicidade e as quotas das canções francesas nas rádios associativas

Sobre o tema da publicidade e do apadrinhamento no que concerne às fontes de receita das rádios privadas locais, o artigo 8º. do decreto no. 87-239, de 6 de abril de 1987 dispõe que “as mensagens publicitárias devem ser claramente anunciadas e identificadas como tais”⁶⁹. As convenções assinadas pelas rádios com o Conselho retomam a obrigação de anúncio e de

⁶⁸ De acordo com o artigo 29 da lei modificada de 1986, “As declarações de candidatura são apresentadas seja por uma sociedade, seja por uma fundação, seja por uma associação declarada segundo a lei do 1º. de julho de 1901 relativa ao contrato de associação ou uma associação com fins não lucrativos regido pela lei local nos departamentos do Bas-Rhin, do Haut-Rhin e de Moselle.”.

⁶⁹ O artigo 14º. da lei de 30 de setembro de 1986 modificada confia aliás ao Conselho Superior do Audiovisual o “controle, por todos os meios apropriados, sobre o objeto, o conteúdo e as modalidades de programação das emissões publicitárias difundidas pelas sociedades nacionais de programa e pelos titulares das autorizações concedidas para serviços de comunicação audiovisual.”.

identificação das mensagens e precisam em várias passagens do contrato “As emissões não devem incitar a compra ou a locação de produtos ou serviços por intermédio de toda pessoa se exprimindo na antena e não podem, em particular, comportar referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços.” (FRANÇA, 2004, p. 121).

Com relação às quotas de canções de expressão francesa nas rádios privadas, as disposições relativas à difusão de canções francófonas na grade de programação das emissoras que figuram na alínea 2º. do artigo 28 da lei de 30 de setembro de 1986 modificado em 2001, permitem aos operadores escolher entre três opções: 1) ou seja, difundir 40% de canções de expressão francesa; 2) para as rádios especializadas na valorização do patrimônio musical, difundir 60% de títulos francófonos, das quais 10% devem ser de novas produções, com um mínimo de um título por hora em média; e 3) para rádios especializadas na programação de jovens talentos, difundir 35% de títulos francófonos, dos quais 25% ao menos do total provindo de novos talentos⁷⁰.

O quadro jurídico relativo à língua francesa no audiovisual sustenta que o CSA tem a missão de garantir o respeito à língua francesa inscrito nos cadernos das missões e de encargos das sociedades nacionais de rádio e de televisão e nas convenções anexadas às decisões de autorização dos difusores privados. As disposições inscritas na lei no. 86-1067⁷¹ relativas à liberdade de comunicação e na lei no. 94-665, de 4 de agosto de 1994, relativas ao emprego da língua francesa impõem às sociedades de rádio e televisão “a defesa e a ilustração da língua francesa.”. Essas obrigações são reafirmadas nos cadernos das missões e dos encargos das sociedades públicas de rádio e televisão: “promoção e ilustração da língua francesa ... uso e respeito à língua francesa ... qualidade da linguagem ...” com a indicação que “as sociedades devem prescrever os termos estrangeiros quando existir um equivalente em francês”. As

⁷⁰ De acordo com a alínea 2º. da lei de 30 de setembro, “A proporção substancial de obras musicais de expressão francesa ou interpretadas em língua regional em uso na França, que deve atender um mínimo de 40% de canções de expressão francesa, da qual a metade ao menos proveniente de novas produções, difundidas nas horas de escuta significativa por cada um dos serviços de rádio autorizadas pelo Conselho Superior de Audiovisual, pela parte de seus programas compostas de música de variedades.”.

⁷¹ O artigo 20-1 da lei no. 86-1067 de 30 de setembro modificada pela lei no. 2004-669 de 9 de julho de 2004, em seu artigo 34 II diz que: “O emprego do francês é obrigatório no conjunto das emissões e das mensagens publicitárias dos organismos e serviços de rádio ou de televisão, qualquer que seja seu modo de difusão ou de distribuição, com exceção de obras cinematográficas e audiovisuais em versão original. Sob reserva das disposições do 2º. bis do artigo 28 da presente lei, a alínea precedente não se aplica às obras musicais cujo texto é, por inteiro ou em parte, redigido em língua estrangeira. A obrigação prevista na primeira alínea não é aplicável aos programas, partes do programa ou publicidades incluídas nesses últimos que são concebidas para ser integralmente difundidas em língua estrangeira ou cuja finalidade é a aprendizagem de uma língua, nem às transmissões de cerimônias culturais.”.

convenções das rádios privadas não comportam nenhum artigo específico relativo à língua francesa, mas estas são submetidas às disposições das leis citadas.

Uma tipologia das rádios associativas na França

Para entender o universo das rádios privadas sem fins lucrativos na França é importante perceber que há basicamente dois tipos de estações associativas: aquelas que são uma atividade de comunicação de uma associação, neste caso a rádio é um setor entre outros de uma entidade regida pela Lei 1901 e as rádios que têm um fim em si mesmas, ou seja, aquelas cujas associações se traduzem em instâncias administrativas e são consideradas instrumentos locais de comunicação. Nesse caso a associação é a rádio e vice-versa.

Essas estações têm por vocação serem de proximidade, comunitárias, culturais ou escolares. Mas não se traduz em tarefa fácil enquadrá-las em uma tipologia precisa, porque cada uma delas obedece a um modo de funcionamento particular.

Na década de 1980 já havia uma paisagem diversificada de rádios livres na França. François Cazenave (1984) empreendeu uma iniciativa importante para tentar abarcar esse universo variado de radiocomunicação, classificando as rádios livres que se encontravam em funcionamento no país até meados dos anos 80. Segundo o autor, essas mídias podiam ser divididas em três categorias: 1) as rádios porta-vozes das lutas políticas; 2) as rádios porta-vozes das lutas sociais e 3) a “radio pela radio”, isto é, 100% musical.

Mas em 1998, a Direção do Desenvolvimento das Mídias do Ministério da Comunicação e da Cultura classificou as rádios associativas francesas em sete categorias. 1) as **rádios generalistas**, as mais numerosas, são ditas generalistas ou de proximidade e difundem magazines, entretenimento, informações, emissões de serviço, se endereçando ao público local indiferenciado; 2) as **rádios confessionais**, que constituem o segundo tipo mais numeroso, com recursos são mais elevados que a média e financiamentos, em grande parte por donativos e subvenções de instituições religiosas; 3) as **rádios comunitárias** que se endereçam a uma comunidade étnica, difundindo, inclusive em língua materna, programas culturais dos países de seus locutores; elas são implantadas em geral em zonas urbanas; 4) as **rádios regionais** visam um público que tem uma identidade cultural regional forte; 5) as **rádios de colégio-universitária** são conhecidas como emissoras que animam um universo estudantil; 6) as **rádios de centros sociais** são administradas por entidades sócio-culturais ou similares e 7) as **rádios municipais** surgem de

iniciativas das municipalidades, Prefeituras. Mas, independente do tipo de programação, essas rádios são suscetíveis aos benefícios do FSER.

Tratou-se até aqui da paisagem geral do setor de rádios associativas na França. No entanto, a proposta neste texto é apresentar os resultados da pesquisa realizada na região do Nord-Pas-de-Calais onde se encontram 22 emissoras locais privadas sem fins lucrativos. Essas mídias se enquadram em uma tipologia particular à situação geográfica e socioeconômica dessa região.

A paisagem das rádios associativas na região Nord-Pas-de-Calais

A aventura das rádios livres na região Nord-Pas-de-Calais começa no final da década de 1970, com a Rádio Campus. O caráter regionalista dessas emissoras, na região, se traduz em aspecto marcante da caracterização dessas mídias como meios locais privados, com o objetivo de promover uma comunicação de proximidade sem fins lucrativos. Mas, desde a origem dessas estações, dezenas delas desapareceram.

No Norte e no departamento de Pas-de-Calais até setembro de 2005, havia 22 rádios de Categoria A em funcionamento. Segundo os dados do Comitê Técnico Radiofônico – CTR de Lille, a porcentagem de estações nessa região tem diminuído sensivelmente desde a década de 1980. Em 1983, havia 71 rádios livres autorizadas pela Haute Autorité de l’Audiovisuel no Nord-Pas-de-Calais. Em 1988, elas não eram mais que 33 estações. O desaparecimento de certas rádios deve-se a cinco fatores principais: a desistência de associações em operarem o sinal; a caducidade de autorizações concedidas às operadoras; a não recondução do operador na categoria A; a mudança de categoria e, ainda, por desrespeito a regras estabelecidas pela lei.

O CTR de Lille lançou desde a sua instalação na região, em 1991, três chamadas para candidaturas nos departamentos do Nord e do Pas-de-Calais. Durante a última chamada, três rádios associativas da região desapareceram em função de descumprimentos de normas impostas pelo quadro legal aos operadores da categoria de serviço para a qual eles foram autorizados.

As rádios e seus projetos associativos

As emissoras privadas locais do Nord-Pas-de-Calais se beneficiam de estruturas associativas históricas e estáveis. Os presidentes ou diretores dessas associações são comumente responsáveis pelo funcionamento das estações. O voluntariado é a base do quadro de pessoal que

assegura o funcionamento em termos de animação e administração das rádios. Certos dirigentes dessas operadoras não são remunerados. Apesar da redução do subsídio dado pelo Estado às associações, notadamente a supressão de empregos jovens, essas emissoras ainda podem contar com assalariados remunerados por contratos públicos de inserção, de qualificação e ainda com pessoas que efetuam estágios de formação sem remuneração. Segundo o secretário executivo do CTR Lille, Bernard Défebvre⁷², “esses operadores das rádios associativas conservaram um papel social importante, permitindo qualificar e reinserir no segmento das pessoas jovens”.

As 22 rádios que funcionam na região Nord-Pas-de-Calais reagrupam um total de 76 assalariados e 789 voluntários, os quais são em geral pessoas desempregadas, aposentados, estudantes, profissionais liberais, membros de associações. Essas pessoas engajadas às emissoras associativas são de origem social, cultural, nacional, e étnica distintas.

Os meios financeiros

As rádios associativas no Nord-Pas-de-Calais obtêm seus ganhos financeiros de três fontes principais: o FSER, da municipalidade local (prefeituras) e de quotas e donativos de membros de associações. Os recursos vêm também de receitas publicitárias, das coletividades locais e da venda de produtos de comunicação elaborados pelas associações. Somente dez das 22 rádios da categoria A da região se beneficiam com publicidade. Desse total de emissoras quatro delas (Radio Rencontre, Canal Sambre Avesnois, Campus e Pastel FM) são subvencionadas pelo FASILD, já que essas desenvolvem programas pautados em temas sobre a discriminação, o racismo e a inserção sócio-cultural.

Essas rádios contam com uma entidade regional que representa seus interesses em vários domínios, a FRANF-Federação das Rádios Associativas do Norte da França, criada em 1991, estruturada sob a forma de associação de acordo com a lei 1901. A FRANF reagrupa 21 membros que pagam uma quota anual à federação para terem acesso a cursos, ateliês e formações técnicas destinadas aos animadores das rádios associadas à entidade regional.

⁷² Entrevista concedida à pesquisadora na sede do CTR regional do Nord-Pas-de-Calais, em Lille, em fevereiro de 2005.

Uma tipologia das rádios associativas no Nord-Pas-de-Calais

A partir da análise dos projetos radiofônicos, das programações e do grau de profissionalização de cada uma dos 22 casos de emissoras associativas estudadas na região Nord-Pas-de-Calais, tentou-se delinear uma certa tipologia das emissoras da região as quais correspondem a categoria A. A diversidade de propostas e do universo de representações culturais é a característica mais marcante desse sistema de comunicação. De início, a classificação dessas rádios obedece às tendências e os princípios do projeto radiofônico e da programação de cada uma.

Constatou-se a existência de rádios cujas emissões são feitas em língua estrangeira ou regional, segundo a origem do animador responsável pelo programa. Algumas emissões são veiculadas com a tradução simultânea. Este tipo de programação é considerado pelas rádios como iniciativas de valorização da identidade cultural das gerações de imigração e tornam possível um lugar de comunicação entre os imigrantes, seus países e sua cultura de origem.

Na verdade, essas estações são, majoritariamente, mídias musicais com certa feição generalista e laica. Mesmo existindo programas religiosos na grade de programação de algumas rádios locais não é possível afirmar que há rádios associativas confessionais no Nord-Pas-de-Calais. Mas, aparentemente, a categoria de “mídias generalistas” não constitui um tipo no qual pode-se enquadrar o conjunto de emissoras associativas da região. No entanto, a rubrica de mídia generalista, facilmente constatada no perfil dessas rádios de proximidade, não é suficiente para apreender as rádios associativas estudadas. Para chegar a uma certa tipologia foi necessário refletir sobre o funcionamento, a história, o percurso, a organização, a programação, os tipos de animação, os espaços disponíveis para a participação das pessoas anônimas e os públicos visados por cada rádio pesquisada.

Os projetos radiofônicos das emissoras estudadas são diversificados, o que torna rica a paisagem das rádios associativas do Norte da França. Diferente das rádios livres dos anos 80, hoje a classificação dessas mídias tornou-se um trabalho mais complexo por causa da tendência atual do modelo generalista que alimenta os programas standartizados. Mas, apesar da propensão a seguir um tipo Standard de programação, essas emissoras desenvolvem projetos inovadores. Na região Nord-Pas-de-Calais encontrou-se a seguinte tipologia:

- a) **Rádios generalistas musicais:** desenvolvem um projeto de animação local, dando um espaço significativo à programação musical variada, seguida de tendências musicais

contemporâneas. Mas, isso não impede que essas mídias ofereçam serviços à destinação da população local e implementem ações culturais originais voltadas para os auditores. Essas são as rádios mais numerosas na paisagem radiofônica da região;

- b) **Rádios comunitárias:** mídias que desenvolvem seu projeto voltado para uma população, em geral, saída de processos migratórios ou de grupos minoritários regionais. Normalmente, difundem programação em língua estrangeira. Não são raras as emissões destinadas a outras comunidades que fazem parte da paisagem cultural local. Essas rádios funcionam, antes de tudo, como um elo de comunicação entre os imigrantes e seu país e cultura. Na grade de programação há também debates sobre temas associados à imigração, à inserção sócio-cultural, ao racismo e à discriminação;
- c) **Rádios de comunidades interculturais:** rádios com um perfil próximo ao das rádios comunitárias, mas essas compartilham o espaço radiofônico de maneira equilibrada entre as diferentes culturas representadas na grade de programação. Elas enfatizam temas associados ao racismo, à discriminação de minorias, evocando sempre os direitos do homem e desenvolvendo ações sócio-culturais voltadas para seus ouvintes;
- d) **Rádios generalistas a temas:** são emissoras cujo projeto radiofônico propõe ações multitemáticas, mas com uma forte programação musical, cujas músicas difundidas refletem culturas de diversas nacionalidades. Os debates políticos, econômicos e as questões sociais mais universais são temas constantes à antena. Essas rádios reservam um espaço importante à palavra dos convidados, das associações, aos intelectuais, aos artistas locais e aos políticos e;
- e) **Rádios regionais ou de território:** são meios de comunicação orientados por um projeto radiofônico de afirmação da identidade regional ou territorial. Guardam aspectos de mídias generalistas, com a vocação de enfatizar as diferenças culturais que compõem a paisagem sócio-cultural local. Desenvolvem ações destinadas a populações imigradas, na verdade, emissões que falam do patrimônio e da memória local.

Entretanto, não se pode adotar essa classificação como tipos puros, apesar do esforço realizado para conceber essa tipologia baseada na pesquisa de campo. É possível dizer ainda que, em termos de programação, essas rádios fizeram a opção, de maneira deliberada ou não, de

adotar um formato musical com certos espaços para a livre expressão da palavra dos convidados, das associações locais, dos habitantes, dos atores sociais e culturais locais. Elas visam, em certa medida, uma audiência alvo, sobretudo no caso das emissões temáticas e vários públicos na sua zona de cobertura. A pesquisa foi feita em rádios que tratam de questões culturais, sociais, políticas e econômicas, em graus diferenciados, que dizem respeito à realidade local.

De um lado, essas emissoras abordam temas polêmicos, conflitos locais. Também são espaços onde situações conflituosas, dissensos se manifestam. Por outro, algumas delas pretendem ser um lugar convival e assim optam pela não difusão de programas de debates políticos que possam gerar e estimular disputas ideológicas no espaço associativo da rádio ou na comunidade de auditores.

O engajamento dos membros da diretoria e dos locutores, assim como o mapeamento de espaços de intervenção da palavra pública do cidadão, será tratado na análise dos casos específicos estudados a fim de subsidiar a identificação de espaços públicos episódicos os quais correspondem a pressupostos do conceito definido no corpo teórico deste trabalho. A tipologia dessas mídias na região estudada na França é um primeiro resultado do trabalho de compreensão e interpretação desses veículos e suas especificidades nas localidades onde atuam.

4.2 Os perfis das emissoras associativas na região Nord-Pas-de-Calais

No quadro das 22 (vinte e duas) emissoras associativas da região Nord-Pas-de-Calais, escolheu-se cinco delas, correspondendo aos critérios de uma amostragem teórica. Trata-se de casos representativos do modelo normativo de rádio da categoria A, assim como de um paradigma questionado pelas suas próprias contradições e desafios. Antes de tudo, as emissoras escolhidas estão inscritas dentro do universo evocado. Depois, apresentar-se-ão os resultados e constatações produzidos a partir da confrontação entre o quadro teórico, o funcionamento e o papel desenvolvido por esses meios de comunicações, onde se observa a manifestação de espaços públicos com episódios de luta contra a discriminação, a favor dos direitos fundamentais do homem, a favor do reconhecimento das diferenças culturais, denúncias, entretenimento, entre outros elementos. É importante ressaltar que para tornar possível as descrições dessas rádios, foram utilizados três processos de investigação sociológica: 1) a consulta dos arquivos das emissoras de categoria A da região Nord-Pas-de-Calais, junto ao CTR de Lille, o que levou ao

conhecimento dos perfis desses meios de comunicações na zona indicada ; 2) a investigação de campo com ajuda de entrevistas e aplicação de questionários junto aos radialistas e locutores das emissoras; e 3) a análise do conteúdo da grade de programação das emissoras contempladas neste estudo. Para complementar esse último procedimento, realizou-se a análise de alguns programas, enquadrando-os na categoria que trata dos temas sociais, políticos e culturais. Os programas que concedem a palavra aos ouvintes e às associações foram também analisados.

4.2.1 Rádio Pacot Lambersart

Identificação da rádio: história e estrutura de uma emissora de centro social

A Radio Pacot Lambersart, atualmente RPL 99 FM, é uma rádio associativa de centro social que foi criada em 1982 com o intuito de promover a cultura da integração na região Nord-Pas-de-Calais através de uma emissora local. A RPL integra o Centro Social Lino Ventura, que desenvolve o papel de associação gerenciadora da emissora. A rádio cobre um raio de 52 Km e divide sua frequência com outra emissora associativa cujo nome é Radio Cite Vauban, razão pela qual a RPL tem apenas 12 horas de programação diária. A sua sede fica em Lambersart, cidade de 28.133 habitantes, cuja taxa de desemprego em 1999 era de 10,8%⁴⁷.

A história da emissora começou com a iniciativa de um membro assalariado do Centro Social Lino Ventura que julgou que a atividade de comunicação radiofônica poderia ser uma ferramenta importante para favorecer os dois principais objetivos da associação: a integração e a inclusão das pessoas desfavorecidas de Lambersart.

A rádio funcionou como rádio pirata até 1982, ano em que a presidência do Centro Social pediu uma frequência oficial que lhe foi concedida provisoriamente pela Alta Autoridade do Audiovisual. No entanto, foi somente em 1993 que a RPL obteve a primeira autorização do CSA (Conselho Superior do Audiovisual). Em 1997, o centro social criou um projeto associativo com o intuito de guiar a linha de ação da associação, o que permitiu gerenciar e definir a identidade da emissora. Naquela época, a rádio passou por mudanças estruturais importantes, como a de sua diretoria.

⁴⁷ Fonte : INSEE – Censo Populacional de 1999.

Funcionamento e estrutura da RPL

De acordo com Jean-Marie Challouate⁴⁸, presidente voluntário da associação Centro Social Lino Ventura e da Radio, desde 1997, a vida associativa do centro social está ligada à vida comunicativa da RPL. Periodicamente, os membros da associação elegem um conselho de administração composto por 12 membros⁴⁹, que, por sua vez, elege os responsáveis pelo *bureau*, formado pelo presidente, um responsável pela programação, um responsável técnico, um radialista chefe e um responsável pelas relações públicas. O quadro de pessoal da emissora conta com 40 voluntários, também filiados, assim como três assalariados. No organograma da emissora consta: um presidente, um responsável pela programação, um responsável técnico, um responsável pela contabilidade, uma pessoa que desenvolve o papel de relações públicas e os radialistas, dentre os quais um é assalariado e 39 são voluntários.

Entre esses voluntários há pessoas aposentadas, desempregadas, idosas ou deficientes (cegos). Para se tornar locutor na emissora é preciso deixar um currículo junto ao *bureau* da associação e uma carta de candidatura explicando o tipo de trabalho que o candidato gostaria de realizar. Depois disso, os membros da administração discutem entre os membros da diretoria a proposição do candidato, e, por fim a pessoa faz um estágio para aprender a realizar um programa e a dominar aspectos técnicos. “O objetivo da associação consiste em acolher um público de locutores, nós não temos nenhuma seleção. Somos bem abertos, tanto no que diz respeito à idade quanto à origem da pessoa. Quanto a isso, o objetivo é dizer que nós temos uma grade de programação bastante variada”, observa o presidente da rádio, Chauoellet.

A estação definiu três categorias de locutores, de acordo com o tempo que eles têm na emissora: 1) as pessoas que estão presentes desde a criação; 2) as pessoas que estão presentes há 10 ou 15 anos, e 3) aquelas que começaram há dois ou quatro anos. O assunto da profissionalização é apenas relacionado à qualidade da comunicação prestada aos ouvintes. A formação dos filiados para que eles se tornem radialista consiste em um processo primário. Sobre o funcionamento da emissora Jean-Marie Challouatte afirma,

Temos um conselho de administração e depois um bureau. Então, nós temos radialistas que trabalham diretamente com a programação e temos afiliados que são simpatizantes, sem programa. A partir do Conselho de administração e do

⁴⁸ O Sr Challouate é francês, nascido em Lille. Ele tem 60 anos e trabalha como educador especializado.

⁴⁹ Todos os membros atuais da diretoria da associação são franceses.

bureau, funcionamos baseados na delegação de poderes. Quer dizer: eu nomeei pessoas para que sejam responsáveis. Eu sou o presidente, coordeno apenas um pouco. Meu trabalho tem um aspeto mais jurídico e administrativo. Há também uma pessoa que cuida da negociação das compras, dos preços, que verifica as notas fiscais e, também, da implementação de um conjunto de coisas importantes. Tudo tecnicamente implementado aqui o foi graças aos voluntários. Todas essas pessoas são qualificadas e competentes. Há também pessoas que só aparecem aqui para aprender como se tornar radialista. Nossa emissora transformou-se em uma estrutura onde as pessoas vêm para desenvolver uma profissão. Tínhamos, por exemplo, um radialista que foi trabalhar na Rádio NRJ.

Projeto radiofônico e recursos da emissora

Em relação aos recursos financeiros, a RPL recebe apoio do Ministério da Comunicação, da Cidade de Lambersart, do Conselho Geral e do fundo de apoio à expressão radiofônica. A estação não veicula propaganda, exceto os anúncios de ações e atividades não comerciais das entidades com as quais ela mantém parcerias culturais. A emissora é afiliada à Federação das Rádios Associativas do Norte da França (FRANF) e à Confederação Nacional das Rádios Associativas (CNRA).

A RPL funciona em um edifício que pertence à cidade de Lambersart. A rádio tem três estúdios um para os radialistas e dois outros para a produção dos programas. O material radiofônico foi avaliado em 46 064, 09 € Conectada às novas tecnologias da informação e da comunicação, a RPL também distribui seus programas pela Internet (www.rpl99fm.com).

Os principais problemas enfrentados pela diretoria da rádio em relação ao seu futuro são: o financiamento; o emprego (o funcionamento e o profissionalismo na rádio estão ligados aos empregos assalariados) e a manutenção de uma vida associativa (o elemento estrutural garantindo a participação voluntário).

Projeto e programação da rádio: projeto radiofônico de uma emissora musical generalista

No seu projeto radiofônico, ligado aos objetivos da associação, a emissora persegue o objetivo de criar a interação entre os atores culturais, sociais, os cantores regionais, as crianças, os jovens e os ouvintes. Reconhecida enquanto meio musical, pode-se dizer que a rádio é um espaço participativo, da vida associativa do centro social, por meio de realização de eventos que foram implementados pela associação. Entre os dias 1º de julho de 2004 e 31 de maio de 2005, na oportunidade de 14 eventos, a RPL realizou programas ao vivo, fora dos seus estúdios. Alguns foram realizados em parceria com o Centro Social Lino Ventura.

Além dos programas musicais, a RPL oferece programas sobre vários assuntos, como crônicas sobre história, saúde, direito do cidadão e contos fantásticos (entretenimento). Atingindo um raio de aproximadamente 50 quilômetros ao redor de Lambersart, a emissora estima o seu público potencial em torno de 3000 ouvintes. A estação tem pelo menos três programas que são de interesse local e que podem ser identificados como típicos de rádios associativas: 1) **Primeira classe**; 2) **Informações municipais** e; 3) **Os artistas regionais e locais**.

O programa **Primeira classe**, que vai ao ar nas segundas e sextas-feiras, tem uma duração total de oito horas semanal, trata de anúncios e de informações vindas da rede associativa local. Ele proporciona também um espaço para que a palavra do cidadão e das associações seja passada aos centros sociais e às escolas de Lambersart. O Programa **Os artistas regionais e locais**, está no ar seis horas por semana, às terças-feiras, quartas e sextas. O programa apresenta retratos dos artistas locais, novos talentos e entrevistados para falar dos seus trabalhos. O programa **Informações Municipais** acontece todos os domingos durante uma hora. Nesse programa, o radialista presta um serviço aos ouvintes repassando as notícias que tratam da vida do município, assim como informações práticas.

A rádio propõe um serviço de informações diversas, de caráter local e municipal. Ela está vinculada às escolas de Lambersart, veiculando programas realizados por alunos do ensino fundamental. Também faz parcerias com a rede associativa local, participando das manifestações sociais e festivas dos municípios vizinhos. Exemplificando as atividades de inserção social das quais a emissora cuida, o presidente de RPL explica que,

A função da associação é desenvolver a abertura e a integração. Por exemplo, nesta segunda-feira, acompanhamos um grupo de jovens com graves dificuldades de inserção na sociedade. Eles vão até à rádio para fazer perguntas e trabalhamos com eles para levar ao ar um programa. Eles têm dificuldades de integração! Temos um jovem cego e ele tem o seu programa. Ele trabalha sozinho. Nós o integramos! Ele veio para fazer um estágio e hoje ele é nosso radialista. Nós somos uma ferramenta de comunicação de aproximação. Recebemos um grupo de locutores e somos também uma ferramenta de comunicação para as outras associações da cidade de Lambersart e de Lille Métropole. Desenvolvemos muitas parcerias e convenções com escolas.

A RPL tem um formato musical “jovem” e como alvo pessoas entre 15 e 35 anos. Essa característica da programação se reflete fortemente no que diz respeito ao seu perfil de meio de comunicação de aproximação. A rádio toca músicas antigas, popular francesa da atualidade, funk,

dance, música techno, reggae e sanfona; 98% dos programas semanais são da própria estação (84 horas semanal) e 2% dos programas vêm de fora, das associações, centros sociais e escolas, equivalente a 3 horas e 45 minutos por semana. De fato, esses programas elaborados por entidades civis e públicas da região são o que a RPL chama de publicidade local. Trata-se de anúncios feitos pelos próprios anunciantes que, previamente, assinam um contrato de difusão de conteúdos com a emissora, no qual estão definidas as características da programação de RPL; as datas e horas em que os anúncios vão ao ar; o número total de anúncios e as condições do regulamento interno da rádio.

De acordo com a regulamentação interna da emissora, os anúncios que tratam de uma atividade não comercial permanente podem ir ao ar de forma gratuita. O contrato assinado entre o meio de comunicação e o anunciante pode prever que o valor da prestação a ser paga, ou seja, *in natura* (empréstimo de discos, fitas, CD). Em caso de programa patrocinado, um contrato específico é estabelecido entre as partes, porém, o patrocínio abrange apenas programas de interesse local.

Sobre a programação, é possível afirmar que a RPL é uma emissora musical generalista na qual vão ao ar informações de serviços que aconselham e ajudam os ouvintes em relação aos problemas quotidianos. A rádio propõe 30 programas destinados a diferentes grupos de ouvintes. Todavia, a estação não desenvolve programas específicos para e sobre as populações de imigrantes. Na RPL não existem programas que contam com a participação dos ouvintes. Ela está aberta aos convidados dos programas de entrevistas, que podem representar uma associação, a comunidade dos ouvintes, assim como o universo dos artistas locais.

Conforme o presidente do rádio, a participação ao vivo dos ouvintes não é possível por causa de dificuldades financeiras e da restrição do quadro do pessoal. Assim, o presidente da rádio, Jean-Marie Challouatte, observa que ele não pode implementar programas de debates abertos onde os ouvintes se manifestem. “Sei que os nossos ouvintes estão esperando alguma coisa, mas nós não podemos fazer isso” resume. Mesmo assim, na sua grade de programação, a emissora tem um programa específico no qual o radialista escuta os ouvintes e os aconselha. Isto funciona como um momento de diálogo entre o radialista e o ouvinte.

A rádio propõe dois programas educativos com a participação dos ouvintes, dentre os quais um deles produzido e apresentado da biblioteca da cidade de Lille, **A biblioteca para todos**. O outro vai ao ar a partir de uma escola de Lambersart, onde os estudantes e os

professores têm direito à palavra e produzem o programa com a ajuda dos animadores da emissora. Trata-se de programas mensais de debates entre os estudantes e os ouvintes. A emissora realiza também programas ao vivo do salão do comércio de Lambersart, assim como das salas de concertos de Lille. Os ouvintes da RPL participam dos programas com cartas, e-mail ou telefonando e eles organizam debates públicos que podem ser programados.

Tabela 2 - A repartição do conteúdo da programação de RPL 99 FM

| Tipologia | % dos programas |
|-----------------------|------------------------|
| Músicas francesa* | 42,51 |
| Música internacional | 19,51 |
| Música eletrônica | 19,22 |
| Pop-rock | 4,94 |
| Informes associativos | 7,33 |
| Funk | 2,56 |
| Reggae | 2,56 |
| Informações locais | 1,37 |

* A rádio programa 50% de músicas francesas

Atualmente, a emissora conduz um projeto social com programas destinados a um público de jovens estudantes desempregados, passando por dificuldades de inserção social. Geralmente, são filhos de imigrantes que moram em Roubaix. O projeto é chamado de **O domínio da linguagem pelos meios técnicos do rádio**. Trata-se de um programa mensal que outorga a palavra a esses jovens para que possam falar das suas angústias e dificuldades de integração em processos da vida social. Essa iniciativa é desenvolvida em parceria entre a RPL, o Conselho Geral, as prefeituras de Lille e de Roubaix e o Clube de Prevenção de Lambersart.

Para Jean-Marie Challouatte, uma rádio associativa deve estar antenada com a vida associativa. Segundo ele,

Esse tipo de rádio tem uma vida associativa. Uma boa parte das pessoas participa como voluntário da vida associativa. Isto que é não ser dominado, perseguido pelos comerciais, pelas propagandas, ter uma certa autonomia. Acredito que criamos uma forma própria de liberdade com a implementação dos

nossos programas, sem depender de regras de produção, de programação. Além do mais, temos a vantagem de permitir que as pessoas, os radialistas, mexam com a ferramenta radiofônica. A abertura permite que as pessoas realizem um pouco seus sonhos de criança. Isto consiste em implementar um projeto cultural de inserção, de integração. As rádios fizeram isso com profissionalismo. Aqui mesmo, não se controla a programação de um radialista: ela é totalmente livre. Temos uma linha, um modelo editorial. Não há critérios de seleção... Ficamos atentos às ideologias, à visão política das propostas de programas.

De acordo com um dos locutores da RPL FM, Sylvain Cateau⁷³, animador da rádio há três anos, em vias de contratação como permanente, a emissora promove a difusão de informações associativas e sobre a vida cultural da região, “ela informa, compartilha coisas e dá prazer aos ouvintes”, afirma. “Eu sou permanente na emissora como voluntário. Meu engajamento à RPL é para ajudar nas atividades diversas que a rádio desenvolve. Eu era ouvinte da RPL e eu simplesmente tinha vontade de fazer parte da rádio”, afirma o locutor. Sylvain realiza duas emissões na rádio associativa, um essencialmente musical, **Wake Up** e outra dedicada à divulgação e comentários sobre eventos da vida rural e urbana da região de Lambersart, **Primeira Classe**. Essa emissão também é um espaço com o qual as associações e outras entidades civis da localidade podem contar para publicizar suas ações e fazer outras comunicações. “Os ouvintes nos chamam regularmente para nos comunicar suas opiniões sobre os programas. A relação entre nós e eles é saudável e convívio”, avalia o animador. Para esse morador de Lambersart e animador da RPL “uma rádio associativa tem de ser livre de todo engajamento comercial e tem que estar próxima das pessoas, lhes informando e divertindo, sem sobrecarregar a programação com publicidades e programas formatados. Uma rádio é humana porque estende a mão e concede a palavra às minorias”, conclui Sylvain.

4.2.2 Rádio Rencontre

A história intercultural de Rencontre

A Rádio Rencontre faz parte do Centro de Educação e Formação Intercultural Rencontre (CEFIR). A rádio é a principal atividade de comunicação da associação, cujo objetivo consiste em promover projetos sócio-culturais, se ocupando, mais particularmente, das populações

⁷³ Sylvain Cateau, francês, tem 29 anos é membro do Centro Social Lino Ventura há três anos. Sua formação técnica é em animação de rádio.

imigradas dos bairros com mais situações de risco da cidade de Dunkerque, onde está a sede da emissora e do centro social. O CEFIR desenvolve atividades culturais, sociais e econômicas. O Centro tem uma sede social com seis setores: Formação, Empresa, Comunicação, Moradia, Internacional e a Casa Euro-Mediterrânea. No âmbito das suas atividades de comunicação, o CEFIR conduz três iniciativas: a Rádio Rencontre, a revista trimestral Rencontre⁵⁰ e o Centro de diálogo das Culturas e Religiões⁵¹. A emissora cobre uma região de 20 quilômetros, podendo ser potencialmente ouvida por 50 000 dos 250 000 habitantes de Dunkerque e aglomeração.

A Associação Centre InterCultural Rencontre, hoje em dia conhecida como CEFIR, foi criado em 1975, após o “encontro” de uma religiosa da congregação da Assunção, Irmã Louise La Fay, com um muçulmano, Mustafá Bouras. Eles queriam criar um lugar de “encontro”, de intercâmbios e de formação para populações de imigrados recentemente chegados a Dunkerque⁷⁴, os quais estavam passando por grandes dificuldades na época em relação à moradia e ao trabalho.

A emissora foi fundada pela associação em 16 de maio de 1982, com aviso favorável da Comissão Consular das Rádios Locais Privadas – CCRPL – emitido em junho de 1982 e a autorização de emitir, dada pelo CSA, em 1983. De fato, a educação e a formação são as duas mais antigas e mais importantes atividades do centro. Os membros do setor de Formação, por exemplo, cuidam da organização dos cursos de alfabetização em francês, espanhol, italiano e árabe, para toda a população. “Trata-se de uma associação criada e dirigida às pessoas descendentes de imigrantes, as quais careciam de empregos”, explica Coulibaly Daouda⁵², assalariado, Diretor da programação da emissora.

No que diz respeito a associação, temos um setor que cuida das relações com os associados e a população. Existem iniciativas junto aos ouvintes. Uma vez por semana, temos um programa sobre as atividades da associação Rencontre e

⁵⁰ A revista tem por objetivo chamar atenção para as ações desenvolvidas pela Associação no campo da integração europeia, do diálogo intercultural, e, sobretudo, das relações euro-mediterrâneas.

⁵¹ O Centro de Diálogo das Culturas e Religiões foi criado por iniciativa das comunidades judaicas, cristãs e muçulmanas da região de Dunkerque. É dirigido por um grupo de voluntários da Associação.

⁷⁴ Consideramos relevante destacar que a cidade de Dunkerque, localizada no extremo norte da França, fronteira com a Bélgica, foi uma das primeiras e das últimas cidades francesas a serem invadidas e deixadas pelo exército alemão na Segunda Guerra Mundial. A cidade sofreu muitos ataques e teve boa parte das suas construções devastadas. A memória da guerra ainda é muito presente nas falas dos moradores da cidade, durante as entrevistas com diretor e locutores da rádio estes se referiam a todo o momento à herança dos horrores da época no imaginário popular.

⁵² O Coulibaly Daouda nasceu na Costa do Marfim, mas vive na França há 30 anos.

oferecemos ajuda para quem precisa. Por exemplo, oferecemos ajudas para alugar pessoas (setor Moradia). O que a associação pode oferecer alojamentos sociais. Que tipo de ajuda podemos oferecer? Mostramos também as ações das outras associações tornando-as visíveis. Uma parceria com as outras associações! Um intercâmbio com as outras emissoras!

O projeto inicial da rádio se baseou na promoção calcada em trocas interculturais, ou seja, a interação entre as diferentes culturas que coexistem em Dunkerque. Entretanto, pode-se dizer que a Rádio Rencontre é um meio de comunicação cujo formato é generalista, com uma forte especificidade musical. Mesmo assim, essa emissora faz questão de manter projetos sócio-culturais, mantendo uma linha editorial cujo caráter permanece é inter-comunitário. Isto quer dizer que a Rádio Rencontre, leva ao ar programas que representam outras culturas, que formam a identidade de Dunkerque, cidade que recebeu importantes fluxos migratórios desde o início do século XX. A rádio pode facilmente ser identificada como mídia “comunitária intercultural”. A emissora apóia as culturas vindas das populações de imigrados, como: os espanhóis, os italianos, os árabes, os camaroneses.

Numa análise mais refinada, constata-se que a emissora pode favorecer, senão a comunicação, pelo menos contatos entre as culturas ou faixa-etária no âmbito da rádio Rencontre, onde, muitas vezes, se sucedem programas em diferentes idiomas (às vezes bilíngües). Vários ouvintes deixam o rádio ligado mesmo quando o programa proposto está sendo emitido numa língua que não é a deles; árabes escutam espanhol, franceses, o programa em árabe ou em português, kabyles os programas em árabe. (TIEVANT, 1986, p.166).

No início dos anos 1980, a emissora era vista como uma rádio de imigrantes. Havia preconceito da parte da população nativa das regiões. Nessa época a rádio Rencontre foi acusada de favorecer as culturas estrangeiras⁵³. Foi a razão pela qual o Conselho Administrativo da emissora decidiu que o radialista seria autorizado a falar a língua materna mediante tradução simultânea. Apesar das críticas dos ouvintes franceses quanto ao “excesso” de programas destinados às populações de imigrados, a emissora manteve os programas bilíngües. A rádio emite programas em línguas estrangeiras, a saber: em árabe literário, espanhol e italiano.

⁵³ Este dado foi encontrado no relatório de atividades de Rádio Rencontre de 2003, arquivado no CTR de Lille em março de 2004. Ele foi confirmado pelo Diretor dos Programas da emissora, Coulibaly Daouda, durante uma entrevista em 24 de março de 2005.

Conforme Sophie Tievant⁵⁴ (1986) a notoriedade da Rádio Rencontre é importante no meio onde a emissora está atuando, pois é conhecida pela quase totalidade das pessoas de origem imigrante. Na pesquisa sobre o papel desenvolvido pela emissora junto à população de Dunkerque, que a própria pesquisadora coordenou, observou-se que somente duas entre 46 pessoas nunca ouviram falar da Rencontre e mais da metade a citam espontaneamente.

Finalmente, observar-se-á que, para a população de origem imigrante, escutar a emissora está freqüentemente ligado a uma participação de atividades associativas ... Esta observação sugere que escutar a emissora constitui, neste caso preciso, um dos elementos de um conjunto de práticas sócio-culturais, as quais estão sem dúvida vinculadas a uma vontade de participar e ter um reconhecimento social. (TIEVANT, 1986: 97).

Enquanto ferramenta de comunicação a serviço da população de Dunkerque, assim como dos aderentes da associação, a rádio Rencontre dá ênfase à promoção cultural profissional e social das comunidades e das pessoas para as quais a associação está comprometida a trazer respostas específicas e adaptadas às suas necessidades. Neste intuito, o estatuto do centro social Rencontre procura favorecer oportunidades de diálogo e de aproximação entre as diferentes culturas e religiões, respeitando as identidades e as convicções de minorias.

De acordo com o diretor de programas, Coulibaly Daouda, na história da rádio aconteceram pelo menos três eventos importantes e marcantes: 1) os anos 1983 e 1984, momentos de influência de radialistas italianos e espanhóis; 2) o reencontro de uma família a partir de um programa de rádio (aconteceu no momento em que um ouvinte revelou o seu nome e a sua origem); e, 3) programas feitos a partir dos bairros, com pessoas do local e jovens. No projeto radiofônico da Rencontre observou-se que as iniciativas de promoção de intercâmbios culturais e sociais têm um lugar de destaque.

O projeto radiofônico intercultural da Rencontre

Enquanto rádio associativa, a Rencontre tem como principal objetivo, no que tange a sua atividade, promover a democracia, as relações interculturais e a luta contra a discriminação. Baseando-se nessas três linhas de atuação, enquanto mídia de aproximação não-comercial, a emissora, desde 2003, desenvolve três projetos radiofônicos: 1) um projeto de formação para

⁵⁴TIEVANT, Sophie. **Les radios locales de proximité : acteurs, produits, publics et vie locale**, Paris : Documentation Française, 1986, p. 95.

adultos de bairros passando por dificuldades; 2) um projeto radiofônico para crianças; e, 3) um projeto, ao vivo, para mulheres descendentes da imigração.

O CEFIR, com a colaboração da rádio, protagonizou a primeira iniciativa prevista no projeto. A segunda é representada por um projeto cujo objetivo é ensinar as crianças a manusear a ferramenta radiofônica. Os programas realizam-se nas escolas com o corpo docente e os estudantes, que são os protagonistas do programa, os quais têm direito à palavra quando o programa vai ao ar. O último, é um programa dirigido às mulheres imigradas que promovem um espaço de encontro entre elas ao redor do microfone no estúdio da emissora, semanalmente.

A organização da emissora não é separada da associação, porém, cada atividade do Centro depende de setores diferentes. Todavia, a emissora tem uma autonomia de funcionamento. “Como responsável pela emissora, eu sei que a linha diretriz da associação é combater a discriminação e promover os intercâmbios interculturais. De fato, isto há de transparecer na programação. Cada setor tem o seu próprio orçamento”, observa Daouda.

A estrutura administrativa da emissora é composta da seguinte maneira: uma diretora, um responsável pela programação, assalariado, que cuida de fato do andar da estação, uma secretária assalariada que trabalha meio período. Existe também uma representação da associação chamada Comitê Rádio, assim como um Comitê de Condução, dos quais fazem parte os radialistas e ouvintes.

A profissionalização para a emissora remete diretamente a qualidade do serviço prestado à população. Conseqüentemente, na Rencontre, são oferecidas formações para pessoas que trabalham na emissora há algum tempo. Além desses cursos internos, os radialistas participam de formações organizadas pela Federação das Rádios Associativas do Norte da França – FRANF, da qual a Rádio Rencontre faz parte. A emissora adere também às entidades representativas do movimento nacional das rádios locais privadas e não-comerciais: a Confederação Nacional das Rádios Associativas – CNRA e Sindicato Nacional das Rádios Livres – SNRL.

A emissora mantém relações formais com instituições culturais e sociais dentro e fora do seu ambiente, assim como relações informais com igrejas e templos e com a prefeitura local. A Rencontre tem ligações com as associações locais baseadas em contratos e acordos de cooperação, no âmbito de projetos de programas e de iniciativas culturais e sociais.

A Rádio Rencontre não veicula propagandas. As principais fontes de recursos para o funcionamento da emissora provém do Fundo de Apoio à Expressão Radiofônica, das cotizações

pagas pelos sócios da associação e do Fundo de Ação e Amparo para a Integração e a Luta contra as Discriminação – FASILD.

A rádio Rencontre conta com 30 voluntários e três assalariados, cuja função é desenvolver o seu papel de ferramenta de comunicação. Trata-se de um grupo composto por aposentados, trabalhadores, estudantes, estrangeiros, desempregados e pessoas sem renda. Para se tornar locutor na rádio Rencontre é preciso que o candidato faça uma proposta de programa junto à diretoria da emissora. O diretor Dauoda conta a história de uma pessoa, um francês SDF (sem domicílio fixo), que chegou à emissora fazendo uma proposta de programa. Depois disso, ele se tornou “alguém”. Hoje, apresenta o programa **Salut, les filles**. O diretor da emissora observou que outro radialista, que nunca tinha deixado nem Dunkerque, nem a França, descobrira o mundo a partir da rádio, da música. “A emissora sempre criou laços com a população”, diz o diretor de programação.

O engajamento de locutores à emissora está particularmente associado a três motivações principais: realização de estágio para operar as ferramentas de comunicação de uma rádio; uma forma de ativismo social e cultural e remuneração associada à empatia com o projeto radiofônico da emissora. Uma das locutoras da rádio, Caroline Bertrand, estudante de turismo, de 23 anos, voluntária da emissora há cinco meses, conta que sua participação na Rencontre está vinculada à oportunidade de trabalhar na área de comunicação para mais tarde se profissionalizar e estar em um espaço cuja proposta é promover o diálogo entre diferentes culturas, “não vou estagiar por muito tempo aqui na rádio, mas esta experiência vai acompanhar a minha formação humana e profissional”. Essa animadora é responsável pela pesquisa e veiculação de informes locais sobre a agenda cultural da região durante a programação.

Nos termos do animador Michel Divietro, de 69 anos, voluntário da emissora há 23 anos, imigrante italiano: “Uma rádio associativa é uma mídia que dá a todos a felicidade de participar e de encontrar pessoas de várias nacionalidades, de várias culturas e de várias religiões.”. Esse locutor apresenta um programa essencialmente musical, de segunda à sexta-feira, das 10h às 12h, **Canta Itália**, que prestigia a música italiana, “sobretudo a música napolitana e tarantella”. A locução é feita em dois idiomas, francês e italiano. Segundo o comunicador, sua emissão não é alvo de participação significativa dos ouvintes, mas um espaço de difusão e reconhecimento da cultura italiana representada pela população imigrada de diferentes regiões italianas na sociedade

de Dunquerque. Há também momentos previstos para entrevistas, cujos convidados mais recorrentes são artistas e membros de associações da região.

A grade de programação multicultural da emissora

A rádio Rencontre funciona das 8h às 22h, de segunda à sexta-feira, e, das 9h às 00h durante os fins de semana. Ela passa 80% de programação própria e 20% de programas vindos de fora (da EPRA, RFI e das associações). A emissora produz 35 programas, dos quais três são realizados por associações, os outros são preparados pelos radialistas, dentre esses, 23 são programas essencialmente musicais – dos quais três representam culturas estrangeiras – com algumas intervenções dos próprios radialistas; dois tratam de anúncios locais (o espaço reservado ao direito de falar dessas pessoas e, sobretudo, das associações locais); um trata dos anúncios produzidos pela rede associativa da França; dois programas são interculturais (com notícias, anúncios locais, reportagens, temas sobre os direitos do homem e música); um programa religioso católico, dois programas educativos e dois de entretenimento (horóscopo, música, cine life, fofocas). Na categoria dos programas musicais, a emissora propõe músicas do mundo, de diferentes regiões da França, assim como de novos talentos.

As emissões que predominam na grade de programação da emissora são: programas culturais, laicos, generalistas (variedades), programas destinados às populações imigradas e programas educativos. Aos sábados, das 9h às 10h, a emissora transmite um programa chamado **Des chrétiens vous parlent**, destinado à comunidade católica. Conforme o diretor Daouda, esse programa não tem nenhuma ligação entre as atividades da emissora e a Igreja Católica, e só é veiculado na rádio por ser um dos mais antigos programas da Rádio Rencontre. Além do mais, a Rádio Rencontre é um espaço de expressão de associações e instituições locais.

Na grade de programação encontram-se dois programas específicos, consagrados à transmissão dos informes das associações locais e nacionais. Da segunda à sexta-feira, durante uma hora, **l'Agenda local des Associations** e **Sur les ondes des radios associatives de France**, tornam visíveis as ações da malha associativa local e nacional.

No âmbito dos programas não musicais da Rencontre, encontram-se três programas consagrados aos temas dos direitos do homem, ao combate à discriminação, ao racismo, às questões sociais das populações menos favorecidas. O primeiro chama-se **Interculture** (sábado das 12h às 13h), trata dos países dos imigrantes da região, com reportagens, músicas e

entrevistas, implementado pelo diretor de programação da emissora. O segundo é o **Ricon Latino Americano** (quarta-feira das 19h às 20h), produzido em parceria com a associação de solidariedade franco-chilena para os direitos do homem. O terceiro é o **Parole de quartier** (uma vez por mês aos sábados), contando com a participação dos moradores dos bairros de Dunkerque.

A emissora não propõe sistematicamente debates em cada programa, porém isso acontece quando os convidados ou até mesmo o radialista propõe temas ligados à humanidade, levantando questões sociais ou de imigração.

Em relação ao contato com os ouvintes, o diretor Daouda explica que antes havia programas interativos por telefone com os ouvintes, porém a diretoria da emissora resolveu cancelá-los, pois não existia um grupo capaz de administrar situações tensas no momento da participação ao vivo do ouvinte. Nos termos do diretor de programação da emissora,

É preciso controlar o que certos ouvintes podem falar ao telefone. Ao contrário, um ouvinte pode realizar um programa a partir de um projeto que foi proposto pela diretoria da emissora. O ouvinte também pode propor um programa ou dar uma contribuição aos radialistas. Conseqüentemente, os dois podem falar disso ao vivo! Temos esse tipo de situação!

Apesar de algumas situações polêmicas com seu público, a diretoria da rádio diz ter boas relações com os seus ouvintes. No entanto, a emissora não realiza pesquisas de opiniões para conhecer o nível de satisfação dos seus ouvintes em relação a ela. A forma de saber se a emissora está agradando às pessoas se tornou possível a partir das chamadas dos ouvintes, que deixam as suas opiniões sobre os programas na central de atendimento da emissora.

A Rádio Rencontre classifica seus ouvintes em cinco categorias: aqueles que escutam a emissora diariamente, aqueles que escutam somente músicas francesas, aqueles que escutam somente as músicas tropicais, africanas e italianas, aqueles que escutam partes de programas e aqueles que se interessam por músicas do mundo. “Nossa rádio não tem público alvo, nós atingimos todo mundo!” Para chamar atenção dos ouvintes, a emissora faz ofertas, dá entradas de shows e de eventos, assim como promove novidades.

A programação radiofônica da Rencontre é decidida pelo responsável pelos programas. No entanto, a cada dois meses a diretoria da emissora organiza uma reunião com todos membros da estação e uma reunião semanal com os funcionários. No decorrer desses encontros, cada um informa ao responsável pela programação sobre suas atividades e idéias. Os contratados e

voluntários falam dos seus convidados e dos temas que vão ao ar. As conversas sempre giram em torno da relação entre os programas e o projeto da emissora. Em relação ao processo de escolha dos assuntos programados na rádio Rencontre, a emissora procura manter um espaço para que debates coletivos sobre a sua programação aconteçam. Diz o diretor Dauoda:

Formalmente, as pessoas podem aparecer aqui com projetos de programa. Cada radialista tem como opinar, dizendo o que ele pensa. Um projeto já existente tem como ser incorporado ao programa de um radialista (é possível trabalhar juntos). Escutar o que nossos ouvintes têm a dizer (por carta, encontros nas ruas ou por telefone), escutar aqueles que nos ouvem...

Atualmente, conforme o diretor de programação da rádio Rencontre, a complexidade de organização e da estrutura da associação e da rádio levou a mudanças qualitativas na emissora. No início, a associação tinha somente os setores de formação e de educação, hoje o centro tem seis setores, como já foi dito. De acordo com Coulibaly Daouda, a diversificação dos serviços oferecidos pela associação é um fenômeno que deve chamar a atenção de todos os setores do centro social, pois isso pode distanciar a associação e a emissora da população da cidade. Explica Daouda:

Nós temos vários setores. Existem pessoas que não entendem isso. Trata-se de uma mudança. O objetivo fundamental não mudou. Cada setor tem o seu responsável. No que diz respeito à associação, nós temos o conselho de administração, o presidente. Sou o único responsável não francês pelo centro, pois todos os outros o são, sobretudo no que concerne à formação. Mas, com a diversificação conservamos a base de associação. Em relação à população, os contatos permanecem. Temos programas sobre a população, cursos de alfabetização e formações. A linha diretriz continua sendo a mesma (...) somos uma emissora intercultural.

Além da racionalização da organização da associação, e, conseqüentemente da emissora, que às vezes traz limitações junto à população da localidade, a diretoria da Rádio Rencontre identificou três grandes dificuldades para o seu funcionamento: 1) o financiamento; 2) a formação; e, 3) a participação dos voluntários. Nos termos de Coulibaly Daouda,

Hoje, o trabalho voluntário não é o mesmo de 10 ou 15 anos atrás. No começo da rádio associativa, todos os voluntários que apareciam eram militantes. Isto [a falta de militância nos dias de hoje] é um verdadeiro problema. Hoje, o voluntário aparece para apresentar o seu programa, ele não tem total implicação no projeto radiofônico do meio de comunicação. A rádio associativa

profissionalizou-se para poder avançar. Mas, para isto, é preciso que todos se dediquem.

Para Daouda, uma rádio associativa há de permitir que toda a população local possa se expressar livremente.

Fala-se de uma emissora que passa a palavra a populações de forma livre, que permite que aqueles que têm algo a dizer falem, pois em outros lugares não lhes é permitido. Uma rádio associativa permite que a população se expresse! É um espaço democrático. Temos um papel democrático. A rádio associativa democratizou essa ferramenta. Espera-se que a Rádio Rencontre não negue a palavra a ninguém que gostaria de se expressar. No entanto, recusamos a difamação e as ideologias!

A Rádio Rencontre desenvolve um projeto radiofônico multicultural, postulando o respeito e a valorização das diferentes expressões culturais do Norte da França. A emissora se beneficia da estrutura material e organizacional da associação gestora da outorga de radiodifusão cuja proposta associativa é a promoção de desenvolvimento sócio-humano das comunidades étnicas da região e no meio social daqueles considerados excluídos da sociedade produtiva.

4.2.3 Rádio Pastel

O percurso de uma mídia comunitária

A Rádio Pastel FM, localizada na cidade de Roubaix, foi criada em março de 1980, no âmbito da Associação Rádio Bas Canal – RBC. Recebeu autorização oficial de emissão do CSA em junho de 1993. A emissora é uma das atividades da associação. A RBC, que fundou Pastel FM, atua na promoção da cultura magrebina, sobretudo da comunidade argelina do Norte da França. Essa mídia nasceu ao redor de um pólo associativo em prol da defesa dos trabalhadores imigrados.

Na região de cobertura da emissora, um raio de 80 quilômetros nas redondezas de Lille, Roubaix, Tourcoing, Valenciennes, Lens, encontra-se uma notável concentração de populações estrangeiras ou descendentes de processos migratórios. Nessa região, 55% dos habitantes são franceses por naturalização e estrangeiros. Assim, na região econômica de trabalho de Lille (685 400 hab.), os estrangeiros *stricto sensu* representam 5,2% da população, enquanto a média regional é de 4,25% e nacional de 6,3%. Os estrangeiros que se tornaram franceses por

naturalização constituem 7,4% da população (média regional de 6,8% e nacional de 9,4%). Além do mais, 88% dos estrangeiros que moram nessa região econômica não são provenientes da mesma comunidade⁵⁵.

Atenta à população estrangeira, a associação RBC propõe uma revista quadrimestral chamada *Ouech Quoi 9* e uma página na internet (www.ouech.fr), endereço onde se encontra também a página da emissora. A revista coloca em evidência anúncios comerciais locais e opina sobre os projetos culturais e radiofônicos de Pastel FM e dos seus parceiros (as associações). A emissora transmite anúncios publicitários locais, dentro do máximo permitido pela lei (19,95% do total da sua programação local).

Na Internet encontram-se alguns dos programas gravados pela emissora, assim como uma lista dos parceiros, dos anunciantes pagantes e dos assinantes. Com o lema *Toutes les couleurs de la musique* (Todas as cores da música), a emissora transmite, em grande parte, a cultura magrebina, abrindo espaço na sua grade de programação a outras culturas, definidas como culturas minoritárias da aglomeração de Roubaix (as culturas: italiana, latino-americana, polonesa, kabyle, berbere, turca, africana, laosiana). No seu projeto radiofônico datado de 06/10/1993, a Pastel FM insiste sobre o seu objetivo de emissora pluralista, meio de expressão das comunidades magrebina aberto às práticas culturais das populações de outras origens e de culturas minoritárias. O documento⁷⁵ traz os objetivos da associação: “(...) trabalhar na aproximação das diferentes comunidades ou subgrupos de populações com o intuito de melhorar a compreensão e a qualidade de vida em conjunto, favorecer o debate, permitir o desenvolvimento de todos, mas também refletir sobre os problemas coletivos”.

De fato, a emissora é facilmente identificada como uma mídia comunitária a serviço da comunidade magrebina, embora o seu lado musical, em vários horários, faça também de Pastel FM um meio de comunicação generalista de caráter musical. “Nós somos uma rádio generalista, quer dizer que todos os projetos são bem vindos. É um programa cultural”, afirma Jérôme Flandrin⁵⁶, vice-presidente, diretor de programação e responsável pelas transmissões da Pastel.

⁵⁵ Dados sobre a repartição dos franceses de nascimento, franceses por naturalização e estrangeiros, nas 15 regiões econômicas de trabalho da região Nord-Pas-de-Calais (MINISTÉRIO DO TRABALHO e INSEE, 1994).

⁷⁵ Relatório de atividades da Rádio Pastel depositado no CTR Lille, em 1993.

⁵⁶ O Sr. Jérôme Flandrin tem 49 anos, é francês e pedreiro de profissão. É um dos fundadores da emissora e nela trabalha há 25 anos. Apresenta três programas na Pastel FM.

Para direção dessa mídia, ser generalista consiste em propor programas de entretenimento que expressam diferentes culturas. A diretoria da Pastel reconhece o estatuto de mídia comunitária da emissora, ao mesmo tempo, em que levanta um questionamento sobre a própria identidade da rádio.

O projeto de mídia comunitária local da Pastel FM

Trata-se de uma rádio associativa que postula ser laica e mantém relações com as associações locais no intuito de desenvolver uma programação sócio-cultural, as culturas kabyle e berberes permanecem presentes, o que gerou conflitos dentro e fora da emissora. Em dezembro de 1997, o Bilal Dabri, membro da associação Oásis Culture, de Roubaix, enviou uma carta ao CTR Lille (em 28 de dezembro de 1997) acusando o presidente de Pastel, Slimane Tir⁵⁷, de ser “pouco democrata”.

Conforme Dabri, o presidente estava usando o espaço radiofônico da Pastel para difundir uma política partidária, colocando em perigo o princípio de liberdade de expressão. A definição da Pastel como mídia comunitária tornou a sua programação⁵⁸ alvo de críticas. Conforme Flandrin, os conflitos no meio radiofônico são “normais”. “Como em todas as associações, existem pessoas que gostam da gente e outras que não gostam. Não há nada que possa ser feito. Não é possível agradar a todos”. De fato, a questão central sempre foi a representatividade da cultura argelina nas transmissões da emissora.

De acordo com o CSA, existem na França 13 rádios cujo caráter é comercial e associativo. Elas propõem programas voltados para comunidades de origem árabe-muçulmana. Em todo o país, esses meios de comunicação são regidos por várias classificações categoriais do Conselho. No âmbito das rádios comunitárias francesas, podemos definir três vertentes temáticas, como: Beur FM (D), emitindo em 12 frequências; Rádio Orient (D) com seis frequências de difusão; e, Rádio Soleil (A) com quatro frequências.

A Pastel FM é a única rádio associativa do Norte da França deste tipo, em uma região onde a comunidade magrebina tem uma representatividade significativa. Os programas apresentados são, na maior parte, em língua francesa e os temas da inserção das populações de

⁵⁷ O presidente da associação, Sr. Tir, de 49 anos, nasceu na Argélia mas é de nacionalidade francesa.

⁵⁸ Em 10 de outubro de 1998, o Sr. Bilal Dabri, enquanto representante da associação Oásis Culture mandou ao CTR Lille uma carta de protesto no que se referia ao conteúdo do programa “Horizons” da emissora Pastel FM. Neste caso a rádio foi acusada de difamação.

imigrantes ou combate à discriminação predominam, inclusive, nos programas de entretenimentos e músicas.

A emissora Pastel define três grandes diretrizes dentro do seu projeto radiofônico e associativo: 1) a defesa da expressão e da prática cultural das populações de origem magrebina; 2) um espaço para a expressão das diferentes culturas minoritárias em Roubaix; e, 3) a implementação de debates públicos sobre os problemas coletivos da sociedade, da cidade e do bairro. A emissora traz a tona o seu papel de meio de comunicação de aproximação tratando dos problemas de relação entre grupos étnicos e entre gerações.

A Pastel FM é, antes de tudo, uma rádio de expressão das minorias magrebina da Metrópole Norte. Quer ser também múltipla num plano lingüístico e cultural. A partir desse fundamento, ela se constitui como um espaço de abertura, de encontro e de trocas entre as diferentes classes sociais, gerações e grupos culturais ou étnicos da sua região⁷⁶.

A ligação da Pastel com a vida associativa local torna-se possível graças a organização de eventos sócio-culturais. O último espetáculo organizado pela emissora foi a operação “ASIA”, em dezembro de 2004. Por ocasião de outra catástrofe natural, a Pastel FM implementara a operação “Solidariedade Argélia” em 2003. A emissora organiza concertos e reuniões de solidariedade com o intuito de apoiar causas sociais, humanitárias e, às vezes, em benefício da própria rádio.

Ligada à diversidade cultural local, a Pastel FM não quer cair na facilidade das rádios “que só passam músicas” e quer propor programas de forte conteúdo temático. A emissora prioriza os artistas locais e minorias, apoiando a produção da sua região que a escuta e abrindo espaços à descoberta de novos talentos. A Pastel também exerce um papel de serviço público, pois traz propagandas das atividades associativas, culturais, cívicas e comerciais locais.

⁷⁶ MANIFESTO RÁDIO PASTEL, 1996 (documento depositado no CTR Lille, anexado ao relatório de atividades de Pastel FM referente ao ano de 1996).

O projeto radiofônico desenvolvido pela Pastel

Enquanto rádio associativa, a Pastel FM definiu como projeto para o futuro: 1) conseguir uma segunda frequência junto ao CSA; 2) continuar sendo rádio comunitária; e, 3) favorecer a criação de um lugar onde todo mundo poderia encontrar-se. Conforme o vice-presidente da Pastel, Jérôme Flandrin, a emissora é muito escutada em Roubaix e em Tourcoing. Explica Flandrin:

Houve um tempo em que éramos os terceiros, logo à frente da France-Culture. A pesquisa fora organizada pela NRJ e fomos informados dos resultados. Podemos conseguir mas é preciso comprá-los [os resultados da pesquisa] e isto custa caro. É difícil. Entretanto, sei que estamos numa boa colocação, sobretudo no período do Ramadã. Há um mês consagrado às pessoas doentes e a grade de programação sofre um pouco com aquilo. Existem atividades, após os programas realizados ao vivo, fora da emissora, há pessoas que organizam festas, nós vamos à casa das pessoas, realizar programas. Nós organizamos atividades externas. Durante o período do Ramadã temos 80 000 ouvintes. É o mês mais importante do ano, pois somos um elo entre as pessoas que respeitam o Ramadã.

De fato, a população de origem magrebina, seja ela jovem ou mais velha, constitui o alvo principal da estação, no entanto, a emissora quer mesclar “a expressão da identidade com a abertura, o enraizamento com a troca”, em relação às outras culturas. “Além disso, nosso projeto radiofônico insiste fundamentalmente na criação das condições da compreensão entre as culturas. Razão pela qual fazemos questão do caráter poliglota dos programas” (RELATÓRIO DAS ATIVIDADES DE PASTEL FM – 1998, CTR Lille).

Aproximadamente 30 voluntários e três assalariados (um agente de segurança e dois técnicos) trabalham na emissora. O *bureau* da Pastel FM é administrado pelo conselho de administração da associação, composto por 12 membros⁵⁹ e por três pessoas que participam da rádio desde o início. O organograma da emissora tem uma presidência, uma tesouraria, um secretariado, uma direção de programação e de transmissão, uma central de propaganda, uma diretoria de redação e um responsável pelos projetos radiofônicos; abaixo aparecem os radialistas e estagiários. Nessa organização há também uma divisão interna entre as atividades daqueles que cuidam dos conteúdos informativos sobre o Magreb, a Europa e os Estados- Unidos.

⁵⁹ Entre os 12 membros do *bureau* de Pastel FM, cinco nasceram na Argélia, um no Marrocos e os outros, embora descendentes da Região Norte da África, nasceram na França.

No que diz respeito à parte técnica, a emissora mantém um técnico responsável pelas gravações que alimentam um banco de programas, transmitidos por satélite. Nos termos do radialista Farouk⁶⁰, “Aqui, temos um satélite que recebe os pedidos de programas enviados por todas as associações e transmitidos pela FM, o técnico recebe as reportagens de acordo com as cidades e as coloca sob um novo formato de transmissão, relacionado à grade de programação de Pastel”.

A cada dois meses, os 15 membros do *bureau* organizam uma grande reunião, para debates dos problemas técnicos, de programa, de compras, dos projetos da Pastel FM. Depois dessa reunião reservada à coordenação da emissora, organiza-se outra com os radialistas. O quadro de voluntários da emissora é formado por pessoas desempregadas, aposentados, assalariados e estudantes.

Para ser locutor na Pastel FM é preciso entregar um projeto junto à diretoria dos projetos radiofônicos. Trata-se de uma comissão, composta por quatro pessoas, que analisa as linhas diretrizes das propostas de programas. Em seguida, o comitê de programação entrega as suas conclusões ao conselho de administração que, finalmente, decide. Quando a proposta de programa é aceita, o candidato deve realizar um esboço do seu programa. Este consiste em 30 minutos de gravação do programa-proposta, para que a direção da programação avalie as possibilidades de realização do programa. “É mais ou menos um controle, pois lançamos muitos programas ao final de três semanas... Fomos obrigados a cancelá-los. Não é uma rádio comercial, mas, assim mesmo, é preciso respeitar o projeto inicial.” acrescenta Jérôme Flandrin. Se essa pré-realização funcionar, o voluntário deve cursar uma formação técnica para tornar-se radialista. Ao explicar esse procedimento de incorporação dos voluntários à rádio, o diretor dos programas diz:

O radialista deve comparecer ao secretariado, entregar a sua fotografia, sua ficha, por assim dizer, e, depois é preciso cursar uma formação técnica, se a pessoa estiver de acordo; pois não há técnicos disponíveis: eles são formados tecnicamente e depois devem se virar sozinhos. Ou eles têm que escolher alguém para ser o técnico: o formamos e, ao final de três semanas, o programa começa. É o técnico da casa que os forma.

De acordo com a diretoria da emissora, os conteúdos dos programas são questionados logo no início do projeto de programa. Este tipo de controle é feito para garantir que os ouvintes

⁶⁰ Farouk é uns dos radialistas mais antigos de Pastel. Está na emissora há 20 anos.

tenham uma grade de programação de “qualidade” e, também, para impedir que certos “assuntos” racistas ou de política partidária sejam tratados na estação. “Existe um regulamento antes que o cara comece. Ele sabe o que deve fazer”, explica Flandrin.

De acordo com Farouk, locutor voluntário da rádio há 20 anos, a nova geração de voluntários distingue-se da anterior porque aquela era mais comprometida com o projeto radiofônico e associativo da emissora. “Agora, os novos radialistas apresentam o programa e vão embora. Têm outros, os mais antigos, os veteranos, como a gente, ligados à associação. Quando há festas, damos as mãos. Demos as mãos para pôr a mesa, para guardar o material de som às 3h da manhã e para todo o resto”, diz Farouk. Esse animador apresenta um programa musical, com músicas magrebina, mas com grande intervenção dos ouvintes que enviam mensagens para amigos e familiares, levantam debates temáticos e se comunicam com conhecidos e familiares encarcerados no presídio de Roubaix. De acordo com o locutor, um dos objetivos da emissão é levar o Magreb até essa população, que em sua grande parte é de origem norte-africana. Farouk é DJ, atuando em vários eventos da região, um dos mais antigos locutores da rádio, goza de grande prestígio junto à diretoria da emissora por ser um grande defensor da cultura magrebina.

O engajamento à rádio Pastel por parte dos animadores está associado à difusão majoritariamente da cultura magrebina, com a presença também de expressões culturais de comunidades asiáticas, latinas e da chamada “África Negra”; projeção de gostos estéticos musicais pessoais; divulgação de projetos associativos e para estudantes de comunicação quando atuam como estagiários na emissora, considerado um espaço para alcançar a prática profissional. A busca por reconhecimento tanto pessoal como de coletividades é marcante nesse espaço radiofônico. Um dos locutores da rádio, Jean Nguyen, de 32 anos, há três anos e meio como voluntário na emissora, professor de educação musical, é de origem franco-vietnamita, mas seu programa de caráter essencialmente musical, **Caïman**, com espaço para entrevistas, difunde, principalmente, a música latino-americana, notadamente, mambo, salsa, bossa nova. Para esse animador, a rádio Pastel é um espaço não comercial e livre para compartilhar seu gosto musical com a população de Roubaix, como também

Propôr programas variados em diferentes línguas, fazer as pessoas descobrirem músicas de outras culturas pouco ou mal conhecidas, colocar em diálogo e fazer trocas entre diferentes emissões da rádio (...) para mim, a rádio associativa é uma alternativa às rádios comerciais. Além de propor o contato com outras

culturas, ela propõe a reflexão ou o debate em um nível local, com a mesma preocupação com o profissionalismo”, comenta o animador.

Apesar das diferentes formas e motivações de engajamentos de voluntários à rádio, o veterano da Pastel reconhece o papel desenvolvido pelo trabalho voluntário, que torna possível o funcionamento da emissora. Contudo, as dificuldades da Pastel, no atual momento, são mais de ordem financeira.

Os meios de financiamento da Pastel FM

As fontes mais regulares da emissora são as ajudas recebidas do Fundo de Apóio à Expressão Radiofônica, FASILD, das cotizações dos membros da associação (6 Euros por mês) e dos chamados “amigos da Pastel”. A Pastel FM consagra 19,9% da sua programação à veiculação de propagandas (20 minutos por dia no que diz respeito à programação local), o que representa 25% de orçamento anual da emissora. Observa Flandri:

Vivemos do fundo de apóio radiofônico, da organização das festas e das participações das associações que trabalham conosco. Quer dizer, temos uma rede, mas bom...é preciso trabalhar. Organizamos festas e temos os “amigos da Pastel”. As pessoas de fora compram um cartão “amigo da Pastel”, que custa 3 Euros e que são revertidos para a associação para fins humanitários. O financiamento da emissora é o mesmo do que para a associação.

A rádio Pastel FM está instalada em um edifício da prefeitura, porém a diretoria da emissora afirma que a municipalidade não subvenciona as atividades da Pastel. “Não, não, nós somos independentes. É muito importante, nós não temos nada a ver com a prefeitura. A cidade nunca deu subsídios, desde... Sim, temos uma ajuda, mas muito pequena, nós não temos nada a ver com a prefeitura, é independente. Sobretudo independente, porque depois deve se envolver nos circuitos políticos”, afirma Farouk.

A emissora conta com três estúdios, um para realizar programas ao vivo, outro para gravações com computadores e o último é reservado à redação. A Pastel não possui acervo musical. Os radialistas devem trazer os seus próprios discos, cd's. A emissora tem relações com instituições educativas e culturais locais, como a biblioteca das mídias de Roubaix, que empresta músicas para alguns programas. A Pastel traz material sonoro para realizar programas e reportagens externos. Além das suas relações com a rede associativa local, a emissora participa

da Federação das Rádios associativas do Norte da França – FRANF e da Confederação Nacional das Rádios Associativas – CNRA.

Os programas da Pastel FM: entre generalidade e especificidade comunitária

A programação da Pastel FM tem como base o projeto associativo de meio de comunicação a serviço das populações imigradas, sobretudo da população magrebina. No total de 24 horas de transmissões diárias, a Pastel FM realiza 90% dos seus programas, os 10% restantes vêm de fora (EPRA e RFI); 55% do total dos seus programas têm conteúdo em língua francesa e 45% em língua estrangeira. A rádio tem 70% de programas musicais e 30% de programas temáticos. Às vezes, os programas locais são realizados em parceria com ouvintes, sob forma de dedicatórias, jogos, entrevistas e presença de ouvintes no estúdio, onde há interesses, comentários e debates por telefone. A emissora transmite 20 horas e 42 minutos de programas locais, dentre os quais, 18 horas de programas ao vivo dos estúdios da Pastel FM (20 minutos são dedicados à propaganda local) e 3 horas e 18 minutos voltadas para informações locais.

A Rádio Pastel FM tem 64 programas próprios durante a semana, dos quais 57 são de entretenimentos e músicas das mais diversas culturas, e cinco programas que concedem a palavra aos ouvintes. Esses programas tratam de temas de interesses da coletividade local. O programa **Assos-cité** (aos domingos das 6h às 8h) é um espaço especificamente dedicado ao direito à palavra das pessoas e aos anúncios das associações da região de alcance da emissora. A estação propõe também um programa religioso **Prophétie** (sexta-feira das 20h às 22h) que trata do Islã.

No âmbito das emissões de entretenimento que vão ao ar, existem nove programas temáticos representativos das diferentes culturas: **Djurdjura Magazine** (programa bilíngüe franco-kabyle); **Afrika Danse** (cultura da África Negra); **Sienghene** (programa laosiano); **Simarik Show** (cultura turca); **Polônia** (programa polonês); **Canzone d'Itália** (programa italiano); **Rocky** (músicas dos anos 50 e 60 dos Estados Unidos) e **Caïman** (programa latino-americano). Trata-se, sobretudo, de programas musicais, entretanto, às vezes, durante esses programas o radialista passa a palavra aos atores culturais (artistas e produtores culturais) e aos responsáveis pelas associações regionais. É também um espaço de divulgação dos eventos culturais locais. Explica um dos radialistas da Pastel:

A grade de programação de Pastel FM está aberta a todas as comunidades. Quer dizer que o lema da Pastel FM, que é “todas as cores da música”, quer dizer que

todas as comunidades podem encontrar-se na Rádio Pastel: magreb, italianos, poloneses, cambojanos, está aberto para todas as comunidades. Somos uma emissora comunitária generalista: é nosso objetivo. A gente não muda de idéia a cada cinco minutos.

No conjunto dos programas emitidos pela Pastel FM existem também programas ligados à integração dos bairros ou destinados às comunidades culturais magrebinas, africanas e antilhanas, com informações práticas e jurídicas. Há também programas culturais que tomam conta da promoção, da criação e da emissão da cultura local, dos serviços culturais e associativos (serviços, magazines, testemunhos, cultura, música do mundo), assim como programas especializados durante o mês do Ramadã e durante o verão.

Na Rádio Pastel, as informações locais, culturais, sociais vão ao ar gratuitamente e são misturadas aos espaços de música, magazines e programas temáticos. A programação, tanto de dia como de noite, consiste, na sua maioria, em músicas francesas e berberes. Os domingos são dedicados a programas de expressão “comunitária”, sobretudo o programa **Les voix du Maghreb**, semanal de três horas, cujo público alvo é a população magrebina. Esse programa conta com a participação dos ouvintes. A emissão é, sem dúvida, a mais importante da emissora no que tange o público-alvo magrebino. Durante os finais de semana, a emissora assume mais o seu lado de mídia comunitária dirigida às populações árabes. Conta o diretor de programação da Pastel FM:

De modo geral, aos domingos eles gostam de fazer dedicatórias, dizer um alô. É familiar. Também há os presos da carcerária de Lons, ficam ligados em Pastel porque as famílias podem dizer um alô aos seus filhos. É, sobretudo, no momento das dedicatórias que a família faz isso. Havia um projeto previsto com os detentos. É uma pena, é muito complicado. Queríamos fazer programas ao vivo de lá, mas não foi possível. Bom, teria sido interessante. Então, a gente prefere fazer como o Farouk, um espaço aberto, os jovens escutam Funk, eles gostam, são detentos, ficam ligados em Pastel e a gente manda um alô. Quando saem de lá agradecem ao Farouk. Isto permite que as famílias entrem em contato com aqueles que não têm liberdade.

De acordo com a direção de programação da Pastel FM, a realização de programas ao vivo com os ouvintes não é sempre possível porque as formas de controlar o tempo e os conteúdos do que será dito são escassas. De fato, a direção e locutores da emissora confessam não estarem prontos para “correr esse risco ao vivo”. “O ouvinte pode expressar-se, claro, entre aspas, pois... bom... muitas vezes há... não é possível de deixar tudo em aberto. A abertura é

perigosa, infelizmente existem sempre imbecis, caras com ódio, mas... tudo bem... a relação com os ouvintes é boa. Existem outros programas para falar de outras coisas que fazem especiais durante um mês”, afirma Flandrin.

No que diz respeito a esse assunto, a diretoria da Pastel é mais incisiva quanto à participação ao vivo dos ouvintes quando os temas são políticos. Para esta emissora, os ouvintes não são todos aptos a esse tipo de exercício. O radialista Farouk explica que durante os atentados de 11 de setembro de 2002, a Pastel FM viveu um período peculiar. Esse evento provocou reações diversas junto às populações árabes. Situações tensas foram dificilmente resolvidas, porque havia diferentes opiniões em confronto. As pessoas ligavam para emissora para dar uma opinião sobre o que tinha acontecido em Nova York. Nos termos de Farouk,

Os ouvintes da Pastel FM vêm do meio operário: eles não pensam, eles nunca vão ter...ou então intelectuais. Isto é mais uma classe operária e eles nunca vão fazer perguntas políticas. Na oportunidade de um programa musical e cultural, houve alguém que me falou que, na América, uma bomba explodira. Bom... falei que não podia responder. É um programa musical. Quando houve o 11 de setembro, foi difícil opinar. Na emissora falamos disso, mas era mais dentro da redação.

Diante do controle exercido pela direção de Pastel FM, nas situações descritas, é possível definir que a emissora trata de questões políticas e ideológicas importantes em uma linha que permite uma intervenção dos ouvintes no espaço radiofônico, porém dentro do limite das normas estabelecidas pela redação. Fica também evidente que alguns membros da rádio não consideram seus ouvintes aptos a se expressar publicamente sobre temas polêmicos como fundamentalismo, atentados, racismo, os quais se traduzem em temáticas que suscitam discussões políticas. O receio do tratamento de tais temas no ar, leva a diretoria a orientar seus locutores a evitar debates sobre assuntos que relacionem violência, política e religião. Isto não quer dizer que a emissora seja neutra ou imparcial diante de fatos polêmicos, mas esses são tratados de forma cuidadosa, dentro de um quadro específico de organização interna, a redação, da qual fazem parte os membros do *bureau* da associação.

Apesar deste tipo de controle da programação no que diz respeito à expressão das pessoas na Pastel, observa-se que existem programas que permitem a participação dos ouvintes. Pede-se citar cinco. O **Polyphonies** (sexta-feira das 18h às 19h), programa de reportagens e debates sobre temas políticos, sociais e memória do programa. Os ouvintes podem participar do programa

deixando recados na secretária eletrônica da emissora. **Citoyen d'abord** (sábado das 12h às 14h) é um programa de debates de temas polêmicos sobre a cultura das populações imigrantes. Às vezes, esse programa propõe assuntos muito políticos, como a situação das populações nas guerras civis e militares na Palestina, no Afeganistão e no Iraque, chamando a atenção para os constantes atentados contra os direitos humanos. O programa tem formato de entrevistas, veicula testemunhos de sobreviventes de conflitos armados (refugiados políticos ou refugiados clandestinos na França), de pessoas da comunidade local, de convidados vindo de fora, de pessoas das associações, dos artistas locais. **Liberté sur Parole** (sexta-feira das 19h à 20h); **Agora** (da segunda à sexta-feira das 10h às 11h) são espaços onde são retratadas as ações das associações ligadas ao meio-ambiente, com entrevistas com os moradores da cidade, divulgação de atualidades dos bairros da região. **Divers Cité** (de segunda à sexta-feira, das 17h às 18h) é um programa que dá prioridade a assuntos polêmicos no campo da política urbana, tanto nacional quanto internacional (como a questão do véu nas escolas), da cultura e da religião. O programa se desenvolve a partir de entrevistas de convidados, geralmente escritores ou pessoas envolvidas em projetos sobre questões sociais. Explica Farouk,

Também, organizamos debates abertos, ao vivo. Quando há conferências fora, às sextas-feiras, a gente pega o material para fazer os programas ao vivo. Atualmente, em Roubaix, existem condições políticas. Há uma universidade popular ... então houve Tariq Ramadan⁷⁷. E, cada vez que organizem uma conferência, chamam Pastel. Existe o Café Cidadão, é uma coisa à parte. Por exemplo, nas sextas-feiras à tarde, nós fazemos uma reportagem num café cidadão. Quando houve o debate de Tariq Ramadan, era com uma condição pública, a conferência aconteceu. Quer dizer que o programa é feito ao vivo de lá.

Mas, de fato, acontecem poucos debates públicos ao vivo com os ouvintes da Pastel, sobretudo quando se trata de assuntos polêmicos. Farouk ainda observa:

Pode haver um assunto que é a redação que administra. Um debate sobre a política durante as eleições. Podemos receber parabéns ou insultos. Vou citar um

⁷⁷ Tariq Ramadan é professor de Islamologia da Universidade de Notre Dame (Estados Unidos, Indiana). Ele é suíço, de origem árabe, é reconhecido como intelectual que se dedica a pesquisas sobre conflitos, solidariedade, paz mundial, religião e política. Ele é engajado ao debate sobre Islã na Europa e no mundo. É membro consultor em diversas comissões vinculadas ao Parlamento de Bruxelas. Ramadan participa de vários grupos de trabalho internacional sobre o islamismo, diálogos inter-religiosos e mais precisamente sobre desenvolvimento e questões sociais. Vide sua página na Internet: www.tariqramadan.com.

exemplo: durante anos fizemos programas à noite, durante o período do Ramadã. Às vezes, jovens que não estão nem aí com o Ramadã, que bebem uísque, acham que podem participar do programa e dizem insultos. Isto acontece e a família deles escuta.

A programação da estação é fruto de um processo de decisão centralizada, vindo do *bureau* da associação. As decisões são tomadas por meio de uma reunião do conselho administrativo. Os voluntários não participam delas. O conteúdo dos programas é controlado pelos responsáveis da redação, assim como pelos encarregados da programação e, depois, esses assuntos são analisados pelo presidente da emissora. “Se os voluntários e os ouvintes querem participar, a gente toma nota. Não está tudo fechado. A gente anota as idéias, as propostas”, diz o diretor de programação.

De modo geral, as principais fontes de informações da rádio Pastel provêm da imprensa, da Internet, dos ouvintes, das associações, das instituições culturais e educativas, dos encontros com o público, dos centros sociais e de todas as pessoas envolvidas com a emissora.

A Rádio Pastel é uma emissora de aproximação com os cidadãos e seu objetivo está inserido nisso. Visitamos as associações para falar com elas, as pessoas falam espontaneamente. Passeamos com o microfone e perguntamos: ‘você tem coisas para dizer?’ No programa do domingo, têm broncas. Falam das suas empresas, jovens falam das suas motivações. Grupos de jovens que vão sair. É uma proximidade muito grande. Somos obrigados a [esta é a missão de uma rádio associativa] trabalhar com outras associações. É uma relação de cooperação.

Segundo Jérôme Flandrin, uma rádio associativa deve ser aberta a todos os públicos. Então, para ele,

Bom, não é uma emissora comercial, claro. É importante e, além do mais, as pessoas se identificam com a emissora. Todas as comunidades participam da Pastel. Ficam felizes em reencontrar um pouco dos seus países. Isto é importante: às vezes, não voltam para seus países há anos. Nesse tipo de mídia, como Pastel, existem todas as cores da música. A gente convida todo mundo a escutar a Pastel. Você tem idéias a propor, tem coisas a dizer, você não é excluído como nas outras emissoras.

4.2.4 Rádio Campus

O percurso de um meio de comunicação de militância política

A Rádio Campus de Lille é reconhecida como a primeira rádio livre da França. Foi fundada em 1969, época em que o Estado francês tinha o monopólio sobre o setor audiovisual. A emissora foi uma estação clandestina durante os anos 1970, e obteve autorização legal para funcionar em caráter provisório pela Alta Autoridade do Audiovisual, em 1981. Em 1983, a diretoria da emissora, cujos membros fizeram parte do Clube de Animação e Pesquisas Audiovisuais – CARAV, fundou a Associação Rádio Campus para administrar a emissora enquanto mídia associativa. A única atividade da associação consiste em administrar e organizar os programas da emissora.

Em 1993, a emissora recebeu a autorização regulamentar do CSA para conservar a sua frequência. Situada em Villeneuve d’Ascq, com sede na Universidade de Lille 1, Campus FM preservou a sua vocação como meio de comunicação universitário. A rádio foi criada para os estudantes, mas, até hoje, alcança toda a cidade. A emissora pode ser escutada no raio de 50 Km ao redor de Villeneuve d’Asq, cidade de 64.997 habitantes, cuja taxa de desemprego era de 13,2%, em 1999. Na aglomeração de Lille existem 1,5 milhão de habitantes e a Campus tem uma zona de cobertura que a diretoria estima ser capaz de alcançar 10% dessa população.

O fundador da emissora era estudante de engenharia elétrica e instalou um emissor em Villeneuve d’Asq. Hoje, Christian Verwaerde é engenheiro de pesquisa no CNRS. Assim, originalmente, a Rádio Campus fez parte de um projeto experimental e semi-profissional no campo do audiovisual. No entanto, a emissora era fortemente envolvida na luta contra o monopólio de Estado sobre a radiodifusão francesa. Desde o início, esse meio local se envolveu no movimento nacional a favor da liberalização das comunicações via radiodifusão na França. Após um percurso tumultuado, com momentos de repressão e interdição da estação, a emissora conseguiu sobreviver como mídia integrada ao espaço universitário, apesar de todas as dificuldades de ordem técnica e econômica. “Nós temos o mesmo objetivo e o mesmo projeto

desde o início. Resolvemos continuar como rádio associativa, sem propaganda”, disse o presidente de Rádio Campus, Pierre Glibert⁶¹.

A Campus FM não veicula propaganda. Isso faz parte das diretrizes da emissora, desde o início. A única propaganda da Campus consiste em distribuir adesivos com o símbolo da emissora aos seus convidados e ouvintes. Entre amadorismo e militância, assumidamente, de tendência política à esquerda⁶², a Rádio Campus permanece ligada às ações culturais locais sustentáveis e mantém a pretensão de ser vetor de desenvolvimento cultural e social em sua região. Seus programas são conhecidos por colocarem em evidência as diferentes correntes culturais produzidas pela diversidade dos estudantes que se encontram no campus universitário. Os programas são voltados, em grande parte, para estudantes, professores e pesquisadores.

Conforme a diretoria da Rádio Campus, os eventos mais importantes e marcantes da história da emissora são: 1) a comemoração a cada cinco anos do aniversário da emissora ; 2) o fato de a emissora ter parado de transmitir seus programas durante 30 dias por causa de um litígio com a aviação civil, em setembro de 2004; e, 3) a comemoração dos 35 anos da Campus FM.

O presidente da Campus FM explica que o fato de a emissora ter se instalado na universidade cria uma relação privilegiada entre ela e o ambiente universitário. No entanto, ele mesmo esclarece que a estação é totalmente independente da universidade.

Nós gostamos de estar aqui e falamos da vida social, cultural da universidade. Atualmente, temos um programa que trata dos eventos universitários, das reivindicações, dos anúncios. Temos um programa específico no campus. Produzimos um programa chamado Journée Porte Ouvertes, para que os estudantes façam seus anúncios. Isto acontece uma vez por ano. No mesmo programa, recebe-se estudantes de segundo grau que fazem perguntas sobre a vida universitária, quais são os tipos de formações. Participam também de debates sobre o tema.

Para a diretoria da Rádio Campus, a emissora exerce um papel de ferramenta de comunicação que vai além da vida universitária, prestando um serviço público à população que acessa esse meio de comunicação. A emissora se define como mídia local livre que dá visibilidade aos debates e iniciativas de diferentes públicos. Explica o presidente da emissora:

⁶¹ Pierre Glibert é técnico de prevenção CRAM, tem 59 anos e nasceu na França.

⁶² A emissora apresenta um programa **Marx est mort... mon oeil !** todas as terças das 8h00 às 9h00 onde se discute a atualidade do marxismo no meio acadêmico e da militância na França e no mundo.

Prestamos um serviço público. Somos muito próximos ao serviço público. Temos fortes laços com o serviço público. Estamos retransmitindo programas do serviço público. Assim mesmo, temos um papel de formador. Há muitos radialistas que trabalharam conosco e hoje estão nas emissoras públicas. Temos um professor de jornalismo que é também produtor de rádio pública. Rádio Campus é também escola.

O projeto radiofônico de uma emissora de esquerda

A emissora tem como objetivos centrais, enquanto mídia associativa: 1) continuar as suas atividades radiofônicas; 2) manter a sua independência frente ao “poder”; e, 3) oferecer um espaço de direito à palavra para aqueles que não o têm. A associação conta com 79 membros que pagam suas cotizações para sustentar as ações da emissora. Esses sócios são divididos em duas categorias: os assalariados, que pagam 69 euros de cotização por ano e os estudantes que pagam 46 euros. A emissora funciona com 200 voluntários e um assalariado, em tempo integral. O *bureau* é composto por nove membros⁶³ do conselho administrativo, dos quais um terço é renovado todos os anos. Então, a cada ano três novos conselheiros chegam, três novatos são admitidos. O organograma da emissora pode ser assim traduzido: um presidente; dois vice-presidentes (os responsáveis pelas transmissões); um tesoureiro e uma secretária. Cada programa tem um responsável encarregado pela realização do programa, que pode contar com a participação de dois a cinco radialistas.

Para ser locutor da Campus FM é preciso apresentar um projeto de programa, evidenciando as principais linhas da iniciativa. O conselho administrativo é encarregado de analisar a proposta, observando os aspetos ideológicos, culturais e sociais do projeto. “Somos a favor da liberdade de expressão, mas nós não podemos aceitar qualquer coisa. Não se trata da liberdade de insulto. Na Rádio Campus a liberdade de expressão é total, mas dentro dos limites das regras de respeito”, explica Glibert.

O engajamento dos locutores à rádio Campus está totalmente desvinculado de possibilidades de remuneração, visto que a prática de publicidade comercial é proibida pela direção da emissora. Os estudantes universitários são, majoritariamente, o perfil dos animadores na Campus FM. O regime de engajamento à rádio é o voluntariado calcado em duas motivações fundamentais: a difusão da cultura de origem do locutor, em termos musicais, ou de outros gostos

⁶³ Os nove membros do conselho administrativo são franceses.

estéticos associados a culturas estrangeiras e à militância ideológica, levando em consideração as manifestações de contra-informação, contra-cultura ou de contestação da política oficial e do *status quo* social. Nos termos de um dos radialistas⁷⁸ da emissora, “uma rádio associativa é um meio de expressão, não manipulado, não comercial, garante a liberdade de palavra”. Para este locutor, seu engajamento à rádio está vinculado à liberdade de difusão do gênero musical Jazz, “a música é prazer de viver, inspiração no cotidiano, sublime, às vezes”, o que permite compartilhar com os ouvintes um mesmo gosto musical. “Eu considero que a Rádio Campus é um espaço aberto para a palavra de seus ouvintes e outras associações na medida em que a emissora é um lugar onde as pessoas têm o direito de vir se exprimir. Eu considero que é uma rádio de liberdade, de combate para as pessoas que têm coisas a dizer, reclamar, elas podem vir à rádio”, afirma Louis Abanda, 42 anos, camaronês, jornalista, mestrando em ciências políticas, voluntário da emissora há três anos. Para esse locutor uma das grandes motivações para seu engajamento à Campus FM está em sua paixão pela mídia rádio e o anseio de adquirir experiência como radialista. O animador realiza uma emissão às quartas-feiras, das 13h às 14h, **Fênetres sur le monde**, um magazine cultural que trata de arte, hábitos e costumes culturais de diferentes culturas, músicas, entrevistas com estudantes universitários sobre seus países e turismo. “Como a rádio Campus tem um lado político bem acentuado, como já têm muitos programas que discutem temas políticos polêmicos, eu escolhi um programa mais cultural. Temos janelas abertas que mostram o mundo”, explica o locutor.

Para o animador Fernando Sanchez, de origem chilena, 29 anos, militante da Associação franco-chilena, CORDILLERA, voluntário da emissora há seis anos, o atributo de rádio livre postulado pela própria emissora deve pautar todas as emissões, as quais devem fomentar reflexões críticas sobre os acontecimentos da atualidade. O comunicador faz um programa semanal, **La voix de l’Amérique Latine**, que mescla músicas latino-americanas, debates e informações sobre a vida local os acontecimentos na América do Sul. Trata-se de uma emissão cultural e política que traz ao ar, constantemente, reflexões sobre direitos humanos, cidadania, minorias, exclusão social. É comum durante essa emissão a veiculação, pelo animador, de chamamentos públicos para mobilizações sociais em prol de causas humanitárias e para

⁷⁸ Laurent Outurquin tem 36 anos, está na Campus FM desde 1996. Formado em letras e literatura, esse voluntário realiza uma emissão musical **Musiques aux pieds** que difunde essencialmente Jazz.

engajamentos dos ouvintes em campanhas públicas, em geral, organizadas pela associação a qual está vinculada ou por outras entidades civis. “A rádio associativa é uma rádio plural, tratando tanto de temas locais como internacionais, uma rádio que deve permanecer livre na concepção de suas emissões. Isso deve ser uma escola para saber tratar a informação e se dar conta da importância da mídia”, diz o locutor.

O candidato a locutor aceito pela emissora deve cursar uma formação técnica. Os radialistas mais antigos são encarregados da formação dos novos integrantes da rádio no que se refere às ferramentas tecnológicas. Em relação aos meios técnicos, a Rádio Campus apresenta cinco ambientes, dentre os quais três são estúdios de transmissão, um é o secretariado e o outro uma espécie de sala usada como espaço de convivência, uma recepção para os ouvintes, visitantes que vão à emissora. Trata-se de um café que funciona na entrada da emissora e onde os radialistas, os ouvintes e os membros da associação se reúnem para discutir assuntos variados e sobre os programas apresentados pela Campus⁶⁴.

A emissora tem um acervo musical de 20.000 títulos, além dos discos pertencentes aos radialistas. Ela tem dois emissores operando na potência autorizada pelo CSA, ou seja, de 4 KW. A Campus tem transmissão via satélite e, desde 2001, a emissora tem uma página na internet, na qual podem ser ouvidos programas da Campus FM.

Todavia, no âmbito do funcionamento da emissora, as principais dificuldades encontradas pela rádio atualmente são: 1) financiamento e manutenção; 2) motivação dos radialistas para que a emissora funcione de forma satisfatória, conforme o projeto radiofônico; e, 3) renovação dos meios técnicos. “A organização, a disciplina no espaço da emissora devem sempre ser administradas. É preciso que as regras e os horários sejam respeitados, assim como o projeto da rádio. Existe um regulamento interno e o estatuto da associação”, afirma Glibert.

A Rádio Campus tem um gasto mensal de 7 500 Euros. Ela se sustenta com recursos financeiros do Fundo de Apoio à Expressão Radiofônica, do Conselho Geral do Norte, do FASILD, da Direção Geral da Ação Cultural, da cidade de Villeneuve d’Ascq e do Ministério da Cultura e da Comunicação.

A emissora mantém relações com instituições culturais e sociais, com a população, as organizações não-governamentais, as igrejas, os templos, os grupos radiofônicos, outras rádios associativas e a prefeitura local. A importância do relacionamento da emissora com o ambiente

⁶⁴ Observei este espaço durante uma tarde com o intuito de identificar as pessoas que o frequentavam.

social externo, com outras instituições de seu meio consta no seu projeto de rádio associativa. A emissora faz parte da Confederação Nacional das Rádios Associativas – CNRA, do Sindicato Nacional das Rádios Livres – SNRL e da Federação das Rádios Associativas do Norte da França – FRANF. “Comunicamos com as outras rádios Campus da França. Mas nos não temos os mesmos interesses. No que tange à programação, temos mais magazines que os outros, tanto em número de radialistas quanto de programas que vão ao ar”, esclarece René Lavergne, diretor de programação da Campus.

No que diz respeito ao projeto radiofônico, as orientações que predominam são culturais, laicas, generalistas, educativas e de política universitária. Na emissora são debatidos assuntos sobre imigração, combate ao racismo, à discriminação, mas, de fato, a Campus não tem programas essencialmente destinados à população imigrada. Não faz parte dos seus objetivos. Todavia, a direção da rádio procura tornar os espaços mais diversificados, acrescentando projetos de programa que podem representar diferentes culturas.

A emissora propõe informações locais, nacionais e internacionais, conferências, espetáculos, promove artistas regionais e músicas. De fato, a Rádio Campus FM é uma emissora generalista com vocação musical. Porém, ela abre um espaço importante para debater assuntos políticos. Isto faz com que Campus FM seja reconhecida como uma emissora que participa dos debates e eventos políticos.

A Rádio Campus FM desenvolve projetos culturais, políticos, sociais, educativos, de desenvolvimento local nos campos da arte e da literatura, assim como iniciativas voltadas para os seus ouvintes. Essas ações são amplamente desenvolvidas por meio de parcerias ou cooperação com organismos governamentais e associações do seu meio. Segundo o presidente da Campus,

A cada ano, tentamos organizar a semana da cultura francesa. Temos outros eventos que são iniciativas dos radialistas, os quais apresentam projetos que são aceitos ou não. Isto depende do interesse do projeto em relação aos objetivos da emissora, das possibilidades financeiras e do quadro dos funcionários, pois esse tipo de iniciativa requer muita gente. Participamos de noites de poesia e literatura.

Na emissora existem horários específicos para que as associações locais tenham direito à palavra pública, mas há programas feitos por membros da rede associativa ambientalista local. Então, a emissora oferece um espaço para programas realizados por membros de associações, que convidam atores sociais e culturais locais. Eles organizam debates ao vivo. É o caso do programa

La voix de l'Amérique Latine, desenvolvido por um membro da associação franco-chilena Cordilheira.

Entre 2003 e 2005, a emissora conduziu pelo menos três projetos radiofônicos de caráter sócio-cultural: 1) um programa desenvolvido em parceria com a Universidade Católica de Lille, com duração de uns 20 minutos; 2) um projeto com o Ministério da Educação Nacional, sobre a cultura francesa; e, 3) um projeto com a cidade de Villeneuve d'Ascq, sobre a agenda dos eventos da cidade.

A programação de Campus

A Rádio Campus tem transmissões 24 horas por dia, dentre as quais 23 horas são de programas próprios e uma hora de programa de fora (EPRA e rádios associativas membros do FRANF). De acordo com a grade de programação implementada em 2004, a emissora apresenta 89 programas produzidos pelos radialistas, por semana. No conjunto desses programas, 47 são essencialmente musicais e de diferentes origens, mas com intervenções dos radialistas. Nesse quadro dos programas musicais, existem 16 programas temáticos: um de ópera, um de músicas da Europa, um de títulos jamaicanos, um de músicas italianas, três de músicas das África, um das Antilhas, cinco de músicas francesa e três de títulos da América Latina. Os 31 outros programas desse gênero são programas dedicados às músicas do mundo. A músicas são internacionais (rock, Jazz, hip-hop, reggae, techno).

Essa grade de programação apresenta nove programas de entretenimentos (informações locais, entrevistas e músicas); dois programas de divertimento (músicas, piadas); três programas de arte e literatura; onze magazines sociais, políticos e culturais (informações locais, espaço aberto para as associações, músicas, agenda dos eventos locais); oito magazines temáticos de acordo com as regiões e países do mundo, África (Congo), Madagascar, Argélia, Palestina, Marrocos, América Latina, Flandres (música, atualidade política, cultural e social); quatro magazines educativos e científicos e um magazine sobre o desenvolvimento sustentável; um magazine social, cultural, de atualidades locais dirigidos aos detentos de penitenciária, com dedicatórias das famílias e amigos (**La voix sans maître**); um magazine sobre a vida universitária (**Infos Campus**); um programa sobre as demandas sociais de deficientes físicos preparado e apresentado por um deficiente (**Handilong**); um magazine político realizado junto a

um coletivo de luta contra as idéias da Frente Nacional (**Ras le Front**); e um programa que apresenta perfis de pessoas comuns da região (**Des voix in and out**).

De modo geral os temas presentes nos programas de caráter informativo são: ciência & tecnologia; relacionados com a cidade; política; memória da região; relação com o meio ambiente; imigração; educação; ciências humanas; temas sociais; território; turismo; arte; cultura e economia.

As principais fontes de informações da Rádio Campus são as agências de imprensa, outras mídias, ouvintes, associações, instituições culturais e educativas, encontros com o público, centros sociais, redes sociais e locutores. Os convidados dos programas de entrevistas são, em geral, membros de associações; profissionais liberais; funcionários públicos, artistas, professores, produtores culturais; moradores da região e intelectuais. Explica o presidente da Campus FM:

Temos boas relações com os ouvintes, pois aqueles que nos escutam estão interessados pela nossa programação. Também, quando temos problemas, os ouvintes nos apóiam. No ano passado, quando tivemos problemas técnicos e ficamos um mês sem fazer transmissões, recebemos bastante correspondências, e-mails, telefonemas de ouvintes que perguntavam o que estava acontecendo. Havia uma associação de ouvintes, criada pela FRANF, que deu muito apóio.

No conjunto dos programas transmitidos pela Campus podemos observa-se dois programas interativos com ouvintes locais e alguns localizados em outros países, fora do raio de difusão da emissora. O contato se dá via Internet. No programa **L'heure de l'mettre** há contatos com ouvintes do exterior, permite que pessoas que estão na Palestina façam ligações. Trata-se de um programa aberto a debates sobre a situação política e social das populações ligadas ao território palestino. Nesse campo, correspondentes voluntários (jornalistas ou estudantes) fazem reportagens ao vivo para a emissora. O radialista da Campus transmite o programa e os correspondentes falam da situação social e política local. Em geral, os correspondentes voluntários já foram estudantes da Universidade de Lille I e também passaram pela emissora Campus como locutores e hoje contribuem com a rádio a partir de seus países.

Em outro programa, **La voix de l'Amérique Latine**, o radialista entra em contato com pessoas da América Latina que vivem nos seus países ou estão na Europa. É um programa musical com forte conotação informativa. O radialista faz as suas próprias análises sobre a atualidade política, cultural e social da América Latina. “As pessoas ligam e nós pagamos as ligações. Nos outros programas, os radialistas convidam as pessoas a se expressarem por

telefone, enfim são ouvintes”, diz o locutor. Os ouvintes participam dos programas por e-mail, telefone, realizando também programas junto com o animador. Nos termos do locutor do programa,

Na nossa emissora existem programas como a voz da América Latina, da África Negra, os magrebinos, o Japão, a Turquia, e os programas das outras associações que têm direito à palavra. Fora isto, temos magazines, todas as quartas-feiras e sábados reservados, a pedido dos ouvintes. Isto pode ser um cantor, uma associação ou outra coisa. É a diversidade! Temos espaços de liberdade dentro da grade.

No entanto, a diretoria da emissora explica que a participação ao vivo dos ouvintes não é sempre possível por causa de limitações técnicas. Existe também o problema do nível de preparo dos radialistas no que tange ao controle das situações delicadas, dos debates sobre assuntos polêmicos, durante os seus programas. “Há programas que solicitam intervenções ao vivo (por telefone) dos ouvintes. Esses telefonemas são difíceis de administrar. Não é fácil!”, explica Pierre Glibert.

No âmbito da grade de programação da Rádio Campus, todos os programas são escolhidos pelo conselho de administração da associação. Dentro desse conselho, duas pessoas são responsáveis por essa grade. Os membros do *bureau* avaliam os projetos de programas que melhor se encaixam dentro do projeto global da emissora. O estatuto da associação retoma, de modo geral, a lei sobre a liberdade da imprensa francesa, assim como o que a lei determina como proibições. “Quer dizer que todos os discursos racistas, sectários, homofóbicos... tudo isso é proibido. A partir disto, tudo o que não é proibido vale. Todavia, receber na emissora o Le Pen ou os representantes da Frente Nacional, de extrema direita, está fora de cogitação!”, afirma o presidente da Campus.

Como a maioria dos radialistas e dos ouvintes da Rádio Campus são estudantes, a grade de programação é definida em setembro. Durante as férias a emissora funciona em regime especial, de acordo com uma grade de verão. O funcionamento de Campus FM está muito ligado à vida universitária, o que torna a programação da emissora um pouco instável em período de férias. Há também um fluxo bastante acentuado de chegadas e partidas de comunicadores.

O conselho de administração de Campus organiza três grandes reuniões com os radialistas durante o ano universitário. Ao longo do mês de outubro, o conselho organiza a reunião de volta das férias com todos os voluntários, depois há um encontro com todos em janeiro, e, uma

assembléia geral da associação do conselho de administração, em abril, com os radialistas membros da administração.

Para o presidente da Campus FM, a emissora é um espaço democrático onde as programações são debatidas na medida em que os aderentes emitem suas críticas sobre os programas e o funcionamento do *bureau*. Os radialistas podem também votar no momento da eleição do conselho de administração.

O conselho reúne-se a cada quinze dias para dar seguimento às estratégias e falar sobre questões da ordem do dia. Os membros do *bureau* analisam os projetos em andamento, assim como o material que recebem de fora. Trata-se também de encontros que servem para relatórios financeiros e morais. “Durante as reuniões, os radialistas podem criticar a emissora. Durante as assembléias, os aderentes fazem observações. Sempre precisamos de espaço para debater sobre os assuntos”, esclarece Glibert.

De acordo com o presidente de Campus FM, uma rádio associativa deve trabalhar as suas características de mídia independente em relação aos poderes políticos e econômicos locais. Um meio de comunicação a favor de passar a palavra às pessoas. Nos termos do presidente da rádio Campus FM,

Normalmente, isso deveria pertencer a pessoas que compartilham interesses comuns e trabalham no intuito de fazer progredir seus projetos comuns. Deve se trabalhar junto. Mesmo se as pessoas têm interesses diferentes, elas podem se unir para desenvolver um projeto. Sabe-se que as pessoas têm atividades diferentes, é difícil trabalhar junto. Existem pessoas que se interessam mais por um programa, isto acontece. A Rádio Campus pede a participação das pessoas, os universitários, outras associações e outra gente. É o nosso papel. Estamos ligados à cidadania, laicidade e aos trabalhos das outras associações. É o fundamento da rádio Campus.

A Rádio Campus FM mantém estrutura e organização originais para preservar o “espírito” de rádio livre. O voluntariado estudantil é a força motriz do funcionamento da emissora cuja proposta é dar visibilidade às diferenças culturais, opinativas, ideológicas que perpassam a vida do campus universitário, além de se colocar à disposição para intervenções permanentes ou esporádicas dos habitantes da sua região.

4.2.5 Rádio Canal Sambre-Avesnois

A história de uma rádio de território

Rádio Canal Sambre foi fundada a partir da iniciativa da prefeitura comunista de Aulnoy Saint-Aymeries, no âmbito do movimento das rádios livres, em 1981. Em meados dos anos 1980, a emissora tornou-se rádio associativa, com o projeto de transformar-se em mídia de aproximação e de território. Desde 1992, a Canal Sambre transmite em três frequências (duas na região Norte da França e outra na região de Aisne). A emissora é administrada pela Associação Canal Sambre Avesnois, cuja principal atividade é gerenciar o meio de comunicação. A primeira decisão de autorização recebida do CSA data de 1993.

Ligada a uma região assolada pela decadência das indústrias siderúrgicas, a Canal Sambre tem a sua sede em Aulnoy-Aymeries, cidade de 9 206 habitantes, com uma taxa de desemprego de 22,9%. A segunda frequência da emissora no Norte está na cidade de Maubeuge. Essa cidade tem uma população de 33 561 habitantes, com uma taxa de desemprego de 26%. A terceira frequência da emissora está em Hirson, cidade de 10 327 habitantes cuja taxa de desemprego é de 23,6%. Essa cidade encontra-se no Val do Sambre-Avesnois, na região de Aisne. Entretanto, a emissora atinge os 13 municípios da região Sambre, assim como parte da Bélgica. Trata-se de um território de 240 000 habitantes, dentre os quais a emissora estima atingir 9,9% da população diariamente.

As características geográficas levaram a Canal Sambre a tornar-se uma mídia territorial que se ocupa em preservar a memória operária enquanto patrimônio histórico e cultural de Sambre-Avesnois, em uma região marcada pelo processo de desindustrialização e fechamento de minas de carvão, atividades econômicas que atraíram no passado importantes ondas de migrações de populações de vários países da Europa do Leste e Central, como também da África do Norte.

A associação Canal Sambre foi fundada em 1981 pela prefeitura de Aulnoy e um grupo de moradores no intuito de dotar a coletividade e seus habitantes de um meio interativo de expressão e comunicação, cujo objetivo era criar condições de desenvolvimento cultural local, assim como afirmar a identidade do território. O *bureau* da associação conta com: um presidente, dois vice-presidentes, um secretário, um secretário adjunto, um tesoureiro e um tesoureiro adjunto.

A associação é administrada por um Conselho de Administração composto por pelo menos 12 membros e por, no máximo, 24 membros, cada colégio, tendo o mesmo número de

cadeiras. O número total é decidido anualmente pela Assembléia Geral, sob proposta do Conselho de Administração.

De acordo com o artigo 2º. do estatuto da associação⁶⁵ de Canal Sambre, a entidade tem como objetivo favorecer o desenvolvimento local nas suas dimensões culturais, sociais e de comunicação. A direção da emissora se declara independente de todo e qualquer interesse financeiro e comercial. A rádio associativa tem como projeto relatar a vida política, sindical, associativa e econômica do local respeitando o pluralismo. A emissora se propõe a servir o conjunto dos habitantes do território de Sambre-Avesnois, assim como o da Thiérache e dos Hainaut francês e belgas, dentro de um espírito de serviço público⁶⁶.

Os serviços prestados pela Canal Sambre

No percurso da Canal Sambre pode-se definir quatro momentos históricos que foram marcantes para a emissora: 1) o início, em 1981, época em que o único objetivo era ser uma ferramenta de aproximação para a comunicação e a animação; 2) o ano de 1985, quando a rádio se tornou um meio de comunicação associativa, com o projeto mais ambicioso de transformar-se em rádio de território; 3) os anos 1990, com a implementação de projetos de desenvolvimento local dos bairros quanto à memória operária e popular dos moradores da região; e 4) a crise financeira que atingiu Canal Sambre em meados dos anos 1990. “O ano de 1994 foi muito difícil para Rádio Canal Sambre. Um dos nossos parceiros nos deixou, então foram os ouvintes que ajudaram a sustentar a emissora”, conta a diretora da rádio, Francine Auger-Rey⁶⁷.

A Canal Sambre se considera claramente uma ferramenta de desenvolvimento local. A emissora assume funções decorrentes do seu papel de mídia associativa, como: estabelecer e perenizar a comunicação entre a rádio e os ouvintes; implementar ações com os ouvintes, defender a existência e independência da emissora em situação de crise econômica ou política.

Além do mais, a emissora oferece serviços como: propaganda radiofônica, engenharia cultural e de comunicação sob demanda, formação modular ou continua de profissionais ou

⁶⁵ O estatuto foi adotado pela associação na assembléia geral de 21 de junho de 2005.

⁶⁶ Relatório de atividade da Rádio Canal Sambre 2003, CTR de Lille.

⁶⁷ Francine Auger é diretora de Canal Sambre desde 1985. Assalariada, ela foi a grande responsável pelas mudanças do projeto radiofônico de Canal Sambre. Ela tem 56 anos, é jornalista e radialista. Auger é licenciada em artes cênicas.

voluntários, gerenciamento de arquivos sonoros e audiovisuais, venda de produtos radiofônicos. A prestação de tais serviços se traduz em uma fonte alternativa de recursos para manutenção da rádio.

A prefeitura de Aulnoy Aymeries é proprietária do espaço físico (800 m²) onde está funcionando a emissora. Para desenvolver as atividades radiofônicas, a Canal Sambre funciona com seis estúdios de montagem (um estúdio de transmissão, um estúdio bis para programas ao vivo e um estúdio de montagem móvel que permite realizar programas ao vivo fora da emissora)⁷⁹.

O acervo da emissora conta com 3000 títulos (Cds e Vinis). Com três frequências, Canal Sambre possui um emissor e dois re-emissores, que funcionam com a potência autorizada pelo CSA, ou seja, 500 w cada um.

Em relação às finanças, os recursos da emissora provêm de subvenções do Estado FSER (16,7%); do FASILD (5,7%); da aglomeração de Maubeuge Val de Sambre (11,8%); do Conselho Regional (27,4%); do distrito (4,7%); do Fundo Social Europeu (10,3%); e, de recursos próprios vindos da propaganda, da venda de programas e das adesões da associação (4,6%)⁶⁸.

Em 2003, o orçamento da emissora⁶⁹ era de 802 129 € em 2004 de 859 000 €(aumento devido ao projeto **Femmes et Quartiers**). Para 2005, a emissora previu um orçamento de 833 978 €. Os anunciantes que pagam pela propaganda comercial são, sobretudo lojistas. Não existe seleção de anunciantes na Canal Sambre, no entanto, os estabelecimentos comerciais anunciados são comerciantes locais e estruturas culturais.

As tarifas cobradas pela Canal Sambre são de 6,20 €no máximo e de 3,00 €no mínimo a difusão de 30 segundos, durante a programação diurna. A emissora passa em média 14 propagandas por dia, duas a cada duas horas. Ela aumenta a veiculação desse número de propagandas durante as festas de fim de ano.

As principais dificuldades enfrentadas pela emissora hoje são: o financiamento público; o financiamento dos projetos radiofônicos e as ambições, quer dizer, as tensões no meio das quais a rádio se encontra.

⁷⁹ Segundo dados da emissora, todo esse material foi avaliado em 236 542 €

⁶⁸ Em 2003, Canal Sambre contava com 200 associações aderentes, em dias com suas cotizações.

⁶⁹ Em 2003, Canal Sambre fez um empréstimo com o intuito de implementar um projeto de reestruturação.

De acordo com a diretora de Canal Sambre, o conselho de administração considerou que, há oito anos, a emissora apresentava um conteúdo excessivamente direcionado para as populações imigradas. O conselho não queria que a Canal Sambre fosse reconhecida como mídia orientada para as populações provenientes da imigração. Entretanto, a presidente da rádio não seguiu a tendência do conselho. Ela decidiu oferecer um espaço para as minorias e as questões decorrentes da discriminação na região. “Nós não podemos querer falar da realidade criando guetos e valorizando categorias populacionais. Isto é monstruoso”, diz Francine.

O projeto associativo da emissora

Francine Auger-Rey se tornou diretora da estação em 1985. Foi a época em que a Canal Sambre viveu a sua segunda fase de evolução, sendo reconhecida como rádio de território. O projeto radiofônico da emissora apoia-se em três eixos: 1) implementação de um plano de ações visando promover a identidade regional; 2) lutar contra a discriminação das populações oriundas da imigração; e, 3) promover um diálogo entre o meio rural e o urbano na região do Sambre.

De fato, a diretoria da emissora desenvolve essas ações, respeitando os dois princípios fundamentais a seguir: o papel de criação artística no âmbito do desenvolvimento das sociedades e a expressão direta das populações no espaço público da emissora, para que sejam reconhecidas como participantes das mutações territoriais. A emissora defende valores que orientam os seus projetos radiofônicos: a promoção da identidade regional, respeitando as diferenças culturais, e, a participação dos ouvintes no processo de comunicação e nas contribuições aos dinamismos desenvolvimentistas. “Nós não podemos esconder a verdade. Tomamos conta dessa população operária, é claro. Tomamos conta deles. Impedimos que eles desapareçam, ainda vivos, abrindo o espaço da emissora. Essa população faz parte da nossa história econômica”, diz a dirigente da rádio.

Para a diretoria da Canal Sambre, a emissora tem três principais objetivos como rádio associativa: 1) integrar os habitantes ao desenvolvimento local; 2) integrar os habitantes à vida social; e, 3) permitir a circulação das informações de interesse local. Segundo Francine Auger-Rey, os ouvintes da Canal Sambre conhecem as diferenças de objetivos entre uma rádio associativa e uma emissora comercial. Observa a presidente da emissora:

Antes de tudo, eles podem escolher escutar uma emissora comercial, então propomos outro produto, assim eles têm a possibilidade de escolha, sobretudo no

que tange à informação. Nossa informação é muito desenvolvida. Oferecemos informações administrativas, econômicas, insistindo sobre a visibilidade dos processos decisórios, isto prepara a população para que ela se aproprie de decisões nacionais.

As linhas diretrizes do projeto radiofônico da Canal Sambre permitem que a palavra dos habitantes da região, o cidadão, a associação, os grupos informais, das pessoas formadoras de opinião (peritos, criadores, cientistas) e dos mediadores (jornalistas, pesquisadores, artistas), sejam ouvidos. Os principais campos de atividades trabalhados pelos programas da emissora são: o desenvolvimento artístico e cultural; os serviços à população (informações sobre os direitos, o reconhecimento das populações e suas realidades, a difusão das suas próprias palavras e iniciativas, a participação da educação à saúde, a sensibilização aos grandes desafios da sociedade, como a genética, a educação, a paridade, o civismo, a alimentação, o terceiro mundo, o meio-ambiente); o desenvolvimento territorial (as questões sobre a identidade, o desenvolvimento sustentável, o turismo, a energia); as informações internacionais.

A emissora desenvolve projetos e iniciativas em direção aos ouvintes. Esses projetos têm caráter cultural, político, social, educativo para um desenvolvimento local, artístico e literário. Entre 2003 e 2005, a Canal Sambre implementou três projetos radiofônicos e sócio-culturais: **Femmes et Quartiers**, reconhecido como a ação mais importante da emissora para o público das mulheres oriundas da imigração; 2) **Gama-Maison de Retraite**, ação dirigida aos aposentados; e, 3) **Violence chez les enfants**, projeto de combate às violências praticadas contra as crianças da região.

Dentre os projetos citados pode-se enfatizar o radiofônico **Femmes et Quartiers**. Este programa veio de uma iniciativa da Canal Sambre cujo objetivo é fomentar a inserção sócio-cultural das mulheres imigrantes que têm dificuldades em encontrar condições socioeconômicas para viver na região. Para isso, a direção da emissora criou um quadro em sua programação para conceder a palavra àquelas que não a têm, enquanto protagonistas dos seus próprios destinos. Elas testemunham, ao vivo, suas trajetórias de vida e dificuldades de integração social na França, abordando desde as limitações para falar a língua, passando pela discriminação até choques culturais. No caso de mulheres muçumanas, elas manifestam estranhamento em relação à liberdade de se expressar em uma rádio, porque pertencem a uma cultura em que o direito a comunicar livremente não é uma prática comum, em particular para o gênero feminino. Em 2004, 586 pessoas participaram do projeto.

No âmbito da plataforma das principais missões fixadas pela emissora, em quanto mídia associativa, pode-se afirmar que a Canal Sambre desenvolve uma programação generalista para vários tipos de públicos. De modo geral, os conteúdos programados predominantes são culturais, laicos e educativos, e, destinam-se à população imigrada, além do público em geral. Isso se faz presente, sobretudo, nas músicas programadas.

A emissora veicula programas de informação geral, e também de proximidade; protagoniza ações culturais e artísticas; de abertura de espaço aos criadores, de valorização das práticas amadoras; de acompanhamento dos programas de desenvolvimento das estruturas intercomunais e das coletividades locais. Nota-se que existe um cuidado especial com os problemas específicos do território e das populações no que se refere aos campos cultural e social.

Na rádio Canal Sambre não existe espaço exclusivo para a expressão específica das associações. Elas têm direito à palavra no âmbito dos programas de divertimentos e magazines. Durante o dia, os radialistas tratam de difundir as ações e os eventos organizados pela rede associativa local. Além do mais, as pessoas das associações são convidadas para falarem na emissora em vários programas. Para a diretora da Rádio Canal Sambre, a emissora é um espaço de expressão para outras associações.

Existem pessoas que dizem que somos uma emissora hegemônica, pois somos a única rádio do território. Nós não quisemos isto, mas, de fato, cumprimos a nossa missão. As pessoas não entendem isto. Notadamente, o grupo dos imigrantes gostaria de dar os seus pontos de vista sobre a atualidade internacional. No meu país, Tunísia, não podem fazer isso. Então, atualmente trabalham para desestabilizar-me, pois na minha estação eles, os imigrados, passam por uma espécie de filtro e não podem tomar conta da ferramenta. Isto angustia muita gente entre a população imigrada que respeita as nossas regras do jogo. Aqui temos várias delas. Porém, respeitam. Aqueles que não as respeitam devem sair, pois não posso me tornar uma ferramenta ideológica. Perderia a minha credibilidade para com o público. Tomei a decisão que era preciso que essa gente – aqueles que não respeitam as regras do jogo – pudesse se expressar e conseguisse entender que eles eram sectários no espaço que organizava. Porém, presto muita atenção à população imigrada, a defendi contra pressões que queriam desmobilizá-la dentro do espaço público. Trabalhamos para a valorização dessa população. Os atos reais de lutas contra as discriminações não são feitos pelo Estado. Ao mesmo tempo gastamos muita grana para lutar contra a discriminação. Existe uma incoerência e ambivalência do Estado francês.

Os ouvintes participam também dos programas no âmbito da programação comunitária. São imigrantes convidados, protagonistas da história, com um percurso de vida, que falam na oportunidade de alguns programas. Além desse público imigrado, os ouvintes participam da emissora fazendo dedicatórias, falando de vários assuntos, seja por e-mail, por telefone, por carta ou indo às reuniões de programação para fazer propostas. Para a diretoria da Canal Sambre, os voluntários representam os ouvintes. Para a emissora, o seu papel como serviço público é valorizado quando a rádio realiza programas a pedido das coletividades ou instituições locais. Nos termos da presidente da rádio,

Agora, é preciso evoluir. Finalmente, me dei conta que tinha profissionalizado pessoas, mas que cada um continuava no seu mundo e que isto se transformara em pequenos guetos, uns ao lado dos outros. Então, pensei que isto não era possível, pois não peço verbas públicas para isso. Para fazer isto, é preciso ser uma rádio associativa comum, com fundos de apoio, e deixar as pessoas se expressarem. A partir do momento que se pretende conseguir financiamentos públicos e, então, ser de interesse público, não posso aceitar a transformação em gueto da categoria da população que faz parte da grade e me dá informações sobre isso. Então, foi preciso trabalhar a grade de programação, foi preciso trabalhar com profissionais que trabalhavam nesse gueto.

A diretora da Canal Sambre destaca o fato de que existem condições para que um voluntário dirija um programa ou um ouvinte formule propostas, no âmbito da grade de programação. Mas há “filtros” no processo de andamento de uma proposta. Em primeiro lugar, a iniciativa proposta deve ser inscrita no quadro do projeto associativo. Em segundo lugar, na Canal Sambre, os programas começam em setembro, como toda a grade de programação. É neste momento que um ouvinte pode apresentar um projeto ao *bureau* da emissora. No entanto, para que alguém se expresse nesse espaço radiofônico é preciso que tenha conhecimentos técnicos. A formação para um bom manuseio das ferramentas técnicas é o primeiro procedimento implementado uma vez que o voluntário chega à emissora para tornar-se locutor. Observa a diretora de Canal Sambre:

Existe um percurso. Não é [pedir para] abrir a porta [e daí] abro a porta, mas é preciso saber o que o programa vai trazer, quais são as condições para a sua realização. Desenvolvemos uma metodologia de trabalho e de formação. Hoje, a tecnologia tornou-se tão complexa que é preciso formar o pessoal. Agora temos um programa chamado ‘**Parole des jeunes**’, e nele os jovens debatem entre eles sobre os assuntos que os interessam. Encarregam-se totalmente deste programa. Estão criando uma dimensão pública, então somos abertos, mas é preciso que as

peças que entram nesta casa entendam as regras. A formação é fundamental na medida em que as NTI chegaram nas emissoras. Formamos o pessoal para que aprenda a usar as ferramentas, sobretudo no que tange a responsabilidade em relação à grade de programação. Se não fizerem isto a emissora vai quebrar. Isto é muito sério.

Sobre o assunto da formação das pessoas contratadas para a emissora, Francine Auger complementa:

A profissionalização não consiste tão somente em saber trabalhar. Consiste também em participar de um grupo com projetos coletivos. Então, permiti que as pessoas se profissionalizassem. Existem práticas coletivas que as levam a entender que não estão destacadas de um corpo, que elas são galhos de uma mesma árvore, de um mesmo tronco. Conseqüentemente, a minha grade de programação comporta um tronco comum, dentro do qual há tudo o que já falei: quatro grandes direções e ramos específicos para que as pessoas se expressem com as suas linguagens, com as ferramentas mais adaptadas e as suas próprias culturas políticas. É uma associação dos dois que faz que nós não tenhamos uma idéia errada do que é a expressão, que tenhamos um projeto estruturado. Assim, se você quiser, essa emissora evolui a partir da constatação que as pessoas estavam se conformando com um isolamento confortável. Visto que isto não faz parte do meu projeto, quebrei isto e o integrei à emissora.

As criações radiofônicas e projetos sociais da Canal Sambre

Os programas veiculados pela emissora surgidos na modalidade criada pela Canal Sambre de “Criações radiofônicas”⁸⁰ são realizados pelos membros da emissora, assalariados e voluntários, com ou sem ajuda de colaboradores vindos de fora. No âmbito dos programas de criação radiofônica, a emissora volta-se para os que apóiam o conceito de entrevista individual, que permitem o direito à palavra às pessoas (habitantes, associações, empresas, funcionários públicos, artistas locais e cientistas). A entrevista individual consiste em chamar uma pessoa que tenha condições de falar sobre a sua vida ou experiência, mas não sobre a vida afetiva ou privada.

Para outros ouvintes ou leitores, cansados da locução estereotipada das mídias dominantes, que não param de copiar uns aos outros, a escuta aleatória das nossas mídias, a consulta dos nossos sonhos, corresponde à necessidade de ficar mais próximo da realidade e da vida dos indivíduos ou de grupos cujas formas de expressão estão impregnadas de miscigenação. Permite encontrar meios de construir vidas. O tom de voz, para retomar a fórmula de Roland Barthes, não

⁸⁰ Trata-se de emissões originais criadas pelos animadores da Canal Sambre, resultado de projetos e pesquisas junto às demandas e expectativas dos ouvintes da rádio. São emissões sazonais na grade de programação.

mente quanto à densidade de uma existência. Trata-se para esse ouvinte, leitor de um momento de partilha, que constrói a comunidade. A comunidade não sendo tão somente este conjunto de características visíveis ou audíveis que define um grupo, mas também o que, na hora da escuta, da leitura, além de todo e qualquer grupo, agrega uma comunidade não definida, fluida ou densa, de acordo com as circunstâncias ou interesses. Uma comunidade além das comunidades.⁷⁰

Por causa da entrevista radiofônica, a emissora tornou-se um espaço público, a partir de relatos de histórias privadas que somam a outras e tornam-se histórias comuns que trazem traços, situações e aspectos comuns. A Canal Sambre propõe seis programas que podem ser considerados como de testemunhos pessoais: **Allo Avesnois** (entrevista de 10 minutos com organizadores de eventos locais, regionais ou belgas); **La voix de l'autre** (a cada domingo, um habitante de cultura estrangeira conta o seu percurso de vida); **Salut l'artiste** (um artista produto de culturas estrangeiras fala da sua arte e comenta as suas obras); **Paroles** (programa de criação radiofônica sobre e com um artista); **La mémoire industrielle** (este programa faz parte do projeto **La mémoire est un trésor, partageons-le**, que é uma espécie de narração sobre o percurso de vida profissional de antigos operários ou dirigentes das usinas do Vale do Sambre). Trata-se, sobretudo, de programas específicos, semanais, com exceção de **Allo Avesnois** que é diário.

A diretoria da emissora distingue quatro tipos de convidados: 1) o habitante, 2) o ator (aquele que age), 3) a associação e 4) a instituição. “Assim temos critérios que qualificam cada programa. Você pode ser cidadão, membro representante de uma associação, de uma instituição, você pode ser um político”, explica Francine Auger.

Conforme consta no relatório de atividades, na Canal Sambre, em 2003, o espaço dado aos habitantes em relação àquele oferecido aos formadores de opinião foi de 19,86%, contra 80,14% para pessoas das associações, intelectuais, empresas. Segundo Francine:

Relembro que as emissoras continuam sendo espaços de preservação da diversidade dos territórios, das opiniões, das culturas. Servem para que os habitantes possam se apropriar de uma ferramenta democrática de expressão para que a ferramenta seja utilizada pela população como meio de identificação a um território, uma comunidade”.

⁷⁰ RELATÓRIO DA ATIVIDADE DA RÁDIO CANAL SAMBRE 2001, CTR de Lille.

Para a diretoria da Canal Sambre a palavra do habitante é que permite que a emissora esteja vinculada à “realidade”. A partir da valorização da expressão dos cidadãos locais, Francine Auger desenvolveu o documentário local. Trata-se do programa **La voix de l'autre** e do projeto **Chantier photographique : éclats de vie**.

O primeiro programa inscreve-se em uma plataforma de “projetos de palavras”. É voltado para a participação social simbolizada pela vontade de passar a palavra a pessoas anônimas. O programa visa dois tipos de ouvintes da emissora: a população operária e a população imigrada ou descendente da imigração, sobretudo, as vítimas do racismo. Os objetivos são valorizar e fixar a memória operária, assim como defender a população estigmatizada e vítimas de processos de exclusão social.

Le Chantier Photographique : éclats de vie é um projeto cultural realizado por estagiários, homens ou mulheres imigrados, cujo objetivo é apresentar fotografias representativas das suas existências. Esse trabalho faz parte do projeto **Femmes et quartiers**. Nos termos da diretora da rádio:

Eles aprendem a realizar um trabalho sobre eles mesmos, um trabalho de esclarecimento para levar à escolha do objeto que deve ser fotografado, que vai representar o núcleo central da sua existência passada, presente e futura. Eles descobrem a potência e a pertinência do símbolo que revele uma verdade que está além das palavras.

Após tirar as fotografias, cada estagiário deve fazer uma narração pessoal, que está registrada, ao redor da fotografia escolhida, isto na frente de todo o grupo, do fotógrafo e dos assistentes. A fotografia tirada por aquele que participa desse programa tem que definir os contornos da sua vida e testemunhá-la. Nesse trabalho existem duas práticas de expressão comunicativa que estão sendo implementadas: a imagem e a narração. O projeto continua com o vernissage da exposição das fotografias na região do Sambre.

A emissora e o seu meio social

A rádio mantém relações com instituições culturais, sociais, a população da região de cobertura radiofônica, grupos radiofônicos, outras emissoras associativas, políticos locais, igrejas,

templos e a prefeitura local. A Canal Sambre participa da Confederação Nacional das Rádios Associativas – CNRA e da Federação das Rádios Associativas do Norte da França – FRANF⁷¹.

Francine Auger observa que a rádio mantém relações com entidades que subvencionam as suas atividades radiofônicas o que não impede a mídia de conservar a sua liberdade de expressão e de funcionamento. “Nós não podemos permitir que os poderes locais façam uso deste meio de comunicação. Existem pressões permanentes. Os poderes políticos mudam e as pressões também. Não somos manipulados”, afirma a diretora da Canal Sambre.

Na emissora, a profissionalização dos funcionários é um fator fundamental para evitar que haja manipulação pelos poderes locais. Da mesma forma, o estatuto da associação coloca em evidência os objetivos não comerciais e o aspeto democrático desse meio de comunicação. Explica a diretora da emissora:

Existem os poderes locais. Então temos um estatuto que não permite isto. Os estatutos da rádio são formulados para que os políticos não possam manipular este espaço. É a profissionalização que impede isto. A profissionalização fornece as regras deontológicas implementadas pelos funcionários. É preciso resistir aos poderes políticos sempre, pois esses são poderes perigosos. É preciso, então, formar profissionais para impedi-lo e criá-lo. No entanto, a nossa força vem dos ouvintes.

De fato, a profissionalização é uma marca registrada da Rádio Canal Sambre. A emissora conta com 19 assalariados, entre os quais sete são jornalistas com registro de imprensa e 20 voluntários. A formação técnica e deontológica é obrigatória para os que querem tornar-se radialistas na Canal Sambre. O organograma da emissora apresenta a diretora-presidente, que desenvolve também os papéis de diretora de programação e dos recursos humanos (os jornalistas os radialistas, os recepcionistas, o realizador, o responsável pela transmissão, o assistente de produção, o assistente técnico e o secretariado). Em 2004, seis assalariados da rádio passaram por formação profissional no Centro Regional dos Recursos Audiovisuais e no Centro de Formação e Aperfeiçoamento dos Jornalistas.

Quando se fala da Canal Sambre-Avesnois fala-se de uma emissora sem dúvida atípica em relação ao conjunto das rádios associativas, no sentido de que ela investiu muito rapidamente na profissionalização dos seus funcionários, para

⁷¹ Ao longo do ano de 2004, Canal Sambre conduziu ações de programas em colaboração com a FRANF, Rádio Campus e Rádio Loisirs.

conceder a palavra a aqueles que compõem o território, mais do que investiu na abertura da emissora ao trabalho voluntário⁷². (LATAULADE, FROISSART e MELAS, 2004, p.30).

O engajamento dos locutores à Canal Sambre passa pela grande valorização dada pela direção da emissora à profissionalização dos seus comunicadores, no entanto, a participação de amadores na grade de programação da rádio é também constatada. “Eu passei por uma formação técnica na própria rádio. Tive uma orientação sobre comportamento e linguagem e temas tratados no ar”, explica Séverin Van gastel, estudante de direito, 23 anos, voluntário na emissora há cinco anos. Para esse locutor, a rádio é um espaço importante para difusão de estilos musicais não valorizados pela mídia oficial. Ele apresenta um programa musical, às terças-feiras, das 21h às 23h, **Rock Metal**, com entrevistas, pautado na difusão essencialmente de Rock. De acordo com o animador, apesar de emissões musicais não serem prioridade da rádio, seu programa faz parte do projeto radiofônico da Canal Sambre no que se refere à concessão de espaço para práticas culturais diversificadas como a apreciação do rock, mas “é como se eu fosse um elemento do trabalho deles, mas a gente sabe que esse trabalho está previsto lá dentro, então, o que faço tem a ver. Isto é um pouco complicado”, comenta o locutor. Para o locutor faltam mais oportunidades de reuniões com todos os membros da emissora, “sabemos dos problemas da rádio de forma indireta”, critica o estudante. Para justificar seu engajamento à emissora, o comunicador comenta:

Eu sei que a rádio faz coisas interessantes, senão não trabalharia lá. Eu estou nessa rádio porque tenho um meio de difundir a música rock metal. Canal Sambre é uma rádio cultural, que não é comprometida com o dinheiro. As pessoas que estão lá amam o que fazem. Quando você vê todas as ações que são conduzidas pela rádio, você percebe que é um espaço aberto.

Na opinião da animadora, Catherine Faucheux, 25 anos, estudante de jornalismo, há um ano assalariada da emissora, a rádio associativa “é um espaço de liberdade e de autonomia, em um ambiente convival e em estado de espírito militante”. A comunicadora está vinculada à rádio pela oportunidade de exercitar a prática jornalística aliada à empatia com a proposta cultural e social da emissora associativa. A locutora realiza a emissão, **Grain de Sel**, de segunda à sexta-

⁷² LATAULADE, Bénédicte, FROISSART, Catherine et MELAS, Lucie. **Les radios locales associatives à destinations des publics immigrés : bilan de 20 ans d’expression et d’initiatives**, FASILD, Programa de estudo 2002, março de 2004.

feira, uma hora pela manhã, caracterizada pela divulgação de um magazine cultural, crônicas, novidades culturais (shows, Cd's, eventos), entrevistas com artistas e atores associativos da região do Sambre. Nos termos da radialista, “no quadro da emissão, eu tento promover o trabalho de outras associações que compartilham os mesmos valores que a Canal Sambre Avesnois”.

A programação da Canal Sambre

Rádio musical generalista com forte implicação territorial, a programação da Canal Sambre baseia-se no projeto associativo de mídia de proximidade territorial, a serviço de todas as populações, estrangeiras e francesas, rurais ou urbanas. Mais particularmente, a emissora toma conta da preservação da memória operária enquanto patrimônio histórico e cultural da região Sambre. No total de 24 horas de programação diária, a Canal Sambre transmite 80% de programas próprios e 20 % de programas vindos de fora (EPRA e Rádio France Internationale).

Os programas em língua estrangeira são realizados por profissionais e voluntários da emissora. Trata-se de programas musicais, magazines informativos, entretenimentos, esporte, histórias locais e testemunhas. Os programas informativos podem, às vezes, ser dirigidos para a comunidade de origem do radialista do programa.

A língua estrangeira falada em Canal Sambre é o árabe, porém existem programas bilíngües, com tradução simultânea. “Eu impus o bilingüismo. No espaço dedicado ao muçulmano ou árabe, os radialistas devem traduzir o que falam. Não se aceita um programa somente em árabe. É preciso traduzir para que o programa seja transmitido”, explica a diretora de Canal Sambre.

Diariamente, a emissora transmite um mínimo de dez horas e vinte e seis minutos e um máximo de treze horas e vinte e nove minutos de programas de interesse local. Isto depende dos dias da semana. Assim, no sábado a duração desse tipo de programa é de sete horas e trinta minutos. No conjunto dos programas ditos de interesse local, há 85 minutos de informações locais (jornais e magazines) de segunda à sexta-feira, 40 minutos no sábado e 30 minutos no domingo. As rubricas locais (informações durante os programas musicais) ocupam 65 minutos desses programas (de segunda à sexta-feira) e 30 minutos aos domingos. A Canal Sambre transmite 45 minutos de propaganda local por dia. Em resumo, a Canal Sambre transmite 72,22% de programas locais de interesse local por semana.

A grade de programação própria da Canal Sambre divide-se em programas musicais e conviviais, programas de informação e produção. A divisão do conteúdo oferecido pela emissora segue três categorias⁷³: 1) *Informação e Criação*; 2) *Convívio e Músicas Específicas*; e, 3) *Músicas e Rubricas*.

Os programas enquadrados no tipo *Informação e Criação* concernem 11 emissões, dentre as quais seis são veiculadas de segunda à sexta-feira (**Le journal Local, Le Magazine Événementiel, Grain Sel, Santé-Problèmes de société-Nouvelles Technologies, Allo l'Avesnois, Les magazines culturels**) e cinco semanais (**La voix de l'autre, Salut l'Artiste, Questionnez-nous, Paroles e La mémoire industrielle**). São programas informativos, educativos, culturais, tratando de questões sociais, entrevistas sobre temas da atualidade, da arte e da literatura. Esses programas são enquadrados como criações radiofônicas realizadas pela Canal Sambre.

No campo *Convívio e Músicas específicas*, existem dez programas de entretenimentos, 15 musicais e dois religiosos. Os programas musicais giram em torno de temas específicos (**Le jazz de J a Z, Week-end détente, Accordéon et dédicaces, Magical Mystery Tour**), rock dos anos 50 (**Amplitude**), rock metal (**Tapage Nocturne**), o hip-hop e as músicas urbanas (**Saphir**), a música tecno (**Beat Music**), **Parfum du Maghreb**, classificação dos novos títulos (**Fréquence spé**), músicas francesas (**Bonjour chez vous, Amour, tendresse et amitié**), um programa de músicas do Marrocos (**Achouac**), músicas das Antilhas (**Sous les tropiques**) e **La voix berbère**. Os programas de entretenimentos transmitem informações locais, magazines, entrevistas, anúncios locais e músicas (**Turf, Animation Musicale, Sélection TV, Annonces Locales, Rubrique Hebdomadaire, Les couillons, Mini récit, L'invité de Denise e Databox**). Os conteúdos religiosos aparecem no programa católico (sexta-feira das 13h às 14h) e o programa gospel (as sextas-feiras das 16h30 às 18h com nova transmissão no domingo das 17h30 às 18h30).

O quadro *Músicas e Rubricas* apresenta programas essencialmente musicais de títulos internacionais e nacionais, assim como os talentos locais. Esta rubrica ocupa, sobretudo, espaços da programação a partir das 19h (de segunda à sexta-feira). Durante o final de semana, essas músicas são transmitidas das 13h às 16h no sábado e das 23h às 3h no domingo.

⁷³ Essa tipologia foi criada pela direção dos programas da emissora. As três categorias de programa são indicadas na grade de programação de Canal Sambre (<http://www.canal-sambre-avesnois.com>).

Os programas locais são realizados em colaboração com os ouvintes sob forma de dedicatórias, de jogos, entrevistas e presença de ouvintes nos estúdios com intervenções, comentários e debates telefônicos. A estratégia da emissora para chamar a atenção da população-alvo consiste em abrir espaços de convívio, associando-os com espaços de informação. O desenvolvimento dos projetos de campo permite chamar atenção das categorias de público que não escutariam a emissora de forma espontânea. Para isto, a Canal Sambre tenta associar um espaço de convívio com informações.

Durante o ano de 2004, a emissora realizou 1831 produções próprias, dentre as quais 729 magazines, 434 convidados ao vivo e 668 assuntos jornalísticos. Os temas abordados são os seguintes: ciências & tecnologia, saúde, meio rural, meio urbano, política, memória, fatos diversos, meio-ambiente, emigração, educação, ciências humanas, social, esporte, território, turismo, vida prática, arte e cultura, economia. Os convidados em geral são: empresários, comerciantes, pessoas de associações, profissionais liberais, funcionários públicos, artistas, professores, produtores culturais, moradores da região, intelectuais e outros (ilegais, marginais).

Em 2005, em uma amostra de 143 magazines transmitidos pela Canal Sambre, 61,5% abordaram temas ligados a política urbana⁷⁴ e 38,5% desses magazines trataram de outros assuntos⁷⁵. No âmbito dos programas sobre a política urbana tem-se: a memória (5,7%); a expressão das diversidades culturais (12,5%), o desenvolvimento da cidadania e da solidariedade (18,2%); a luta contra as discriminações (13,6%), os direitos, serviços, atendimentos, dispositivos (37,5%) e o planejamento do território e zonas sensíveis (12,5%).

A programação diária da Canal Sambre é decidida no *bureau* da emissora. Toda semana acontece uma reunião de coordenação e de atualização entre os funcionários e os departamentos da mídia. Todavia, todos os anos, a diretoria da emissora organiza um seminário com todos os funcionários, com o intuito de resolver o conteúdo da programação. Durante esse encontro, as pessoas envolvidas com a emissora retomam a proposição do projeto associativo da rádio e, em seguida, debatem sobre a grade de programas. As principais fontes de informação da emissora são as agências de notícias, as outras rádios associativas, os ouvintes, os correspondentes de

⁷⁴ A diretoria de Canal Sambre tem como projeto tornar-se o banco sonoro do território, estocando programas e entrevistas que tratam da memória industrial, do mundo rural, das descrições dos percursos de vida dos imigrantes, dos operários, de toda a região da Sambre.

⁷⁵ Dados vindo da Análise de produção 2005 da Rádio Canal Sambre Avesnois (terça-feira 15 de março de 2005).

imprensa, as associações, as instituições culturais e educativas, os encontros com o público, os centros sociais, as redes sociais, o membros da emissora.

Para Francine Auger-Rey, uma rádio associativa seria “um espaço de reunião. Reunião de indivíduos querendo desenvolver uma iniciativa em comunicação, qualquer que seja. Para mim isto é uma rádio associativa. Uma rádio associativa assume a expressão das populações que não conseguem espaço em outras mídias. Por isto, a rádio associativa é de extrema importância”.

Canal Sambre, uma rádio associativa com notoriedade territorial

Em 1999, o Conselho Regional (Direção do Território da Sambre) encomendou ao instituto de pesquisa Mediametrie, uma enquête quantitativa e qualitativa sobre a recepção da rádio na região. Esta missão de diagnóstico e de prospecção da rádio associativa tinha como objetivo alimentar as decisões da Região e do Estado em relação às suas participações com o financiamento da emissora para o Plano 2001-2006. A pesquisa foi desenvolvida entre janeiro e março de 2000.

Com um potencial de ouvintes de 165 000 pessoas (no conjunto de 13 comunidades de prefeituras e uma comunidade de aglomeração), a audiência foi estimada em 6,3%, ou seja, 10 800 ouvintes diários. A taxa de notoriedade da emissora era de 79,9%, superior a de todas as emissoras ouvidas na mesma região. De acordo com Mediametrie, a audiência de Sambre é superior a todas que existem na França em matéria de rádios locais, cuja taxa de escuta não passa dos 3%⁷⁶.

De fato, segundo o Mediametrie, a Rádio Canal Sambre⁷⁷ é a primeira estação local da sua zona com 6,3% de audiência acumulados em um dia médio da semana. No que diz respeito às

⁷⁶ **Bilan Quantitatif de l'étude Radio Canal Sambre** (Mediametrie), Département Radio, Levallois, em 17 de abril de 2000.

⁷⁷ Em quanto rádio de aproximação, Canal Sambre registrou 90,2% de aceitação em Maubeuge, contra 78,8% na zona de Avesnes e 65,3% nas outras prefeituras. De fato, 79,7% dos moradores das três zonas de frequência da emissora a conhecem (cerca de 128 000 pessoas sobre os 160 000 habitantes da facha-etária de 15 anos e mais). A taxa de notoriedade de Canal Sambre por facha-etária (aceitação) é de 81,9% (15-24 anos) ; de 76,9% (25-34 anos) ; 81,7% (35-49 anos) ; 83,3% (50-59 anos) e de 76,1% (60 anos e mais). A emissora é ouvida todos os dias (da segunda à sexta-feira) por 5,8% dos moradores da zona de transmissão. A única aglomeração de Maubeuge concentra 64,6% dos ouvintes regulares da estação (ou seja 10 300 indivíduos), o restante dos ouvintes regulares (33,4%) repartindo-se entre as diferentes prefeituras constituído a zona de transmissão. Em Maubeuge, 7,7% dos moradores declaram escutar a emissora todos os dias (ou seja cerca de 6 145 indivíduos sobre 79 800 habitantes) contra 4,5% para as prefeituras de Avesnois sur Helpe, Fourmies e Quesnoy (cerca de 1 094 indivíduos sobre os 24 300 habitantes do conjunto das três prefeituras).

rádios locais privadas, Mediametrie considerada essa taxa de audiência como excepcional. A emissora obteve 4,7% do total das audiências (entre segunda e sexta-feira) das 5h à 00h, enquanto o total dos “programas locais” representa 11,7% das audiências. Conseqüentemente, a Canal Sambre possui uma parte importante da audiência global das emissoras locais dessa região. O Relatório Mediametrie 2000 demonstrou que na zona de transmissão da emissora um habitante em cada três a escuta pelo menos uma vez por dia.

Entretanto, de acordo com o estudo do Mediametrie, o reconhecimento de Canal Sambre como rádio local de território trouxe à tona a questão do seu estatuto na região. Não se pode esquecer que a emissora destina seus programas a três populações diferentes, vivendo tanto no meio rural como no urbano. Isto complica a afirmação segundo a qual Canal Sambre é uma emissora de identidade territorial. O território do Val da Sambre e Avesnois é caracterizado por rupturas culturais, econômicas e sociais, opondo, de certa forma, o meio urbano ao meio rural.

O meio rural do Avesnois está em oposição ao meio industrial do Val de Sambre. Este antagonismo não concerne tão somente à vocação econômica dos territórios, mas configura a identidade das populações que, de um lado, são agrícolas, fazendeiras e, de outro, comerciantes e operárias. Essa divisão poderia levar a pensar que a população é homogênea, mas, por outro lado, ela deve integrar uma forte comunidade estrangeira. “Neste contexto, a reafirmação da identidade territorial e a função de espelho da rádio de proximidade, constitui o núcleo central do posicionamento de Rádio Canal Sambre.” (MEDIAMETRIE, abril de 2000, p. 27).

Na pesquisa desenvolvida por Mediametrie, o Val de Sambre-Avesnois aparece como um conjunto de regiões contraditórias que não consegue identificar-se nos mesmos critérios de proximidade. A paisagem socioeconômica da região favorece uma visão pessimista da realidade local. A partir desse cenário de crise, Rádio Canal Sambre desenvolve o seu projeto radiofônico, apoiando-se na valorização das culturas e do patrimônio local. As rádios RTL, France Inter e NRJ formam o universo radiofônico dos ouvintes de Canal Sambre. Assim, a rádio associativa tem um papel de complementaridade em relação às rádios privadas comerciais e públicas.

De acordo com Francine Auger-Rey, o resultado da enquête do Mediametrie 2000 não muda nem os projetos radiofônicos, nem a relação entre os ouvintes e a emissora. “O projeto é muito coerente. A partir do relatório do Mediametrie, nós não fizemos muitas mudanças. Nossa emissora é uma ferramenta importante no que tange à criação da nossa identidade em um âmbito territorial”, afirma a diretora de Canal Sambre. Acrescenta Francine Auger:

Nosso principal objetivo é impedir que pessoas tomem conta da emissora. Nós não queremos estimular ouvintes/consumidores. Nosso trabalho consiste em insuflar uma reflexão entre os ouvintes. Ele é um agente incontornável do desenvolvimento local. Trabalhamos com a população marginalizada, imigrada. E nós demos a palavra a eles, difundindo iniciativas de desenvolvimento local. Trabalhamos sobre esta população graças às entrevistas individuais. Demos existência à população marginalizada pela sua palavra e a integramos à comunidade e ao espaço público, representado pela emissora. Falamos de todas as pessoas que fazem alguma coisa. Eles encontram em nós a escuta e a atenção para qualificar as suas mensagens. Falamos de todos os desafios políticos, administrativos e territoriais. Varrendo esse campo, estamos fazendo rádio.

A Canal-Sambre tenta se afirmar como mídia territorial, espelho da paisagem sociocultural diversificada da sua zona de cobertura. No quadro das emissoras associativas do Nord-Pas-de-Calais, essa rádio se destaca pela capacidade de captação de apoios culturais públicos e privados e pela manutenção tanto de uma grade de programação mais estável como de um quadro de pessoal, inclusive com formação profissional.

Pode-se dizer que, consideradas em seu conjunto, as experiências de emissoras locais sem fins lucrativos na França não se configuram em casos exemplares de mídias participativas, mas é importante lembrar que apesar das dificuldades de subsistência dessas rádios, por exemplo, a exigüidade de recursos e escassez do voluntariado, elas conseguem incluir na sua pauta as questões sociais que dizem respeito à busca de uma justiça social que não encontra visibilidade na mídia de largo alcance. Nesse sentido, o espaço público aparece em um lugar potencialmente propício para a construção de um discurso, de uma gramática moral capazes de munir grupos sociais, minorias étnicas de conhecimentos e linguagem para lutarem pelo seu reconhecimento. Esta discussão será retomada e aprofundada no capítulo 5, onde se realiza a análise dos casos descritos.

4.3 Rádios Comunitárias no Brasil: história e legislação

Este tópico traz uma breve paisagem do processo de surgimento das rádios comunitárias no Brasil e alguns dos desafios que essas mídias enfrentam para subsistirem como meios de comunicação locais. Em um primeiro momento, será abordada a história dessas mídias no país e, em seguida, as descrições dos casos estudados no Centro-Oeste do Brasil, especificamente em

cinco diferentes cidades satélites do Distrito Federal. A trajetória e atuação das rádios comunitárias pesquisadas apresentam similaridades e distinções importantes em relação aos casos pesquisados na França, sobretudo, no que diz respeito à classificação dessas rádios em suas localidades, engajamentos de diretores e locutores às emissoras, espaços concedidos para participação do ouvinte-cidadão, entidades civis e instituições locais, entre outros fatores que contribuem para afirmar que as rádios francesas e brasileiras, se configuram em espaços comunicativos singulares em suas especificidades e contradições.

4.3.1 Movimento das rádios livres brasileiras: uma breve referência

No Brasil, o movimento de rádios livres se destaca a partir do início dos anos 1980, mais precisamente, em São Paulo. Foi na cidade de Sorocaba, no interior paulistano, em 1981, que surgiu a primeira onda de rádios locais não autorizadas do país. Neste primeiro momento, essas emissoras surgem da iniciativa de jovens insatisfeitos com a programação das rádios comerciais FM e AM, os quais criaram cerca de 40 estações até 1984 (MOREIRA, 2000). Essas primeiras emissoras livres eram operadas por estudantes secundaristas que tinham conhecimento de eletrônica, divulgavam uma programação essencialmente musical e não tinham pretensões políticas (MOREIRA, 1998). Entretanto, algumas experiências de emissoras locais no país estiveram atreladas à política partidária de esquerda, sobretudo em São Paulo, no período das Diretas Já. Eram rádios a serviço da disseminação das propostas da esquerda, em especial do Partido dos Trabalhadores, para a redemocratização do país, em curso na década de 1980.

Entre as rádios livres instaladas em São Paulo, a rádio Xilik, criada em 1985 por universitários da PUC de São Paulo, chamou a atenção da imprensa brasileira sobre o fenômeno das emissoras locais não autorizadas que começavam a se espalhar por todo país. A Xilik guardava algumas semelhanças com as rádios livres universitárias francesas e já apresentava discussões políticas, sobretudo o questionamento do sistema de distribuição de canais para exploração do serviço de radiodifusão no país. A disseminação das rádios livres pelo território brasileiro suscitava a discussão sobre os critérios de autorização para exploração de serviço de radiodifusão no Brasil, além de questionar o sistema de comunicações altamente centralizado nas mãos de poucos grupos privados.

A origem das rádios comunitárias brasileiras está marcada pelo amadorismo na operação dos equipamentos radiofônicos, muitas vezes, como bricolage, pela demanda de um sistema local de difusão de informações de utilidade pública, sobretudo nas periferias urbanas, mas também em zonas rurais. As rádios livres brasileiras não estão vinculadas a guerrilhas, movimentos revolucionários, sindicatos ou à atuação educativa da Igreja Católica, como algumas emissoras comunitárias da América Latina. No entanto, não podemos desvinculá-las de movimentos políticos, como a luta pela democratização das comunicações no país, ou ainda a denúncias de injustiças sociais e protestos coletivos protagonizados por populações locais, em geral, as quais têm pouco acesso a instâncias decisórias do poder público, à fala plena, são marginalizadas de processos oficiais da formação de opinião e vontade e, em alguns casos, populações excluídas da sociedade produtiva, como as populações dos quilombolas, de assentamentos rurais e indígenas no país.

O processo de legalização das rádios comunitárias brasileiras

A difusão das rádios locais brasileiras coincide com o momento do declínio do regime militar, da ascensão da abertura política do país. Neste sentido, no bojo dos movimentos pela democracia plena, é importante remeter às iniciativas oriundas da sociedade civil para democratização das comunicações no Brasil a partir, especialmente, do surgimento, nos anos de 1980, da Frente Nacional pela Democratização da Comunicação no Brasil (FNDC), formada por entidades civis, partidos políticos, estudantes. Os debates públicos sobre a democratização dos meios de comunicações brasileiros tinham como objetivo alcançar a esfera política no momento da elaboração da Constituição de 1988, cujo um dos conteúdos mais polêmicos e visados por diferentes interesses era o capítulo das Comunicações (MEKSENAS, 2002; RAMOS, 1993, 2000; LIMA, 2001). O texto trata, entre outras providências, de determinações que subsidiam as linhas diretrizes para as políticas públicas de comunicação no Brasil, tais como: instituição do Conselho Nacional de Comunicação, direito à informação e à comunicação, concessão de radiodifusão, proibição de monopólios e oligopólios, regionalização da produção audiovisual, fim da censura, classificação indicativa. No entanto, apesar de ratificar o direito que todo cidadão

brasileiro tem de acessar a informação e de se comunicar livremente⁸¹, a Constituição, no quesito da liberdade indiscriminada de expressão, não significou o reconhecimento das rádios locais como mídias legítimas, parte do sistema nacional de comunicação. O direito à exploração do serviço de radiodifusão comunitária só foi assegurado no final da década de 1990, com a regulamentação das rádios locais, sem fins lucrativos. O processo de legalização das emissoras locais no país não se deu sem resistências por parte dos radiodifusores privados que dominam o sistema de comunicação brasileiro, em especial, a radiodifusão.

Historicamente, no Brasil, desenvolveu-se um sistema familiar, ramificado, de propriedade privada das empresas de comunicação, funcionando de acordo com a perspectiva empresarial da obtenção de lucros, aliada à publicidade comercial. A definição dos assuntos que o público deve ter acesso é determinada por uma agenda nacional de pautas controlada por, basicamente, quinze grupos empresariais de mídia⁸². O impacto dessas informações sobre a formação de uma opinião pública esclarecida é, em certa medida, inexistente. A divulgação midiática das realidades local e regional, como temas relevantes para as diferentes populações do país, se vê, obviamente, comprometida e prevalece uma estrutura comunicacional voltada para a formação de consensos, mantidos e disseminados pelas “hegemonias”⁸³ consolidadas no espaço público político e reproduzidas no cenário brasileiro dos meios de comunicação. Pode-se dizer que a atual configuração do mapa de propriedade dos meios de comunicação no Brasil e a padronização de uma agenda de notícias definida pelos “aparelhos hegemônicos privados”⁸⁴ não favorece a prática de cidadania no país (FONSECA, 2001).

⁸¹ A respeito da liberdade de expressão, o artigo 220 da Constituição diz: “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”.

⁸² A esse respeito, vide Lima, Venício A. **Mídia: teoria e política**, Editora Fundação Perseu Abramo: São Paulo-SP, 2001.

⁸³ O termo hegemonia evocado nesta parte do trabalho está referenciado em Gramsci (2001). Na visão gramsciana, hegemonia diz respeito a um complexo sistema de relações e de mediações resguardadas de uma forte capacidade de direção formada a partir da mediação da cultura. A primazia dada à cultura está na sua capacidade de operar com bases simbólicas que perpassam a experiência humana e no seu aspecto de condução de costumes, práticas, e de influenciar na conformação do próprio pensamento social e político.

⁸⁴ Fonseca (2001), em sua tese de doutoramento, realiza um estudo sistemático sobre a hegemonia exercida por algumas empresas de mídia impressa de grande circulação no Brasil e denomina esses veículos de comunicação de “aparelhos hegemônicos privados”. O autor parte da consideração de que o sistema cultural legitimador, decisivo para o poder político, é mantido, sobretudo, por instituições privadas, autônomas, políticas (partidos) e até não

Como afirmam Pieranti (2007), Lima (2001), Meksenas (2002), a alta concentração de propriedade de meios de comunicações nas mãos de poucas famílias gera monopólios e oligopólios⁸⁵ em segmentos do setor das Comunicações, comprometendo a democracia no país. A concentração de mídia fere o artigo 220, em seu inciso 5º, que diz: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”, além de desrespeitar outras passagens da Constituição. Os danos à democracia causados pela centralização dos meios de comunicação remetem a um processo perverso de privatização de espaços comunicativos que representam apenas interesses particulares, orientados pela lógica instrumental do mercado e pela lógica estratégica da política. Coaduna para o monopólio privado de concessões públicas de radiodifusão o controle desses meios por políticos e líderes religiosos, em escala regional e local, fenômeno também chamado de monopólio em cruz⁸⁶. Esta paisagem de concentração da mídia brasileira não abre espaço para produções independentes, pluralidade de modelos culturais, ideologias, opiniões, serviços de informações que contemplem especificidades de populações locais, além de afrontar o direito fundamental do cidadão a ter acesso a fontes variadas de informações. No entanto, não se pretende afirmar que as rádios comunitárias como meios de comunicação locais, sem fins lucrativos, representem a contra-hegemonia, no sentido gramsciano do termo, sobretudo porque a concentração da apropriação privada e teleológica recorrente no cenário da mídia de grande alcance tem se reproduzido no meio das rádios comunitárias⁸⁷ (LIMA e LOPES, 2007). Mas, como será exposto a seguir, as emissoras comunitárias estudadas, cada uma a seu modo, sinalizam e - muitas vezes - se

políticas, como a família, Igreja, mídia. Os meios de comunicação seriam os porta-vozes dessas instituições e, assim, identificados como aparelhos privados de hegemonia.

⁸⁵Venício A. de Lima (2001) aborda alguns fatores que contribuem para a concentração de propriedade de mídia no Brasil, a saber: 1) o não há cumprimento da norma legal Decreto 236/67 que limita a participação societária do mesmo grupo nas empresas de radiodifusão a cinco concessões VHF, nacionalmente, e a duas UHF, regionalmente (estado); 2) o período de carência legal para venda das concessões de radiodifusão, para troca legal de proprietário, é de cinco anos, o que é desrespeitado pelos contratos de gaveta; 3) inexistência de normas ou restrições legais para a filiação de emissoras de radiodifusão, para a formação de redes nacionais ou regionais.

⁸⁶ Trata-se da reprodução em escala local e regional dos oligopólios da propriedade cruzada, ou seja, propriedade pelo mesmo grupo de diferentes tipos de mídia do setor de comunicações - TV, jornal, rádio, revista - (LIMA, 2001, p. 143).

⁸⁷ Neste trabalho, os pesquisadores sustentam a hipótese de que as rádios comunitárias no Brasil se transformaram em instrumento de barganha política, configurando uma prática a qual denominam de "coronelismo eletrônico de novo tipo". Trata-se de uma pesquisa realizada com o apoio do Instituto Para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), com incentivo da Fundação Ford.

configuram em possibilidades de constituição de espaços participativos, horizontais, de produção, distribuição e consumo de informações e comunicações, no sentido atribuído à comunicação por Freire (1971) e Habermas (1987) em suas perspectivas dialógicas do fenômeno social chamado comunicação.

A regulamentação das rádios comunitárias brasileiras

As primeiras experiências de rádios comunitárias no Brasil surgiram a partir de um sistema de transmissão sem amparo legal, para envio de informações locais a populações de pequeno porte. Somente em 1998 surge, de fato, o conceito de rádios comunitárias no país, com o advento da Lei de Radiodifusão Comunitária.

A Radiodifusão Comunitária no Brasil, cuja definição está inscrita na Lei de Rádio Comunitária (Lei 9.612/98), se traduz em um sistema complementar às emissoras comerciais e ao sistema estatal oficial e tem como objetivos fundamentais a preservação de valores culturais e sociais, a divulgação de forma independente de informações sobre fatos políticos, sociais e econômicos relevantes para as populações localizadas em faixas territoriais restritas e, sobretudo, a disseminação de informações locais e regionais de interesse de uma coletividade.

Com a definição de finalidades desse meio alternativo de comunicação, as demandas populares por esse tipo de serviço aumentaram a ponto de, em 1993, se formar a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), para representar essa categoria de comunicação, durante o I Encontro Nacional de Rádios e Televisões Comunitárias, em São Paulo. A Abraço surge da ação conjunta de movimentos sociais, entidades de defesa dos direitos humanos, da Frente pela Democratização da Comunicação no Brasil. Em um primeiro momento, sua principal reivindicação era a formulação de uma lei específica que tratasse do fenômeno das rádios de comunidades e de uma regulamentação do serviço, para evitar as repressões policiais às atividades das emissoras. Na ausência de um texto legal específico, os juízes recorriam ao obsoleto Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, documento que não vigora mais para o setor de telecomunicações, mas ainda arbitra sobre radiodifusão no país, cujo artigo 70 criminaliza a prática da radiodifusão alternativa.

Em 1996, no Congresso Nacional, havia oito projetos de lei propondo a regulamentação das rádios comunitárias. Mas a batalha jurídica para legalização dessa atividade contava com uma forte barreira: a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, formada

pelas grandes emissoras de radiodifusão do país e liderada pelas Organizações Globo. Mas, apesar dos movimentos pelo boicote à legalização das emissoras locais, no dia nove de maio de 1997, a Comissão de Constituição e Justiça da Câmara Federal aprovou o projeto de lei que regulamenta as rádios comunitárias e o encaminhou ao Senado, onde foi aprovado, em 28 de janeiro de 1998. Em 19 de janeiro desse ano, foi sancionada a Lei de Rádio Comunitária (LEI 9.612/98)⁸⁸.

Atualmente a Associação das Rádios Comunitárias, com representações em todo país, reúne, além de entidades civis, emissoras locais autorizadas e não legalizadas. A luta anunciada da Abraço hoje é pela legalização de todas as rádios comunitárias em funcionamento no Brasil. Nos termos do dirigente da Abraço Nacional, Joaquim Carvalho⁸⁹, “A Abraço tem uma política de não se quantificar por associados. Nós entendemos que a Abraço, além de ser uma associação, é um movimento, então como movimento a gente faz a luta de todos, independente de sua filiação, então a gente não tem essa preocupação, a Abraço nacional é composta de 26 sócios, que são as Abraços estaduais”. O enfrentamento com a Abert não ficou na década de 1990; a Abraço ainda vê essa entidade como um de seus principais adversários na luta política pela legalização de rádios locais no país. Explica Carvalho,

Por que existe um trabalho tão forte da Abert no processo de repressão das rádios comunitárias? Qual o interesse disso? Primeiro nós temos que pensar o seguinte, nós trabalhamos com equipamentos de baixa tensão, então vou te fazer um cálculo, eu ouvi um comentário esses dias do inspetor do governo dizendo que hoje tem mais rádios comunitárias do que comerciais no Brasil, aí quem olha essa notícia vai ver que nós não temos do que nos queixar, como as rádios comunitárias vão se queixar se hoje já são maioria? Então, se nos pegarmos que temos 2480 rádios outorgadas, que a potência dessas rádios é de 25 rádios, então

⁸⁸ Ainda faz parte da legislação sobre RadCom: a Constituição Federal; Código Brasileiro de Telecomunicações, instituído pela Lei n.º 4.117, de 27 de agosto de 1962, modificado e complementado pelo Decreto-lei n.º 236, de 28 de fevereiro de 1967; Lei n.º 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária; Lei n.º 10.610, de 12.12.2002, que altera o prazo de outorga de três para dez anos; Medida Provisória n.º 2.216-37, de 31.08.01, art. 19, que altera o parágrafo único do art. 2º da Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, criando a possibilidade de emissão de autorização provisória para o funcionamento de estação do serviço de radiodifusão comunitária; Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto n.º 52.795, de 31 de outubro de 1963, e suas alterações; Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária, aprovado pelo Decreto n.º 2.615, de 3 de junho de 1998; Regulamento Técnico para Emissoras de Radiodifusão Sonora em Frequência Modulada, aprovado pela Resolução Anatel n.º 67, de 12 de novembro de 1998; Resolução Anatel n.º 60, de 24 de setembro de 1998, que designou o canal 200 para uso exclusivo e em caráter secundário, das estações do Serviço de Radiodifusão Comunitária, em nível nacional; Plano de Referência para a Distribuição de Canais do Serviço de Radiodifusão Comunitária (PRRadCom), da Anatel.

⁸⁹ Entrevista concedida à pesquisadora em agosto de 2006.

nós vamos ter uma rádio de 62.000 watts de potência, de potência nos transmissores 62.000, só a rádio da rede Globo aqui em Brasília tem 100.000 watts, ou seja, uma emissora comercial tem mais potência do que todas as rádios comunitárias autorizadas.

As disposições técnicas para o serviço atuar legalmente são: possuir transmissor de 25watts, antena que não ultrapasse 30 metros da média de altura da região na qual atuará e não ultrapassar o raio de alcance de 1000 metros (1 km). A autorização para explorar o serviço de rádio comunitária só pode ser concedida a associações ou fundações sem fins lucrativos, juridicamente constituídas. Estas devem manifestar o interesse de uma coletividade em obter a outorga do serviço. Sobre a estrutura administrativa, as rádios devem ter gestão coletiva, sob tutela da associação ou fundação representativa dos moradores de determinada localidade e não podem ter fins lucrativos. As especificações sobre o conteúdo da programação são vagas, com requisitos como "programação plural", que preserve "os valores éticos e sociais da pessoa humana e da família". Uma determinação clara que a lei traz, em seu artigo 8º, para assegurar o controle social sobre as emissoras comunitárias é a instituição do Conselho Comunitário - que se traduz em mecanismo de fiscalização das atividades da rádio conforme suas finalidades definidas por lei - e vigilância em relação à programação, que deve representar a diversidade opinativa e cultural da localidade. A obrigatoriedade de constituição do Conselho, o qual deve ser composto por representantes de entidades civis locais, é uma das mais importantes prerrogativas para o funcionamento de uma rádio comunitária legalizada.

Caso uma emissora funcione sem a autorização do Ministério das Comunicações (Minicom), a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) tem poderes para determinar à Polícia Federal o lacramento de equipamentos de transmissão e impedir a atuação da emissora. Na lei 9.612/98, fica patente que as emissoras de rádios comunitárias devem ter uma atuação restrita. Os processos de autorização para o funcionamento desse sistema, arbitrados pelo Ministério das Comunicações, são complexos e burocráticos devido às exigências para outorga de concessões. Existem, atualmente, emissoras em funcionamento que aguardam a aprovação de seus pedidos há mais de três anos. Contribui também para a morosidade da regularização dessas rádios o fato da jurisdição sobre essa questão ser federal. Para se obter uma autorização de funcionamento, deve-se fazer uma requisição - na verdade, uma carta de intenções dirigida ao Minicom - e sua aprovação depende da apreciação do Congresso Nacional e da Presidência da

República. De acordo com o deputado federal, Fernando Ferro (PT/PE)⁹⁰, os demandantes do serviço de rádio comunitária são submetidos a um processo árduo e moroso de apreciação de pedidos de outorga. Soma-se a isso, a resistência de alguns parlamentares em atuar em favor da democratização do acesso a outorgas de rádio local no país. Nos termos do deputado,

Ainda é muito burocrático e difícil o processo de autorização para uma rádio comunitária. Tem dificuldade em muitas áreas e eu acho que isso é proposital, para exatamente impedir a consolidação desse espaço de comunicação comunitária. Eu acho um absurdo até por que aqui [no parlamento] se fala muito em liberdade de mercado, concorrência, esse discurso conservador. Fala-se muito nisso, alguns têm medo da concorrência [o deputado se refere aos parlamentares proprietários de meios de comunicação], não querem essa possibilidade de comunicação. Na verdade, a rádio comunitária representa uma abertura para essa possibilidade de democratizar a comunicação no país. Eu acho que um dos elementos da luta pela democratização no Brasil é exatamente a presença da rádio comunitária.

Manifestações da sociedade civil, por meio de associações, e membros do Legislativo têm questionado os procedimentos de autorização de canal para exploração do serviço de rádio comunitária e propõem a municipalização⁹¹ do controle sobre a radiodifusão alternativa. Entre as principais demandas dessas instâncias estão: a) alterações da lei 9.612/98, nos pontos que comprometem a democratização das comunicações; b) revogação do Decreto 2.615/98, sobretudo do item que estabelece o alcance de 1 km para as rádios comunitárias, considerado muito restrito, principalmente em zonas rurais e em grandes metrópoles, aliada à proibição das rádios comunitárias formarem redes; c) agilização e transparência do processo de outorga; d) fim da repressão das emissoras comunitárias que não foram contempladas com regularização; e) participação da sociedade na tramitação do processo de requisição do serviço no Ministério das Comunicações ; f) atribuição de um canal único, recentemente ampliado para três canais, sendo que os canais atribuídos dificultariam a percepção dos sinais das rádios comunitárias; g) fim da proibição para veiculação de conteúdos publicitários pelas rádios comunitárias porque isso

⁹⁰ Entrevista realizada com o deputado Fernando Ferro (PT/PE), em maio de 2007. O parlamentar é autor do projeto de lei 2105/2003, em tramitação no Congresso Nacional, que dispõe sobre a veiculação de propagandas no Serviço de Radiodifusão Comunitária, autorizando a veiculação de propaganda das micros e pequenas empresas; isentando as rádios comunitárias da cobrança de direitos autorais sobre a música popular brasileira (MPB); alterando a Lei nº 9.612, de 1998. (BRASIL, 2007).

⁹¹ A proposição de municipalização do processo de outorga e controle das outorgas de rádios comunitárias no Brasil é defendida pelo juiz federal aposentado Paulo Fernando Silveira (2001).

consistiria restrição à liberdade de expressão, dificultando o financiamento dessas rádios; h) ausência do direito à proteção das rádios comunitárias, que não teriam direito a contestarem as emissoras não-comunitárias em casos de interferências, embora essas tenham direito à proteção contra interferências das comunitárias, o que seria discriminatório.

O Brasil tem 5.562 municípios, dos quais 2.899 não contam com radiodifusoras comunitárias. O Ministério das Comunicações contabiliza 7.180 requerimentos de entidades que não participaram ainda de avisos de habilitação⁹². As entidades apenas manifestaram interesse em explorar o serviço. Em várias localidades do país, associações locais e fundações sem fins lucrativos não tiveram oportunidade de pleitear uma outorga de rádio comunitária ao órgão concedente. O atual quadro de concessões de rádios comunitárias no país pode ser traduzido nos seguintes números: são 2.887 rádios autorizadas em 2.663 municípios. O Minicom avaliou, a partir de avisos de habilitação, entre 1998 e agosto de 2007, 11.990 requerimentos de entidades demandantes de canal FM para rádio comunitária, dos quais 2.438 encontram-se em tramitação no Minicom e 6.529 pedidos de outorga estão arquivados⁹³ (BRASIL, 2007).

A demanda reprimida de outorgas para exploração do serviço de rádio comunitária, morosidade no processo de apreciação dos pedidos formalizados, além das amarras que a lei impõe para atuação das emissoras, como proibição de veiculação de publicidade comercial (a emissora não pode anunciar valores), limite de 1 km de alcance em país de dimensões continentais como o Brasil, ausência de subsídios públicos para manutenção das emissoras fazem parte de um repertório de insatisfações de radiodifusores e interessados em explorar o serviço. Estes pontos críticos da lei são também compartilhados por populações que ainda não tiveram acesso ao processo seletivo de demandas do serviço de rádio comunitária, como várias tribos indígenas espalhadas pelo Brasil. Em relatório⁹⁴, representações de povos indígenas afirmam,

⁹² O aviso de habilitação consiste na abertura do processo de inscrição das entidades interessadas em prestar o Serviço de Radiodifusão Comunitária em localidades específicas do país. Ou seja, é o Ministério das Comunicações que determina quais áreas nas regiões brasileiras serão contempladas com um processo seletivo de pedidos de outorga de rádios comunitárias.

⁹³ Segundo dados do Ministério das Comunicações, o tempo médio de tramitação de processos de outorga de serviço de rádio comunitária no próprio Ministério é de 26 meses, na Presidência da República são 14 meses e no Congresso Nacional chega a três meses.

⁹⁴ Relatório final da Oficina de Áudio para os Povos Indígenas, realizada no período de 03 a 06 de junho de 2007, na aldeia Caramuru do povo Pataxó Hã-Hã-Hãe, no sul da Bahia. Participaram do evento as tribos: Truká, Pankararu e Xukuru de Ororubá (Pernambuco) Potiguara (Paraíba), Pataxó Hã-Hã-Hãe e Pataxó (Bahia) e as entidades Articulação dos Povos Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (Apoimne), Conselho Indigenista Missionário (Cimi), Rádio Netherlands. (CIMI, 2007).

Acreditamos que para avançar nesta luta e enfrentarmos estes novos desafios apresentados às nossas comunidades é preciso unir forças não só entre nós povos indígenas, mas com outros oprimidos pela mídia dominante. Solidarizamos-nos com o movimento de rádios comunitárias na necessidade de uma completa revisão da legislação sobre comunicação comunitária, que hoje dificulta a existência de veículos comunitários no País. Por uma comunicação diferenciada e inclusiva é que lutamos.

Populações indígenas reivindicam uma lei de rádio comunitária que respeite suas características tradicionais, como formas específicas de organização social, e reclamam do fato de a atual legislação para eles “impor uma integração forçada à sociedade nacional”. O serviço de rádio comunitária é compreendido como instrumento de comunicação na luta dos índios pelos direitos territoriais. Na verdade, nesse caso, a rádio é defendida como espaço comunicativo para preservação e difusão das suas diferenças socioculturais em relação às populações urbanas.

Perspectivas de reforma na legislação sobre rádios comunitárias: Governo e sociedade

Em termos de medidas estruturais para revisão do atual sistema de autorização pelo poder concedente de rádios comunitárias no Brasil, sabe-se que o governo, por pressões exercidas por parlamentares e entidades da sociedade civil, empreendeu a iniciativa de criar dois grupos de trabalho, um em 2003 e o segundo em 2005, para avaliar e alterar o quadro normativo que regula o setor. Em uma tentativa de responder às críticas de movimentos da sociedade civil ao sistema de outorga do serviço de rádio comunitária e de reavaliar o marco legal para o setor, foi instalado, em 2003, o primeiro Grupo de Trabalho⁹⁵ no âmbito do Ministério das Comunicações. Em 2005, foi instituído no Minicom um Grupo de Trabalho Interministerial (GTI) para aprofundar as discussões e estudos empreendidos pelo primeiro GT. O GTI teceu duras críticas ao sistema de concessões das rádios comunitárias no país, além de destacar as dificuldades na tramitação dos processos de solicitação do serviço, procedimento arbitrado pelo Ministério.

O resultado dos estudos realizados pelos dois grupos foi um relato crítico, finalizado no segundo semestre de 2005, no qual estão inscritas propostas para revisão da legislação sobre rádios comunitárias no país e alguns aspectos que descaracterizam essas rádios como mídias comunitárias. As considerações do GTI estão metodologicamente organizadas em sete temas de

⁹⁵ O GT foi criado pela Portaria no. 83, de 24 de março de 2003.

análise: legislação, processos de outorgas, transparência e relação com a sociedade, precariedade institucional, fiscalização, capacitação e sustentabilidade das rádios, vedação à formação de redes.

O GTI identificou a inadequação do termo comunitário, segundo as atribuições determinadas por lei para essas mídias, para denominar de forma generalizada rádios locais sem fins lucrativos autorizadas pelo Minicom. No entanto, não houve uma discussão conceitual sobre as designações de comunidade e associação.

Não existe no Brasil um sistema legal de avaliação dessas rádios. O relatório final elaborado pelo GTI aponta duas importantes recomendações que dizem respeito à adoção de procedimentos pelo Minicom para analisar se a atuação das emissoras na execução do serviço de radiodifusão comunitária está de acordo com os fins sociais e comunitários previstos pela Lei 9.612/98, e criação de instâncias locais de avaliação dessas emissoras e dos procedimentos de outorga, na forma democrática de audiências públicas.

Uma outra contribuição importante do GTI foi o mapeamento da existência de quatro categorias básicas de rádios comunitárias no país: 1) **autorizada comunitária** (aquelas que obedecem a lei e os preceitos da comunicação comunitária); 2) **autorizada pseudo-comunitária** (estações que não desenvolvem suas programações atendendo aos propósitos do serviço na categoria para a qual foi autorizada a funcionar); 3) **não-autorizadas comunitárias** (emissoras que cumprem o papel de meios de comunicação comunitários, mas não são legalizadas) e 4) **as não-autorizadas não-comunitárias** (rádios que, além de não serem autorizadas, funcionam sem prestar serviço de informação e comunicação à comunidade, mas se identificam como mídia comunitária).

As considerações do grupo de trabalho dialogam com o atual cenário de instrumentalização das rádios comunitárias no país, o que compromete o potencial de horizontalizar a produção de informações e conteúdos por meios coletivos e desinteressados comercialmente. A inadequação do uso das emissoras comunitárias está atrelada a cinco fatores fundamentais: 1) a ausência de mecanismos legais de controle de conteúdos das grades de programação; 2) a fragilidade ou inexistência de um projeto associativo que represente os interesses de uma coletividade, já que essas rádios são concedidas a associações e fundações sem fins lucrativos; 3) a centralização da regulação das operadoras; 4) a imprecisão e muitas vezes

inadequação do conceito de comunidade aplicado às emissoras de entidades associativas e 5) a proibição de publicidade no espaço radiofônico dessas emissoras.

O primeiro fator contribui para a distorção do caráter pluralista e “comunitário” definidos por lei nas emissões difundidas por essas rádios. O segundo aspecto permite e reforça a imprecisão dos objetivos e princípios das rádios. A valorização do espírito associativo nos projetos e na política de comunicação nessas mídias poderia evitar desvios na condução de um veículo local em favor de interesses privados. O terceiro ponto dificulta a observação e o atendimento das demandas oriundas das estações ou das peticionárias de autorização do serviço. O quarto ponto evoca o debate conceitual sobre o termo comunidade e se este seria adequado para designar um serviço de radiodifusão local concedido a uma associação. O quinto diz respeito à autonomia e sustentabilidade das emissoras comunitárias. A carência de subsídios pode levar essas rádios à dependência financeira de estruturas políticas, econômicas e religiosas da região onde estão implantadas.

Alguns aspectos das emissoras comunitárias no país: diversidade de projetos e usos

Aprender a paisagem das rádios comunitárias no Brasil é tarefa que se traduz em um grande desafio metodológico por se tratar de mídias difusas em contextos socioculturais e econômicos distintos e, sobretudo, pela dificuldade em mapear as emissoras não autorizadas e em funcionamento, na verdade, a maioria. Essas rádios são facilmente identificadas como espaços comunicativos disputados pelas diferentes lógicas de ação que representam campos, às vezes contrários, de interesses em uma mesma localidade.

A relação entre política partidária e concessão, por exemplo, é considerada um dos atalhos nos quais as associações demandantes do serviço depositam suas expectativas para obtenção de outorga. Não são raros os políticos que se comprometem diante da “comunidade” a intermediar o processo de autorização da licença, omitindo e desconsiderando a validade de critérios técnicos, como viabilidade geográfica para implantação de uma operadora de rádio em uma localidade e outros trâmites burocráticos⁹⁶. Para o dirigente da Abraço Nacional, Joaquim Carvalho, a

⁹⁶ Foi criada em 2003 pelo Ministério das Comunicações, a Norma Complementar N. 1/2004 para atender a uma demanda da Secretaria de Radiodifusão Comunitária que se referia à elaboração de um instrumento legal que coibisse qualquer tentativa de instrumentalização do procedimento de apreciação de pedidos de outorgas de rádios comunitárias, resguardando os analistas dos processos de qualquer tentativa de assédio por parte de intervenções políticas ou pessoais nesse processo.

apropriação das emissoras por lideranças políticas e religiosas se dá, legalmente, mediante o cumprimento de todas as exigências da lei, “por que os políticos e as igrejas evangélicas levam as outorgas, por que eles têm estruturas por trás que organizam tudo, têm advogados e não têm esse vai e vem [o representante da Abraço se refere aos processos de entidades civis que são devolvidos ou arquivados por problemas na montagem da documentação, o que se chama processo mal instruído]”. Nos termos da diretora da Coordenação de Radiodifusão Comunitária do Ministério das Comunicações, Alexandra Costa⁹⁷,

Nossa equipe técnica não dá informação diretamente a nenhum político. Ele pode obter informações pela assessoria parlamentar do Ministério ou pela Secretaria do órgão. É um cuidado real dessa equipe porque quando você vê que existem muitos interesses o que pode fazer? Bom, para realmente haver impessoalidade, haver ética nesse trabalho em demonstrar as coisas, eu tenho que ter procedimentos [a diretora se refere ao processo de concessão das outorgas]. Agora essa questão de não atender diretamente a pessoa, político a político é uma determinação minha que foi muito bem vista por todos os secretários que entraram. Dialogamos somente com as entidades civis. Eu não quero nem saber quem é que tem interesse ou que não tem, o meu interesse é no interessado, na pessoa jurídica composta dentro de uma comunidade, então para a gente fica um pouco chocante lidar com essa constatação [a de que existem políticos tentando interferir em processos de outorgas], exatamente por todo cuidado que a gente teve nesses anos todos sabendo dessa possibilidade.

Poderíamos evocar outras deformidades de práticas políticas no sentido de distorcer o processo de demanda de rádios comunitárias, mas o intuito aqui é problematizar as diferentes ações sociais propostas nos projetos das associações demandantes do serviço e seu efetivo desdobramento no espaço radiofônico da emissora.

Em pesquisa recente, Márcia Vidal Nunes (2001) constata que rádios comunitárias em muitos municípios do estado do Ceará e, até mesmo da capital, Fortaleza, têm perdido a dimensão pública do que seria um espaço coletivo de articulação, diálogo, de organização e conscientização política das comunidades. A autora denuncia que no Ceará existem cerca de quatrocentas emissoras classificadas como comunitárias, mas que, na verdade, vêm se pautando pela racionalidade instrumental, voltadas para fins político-partidários ou para fins comerciais.

⁹⁷ Foram realizadas várias entrevistas informais com a diretora da Secretaria de Radiodifusão Comunitária, em três anos de constantes contatos, mas esta declaração específica foi feita à pesquisadora em maio de 2007.

Além dessas influências, podemos mencionar as intervenções em programações dessas emissoras de líderes religiosos locais. Nos termos de Nunes,

É fundamental compreender que, apesar das exigências legais, a maior parte das emissoras que se dizem comunitárias, na verdade, não o são. Muitas associações fantasmas foram criadas por políticos, arregimentando a participação popular graças às práticas clientelistas, que envolvem uma indiscriminada troca de favores. No Ceará, das cerca de quatrocentas emissoras existentes, apenas 10% são autenticamente comunitárias, ou seja, têm gestão coletiva, programação plural e participação popular efetiva em todas as instâncias da emissora (NUNES, 2001, p. 242).

Se por um lado é possível encontrar rádios comunitárias a serviço de poderes locais constituídos (Igrejas, comércio, poder público, políticos), de outro, pode-se constatar no país casos de emissoras locais que funcionam a partir de projetos social, cultural e político voltados para a comunidade. A esse respeito os casos das rádios Heliópolis, na favela de Heliópolis, em São Paulo, e Laúza, na cidade de Lençóis, na Chapada Diamantina na Bahia, podem ilustrar o universo de experiências originais de emissoras comunitárias que têm seus propósitos de atuação apoiados em uma ação cívica e crítica em relação à realidade que cerca uma determinada população.

A Heliópolis FM surgiu em 1992 de um movimento popular local pelo direito à moradia e melhores condições de vida na localidade de Heliópolis. A associação gestora da rádio, Unidade de Núcleos Associações e Sociedades dos Moradores de Heliópolis, (Unas), criada em 1978, desenvolve vários projetos orientados para a população de Heliópolis, composta por 120 mil habitantes. A associação tem como objetivo principal desenvolver ações sociais calcadas no direito social à habitação e à infra-estrutura. A emissora é uma das atividades sociais da Unas e serve como espaço comunicativo para difusão da diversidade cultural local, das mobilizações sociais (movimento dos sem teto, projetos de meio ambiente, entidades que sustentam o direito à habitação) e desempenha um papel de canal de comunicação que veicula denúncias, demandas sociais, mensagens e recados dos moradores da favela. “Aqui as pessoas se encontram, se comunicam entre si. Há casos em que a rádio serve de alto-falante para pessoas encontrarem um

parente, um amigo quando chega à favela é difícil localizar endereços”, comenta o diretor geral da emissora, Gerônimo Barbosa de Souza⁹⁸.

A emissora Lauza é uma das atividades da Associação Rádio Comunitária Avante Lençóis que surgiu em 1997 de um movimento social local cujo propósito foi a cassação do prefeito da cidade de Lençóis, envolvido com desvio de recursos públicos. Formou-se, então, uma instância crítica das atividades do poder público local. “O Avanço surgiu como um movimento social. A proposta era moralizar as contas públicas, então foi um movimento de questões da comunidade, que envolve funcionários públicos, atores sociais que não estavam contentes com o governo e culminou com a destituição do prefeito”, explica Neuma Pereira de Jesus⁹⁹, secretária geral da Associação Avante Lençóis e diretora geral da rádio Lauza.

Uma das iniciativas da associação foi instituir uma biblioteca comunitária para que os cidadãos da localidade se informassem sobre o funcionamento de órgãos públicos e sobre seus direitos de cidadania. “Era o primeiro instrumento que surgia, na verdade, era a biblioteca, que era o espaço onde as pessoas iam estudar as leis para saber o que fazer em relação ao governo, quais instrumentos elas teriam para exigir do prefeito uma transparência, uma prestação de contas e, principalmente, que ele agisse em benefício da comunidade”, comenta a dirigente da Avante lençóis. A Associação mantém um jornal impresso, a rádio Lauza e atividades de formação, capacitação profissional, tele-centro e uma estação digital, mantida com recursos do governo federal. De acordo com Neuma,

Nosso projeto tem como missão diminuir as desigualdades usando essas ferramentas de educação, de informação, de comunicação, através do ensino de cidadania. Nós temos um programa de formação que são as oficinas educativas com crianças, adolescentes, jovens. Dentro dessas oficinas a gente trabalha a educação e a formação mesmo, apontando até para o nível profissional. A gente trabalha com projetos criados por nós mesmos. Temos alguns programas, cada um soa como um instrumento, mas cada um com o mesmo foco, para educar e para transformar cidadãos críticos com essas ferramentas.

A emissora, na verdade, se legitimou na localidade como espaço para divulgação das atividades, eventos, projetos sociais realizados pela Avante Lençóis e outras entidades civis do

⁹⁸ Entrevista concedida à pesquisadora durante o Encontro de Validação do Projeto Ritmo Sul Brasil, promovido pela Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários, em Brasília, de 07 a 09 de abril de 2006.

⁹⁹ Entrevista concedida à pesquisadora em dezembro de 2007, na cidade de Lençóis. Neuma é artesã e coordenadora de empreendedorismo social da associação Avante Lençóis.

município, além de ser uma cena pública para dar visibilidade aos moradores da região engajados em atividades culturais, sociais, educativas. “A rádio é muito conhecida na região e desenvolve várias atividades de desenvolvimento local. Ela conseguiu expulsar um prefeito”, declara Alcino¹⁰⁰, habitante de Lençóis, ouvinte da emissora.

A concepção de uma mídia comunitária é tributária de ações sociais segundo regras morais, éticas, normativas que regem a prática comunicativa na modalidade para qual foi autorizada a funcionar. Afinal, estamos falando de um serviço público e de um meio de comunicação associativo sem fins lucrativos, cujo propósito é atender às necessidades de informação e comunicação de “comunidades” que não encontram na mídia de largo alcance espaço para exercitar sua liberdade de expressão, de forma amadora e espontânea.

Rádios comunitárias no Distrito Federal

Na análise das demandas e projetos de rádios comunitárias já outorgadas de 15 associações do Distrito Federal, em nove regiões administrativas diferentes, encontramos distintas motivações para operar o serviço de radiodifusão local de caráter comunitário. Destacamos quatro prerrogativas fundamentais que orientam as entidades associativas a demandarem o serviço ao poder concedente: religiosidade associada à filantropia, questões sociais como habitação, cultura (músicas temáticas) e ações e projetos comunitários. Na avaliação dessa amostra de projetos associativos, constatamos a defesa de propósitos comuns a um ou mais grupos da localidade, sejam eles sociais, culturais ou confessionais, mas estes nem sempre se referem a interesses difusos que podem surgir numa formação social tão pouco coesa como é a comunidade territorial contemporânea.

Pode-se dizer que as rádios comunitárias observadas na região brasileira do Distrito Federal enquadram-se na seguinte tipologia: **generalista particular** (são aquelas que seguem o modelo de comunicação comercial das rádios privadas comerciais, a direção da emissora é centralizada nas mãos de um político ou empresário, veiculam informações locais, mas a grade de emissões não é plural, está a serviço de interesses particulares); **generalista comunitária** (são as emissoras que seguem o formato standard das rádios comerciais, apesar de apresentarem suas especificidades, mas têm projetos radiofônicos orientados pelos interesses públicos da localidade, apresentam emissões e conteúdos de interesse apenas local), **confessionais** (são aquelas

¹⁰⁰ Depoimento concedido à pesquisadora em dezembro de 2006, na cidade de Lençóis.

emissoras comprometidas com a orientação de apenas uma crença religiosa, tem direção centralizada pelos membros de uma determinada prática confessional, os conteúdos exibidos são de interesse apenas da comunidade religiosa, podendo também apresentar vínculos com um partido político) e **intercultural comunitária** (são mídias que adotam um modelo próprio de programação, sem estar presas a formatos standard, a gestão da mídia é descentralizada e é dada prioridade para necessidades e demandas locais, em termos de informação e difusão de diferentes práticas culturais que convivem na localidade, valorização da diversidade cultural local e são também espaços ecumênicos).

Em geral, as emissoras do Distrito Federal apóiam seus pedidos de outorga em projetos sociais com fortes traços assistencialistas. Algumas rádios associam ações assistenciais e religiosidade, e, em alguns casos, soma-se a esses fatores ações político-partidárias que não aparecem explicitamente nos projetos das emissoras, mas se verificam em algumas performances. Entretanto, nem sempre as rádios que surgem a partir de associações provenientes de Igrejas são efetivamente confessionais e nem aquelas que apresentam propósitos assistencialistas têm, obrigatoriamente, vínculo com uma entidade religiosa específica ou partido político. Todas afirmam em seu projeto de pedido de outorga, depositado no Ministério das Comunicações, que irão desenvolver projetos culturais e oferecer um serviço local de informações, sem discriminar nenhum tipo de participação, ou seja, propõem “verdadeiros espaços públicos”. Mas, a real atuação dessas mídias revela várias deturpações dos atributos anunciados no modelo normativo de funcionamento de uma rádio comunitária. Algumas emissoras se aproximam do que se espera de um veículo comunitário, conforme prevê a norma, mas outras atuam inversamente ao que prevê a lei, sobretudo, em relação à veiculação de proselitismo tanto político como religioso, alta centralização da gestão nas mãos de um grupo, ocultando seus reais propósitos em suas ações assistenciais. Nos termos do pastor Etienne Salles¹⁰¹, diretor de programação da rádio Ondas da benção¹⁰², em Taquatinga, “o nosso objetivo é a aproximação com a nossa comunidade

¹⁰¹ Entrevista concedida à pesquisadora em agosto de 2006.

¹⁰² A emissora Ondas da benção é legalizada, está no ar desde 2001, funciona na torre da Igreja Tabernáculo Evangélico de Jesus, mais conhecida como Casa da Benção, em sua sede em Taquatinga. A rádio é administrada apenas por membros dessa Igreja, presidida pela missionária Ruth Brunelli de Oliveira, mãe do atual deputado distrital do partido Democratas e pastor evangélico, Rubens César Brunelli Júnior. O pai do deputado é o apóstolo e fundador da Casa da Benção, Doriel de Oliveira.

evangélica, divulgação do amor ao próximo e com isso mostrar que a rádio comunitária tem solidariedade”. Explica o pastor,

A nossa atividade principal é a questão da nossa comunicação com o público evangélico. O crescimento do público evangélico é grande hoje e existe essa necessidade de comunicação e são poucos os meios de comunicação direcionados a esse tipo de público, então é dessa necessidade que surgiu a Ondas da Benção, a nossa emissora de rádio. Uma das coisas que a gente pode destacar é que a rádio dá apoio ao trabalho e presta assistência às crianças carentes no bairro chamado Estrutural. Todos os sábados nós temos pessoas que fazem recreação com essa gurizada, são reunidas cerca de 200 crianças.

A Ondas da Benção FM só veicula músicas evangélicas, comunicados e conteúdos que interessem à comunidade evangélica. Pode ser considerado um espaço comum aos membros da Igreja Tabernáculo Evangélico de Jesus, cuja definição do “bem comum” está associada aos interesses dessa entidade religiosa. Um dos dirigentes e pastor da Igreja Casa da Benção é deputado distrital.

De acordo com o pastor da Igreja Universal, João Paulo Braga¹⁰³, diretor geral da rádio Voz da Vila, na Estrutural, a emissora foi pensada para veicular a palavra dos evangélicos da localidade, mas depois de intervenções da comunidade no projeto da emissora houve uma mudança na orientação da rádio. A direção da rádio burcou adequá-la à diversidade da paisagem sociocultural local. Segundo o pastor,

A associação surgiu em 1999, quando foi colocada a energia elétrica na Estrutural. Devido a dificuldades da vila Estrutural, eu senti o desejo de colocar uma rádio, então, no ano de 2002, surgiu a rádio, com muita dificuldade nós compramos o transmissor, compramos a antena, um transmissor simples e aí nasceu a rádio. Primeiro nasceu a rádio e depois a questão da associação. Criamos essa associação não só na questão de tentar legalizar a rádio, mas também na questão de estar favorecendo em outros aspectos também a população, fazendo parcerias, por exemplo, com a pastoral da criança e aí outros também. A gente pode mostrar na rádio os pontos que está precisando para que as autoridades venham ajudar, ajudar a comunidade.

A Voz da Vila veicula músicas de vários ritmos e estilos, inclusive canções evangélicas e católicas, uma emissão evangélica. O aspecto mais marcante da emissora como mídia comunitária é o trabalho que realiza difundindo discussões sobre questões sociais locais,

¹⁰³ Entrevista concedida à pesquisadora em dezembro de 2006, nas dependências da rádio, na Estrutural.

campanhas públicas da Defesa Civil, Pastoral da Criança, prevenções de doenças, preservação do meio ambiente, além de fazer campanhas de assistência social (pedidos e distribuição de alimentos).

O vínculo das rádios comunitárias no Distrito Federal com a paisagem sócio-econômica local é visível na performance dessas mídias que assumem um certo papel de entidade civil imbuída da missão de promover “políticas sociais locais”. Muitos dirigentes de rádios comunitárias do Distrito Federal entrevistados, na verdade, justificam suas ações sociais voltadas para “pessoas carentes”, preenchendo lacunas deixadas pelo Estado. Nos termos do presidente da rádio Comunidade FM de Ceilândia, Francisco Monteiro¹⁰⁴,

O mais marcante que a rádio faz é o atendimento à comunidade, beneficiando a população, dando: cadeiras de rodas, ajuda de alimentos, remédios, internação em hospitais, consultas e creio que isso seja o mais marcante, que a gente corre atrás e consegue. É socorrer alguém que está doente, eu ponho meu carro à disposição, fulano liga pra cá e fala que a mãe está passando mal e que chamaram a ambulância e não veio e a gente não tem nenhum carro pra levar, a gente manda levar e buscar.

A Comunidade FM funciona na cidade de Ceilândia. Surgiu em 1999, por iniciativa da Associação Comunitária dos Moradores das QNM 18 a 26 de Ceilândia Norte-DF. Esta entidade tinha na sua gênese o firme propósito de defender os interesses dos moradores das quadras QNM 18 a 26 da cidade satélite junto ao Governo Distrital quanto à obtenção de lotes e unidades residenciais. Um dos objetivos era a urbanização e legalização do espaço onde se encontram os lotes desses habitantes. A rádio se coloca nitidamente como espaço de representação das necessidades e demandas locais a respeito de direitos e políticas sociais em relação ao governo local e a instâncias legislativas. Declara Monteiro,

A rádio comunitária é a boca do povo aberta. Que o povo antes não poderia fazer seus comentários, não podia reclamar, porque as rádios comerciais não abrem esse espaço, então a rádio comunitária é a boca do povo. É o povo falando para as autoridades tomarem providencias de tudo aquilo que foi apontado. A rádio comunitária é uma prestadora de serviços para a comunidade. Nós beneficiamos o cidadão porque a rádio é comunitária e por ela ser comunitária, a comunidade tem acesso a ela direto.

¹⁰⁴ Entrevista concedida em agosto de 2006, na rádio Comunidade em Ceilândia.

A emissora faz retransmissão da Rádio Câmara veiculando algumas sessões da Câmara Legislativa Federal e da Câmara Legislativa Distrital para informar o cidadão de Ceilândia sobre projetos e ações de políticos que dizem respeito ao DF e ao país. A rádio funciona como instrumento de comunicação da associação que conta também com um jornal quinzenal. A rádio Comunidade FM¹⁰⁵ realiza eventos e projetos para arrecadação de fundos para compra de cestas básicas e atender pedidos dos ouvintes, como escritura de propriedade, além de empreender várias ações de caráter assistencialista. A direção da rádio se identifica como porta-voz da comunidade.

Das quinze rádios comunitárias autorizadas no Distrito Federal até início de 2006, cinco foram estudadas em profundidade para efeito desta pesquisa. Tratam-se de emissoras que apresentam características tanto de um serviço local de comunicação como de uma rádio facilmente identificada como veículo de comunicação comercial, inclusive do ponto de vista do modelo de gestão e de programação. As radiodifusas contempladas estão implantadas em cidades satélites, ou seja, fora do Plano Piloto de Brasília, as quais serão descritas e analisadas conforme os pressupostos conceituais de espaço público e a dinâmica de diferentes lógicas de ação que operam nessas mídias.

4.4 Os perfis das emissoras comunitárias no Distrito Federal

No quadro das 15 emissoras comunitárias, legalizadas, no Distrito Federal, escolhemos cinco delas, correspondendo aos critérios de uma amostragem teórica. Tratam-se de casos representativos do modelo normativo de rádio comunitária, com todas as suas contradições e desafios. Esta seção apresenta a descrição das emissoras escolhidas dentro do universo evocado. Depois, apresentar-se-ão os resultados e constatações produzidos a partir da confrontação entre o quadro teórico, o funcionamento e o papel desenvolvido por esses meios de comunicações, onde se observa a manifestação de espaços públicos com episódios de luta contra a discriminação, a

¹⁰⁵ Desde 2001, a direção da Comunidade FM instituiu o Conselho Comunitário. Na grade de programação, estão previstas falas de teor político, mas são em duas emissões principais onde facilmente o ouvinte participa, inclusive para emitir opinião política ou sobre qualquer assunto, como os espaços também são dedicados para debates políticos e entrevistas de personalidades que atuam na esfera política: **Linha direta**, de segunda à sábado, das 13h às 14h; e **Espaço Cultural comunitário**, de segunda às sextas, das 8h às 12h. Trata-se de uma emissora comunitária, de caráter generalista, com presença marcante de programação religiosa.

favor dos direitos fundamentais do homem, a favor do reconhecimento de pessoas comuns, de eventos e práticas culturais locais, denúncias, entretenimento, entre outros elementos. Devemos lembrar que para tornar possíveis as descrições dessas rádios, foram utilizados três processos de investigação sociológica: 1) consulta dos arquivos das emissoras comunitárias do Distrito Federal, no Ministério das Comunicações em Brasília, o que levou ao conhecimento do projeto associativo e dos traços gerais do perfil desses meios de comunicações na zona indicada; 2) investigação de campo com ajuda de entrevistas semi-estruturas, episódicas e aplicação de questionários junto aos radialistas e locutores das emissoras; e 3) análise do conteúdo da grade de programação das emissoras contempladas neste estudo, enquadrando as emissões em categorias que remetem ao tratamento de temas sociais, políticos e culturais. Os programas que concedem a palavra aos ouvintes e as associações foram também analisados.

4.4.1 Rádio Sobradinho FM

História e projeto associativo

A emissora Sobradinho FM está localizada na cidade satélite de Sobradinho, mais precisamente no centro da Feira Popular de Sobradinho. A rádio começou a funcionar em 2001. É uma mídia que almeja um alto grau de profissionalização e um “padrão de qualidade” dos programas, típico das emissoras comerciais.

A Sobradinho FM surgiu por iniciativa da Associação Comunitária Pró-Vida de Sobradinho, criada em 1997, declarada uma entidade apartidária e não religiosa. No entanto, essa associação é administrada por membros da Igreja Sara Nossa Terra. Na definição de objetivos no estatuto da associação, como gestora de uma mídia comunitária, constam: 1) reunir cidadãos interessados, associados ou não, para mobilizar forças políticas, econômicas e sociais no sentido de estudar e preservar as raízes culturais da população, promoção de obras culturais e manifestações de artistas jovens e cidadãos que não disponham de recursos para desenvolver talentos e habilidades; 2) desenvolver soluções que atendam às demandas e carências de informações úteis para as famílias residentes na comunidade; 3) promover a integração social na comunidade, buscando formas para estabelecer um relacionamento de companheirismo, de solidariedade e cooperação entre os moradores da região, estimulando o bem estar comum, prever

parcerias com os serviços públicos (ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA PRÓ-VIDA DE SOBRADINHO, 1998)¹⁰⁶.

A associação exerce outras atividades além da gestão da rádio, como serviços assistencialistas a pessoas em situações de risco, distribuindo cestas básicas, roupas, cobertores, oferecendo formação profissionalizante e empregos. A entidade é presidida por um bispo da Sara Nossa Terra, Jonas Bezerra Coelho, mas este não se ocupa diretamente da emissora que é de fato coordenada pelo diretor de programação, Edmar Araújo¹⁰⁷. A Associação Pró-Vida é formada por 80 membros, nem todos estão envolvidos com a rádio, mas que se reúnem mensalmente para discutir as atividades da associação.

A composição organizativa da associação não é a mesma da emissora. A entidade associativa está definida nos seguintes cargos: presidente; um vice-presidente, dois secretários e dois tesoureiros. A rádio tem seu bureau composto por dois diretores, um executivo e outro de programação e jornalismo, além de 12 locutores. A emissora conta também com uma secretária para recepção dos ouvintes e visitantes, organização do escritório, atividades administrativas. Os comunicadores e o diretor de programação têm vínculo oficial com a Sobradinho FM a partir de um contrato de voluntariado, estando, no entanto, cada animador autorizado a captar apoios culturais para seus programas e, assim os recursos obtidos com anúncios comerciais garantem sua remuneração e contribuição para manutenção da rádio. De acordo com o diretor da rádio, uma das grandes preocupações da sua gestão é garantir a periodicidade da programação e isso só se torna possível com o mecanismo mesmo que informal de remuneração dos locutores, mesmo para aqueles que não conseguem captar anúncios. “O programa mais jovem aqui da rádio tem seis meses de duração, o mesmo locutor fazendo o mesmo programa. O mais velho já tem quase quatro anos, [a remuneração] cria um vínculo, estimula o locutor, embora ele seja voluntário, não quer dizer que ele tem que trabalhar de graça, mas acontece que ele não tem nenhum vínculo empregatício com a associação”, explica o diretor.

¹⁰⁶ Documento de Manifestação de Interesse em explorar serviço de rádio comunitária da Associação Comunitária Pró-Vida de Sobradinho, depositado no Ministério das Comunicações em 1998, no qual encontra-se anexado o estatuto associativo da entidade demandante do serviço.

¹⁰⁷ Edmar Araújo tem 24 anos, é estudante do curso de jornalismo na Universidade Católica de Brasília. Ele exerce a função de diretor de programação e jornalismo da emissora e não é membro da associação.

De acordo com o atual diretor de programação da Sobradinho FM, a emissora surgiu com a proposta de prestar um serviço local de informações e divulgação da vida associativa e atividades comunitárias na região, sobretudo aquelas protagonizadas pela Associação Pró-Vida e conseqüentemente da Igreja Sara Nossa Terra. Nos termos do diretor da rádio, Sobradinho FM surge

Com o interesse de divulgar as atividades da associação. Porque a associação, junto com a igreja Sara Nossa Terra, faz ainda uma prestação de serviços comunitários, como distribuição de alimentos, roupas, manutenção de creche no Plano Piloto e Planaltina. Então, tinha essa necessidade de expandir e de captar apoiadores para esse projeto. Então, a rádio já viria, primeiramente, para atender a essa associação e, evidentemente, com o crescimento da rádio, acabou servindo para outras finalidades, como a própria rádio difusão, com músicas populares, com programas de interesse da comunidade... Então, a rádio surgiu com essa necessidade de servir à associação, e num efeito dessa necessidade, ela acabou abrangendo demais a cidade.

Quando começou a operar em 2001, ao receber a outorga do Ministério das Comunicações, a rádio funcionava em caráter experimental, só difundia conteúdo musical e alguns anúncios das atividades da associação, mas com a chegada do atual diretor de programação a emissora passou a veicular conteúdos informativos retratando os acontecimentos da cidade de Sobradinho. Segundo Edmar Araújo, ele foi convidado para integrar a rádio com a missão de profissionalizar o serviço prestado pela emissora à população local. Antes, na sua avaliação, a rádio era pouco “profissional”. De acordo com Araújo:

Eu vim para fazer um trabalho de profissionalização da rádio. Ela era bem dirigida, porém ninguém tinha *know-how* comunicacional, como tratar a rádio como meio de comunicação. A rádio funcionava como meio de comunicação, mas não tinha aquela roupagem jornalística. Então, eu vim para cuidar dessa parte. O início, como qualquer empresa, foi muito difícil: era um prédio alugado [por um preço abaixo do preço de mercado] para quem não pode pagar aluguel porque a rádio comunitária, em período de experimentação, não tinha como captar apoio cultural. As histórias que a gente ouve aqui são de um período muito difícil para conseguir se manter, enquanto instituição, e de lá pra cá muitas pessoas passaram por aqui.

Nos seis anos de funcionamento da Sobradinho FM três eventos marcaram a sua atuação como mídia comunitária na localidade: 1) a campanha do agasalho realizada pela emissora, em 2005, que reuniu mais de 6 mil agasalhos doados e entregues pela população na rádio; 2) o apoio às barraquinhas da Festa de São José, em Sobradinho II; 3) a divulgação da construção de mais

um templo da Sarah Nossa Terra em Sobradinho. Segundo o diretor de jornalismo da emissora, a difusão dos trabalhos protagonizados pela igreja ajudou a angariar mais fiéis e, conseqüentemente, esta teve uma renda maior para a construção do templo. O diretor ressalta que “embora seja uma Rádio Evangélica, a rádio dá abertura para falar de outras igrejas, que a rádio ajudou a divulgar a festa de São José e teve uma boa repercussão”.

Projeto radiofônico, funcionamento e programação da Sobradinho FM

O projeto radiofônico da Sobradinho FM apresenta três objetivos principais, a saber: informar e formar as pessoas; fazer com que as pessoas se sintam parte da sociedade e levar cultura à população local. Nos termos do diretor de programação da emissora,

A gente parte do pressuposto de que temos que informar, de que temos de fazer as pessoas terem consciência, de transmitir cultura para o povo. Então, esse tipo de formação, até mesmo intelectual do povo, eu acho muito importante. Outro ponto importante é que a universidade não forma jornalista: o jornalista nasce jornalista [possui vocação profissional]. Ou seja, ele aprende a técnica [formação universitária], mas a formação propriamente dita [aprendizado profissional], é adquirida aqui na rádio, junto da comunidade.

As duas primeiras metas do planejamento da emissora para se legitimar como mídia comunitária estão vinculadas à pretensão desse meio de comunicação de oferecer orientações tanto para a formação dos ouvintes como para alimentá-los com mensagens de estímulos à auto-estima, nos termos das orientações de auto-ajuda tão recorrentes na pragmática discursiva dos oradores religiosos, inclusive dos neopentecostais. A perspectiva de ser um meio de fomento à tomada de iniciativas para o “desenvolvimento humano”, postulada pela direção da emissora, aparece de forma nítida na fala do diretor de programação.

Então, o que acontece: se fala muito hoje em dia, principalmente depois do advento da religião no meio de comunicação, de você prosperar. Mas como se prospera na vida? Será que eu prospero todo dia, acordando de manhã, terminado meu segundo grau, almoço, assisto “repeteco” de novela, malhação, quando chega a noite eu vou dar uma volta com os amigos e está tudo certo e acha que desse jeito a gente vai prosperar? O que a gente tem que fazer é conscientizar as pessoas da importância do crescimento. Dar consciência para que as pessoas queiram melhorar. Então, saiu o edital do Banco do Brasil, por exemplo, passo isso daí até o dia que não puder mais se inscrever. A

Universidade Católica, onde eu estudo, abre um concurso de bolsas para estudar por um preço mais acessível. Então, é fazer essa informação chegar para a comunidade e, quando alguém se forma tendo usado essa informação que foi passada pela Sobradinho FM, lá no começo, a gente se sente realizado, pois conscientizamos a sociedade.

A direção da emissora se identifica como agente de promoção da cultura e educação da população de Sobradinho, além de perseguir uma auto-imagem de mídia profissional e por esse “mérito” poder oferecer serviços de informação local à comunidade. Ou seja, para os diretores e locutores dessa emissora a atuação comunitária da rádio está fortemente vinculada a sua profissionalização, sobretudo no que concerne aos princípios do jornalismo como investigação, objetividade, imparcialidade, interesse público.

Aliado ao lado profissional, remetendo a um ambiente organizacional de uma empresa de comunicação, a rádio enfatiza seu viés de proximidade com a população local, seu compromisso em construir canais de interação com seu ouvinte, em um tipo de relação menos típica de uma emissora comercial, buscando atuar como uma mídia comunitária. Afirma o diretor de jornalismo:

A gente parte do pressuposto de que temos que informar, de que temos que fazer as pessoas terem consciência, de transmitir cultura para o povo. E o que a gente tem de se preocupar é levar cultura às pessoas. Que tipo de cultura? Qualquer cultura. Por exemplo, se o meu vizinho toca violão, então trago ele aqui, ou se o meu vizinho reúne os amigos em volta da fogueira e toca violão para animar as pessoas, então isso é ótimo, pelo menos está fazendo alguma coisa pela comunidade e nós, através da rádio, passamos essas informações para a sociedade. Acho que é por isso que a rádio Sobradinho FM é tão forte perante a comunidade.

A Sobradinho FM no campo pessoal é mais rádio. Por exemplo: se a pessoa quer mandar um abraço para um amigo, faz isso através da rádio; se alguém quiser ligar e participar no ar, a gente abre para essa pessoa. Ou seja, a rádio é organizada, existe uma organização para isso. E a gente costuma levar cultura às pessoas e tem gente que nunca imaginou entrar numa rádio. Teve um senhor de oitenta anos que estava aí na frente da rádio, e que tinha como sonho, entrar numa rádio. Aí nós o chamamos e falamos que ele ia realizar o sonho dele. E quando ele entrou na rádio, ficou encantado com a estrutura, com o tratamento. Esse senhor que saiu daqui é uma pérola benéfica para a rádio. Ele vai falar bem da rádio em todo lugar, porque ele sentiu aqui dentro a comunidade, porque ele foi informado e porque ele adquiriu cultura na Sobradinho FM e vai falar dessa experiência de ter falado no microfone da rádio, de ter entrado no estúdio de rádio, de ter conversado com o locutor da rádio.

A meta da profissionalização da direção da Sobradinho FM está patente nos critérios definidos para admissão de locutores na rádio. Para ser comunicador na emissora não é necessário ter formação técnica ou graduação em Comunicação, mas o diretor de programação da rádio exige que alguns requisitos básicos sejam apresentados pelo candidato ao “cargo” de locutor na emissora, como segundo grau completo e noções básicas de inglês “para ter boa pronúncia e a gente pede que o locutor se atualize”, explica o diretor. Ele ainda acrescenta:

A princípio, a gente não tem trabalhado com pessoas que não tenham um teste de *know-how*, até mesmo porque, se a idéia é profissionalizar, profissionais vão viver da emissora e pra que profissionais possam viver da emissora, a emissora tem que ter qualidade, que possa oferecer essa qualidade a apoiadores culturais, que sintam essa qualidade e apoiem a rádio. Eu acho que a textualização do meio de comunicação apresenta essa desvantagem. Não é qualquer um que pode trabalhar lá, né? Então, preciso ter conhecimento de causa, tem que saber o que está fazendo, o que está falando. Aqui, temos locutores que já foram da CBN, Antena 1, da extinta Jornal de Brasília, temos um rapaz que trabalhou em várias rádios de Minas Gerais. Então, tem essa manutenção da qualidade que quer queira, quer não, é necessária. Embora a locutora da noite tenha chegado pra mim e dito que queria ser locutora. Aí eu vi que ela tinha um timbre legal, desenvoltura, pedi pra que ela falasse um pouco no microfone e vi que ela tinha jeito. Nunca trabalhou com rádio, mas tinha timbre, jeito e potencial. Não é que a gente não dar oportunidade às pessoas da comunidade, mas, no mínimo, a gente tem que sentir que a pessoa tem potencial a ser desenvolvido nesse campo.

A direção da rádio apresenta três preocupações fundamentais em relação ao engajamento de comunicadores ao meio de comunicação: 1) a valorização da profissionalização da equipe; 2) o reconhecimento da rádio como veículo de comunicação comunitário, mas de “qualidade” e 3) os valores e linguagens difundidos pelos locutores. Esses fatores orientam os processos de acesso de moradores da localidade ao espaço comunicativo da Sobradinho FM como um comunicador regular. O receio de ser vista como uma mídia amadora sinaliza para os locutores e direção atuais da rádio um prejuízo em termos de imagem que pode afugentar o apoio financeiro dado pelo comércio local à emissora. “A gente é muito bem aceito porque, como a rádio tem princípios cristãos, é muito bem aceito dentro do campo familiar”, diz o diretor de programação.

Em termos de programação, a emissora apresenta 18 horas de emissões ao vivo e seis horas de programação automática. A rádio começa seu funcionamento às 6h e vai até 0h. No total das emissões ao vivo, a rádio coloca no ar 1h21 de conteúdos elaborados fora de seus estúdios, por outros veículos ou instituições. A emissora veicula a Voz do Brasil, notícias da Rádio

Câmara, Rádio Justiça, Agência Rádio e o programa Prosa Rural, produzido pela Embrapa, que vai ao ar uma vez por semana, das 5h45 às 6h. O programa é direcionado para o público de pequenos produtores rurais, com dicas para o agricultor enfrentar adversidades no campo. Uma das restrições em termos de conteúdo musical imposta pela direção da rádio a toda a programação é a veiculação de músicas que apresentem letras consideradas inadequadas e “firmam o princípio fundamental da associação, que tinham duplo sentido, palavrão, que firmam o princípio moral da família, a gente não toca”, explica o diretor de programação. Nos termos de um dos locutores da emissora,

Existe uma preocupação de não passar música de duplo sentido. Porque, se a gente for pensar, todas as músicas têm duplo sentido. Principalmente, os forrós. Então, a gente não coloca aqueles escrachados, aqueles que falam palavrão mesmo. Agora, isso é interessante porque eu sou pai, tenho uma filha de 14 anos e quando a gente é pai, a gente começa a ver com outros olhos essa paranóia de tocar besteira. Então eu acho legal a criancinha de dois anos poder ouvir e a senhora da terceira idade também.

A programação da Sobradinho FM é decidida e avaliada em reuniões periódicas entre diretores executivo, de programação e jornalismo e o presidente da rádio. Os locutores não participam desse processo decisório, podendo opinar sobre o funcionamento da emissora em encontros entre os comunicadores com o diretor de programação. Um programa é tirado do ar quando não corresponde às expectativas da direção e presidência da rádio. Nos termos do diretor de programação,

Eu apresento para eles a proposta. O diretor executivo, por ser um cara que avalia o custo-benefício, dá o seu aval, ou não, à presidência, e a presidência aprova ou não. O presidente da rádio é muito mais um zelador da situação. Porque ele não atua diretamente na rádio. Ele é formado em contabilidade. Ele participa mais como um contador. O grande fator para se decidir se a programação vai para o ar, ou não, é o mercado.

A emissora não conta com um Conselho Comunitário, assim as possíveis críticas e sugestões da população local em relação ao papel comunitário da rádio na localidade são dirigidas diretamente aos locutores e a direção da rádio, sem haver nenhuma instância oficial para tal atividade.

Naturalmente, há pessoas que ligam quase todos os dias para a rádio, para reclamar da programação. A comunidade tem o direito de ligar e opinar sobre a programação. A gente não é obrigado a acatar, mas a gente é obrigado a dar espaço telefônico para a pessoa expressar sua opinião. Existe um site que os

ouvintes mandam e-mails, mas, oficialmente, não existe um conselho constituído, mas existem pessoas que fiscalizam de maneira informal, a programação da rádio.

A grade de programação da Sobradinho FM conta com 12 emissões ao vivo, as quais podem ser compreendidas em três categorias básicas: a) essencialmente musicais com locução, informes locais e participação de ouvintes; b) essencialmente locução, entrevistas, com músicas e participação do ouvinte e c) informativo local, entrevistas e músicas.

Em relação à primeira categoria, podemos citar o **Via Brasil** (de segunda à sexta-feira, das 12h às 14h); **Show da Cidade** (de segunda à sexta-feira, das 14h às 18h); **Falando de amor** (de segunda à sexta-feira, das 20h à 0h); **Sintonia com Marcondes Lima** (aos sábados, das 10h às 13h); **Roda de Samba** (aos sábados, das 13h às 16h); **Igreja Eletrônica** (aos domingos, das 18h a 0h) e **Forrozeira Total** (aos sábados, das 16h às 18h). Como emissões essencialmente de locução, entrevistas, com músicas e participação do ouvinte, são: **Bom dia Cidade** (de segunda à sexta-feira, das 6h às 11h); **Sarando Nossa Terra** (de segunda à sexta-feira, das 11h às 12h) e **Arena JOV** (aos sábados, das 18h às 20h). Na terceira categoria estão, **Ronda Sobradinho** (de segunda à sexta-feira, das 18h às 20h) e **Repórter Mirim**¹⁰⁸ (aos sábados, das 9h às 10h).

Das emissões citadas três são realizadas por membros da Igreja Sara Nossa Terra, divulgando os princípios, orientações e músicas dessa religião. Não consta na grade de programação da Sobradinho FM emissões feitas por representantes de qualquer outra religião. No entanto, locutores e o diretor de programação da rádio afirmam que não existe nenhuma restrição por parte da direção da emissora a respeito da veiculação de emissões confessionais de outras religiões. De acordo com um animador da emissora, “por ser uma rádio comunitária, existem sim igrejas que vêm na rádio, mas é aberto, então nós não temos um segmento”.

O tema da participação do ouvinte nas emissões recai na discussão do papel comunitário assumido pela emissora. Os espaços para a palavra do cidadão de Sobradinho são previstos em toda a programação, sobretudo, no que se refere a pedidos musicais, recados, anúncios, denúncias e comentários. Mas não há na grade de programação nenhum espaço dedicado exclusivamente à expressão do ouvinte. De acordo com a diretoria da emissora, os ouvintes demandam espaços na programação que tratem de temas políticos, tanto no que se refere à política no âmbito do poder

¹⁰⁸ O **Repórter Mirim** faz parte do projeto da rádio para aproximar a população do espaço radiofônico da Sobradinho FM. A emissão é apresentada aos sábados por alunos das escolas públicas de Sobradinho, os quais buscam as notícias locais, elaboram matérias, falam de assuntos diversos pertinentes à comunidade.

público, como a política no sentido de debater publicamente e agir em prol do bem estar da população local.

É, especificamente, em três programas da Sobradinho FM em que há uma interação mais significativa entre locutor e ouvinte e nos quais são previstos também o tratamento de temas políticos (debates) e polêmicos (denúncias e críticas ao poder público): em **Show da cidade**, **Bom dia Cidade** e **Ronda Sobradinho**.

A emissão **Bom dia cidade** veicula informações locais, com notícias sobre acontecimentos das proximidades de Sobradinho. O programa apresenta dois quadros temáticos. O primeiro aborda o direito do cidadão, causas cíveis, criminais, direito familiar, chamado **Dura Lex –Você pergunta e a OAB responde**, protagonizado pelo presidente da OAB de Sobradinho, que traz sempre advogados especializados em alguma área do direito para tirar dúvidas dos ouvintes que entram ao vivo no programa. Avalia um dos locutores da rádio:

A partir do momento em que a rádio coloca no ar o programa *Dura lex* apresentado pelo presidente da OAB local, com a participação da comunidade, então é um programa educativo, ele está passando informação, está levando conhecimento à comunidade para melhor ficar ciente dos seus direitos e também das suas obrigações.

O segundo quadro do programa **Bom dia Cidade** trata dos problemas urbanos e estruturais da cidade (como segurança pública e urbanização), apresentado às terças e quintas-feiras contando com a participação regular dos administradores de Sobradinho e Sobradinho II, os quais se revezam semanalmente. Os administradores são entrevistados pelo locutor e prestam contas de suas ações como homens públicos e respondem aos questionamentos e críticas da população. É um canal de comunicação entre ouvinte e administração pública local. Nos termos do diretor,

Não existia nenhum elo entre a rádio e a administração. Então, o que a gente fez? Eu convidei o administrador de Sobradinho II, que na época era o Sr. Martins Saião e hoje é o Romão Lentilha. E convidei o administrador de Sobradinho, que é o Paulo Cavalcante. Então, cada um vem uma vez por semana, durante uma hora, e é interpelado pelo ouvinte.

No **Show da Cidade**, apresentado pelo locutor Nilton Nóbrega¹⁰⁹ que está na rádio há cinco anos, além da veiculação de músicas, informes locais, entrevistas são apresentados dois quadros informativos: **Cidade, Educação e Cultura**, às terças e quintas-feiras, apresentado por um professor que trata das atividades culturais da cidade, com entrevistas com artistas locais e educadores; o outro quadro é realizado às quartas-feiras por um psicólogo e terapeuta comunitário que fala de problemas familiares, relacionamentos, dando conselhos aos ouvintes, os quais participam da emissão. Esses dois quadros se constituem em momentos de abertura do programa para participação direta da população. Durante o programa, há um terceiro quadro, como um dos projetos da rádio, chamado **Prata da Casa**, veiculado às sextas-feiras, para prestigiar os artistas locais, os quais participam desse momento como entrevistados. É um espaço para divulgação de músicas de talentos desconhecidos dos grandes meios de comunicação.

O comunicador do **Show da Cidade** anuncia informações locais como um serviço considerado especialmente de interesse do cidadão de Sobradinho I e II e reportagens feitas fora do estúdio na cobertura, por exemplo, de um evento local. Para o radialista Nilton Santos, o locutor deve ser imparcial e não deve emitir opinião sobre tudo porque, segundo ele “Quem reclama não é o locutor. Quem reclama é o ouvinte. O ouvinte sim pode abrir a boca no ar”.

Por ser uma rádio comunitária, não vou dar notícia lá de São Paulo, mas ... informação que interessa à nossa comunidade. É essa a informação que eu dou. E é fantástico também que a gente recebe informação da própria cidade. Ou seja, existe um buraco na informação que as grandes empresas, televisões e rádios grandes dão. Elas dão um mundo diferente daquilo que a gente vive. Ou seja, aquele buraco na frente da rodoviária, aquela senhora que perdeu o cachorro e está desesperada: “ - perdi os documentos”. Daqui a pouco, a gente anuncia os documentos da dona fulana de tal, alguém conhece. Então, isso é legal, isso ninguém faz. Então, a rádio comunitária entrou numa lacuna que não era preenchida por ninguém. Em contrapartida, temos uma audiência maravilhosa. Eu acho que a gente preenche lacunas, sabe? Informação, praticidade, campanhas beneficentes. Eu acho que também tem o objetivo de formação de profissionais. A rádio, por ser comunitária, ela abre espaço para alguém que está almejando alguma coisa na vida, no campo profissional. É meio rádio-escola também.

O radialista responsável pela emissão se engajou à rádio para cumprir um projeto pessoal de se dedicar à atividade de locução em seu tempo livre. Ingressou na Sobradinho FM a partir de

¹⁰⁹ Nilton Santos tem 41 anos. É locutor profissional já tendo trabalhado em várias emissoras comerciais do DF. Ele é voluntário, mas realiza anúncios comerciais em seu programa, o que garante sua remuneração. O radialista cursou o ensino médio e trabalha em órgão público.

sugestões de amigos que lhe comunicaram a respeito de uma rádio comunitária na região. Nos termos do locutor,

Eu tenho um irmão que também é locutor. Trabalha na Tupi FM e a gente sempre brincou de rádio, desde pequenininho, então era um sonho! Ele trilhou um caminho diferente que o meu. Ele foi para Paracatu, foi para outras rádios e sempre trabalhou em rádio grande. Eu trabalhava na Gazeta Mercantil; então, a rádio sempre ficou em segundo plano, mesmo que as pessoas sempre falassem para mim: “- você tem a voz legal, você tem que ir para a rádio”. Aí, eu comecei a fazer cabine no Conjunto Nacional [rede interna de rádio no *shopping*], aí comecei a trabalhar com a voz. Aí, pintou essa rádio na cidade onde eu nasci. Veja só: eu não sou apenas um morador, eu sou nascido em Sobradinho. Então, a gente conhece todo mundo de vista. É muito bacana essa interação que a gente tem com a comunidade aqui na Rádio Sobradinho.

A rádio comunitária para esse locutor é um espaço para aperfeiçoar suas habilidades como comunicador prestando um serviço de informação local, além de garantir um complemento salarial, já que dos anúncios comerciais que capta para seu programa 50% é passado para rádio e a outra metade fica com o animador. Mas o radialista afirma que há meses em que não obtém nenhum rendimento e mesmo assim continua sua atuação na rádio. “Faria [o programa] de qualquer forma. Tanto é que alguns meses rola algumas crises no comércio, ninguém quer fazer apoio cultural nenhum. E eu já trabalhei vários meses sem estar recebendo nada”, afirma o comunicador.

Outro programa que se destaca na grade da Sobradinho FM como um espaço para maior participação do ouvinte é o **Ronda Sobradinho**, apresentado pelo locutor Silvio Ferreira dos Santos¹¹⁰, que atua na rádio há cinco anos. Essa emissão tem formato de noticiário policial, com entrevistas e discussões sobre a segurança pública e quadro de violência na cidade. A preocupação do locutor é informar o seu ouvinte sobre o cenário de criminalidade em Sobradinho “mas de uma maneira preventiva, porque à medida que a pessoa ouve uma notícia de roubo, flagrante é mais para ela se prevenir, para que não aconteça com ela porque você sabe que só o trabalho da polícia nas ruas, é pouco. Sabe que o cidadão também é responsável pela sua segurança”, explica o comunicador. A emissão é feita essencialmente com locução de notícias, não há veiculação de músicas.

¹¹⁰ Silvio Roberto Ferreira dos Santos tem 41 anos, é estudante de jornalismo em uma faculdade privada de Brasília, e trabalha como policial militar. É voluntário da Sobradinho FM e membro da associação que deu origem à emissora. O comunicador, antes de ingressar na rádio comunitária, já havia trabalhado em outras emissoras comerciais.

Apesar de ter adquirido experiência de locutor em outras rádios, o comunicador afirma que a motivação maior de seu engajamento à Sobradinho FM foi a realização de um projeto pessoal. O animador ingressou na emissora a partir da apresentação de seu projeto de emissão no gênero policial à diretoria da rádio. “Mas esse projeto que eu tenho Ronda Policial, Ronda Sobradinho esse é o meu projeto maior que eu mais me apaixono porque eu passo as informações para a minha comunidade e focando mais a comunidade de Sobradinho”, explica. O animador está na emissora como voluntário e não tem a rádio como uma fonte de renda complementar. Segundo seu depoimento, sua participação como locutor da Sobradinho FM independe de qualquer forma de remuneração. Nos termos do comunicador,

Eu trabalhei três anos aqui sem receber nenhuma mídia, porque para mim o importante é estar no ar e levar a comunicação. Então, pra mim tanto faz, se eu não tiver nenhum anúncio o meu programa vai ao ar no mesmo horário, da mesma forma. Sem problema nenhum. Para mim parece que está em segundo lugar. Para mim, o mais importante é a notícia. É a maneira de eu trabalhar e dar a minha contribuição para a comunidade de Sobradinho. O programa Ronda Sobradinho é um programa que já faz parte do dia-a-dia da cidade. Então às vezes acontece de eu não poder apresentar o programa, ligam, perguntam porque o programa não está no ar. Então, eu não posso deixar de apresentar o programa Ronda Sobradinho porque ele não é meu mais porque ele já faz parte do contexto da comunidade.

Além de veicular somente informações locais, inclusive sobre violência no trânsito, o programa se destaca por ser considerado a única emissão da rádio que depende da participação do ouvinte. “No **Ronda em Sobradinho** se não houver interação com ouvinte não existe”, comenta o diretor de programação da emissora. Trata-se de um espaço para denúncias sobre questões sociais, problemas urbanos, sobretudo relacionado à segurança pública.

No caso da participação do ouvinte, ele geralmente participa quando eu levanto alguma polêmica em relação à cidade ou quando ele reclama do transporte, da saúde. Abro o microfone. Esse é o trabalho da rádio comunitária, esse é o verdadeiro trabalho da rádio comunitária: é estar do lado da comunidade para levar as reivindicações da comunidade até as autoridades constituídas, competentes. Não é que, às vezes, a autoridade não faz a sua parte, mas, às vezes, não está sabendo. Às vezes tem uma lâmpada queimada na faixa verde e aí o administrador, a companhia de eletricidade, não estão sabendo; e, a partir do momento que o ouvinte reclama e essa situação vai ao ar, alguém vai ficar sabendo. Nós já resolvemos vários casos comparados a esse por ouvinte ir ao ar e levar a denúncia. A gente traz o pessoal ligado ao sindicato, ligado à associação para conversar. Nós somos muito ouvidos dentro das lotações. Isso é

bom. Quando eu abria essa discussão das lotações aqui no programa, a insatisfação aqui era total, tanto dos motoristas, quanto dos passageiros. Então tinha gente que crucificava, tinha gente que defendia. Então, isso é bom, as duas partes. Já aconteceu de se encontrar aqui o motorista, o cobrador e o passageiro, tudo no ar.

Para esse comunicador, o programa **Ronda Sobradinho** cumpre o papel de interlocução com o poder público local, levando ao conhecimento da administração local problemas da comunidade que o cidadão comum não consegue comunicar diretamente às instâncias competentes. De acordo com o locutor, “queremos que a comunidade venha para nós, procure-nos, quando o direito dela for impedido, qualquer coisa, não for bem atendida”.

Isso aqui é da comunidade e a comunidade tem que fazer uso, porque é através da Rádio Sobradinho FM que as reivindicações chegam até a administração e ele pode ver isso melhor. Eu os respeito como autoridade máxima da cidade e eles me respeitam como comunicador e como cidadão e, de uma certa forma, estamos ajudando a resolver alguns problemas da cidade através da Rádio Sobradinho FM. Eu falo sempre no meu programa que a importância da rádio comunitária para a comunidade é muito grande, porque é o meio mais próximo dela levar os problemas de sua rua e esse problema chegar até as autoridades competentes. Então, é o canal, é o elo de comunicação entre a comunidade mais carente e os poderes constituídos, que têm, por obrigação, que resolver os problemas da comunidade.

Segundo o locutor da emissão, seu programa é também espaço para chamamento público para participação do ouvinte em processos decisórios da emissora como a avaliação e críticas e possíveis alterações na grade de programação ou sugestões para mudanças em termos de conteúdos veiculados nas emissões. Para ele, a rádio existe para a comunidade e deve promover o diálogo entre instituições locais e população. O locutor enfatiza o papel de mediação da emissora comunitária, inclusive no tocante ao cenário da política local.

Em 2006, no período das eleições, a rádio promoveu entrevistas e debates políticos entre candidatos a deputados distritais. Mas esse tipo de debate não acontece comumente na rotina da emissora. Segundo o diretor de programação, “No primeiro semestre a gente fez um debate político com os candidatos à Câmara Distrital e agora vai haver outro debate com os candidatos à Câmara Federal, seja à reeleição ou primeiro mandato, mas fora isso, desde que eu entrei aqui, não tem”.

Recursos financeiros da rádio

Segundo a diretoria da emissora, a rádio tem como fonte fundamental de financiamento os anúncios comerciais que em muitos meses não consegue cobrir o custo mínimo mensal de R\$5.000,00 para o funcionamento da rádio. A emissora veicula uma hora e meia de publicidade por dia. Os recursos financeiros constituem a principal dificuldade que a Sobradinho FM destaca para sua manutenção como mídia comunitária. Uma segunda dificuldade apontada pela direção da emissora é a carência de “mão de obra” qualificada que contribua para o projeto de profissionalização da emissora e concorde em ser voluntário com remuneração condicionada à quantidade de anúncios que conseguir captar no comércio local para seu programa. Isso faz com que a emissora admita estagiários, estudantes na área de Comunicação, para ter um quadro menos amador. Nos termos do diretor de jornalismo da Sobradinho FM,

Por isso é que eu te digo que o lado financeiro é o que mais atrapalha a rádio comunitária, senão era para a gente estar se dando bem também, fazendo o que gosta, seria um trabalho comunitário de verdade. A Dona fulana ali foi assaltada, sofreu um acidente, vamos lá entrevistá-la, levar o equipamento, fazer o link para que todos possam ouvir também. Uma pessoa que é roubada, qual é o conselho que a senhora dá? O que a senhora tirou desse assalto? Entendeu? Integrar a sociedade a um mundo comum. É esse o espaço que a gente preenche, comenta um dos locutores da emissora.

Na avaliação do diretor de programação da rádio, a profissionalização e os recursos financeiros são os fatores fundamentais para garantir que a emissora preste um serviço local de comunicação comunitário, mas não amador. Na sua definição, a rádio comunitária é:

Uma rádio que tenha qualidade e com pessoas de qualidade. Uma rádio aberta a todos os públicos, seja ele religioso, associados, ONG, filantrópico, comércio. São todos os públicos, sem fazer distinção de nenhum. Que o governo participe, mas não precisa ser só com dinheiro, diretamente, e sim com doações, como um computador, por exemplo, e que trate a rádio comunitária como rádio. Enfim, uma rádio que todos tenham acesso, com profissionais para trabalhar por ela, uma rádio que sirva a toda a comunidade, em todos os âmbitos.

Trata-se de uma rádio generalista, de caráter comunitário, que prioriza a veiculação de informações locais, com forte presença de conteúdos religiosos e espaços dedicados à discussão das questões sociais que perpassam a sociedade de Sobradinho I e II.

4.4.2 Rádio Comunidade FM Gama

História e estrutura da Comunidade FM

A emissora funciona na cidade do Gama-DF, instalada atualmente na torre da Igreja Imaculada Conceição. A rádio surgiu em 1996, ainda como rádio não autorizada, nas dependências da paróquia de São Sebastião do Gama, apoiada pelo padre da época que cuidava da igreja, simpatizante do Socialismo Cristão, postulado pela teologia da libertação. No mesmo ano de sua criação, a rádio, chamada à época *Ágape*, foi fechada pela Anatel e pela Polícia Federal. No episódio de seu lacramento, o padre da paróquia e o comunicador na hora presente na estação foram detidos pela polícia. A emissora só voltou a funcionar em 2001, em um prédio comercial do centro do Gama.

A Comunidade FM é a razão de existência da associação, a Associação Comunitária de Comunicação e Cultura do Gama-DF, criada apenas para demandar o serviço de radiodifusão comunitária ao Ministério das Comunicações. A rádio é dirigida por um jornalista, Allan Barbosa¹¹¹ e um radialista, Wander Teles¹¹². Os dois são fundadores da emissora e atuam como diretores e locutores da emissora. Os dois comunicadores são moradores da cidade do Gama.

A rádio, então, tem origem no catolicismo e gradualmente vai se tornando uma mídia a serviço da comunidade heterogênea, inclusive do ponto de vista religioso, divulgando vários gêneros musicais, a palavra do cidadão do Gama, informações locais. Nos termos de Barbosa,

No princípio, a programação era religiosa, tinha uma intenção religiosa, uma rádio dentro da igreja não teria outra intenção se não a religiosa. Embora a gente tivesse uma visão de uma igreja mais aberta, a teologia da libertação, mas a gente conseguia colocar alguns temas. Então a gente começou a participar de seminários, a viajar pelo Brasil, a fazer cursos. E aí a gente foi tendo contato com outras pessoas de outros ambientes que tinham rádios comunitárias e aí tivemos mais um pouco de visão.

¹¹¹ Alan Barbosa tem 40 anos, é jornalista, formado pelo Instituto de Ensino Superior de Brasília – IESB e trabalha na assessoria de comunicação do Ministério dos Esportes. Alan é diretor-presidente da rádio e apresenta o programa “Comunidade em Revista”, que trata de notícias locais e do DF, além de realizar locução de partidas de jogos de futebol e informes sobre esporte.

¹¹² Wander Teles tem 37 anos, é radialista e analista de sistemas, trabalha como policial militar. Na rádio exerce as funções de vice-presidente, diretor de produção e animador.

A mudança na orientação da rádio aconteceu depois que os atuais presidente e vice-presidente participaram de um congresso de comunicação em Mato Grosso, em 1996. A emissora passou a apresentar discussões políticas ao evocar temas polêmicos e tratar dos problemas sócio-urbanos da cidade, chamando a atenção da administração pública local e de alguns parlamentares. Explica Barbosa:

Voltamos empolgados da viagem. Sei que a gente chegou e já mudou a programação. Então, decidimos tirar essa coisa de ser muito igreja. Tinha que mudar. Conversamos sobre política e começamos bem. Foi religião, começou o conteúdo de política, começou a dar problema e a rádio foi fechada: denúncia. Ficou claro o que foi. Ninguém recebeu telefonema. É engraçado, porque na época que fomos abrir a rádio, dois deputados sugeriram, deram força, aquele negócio... E aí, quando a gente começou a discutir tema político, aí de repente falam que deputado tal não vai gostar nada de saber disso. Aí, em uma semana, a rádio fecha.

A relação, por vezes, tensa com a Administração do Gama, segundo Allan Barbosa, está atrelada ao tratamento crítico dado pela rádio às ações da Administração, cuja divulgação pela emissora em algumas ocasiões é dificultada porque algumas informações são negadas aos locutores da Comunidade FM, inviabilizando, assim, a sua publicização. “Então o que agente briga mais é por isso aí, de tentar fazer com que as pessoas tenham acesso à informação da cidade para poder discutir”, explica Allan.

A estrutura organizacional tanto da associação como da rádio é formada por um presidente, um vice-presidente, dois secretários, dois tesoureiros e dois diretores de patrimônio, além da participação voluntária de 20 locutores na emissora. A associação conta com 30 membros efetivos, entre quais nem todos se ocupam da emissora.

O projeto, funcionamento e programação radiofônica

O projeto radiofônico da rádio Comunidade Gama FM está ancorado em três objetivos fundamentais inscritos, inclusive no estatuto da associação: proporcionar a participação do público na emissora, contribuir com as soluções sociais da cidade, promover a cultura local. Por se encontrar dentro das instalações de uma igreja, a rádio apresenta nitidamente uma orientação cristã e isso de certa forma recai sobre sua programação, sobretudo no que diz respeito ao tratamento de temas polêmicos para a Igreja Católica, como a discussão do aborto, e na programação musical existem restrições em relação à veiculação de músicas consideradas de duplo sentido, que possam denegrir o ser humano, ou façam apologia a drogas e violência. Luís

Carlos de Souza¹¹³, animador da Rádio Comunidade Gama, confessa que apesar do controle de conteúdo daquilo que é veiculado na emissora ser rígido, o comunicador não se sente reprimido. Nos termos do animador, « Temos liberdade total. A única coisa que tem é esse controle. É essa rigidez. Não falar bobagem, não falar muito. Falar o necessário. Que precisa colocar o ouvinte em primeiro lugar, conversar, dialogar com o ouvinte e qualidade musical ».

Trata-se de uma emissora comunitária, generalista, com forte programação cultural e veiculação de conteúdos literários, sem nenhum vínculo com a administração local, já que o principal dirigente da rádio é declaradamente simpatizante de um partido de esquerda que faz oposição ao atual governo distrital¹¹⁴. É uma emissora que privilegia o discurso crítico em relação às ações e à ausência de projetos da administração local voltados para a população do Gama. Tem uma retórica apoiada nos ideais dos direitos humanos e da cidadania. Aos domingos, é veiculado um programa de 15 minutos da Pastoral da Criança com dicas de combate à mortalidade infantil e o Conselho Tutelar do Gama também faz uso do espaço comunicativo da emissora para tirar dúvidas de ouvintes e divulgar campanha pública sobre a necessidade de denunciar maus tratos a crianças e adolescentes.

A grade de programação da rádio conta com 23 programas fixos, os quais podem ser assim identificados: Esportivo, dois (**Comunidade esportiva, Futebol 2007**); Noticiário, um (**Comunidade Revista**); Músicas variadas e informes locais, um (**Bom dia, Comunidade**); Músicas temáticas e informes locais, três (**Amanhecer sertanejo, Viola Caipira, Nordeste Independente**); Educação e Música, dois (**Rádio Escola, Brasilidade**); Musical – variedades nacionais e internacionais – doze (**Brasil Total, Top Tudo, Beatles Revolution, Só por hoje, Toque de amor, Comunidade Madrugada, Emoções com Roberto Carlos, Velhos Tempos, Happy Hour Brasil, Vale a pena ouvir de novo, Programa de sábado, Programação musical**).

Entre as emissões citadas, uma, em especial, é realizada durante duas horas, somente com locução do comunicador e a participação do ouvinte. Trata-se do programa esportivo

¹¹³ Luiz Carlos de Souza Reis tem 21 anos, é locutor da emissora desde janeiro de 2007, tendo trabalhado como radialista em rádios comerciais antes, e responsável pela captação de anúncios comerciais junto aos comerciantes da cidade para inserção na grade de programação. Luiz estava desempregado no momento da entrevista e não tem uma profissão definida. Ele cursou até o ensino médio. O programa realizado por Luiz Carlos é o **Velhos Tempos**, aos domingos, das 12h às 14h, voltado para o público da terceira idade. Trata-se de uma emissão essencialmente musical.

¹¹⁴ Quando a entrevista foi realizada o governo em exercício era o de Joaquim Roriz.

Comunidade Esportiva, apresentado por Allan Barbosa, às segundas-feiras, das 20h às 22h. O público participa da emissão essencialmente por telefone, “se o pessoal não participar acaba o programa. Eu acho que é o programa que é essencialmente vivo, com a participação do ouvinte, você não tem música. É muita ligação, tem muita participação do ouvinte; o restante consegue sobreviver colocando música”.

A direção da rádio não prevê programas específicos que tratem de temas políticos ou debates públicos, mas existem espaços na grade de programação para entrevistas e discussões políticas, críticas à esfera política do DF: **Comunidade em Revista**, de segunda à sexta, das 7h às 8h, apresentado pelo presidente da associação e diretor da rádio, Allan Barbosa. Nos demais programas da rádio, é sempre prevista e permitida a participação do ouvinte a partir de intervenções por telefone ou pessoalmente, como denúncias, testemunhos, pedidos musicais, comentários, anúncios não comerciais. Em duas emissões, em especial, ocorrem participação efetiva dos cidadãos do Gama na programação: na **Nova Geração**, de segunda à sexta-feira, das 12h às 14 horas, apresentado por Wander Teles e no **Alô, Alô, Comunidade**, realizado pela comunicadora Valdirene Maria¹¹⁵, de segunda à sexta-feira, das 10h às 12h.

Nova Geração é uma emissão musical e de auto-ajuda, com abordagens bíblicas, o radialista fala de fé, esperança e ensinamentos de Jesus Cristo. O programa apresenta interação com os ouvintes a partir da exposição de testemunhos, desabaços sobre a vida íntima, os quais nem sempre vão ao ar, mas são mencionados pelo animador em forma de aconselhamentos. O locutor faz no ar campanha de conscientização sobre uso de drogas (bebidas alcoólicas e narcóticos). O comunicador Wander define o programa que apresenta como,

Um programa religioso, destinado a levar informação, formação e cidadania aos ouvintes além de esperança e a paz de Deus através das músicas e mensagens de otimismo. A programação tem utilidade pública (pedidos, avisos e recados) e notícias relacionadas à vida. O programa tem como objetivo principal fazer com que as pessoas experimentem o amor de Deus através das músicas e mensagens. Nascemos da pastoral de comunicação de uma Igreja, portanto, resolvemos não abrir mão dos valores religiosos e da família, que aprendemos desde a infância.

A dinâmica da emissão, a mais antiga da grade e, segundo a diretoria da rádio, uma das mais apreciadas pelos ouvintes, obedece a seguinte lógica, como explica Wander:

¹¹⁵ Valdirene Maria Ramalho tem 36 anos é moradora do Gama, dona de casa e se considera já uma radialista semi-profissional a partir de sua experiência na Comunidade FM. No momento está desempregada. Seu último emprego foi na empresa Boticário, como vendedora.

O ouvinte interage a todo o momento. Na verdade, é ele que direciona o programa. Por exemplo, caso haja algum pedido de ajuda a alguém, durante todo programa, naquele dia, a missão é ajudar a pessoa. Isso acontece também quando são desenvolvidos temas que dizem respeito a ética, valores morais e cidadania onde o ouvinte colabora com sua opinião.

Presente na Comunidade FM desde sua origem, como um de seus fundadores, Wander avalia que a emissora é de fato uma mídia comunitária porque a rádio seria um espaço para manifestação de seus ouvintes e para outras associações. O comunicador avalia seu papel na emissora como de um “amigo conselheiro” para quem acessa seu programa, “sou alguém que pode dar uma palavra acertada e de conforto”. Wander justifica sua participação na rádio com a seguinte afirmação: “Fico feliz em saber que as pessoas sentem satisfação em ouvir rádio. Sei que quando estou no ar de alguma maneira faço parte da vida dessas pessoas. Isso é maravilhoso”. Nos termos do locutor,

Sou Militar, Analista de Sistemas com Pós-Graduação. Abri mão da minha qualificação por amor ao rádio. Descobri que o que realmente me preenche é poder estar interagindo com outras pessoas de maneira sadia. Descobri que Deus me usa como canal para transformar a vida de muitas pessoas através da música. A rádio Comunidade foi o resultado do trabalho da Pastoral da Comunicação. Corremos atrás e, com a ajuda de Deus, conseguimos a concessão da rádio.

A emissão **Alô, Alô, Comunidade**, apresentada pela comunicadora Valdirene, é essencialmente musical, caracterizada também pela divulgação de informações locais, fatos diversos, temas voltados para saúde e vida prática da mulher (saúde, violência, direitos da mulher), isso porque o programa tem como público-alvo fundamental donas de casa do Gama. Valdirene descreve seu programa da seguinte forma:

É mais voltado para a mulher. De dez ao meio dia, que é um horário que ela está limpando a casa, fazendo uma comida, aí ela liga o rádio e fica ouvindo. Também algumas estão trabalhando. Mas o programa é mais voltado para a mulher, tem dicas de beleza, de moda, de saúde, os babados, o que acontece no mundo dos famosos, notícias relevantes, o que acontece de mais importante na cidade, no país e no mundo. Dicas do melhor viver, de convivência.

Valdirene está na rádio como comunicadora voluntária há quatro anos e passou por uma breve formação sobre técnicas vocais para falar ao microfone sem seu acentuado sotaque paulistano. Hoje a animadora se considera uma radialista capacitada, mas o que justifica sua participação na Comunidade Gama FM é a “paixão. Trabalho com rádio é paixão”, segundo seu

depoimento. A animadora se engajou à rádio a partir de um convite feito por um dos locutores da emissora. Ela fazia parte da liturgia da Igreja Católica São Sebastião, no Gama e se afiliou ao projeto da associação tornando-se membro vinculando-se à rádio Comunidade como locutora. Em seu programa, há anúncios comerciais, em forma de apoio cultural, o que lhe rende algum rendimento, apesar deste não ser fixo. A locutora afirma fazer sua emissão independente de ter patrocínio ou não. A comunicadora entende seu papel na emissora como representante da palavra das mulheres do Gama, “Eu me sinto como porta-voz das donas de casa, por ser dona-de-casa. Também sou porta-voz de algumas mães, por ser mãe, e por ser mulher, porta-voz das mulheres. Eu acho que elas pensam. Eu penso. Então eu levo muito em consideração a mulher”.

Em relação à participação do ouvinte em seu programa, Valdirene admite que ainda é muito tímida. A locutora avalia que as pessoas têm um certo receio em se expor publicamente. No entanto, comenta a animadora, “sempre que a gente pega um assunto interessante que toque, aí a pessoa quer dar a sua opinião, aí ela entra, pede para entrar, pede para dar opinião, pede para sugerir”.

Para se tornar locutor da rádio Gama não é necessário apresentar um projeto à diretoria da emissora, mas expor a idéia e motivação para fazer a emissão. O locutor recebe orientações para operar os equipamentos para a locução e se inteira sobre o perfil da emissora, inclusive para evitar exibir conteúdos inadequados que possam ofender os ouvintes. A rádio Gama é, segundo Wander Teles, um espaço aberto para manifestações de seus ouvintes e animadores, mas observa que “cada comunicador produz seu programa, é claro com as orientações de prestar serviço à comunidade de utilidade pública, tomando todo cuidado com a programação musical”. Para Allan Barbosa, a rádio Comunidade Gama enfrenta alguns desafios para se consolidar como efetivamente comunitária porque, de acordo com sua visão de mídia comunitária, é fundamental a participação não episódica, mas constante, periódica, de entidades e agentes sociais ou comunitários da localidade no espaço radiofônico da emissora realizando programas. Do contrário, tem-se uma rádio popular, mas não de fato comunitária. Descreve Allan:

É isso que a gente está tentando fazer: que os agentes sociais participem e a gente legitime a rádio como realmente comunitária, entendeu? Com participação. Não só pegar para entrevistas: fazer um programa. Falar. Então, o que eu vejo é assim: chamar para entrevista e tal é uma função do rádio, mas dá para a gente ir bem mais longe.

Nesse sentido, a rádio adota uma política de não estimular a participação do ouvinte fazendo promoções, distribuindo brindes, porque, segundo o diretor de programação, “não queremos estimular alguém a participar de rádio por causa do brinde. Então a gente não quer massificar o cara pela rádio, mas também não queremos agarrar o cara só por causa de brinde”. A participação de moradores da região ou de agentes sociais na programação da rádio esbarra no problema da evasão de comunicadores. Em alguns horários da grade há carência de locutores. Muitos permanecem na rádio como uma forma de garantir uma certa renda a partir de apoios culturais, na verdade, anúncios pagos, mas é recorrente também a situação em que o comunicador consegue um emprego e sai da rádio ou porque conseguiu uma melhor fonte de remuneração ou simplesmente não dispõe mais de tempo para se dedicar ao voluntariado na rádio. Além do fluxo constante de entrada e saída de comunicadores, outras duas dificuldades para o funcionamento da emissora apontadas por sua direção está na exigüidade de recursos financeiros e materiais para manter a emissora e a ausência de um Conselho Comunitário, o que legitimaria mais a atuação da rádio com a participação de agentes sociais, moradores da cidade, em uma instância crítica da atuação da rádio em sua localidade. Para Allan Barbosa, um equívoco importante por parte de alguns comunicadores e até de moradores da região é o entendimento da rádio como uma propriedade. É preciso, em sua opinião, que as pessoas se acostumem com a presença e propósitos de uma mídia comunitária que difere de um veículo de comunicação comercial.

Ao longo de sua história, destacam-se três ações implementadas pela rádio Comunidade Gama FM que na avaliação, tanto de Wander Teles como de Allan Barbosa, marcaram a atuação da emissora: 1) Ação em Comunidade – uma espécie de “ação global” para comemoração do aniversário da rádio, evento realizado durante três anos seguidos, mas interrompido por falta de financiamento. O evento aconteceu em praça pública onde foram oferecidos serviços comunitários em parceria com a Administração da cidade, SENAC, SESI, SENAC, Polícia Civil entre outras entidades. Mais de três mil pessoas foram beneficiadas quando o evento foi realizado pela rádio nas três oportunidades; 2) Programa Rádio Escola – envolvendo todas as escolas particulares e públicas da cidade com esse projeto. A rádio tornou-se canal aberto para as escolas divulgarem seus avisos e colocou no ar o programa Rádio Escola, que é um programa conduzido por adolescentes e que confronta uma escola com outra (representantes); 3) Festival de Música do Gama – junto com a Divisão de Cultura da cidade. A direção da rádio assumiu a tarefa de dar suporte à organização do festival que contempla os talentos artísticos locais.

Um outro projeto importante para a emissora foi o hip hop por uma Cultura de Paz, realizado em 2006, patrocinado pela Cáritas Brasileira. O projeto previu a realização, durante um ano, de sete shows em praça pública com artistas locais, cujo objetivo era dissociar a imagem do hip hop de um estilo musical agressivo. Ao final, foi realizado um Festival de Música cujo tema era « Por uma cultura de Paz ». Envolveu participantes do hip hop de toda Brasília e de diversas cidades do entorno, afirma Wander Teles:

Este é o trabalho de uma rádio que se diz comunitária, rádio da comunidade. O povo tem a necessidade de falar, reclamar, elogiar, enfim, precisa de voz e vez e a rádio Comunidade é o meio que oferece esta oportunidade. Nenhum outro meio de comunicação oferece isso. A grande maioria se preocupa com o financeiro e não com o humano. Temos espaço aberto para associações, grupos organizados, entidades, colégios, novos talentos artísticos enfim, para os que não são assistidos pela 'grande Imprensa.

Sobre a participação dos ouvintes nos programas, para além dos pedidos musicais ou recados personalizados dirigidos a uma pessoa em particular ou aos moradores, no caso de convites para eventos, o jornalista Allan Barbosa admite que a emissora não sofre tantas intervenções do público como a direção gostaria. Na sua opinião, as manifestações da população deveriam ser mais críticas, políticas e constantes. O comunicador comenta:

As pessoas têm medo de se expor com um determinado problema reclamado. Às vezes, tem gente que liga e muda o nome. A gente sabe quem é, não é legal. Eu fico até com vergonha. Tem que se identificar, reclamar com coerência e tal. Reclamar. Eu acho que tem que reclamar. Por que é assim: às vezes tem um comunicador [que diz] “é uma coisa que eu não assumo, eu sou o guardião da sociedade gamense, quem tem que fazer, que reclamar é a comunidade, não sou eu”. Eu faço algumas manifestações e tal. Um estádio de futebol: o pessoal está colocando faixa de político lá dentro. Então, eu falei lá: “- oh fulano, penduraram aquela faixa sua aqui”. Vou dizer o seguinte: a lei diz o seguinte, está em um local público, você não pode fazer propaganda eleitoral em lugar público e estádio de futebol é um deles. Então, peça para quem colocou, tirar. Então, eu sou o primeiro a fazer a denúncia, porque está errado, mas quase nunca eu me coloco numa situação como essa...”- Ah, você tem um problema na rua, então você vai falar”. Você vai falar do seu problema e reivindicar também.

Recursos financeiros da Comunidade FM

A rádio tem como fontes de receita fundamentais contribuições mensais de associados no valor de R\$ 10,00 mensais, em algumas ocasiões os membros da associação pagam contas anuais ou contribuem de forma não periódica e os comunicadores quando conseguem patrocínio para seus programas, pagam uma parte para manutenção da emissora. De acordo com a diretoria da emissora, há casos em que os locutores elaboram projetos radiofônicos em direção a um público-alvo, para tratar de algum problema social ou da cultura local e conseguem financiamento de algum órgão público ou de uma empresa privada e repassam um percentual do que receberam para a rádio. A sala onde a rádio funcionou por quatro anos foi uma contribuição de um comerciante local e o espaço onde a emissora funciona no momento é da Igreja Católica que cedeu o lugar para instalação do estúdio da estação. A escassez de recursos materiais e financeiros recai diretamente sobre a manutenção da programação da rádio como também de uma equipe de locutores menos fluante. Nos termos de Allan Barbosa,

Não tem uma equipe fixa e isso é ruim para a cidade. Quer dizer, se tem uma rádio comunitária na cidade que poderia organizar várias ações em termos de informação, em termos de equipe. Por que a cidade tem que escutar, falar da rádio comunitária. “- É problema de empresário”. Tudo bem, é problema de empresário [os problemas comerciais são do empresário e não da rádio], mas, como a comunidade, hoje, não sustenta a sua rádio, ela não vai fazer. Não vai conseguir fazer. Então, é o nosso caso.

Para Allan Barbosa, uma boa definição de rádio comunitária pode ser:

Aquela que organiza a comunicação com a comunidade. Ela consegue organizar uma forma de se comunicar com a comunidade. Ela tenta ali, ela discute, independente do conteúdo. Se as pessoas são evangélicas, mas elas vão discutir a programação, a música, eu não quero levar o pessoal para discutir música na nossa assembléia. Vamos discutir linha. Vamos organizar como vai ser a comunicação. Como vai participar, o que você vai trazer, o que você vai denunciar, como é que você vai participar, como você vai discutir. Eu acho que é essencialmente isso, entendeu?

De acordo com Wander Teles uma mídia comunitária é

O espaço onde a dona Maria pode reclamar do buraco na sua rua, onde o seu Zé pode anunciar o pão gostoso da sua padaria, onde a Luzia avisa que oferece seus serviços de diarista, onde o Pedro reclama porque a van [transporte alternativo] não parou para pegá-lo e outras diversas situações. Rádio comunitária é isso:

comunidade. É a voz principalmente do pobre do excluído que encontra um lugar onde se sente cidadão por estar de alguma maneira ajudando no crescimento da cidade.

Para o comunicador Luiz Carlos, a rádio comunitária seria:

Esse espaço aberto para o público dar opinião, sugestão, comentar o que acontece no seu distrito, no seu bairro, na comunidade onde ele mora pelo interesse coletivo. Todo mundo precisa saber disso por que é importante para todo mundo. Não é só musical e comercial e acabou. Tem que anunciar isso, é pago, é tanto e tal. Não, não é isso. Não é político para ficar mostrando deputado, vereador ou o partido A ou B, mas é para beneficiar todo mundo, para manter todo mundo informado. Esse é o diferencial de uma rádio comunitária para uma rádio comercial: têm várias comerciais que são bem parecidas com as comunitárias. Mas a comunidade se destaca porque ela é voltada para o público em geral.

A rádio Comunidade FM apresenta uma programação generalista, mas nela é recorrente a difusão de informações locais e mensagens cristãs de auto-ajuda que, segundo os locutores, têm o propósito de amenizar “a carga pesada do dia a dia dos ouvintes”. Essa emissora mantém desde sua origem vínculos com valores da Igreja Católica, como a caridade e a família; no entanto, não pode ser considerada uma mídia confessional.

4.4.3 Rádio Paranoá FM

História e estrutura da emissora

A rádio Paranoá FM está implantada na cidade do Paranoá – DF, atendendo também a cidade recém formada do Itapoã. A rádio surgiu em 2002, por iniciativa da Associação Comunitária do Paranoá, tendo como principal objetivo a constituição de um espaço alternativo para difusão do gênero musical sertanejo, defesa da “cultura do matuto”. No entanto, hoje a emissora veicula programas musicais diversificados, apresentando também um importante conteúdo informativo a partir da difusão de reportagens locais elaboradas pelos próprios locutores da Paranoá FM. A rádio faz diariamente transmissões de eventos e cobertura de fatos que ocorrem na região. A Paranoá FM se destaca por ser um espaço de denúncias sobre calamidades públicas locais, violência urbana, demandas da população em relação à

Administração local. Comenta Cristina Lessa¹¹⁶, diretora de programação e locutora da rádio, filha do presidente¹¹⁷, que é o mesmo da associação e da emissora:

A rádio surgiu de um sonho. Um sonho de um radialista de mais de 35 anos, que é o meu pai. Hoje ele é o atual presidente da Rádio Paranoá FM. Meu pai é uma pessoa muito pura, muito aberta, humano. E ele sempre teve essa coisa de ajudar as pessoas. Então, ele falou que, um dia, se ele pudesse ter uma rádio, seria diferente. E aí surgiu a legislação da rádio comunitária.

A entidade associativa que deu origem à emissora foi criada com o propósito de fundar a emissora. A associação apresenta como metas fundamentais a serem cumpridas pela rádio: 1) promoção e patrocínio de atividades de caráter cultural e educacional, com propósito de solucionar na forma direta ou indireta os problemas sociais para melhoria da qualidade de vida da população local; 2) promover mobilização da comunidade local e envolvê-la em projetos e atividades a serem desenvolvidas e 3) atuar junto a órgãos comunitários e do governo no encaminhamento de propostas e projetos locais (ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA DO PARANOÁ, 1998)¹¹⁸.

A rádio é formada por uma estrutura organizacional que envolve uma diretoria e um conselho fiscal nos quais estão envolvidas 13 pessoas. A diretoria executiva é composta por um presidente, um vice-presidente, um diretor administrativo e financeiro, um diretor de habitação, desenvolvimento urbano e meio ambiente, um diretor de educação, cultura, esportes, lazer e comunicação, dois secretários, dois tesoureiros e quatro membros do conselho fiscal. Existe formalmente na estrutura da rádio um Conselho Comunitário, composto por alguns membros da comunidade, mas é inoperante por falta de atuação de pessoas físicas e entidades civis da região do Paranoá. O Conselho só atua “quando tem reunião de confraternização, formalmente eles se reúnem, ou alguns telefonam e falam que tal programação está ruim, eles têm essa liberdade”, explica a diretora executiva da emissora.

¹¹⁶ Cristina Lessa é advogada, filha do fundador da rádio Paranoá FM. Atua como diretora executiva e de programação da emissora, além de cuidar da parte administrativa e jurídica da associação e da rádio, Cristina faz dois programas na rádio, aos sábados e domingos.

¹¹⁷ O presidente da rádio Paranoá FM, Joaquim Rodrigues da Silva, Sr. Jota, é comerciante e locutor de rádio profissional.

¹¹⁸ Informações retiradas do Estatuto da Associação Comunitária do Paranoá-ASCOPA, anexado ao processo de solicitação de outorga do serviço de rádio comunitária apresentado pela entidade associativa em 1998 ao Ministério das Comunicações como requisito fundamental para participar do Aviso de Habilitação.

A emissora funciona com 30 locutores voluntários, dos quais três exercem a função de repórter, embora não sejam graduados em comunicação. Os voluntários recorrem à captação de apoios culturais para patrocinarem suas emissões; do montante de anúncios captados por cada animador, 50% fica com a emissora e a outra metade é do comunicador. Para o ingresso de locutores na rádio, a diretoria adota como mecanismo de formalização do engajamento voluntário do comunicador à emissora um contrato de voluntariado. A emissora mantém, atualmente, três funcionários registrados em carteira de trabalho, isto é, assalariados, um vigilante noturno, um motorista e um dos locutores. Mas, existem voluntários na rádio que não recebem nenhum tipo de remuneração porque não atraem anúncios comerciais para seus programas, podendo veicular algumas vinhetas de marcas de patrocinadores fixos da rádio, e são também chamados de colaboradores da Paranoá FM. Nesse caso, a rádio não se constitui em fonte de renda do comunicador, mas esse espaço pode servir de meio de divulgação de empreendimentos particulares, no caso em que colaboradores se engajam à rádio pelo desejo de realização pessoal somado à garantia de um espaço local para difusão do anúncio de seu próprio negócio. Nos termos da diretora executiva da rádio,

Eu tenho pessoas que vêm, realmente, fazer o programa porque gostam e não recebem nada. Há um pastor que vem das 13h às 14h e não recebe nada. Tem no caso uma permuta [ele cita o exemplo de uma colaboradora] em que o espaço de domingo estava com a programação do computador e eu a chamei e perguntei se ela tinha interesse de fazer. Claro que ela tinha interesse comercial também, mas ela é voluntária: ela não recebe nada para fazer. Tem a Eva, minha amiga. Ela é dona da livraria Oásis, [ela perguntou] ‘eu quero saber se eu posso colocar o nome do programa como Oásis mesmo’. Ela vem todos os domingos de 14 às 16 horas e ela é uma voluntária. Então, final de semana eu tenho mais voluntários.

Um aspecto que se sobressai em relação à utilização do espaço radiofônico da Paranoá FM pelas entidades civis locais é a presença e apoio marcantes dos comerciários e empresários da região do Paranoá e de Itapoã. A Associação Comercial do Paranoá ocupa o horário das 16h às 17h, às sextas-feiras, para realização do programa **Espaço Empresarial**, no qual são divulgadas atividades da associação, demandas do comércio local, trazendo debates sobre as dificuldades dos comerciantes, inclusive há um quadro de entrevistas do qual pode participar tanto um artista local como um comerciante associado.

Funcionamento, projeto radiofônico e programação

O espaço físico da rádio Paranoá FM é bastante freqüentado pelos moradores da região que vão à emissora em três ocasiões especiais: conhecer os locutores, procurar por ofertas de emprego (no térreo da emissora existe um mural com caderno de emprego dos jornais do Distrito Federal) e participar de emissões. O projeto radiofônico da Paranoá FM apresenta como orientação fundamental prestar assistência às demandas e carências das populações do Paranoá e de Itapuã. Nos termos da diretora da emissora,

Queremos informar a comunidade do que acontece no dia-a-dia , deixá-la esclarecida da situação da própria cidade. Por que não adianta ler jornal Correio Brasiliense. Tem isso também. Mas existem pontos no programa que são essenciais: a gente informa, a gente divulga, aqui, em todo o Distrito Federal e nacionalmente também. A gente promove, procura promover cidadania através de esclarecimentos. Até em programa de entretenimento. A gente vê que as pessoas são muito sofridas. Você vê assim: o nível de pobreza de Paranoá e Itapuã é muito grande. São pessoas que, para elas, faz muita diferença R\$1,00 ou R\$2,00. É a gente promover mesmo, de conversar, da gente tocar as pessoas. Os locutores são muito sensíveis neste ponto de conversar com a comunidade, de entender. Tem locutor que é chamado no ar e a gente atende. A pessoa liga e fica feliz. E depois quer ligar para agradecer de novo. Então, a gente promove tanto a cidadania como a auto-estima da comunidade.

Três projetos conduzidos pela emissora que se destacam no percurso de sua história são: projeto de cestas básicas, projeto vídeoke e o concurso de poesias. O primeiro era realizado aos sábados, durante o programa **Sábado é Show**, eram sorteadas três cestas básicas, doadas pelo comércio local. Nos termos da diretora da emissora,

Foi um projeto muito bom, que a gente via que ajudava as pessoas. Já entregamos roupa, cadeira de rodas, íamos atrás de pessoas, de empresários para conseguir. Neste mesmo programa, já fizemos festa de aniversário de 15 anos, já fizemos festas surpresa. Mas o que mais puxou foi o projeto de cestas básicas.

O concurso de poesias era realizado todos os sábados, com a participação de ouvintes da Paranoá FM, com premiações e publicação dos textos selecionados no *site* da emissora. O projeto Videokê é realizado aos sábados, na programação musical às 12h. O Videokê é um espaço para participação de jovens talentos do Paranoá e de Itapuã, os quais se apresentam durante a emissão suas músicas e, em seguida, é feita uma seleção daquelas consideradas melhores. Trata-se, na verdade, de um concurso conduzido pela locutora responsável pelo projeto e, no final, o vencedor

tem seu CD gravado em estúdio. De acordo com a diretora executiva da emissora, esse projeto cultural é também social na medida em que trabalha com a auto-estima da juventude da região. Comenta um dos radialistas da emissora:

A gente sai no trio elétrico, na rua, apresentando para o comércio, porque cada comerciante ajuda da forma como ele pode. Isso é assim: cada comerciante abraça um cantor, apóia um cantor. Então, cada cantor tem um apoiador e esse apoiador é dado pela rádio. Esse projeto visa justamente tirar a juventude da marginalidade ou mesmo não deixar com que essa juventude entre para a marginalidade.

A grade de programação da Paranoá FM conta com trinta emissões que se dividem em programas essencialmente musicais (com alguma parte de locução do animador que responde aos pedidos musicais de seus ouvintes) e emissões essencialmente narradas (com reportagens, músicas e entrevistas). Os programas enquadrados como musicais são: **Paranoá Sertaneja** (segundas, quartas e sextas-feiras, das 5h às 7h), esta emissão é apresentada pelo presidente da rádio e conserva o estilo musical que prevalecia no início do funcionamento da emissora; **Ligou? Ouviu o sucesso na hora** (de segunda à sexta-feira, das 13h às 15h); **Forró Pesado** (de segunda à quarta-feira); **Sucessos da Paranoá** (segunda, quarta e quinta-feira, das 20h às 21h); **Toque da noite** (segunda, quarta, quinta e sexta-feira, das 22h à 0h); **Amanhecer** (terça, quinta e domingo, das 5h às 7h); **Programa Luiz Paulo** (terça-feira, das 22h a 0h); **Pedra de Resposta** (quinta-feira, 17h às 19h); **Sou doutor mas sou brega** (sexta-feira, das 8h às 9h); **Quem sabe faz ao vivo** (sábado, das 5h às 7h); **Todo som** (sábado, das 12 h às 14h); **É o bicho** (sábado, das 14h às 16h); **Sabadão 104** (sábado, das 16h às 18h); **Bregão da Flor e do Roldão** (sábado, das 18 às 19h); **Especial Paranoá** (sábado, 19h às 21h); Pop da noite (das 21h a 0h); Planeta Jovem (domingo, das 10h às 11h); .

Emissões narradas, mas também perpassadas por músicas, entrevistas e participação dos ouvintes. Nesta categoria, podemos subdividi-la em duas: a) programas mais discursivo-informativos e b) programas mais musicais e entrevistas. Na primeira sub-categoria podemos citar: **Paranoá Notícias** (de segunda à sexta-feira, das 7h às 8h30); **Jogo Limpo** (programa esportivo, segundas, terças e sextas-feiras, das 12h às 13h); **Swing Paranoá** (de segunda à sexta-feira, das 15h às 16h); **Resenha esportiva** (quarta-feira, das 12h às 13h); **A cidade desperta** (sábado, das 7h às 8h); **Espaço Empresarial** (sexta-feira, das 16h às 17h).

Programas musicais mesclados com entrevistas e participações episódicas de ouvintes: **Temperatura máxima** (de segunda à sexta-feira, das 8h30 às 11h); **Zona livre** (terça e quinta-feira, das 20h às 22h); **Alice e você** (sexta-feira, das 17h às 19h); Programa Everardo Ribeiro (sábado, das 8h às 10h); **Sábado é o Show** (sábado, 10h às 12h); **Programa Clauya Lessa** (sábado e domingo, das 12h às 13h); **Se liga** (domingo, das 8h às 10h); **Encontro com Deus** (programa evangélico, de segunda à quarta-feira, das 16h às 17h); **Vida com Deus** (programa evangélico, domingo, das 13h às 14h); **Oasis Music** (domingo, das 14h às 16h); **A voz Católica do Paranoá** (domingo, das 18h às 20h).

Na época das eleições de 2006, a rádio manteve um espaço específico na grade de programação dedicado exclusivamente para o debate e opinião política, no formato de entrevista aberta à participação do ouvinte: o **Fala galera**, que era veiculado de segunda à sexta, das 9h30 às 12h; o horário das 10h às 11h era reservado para entrevista com personalidades da esfera política local, nacional ou do Distrito Federal.

Em se tratando de participação de ouvintes ou entidades civis ou governamentais na programação da rádio de forma episódica e pontual, a direção da rádio criou um procedimento para formalização de pedidos de utilização do espaço radiofônico a partir da apresentação de ofício por parte dos interessados. “Essa solicitação é avaliada por mim; quando é um caso muito específico a gente submete a toda a diretoria, eu me reúno com o locutor que a pessoa quer participar, aí a gente decide”, explica a diretora executiva da rádio. O mesmo procedimento é aplicado em casos de demandas de divulgação de eventos locais por parte de moradores ou associações da região. De acordo com a diretora executiva da Paranoá FM,

a gente recebe muito as pessoas aqui e é o que a gente faz. A gente abre mesmo a rádio para a comunidade, mas quando eu comecei efetivamente a ajudar o presidente da rádio, em que a coisa estava um pouco solta, as pessoas não entendiam muito o que era rádio comunitária. Então, as pessoas, as mini-rádios comunitárias daqui, algumas estavam do nosso lado no apoiando, outras, que não estavam nos apoiando, que não conheciam a gente, é muito fácil a gente se livrar, não é? As pessoas falam, a rádio comunitária é nossa e a gente não pode entrar. Eles podiam entrar, mas é que eles achavam que podiam entrar no estúdio e fazer o que eles quisessem. Então, até quando eu entrei em fevereiro, eu fui explicar, eu até fiz vários programas explicando como funciona uma rádio comunitária, uma rádio comunitária é um veículo de direito privado. Aí as pessoas começaram a cair em si, que isso aqui não era público, que existe uma administração, que tem todo um fator, tem toda uma autorização para se entrar aqui, que a própria legislação fala. A pessoa pode, sim, usar o microfone, dar sua

opinião, falar o que ela quer, mas tem que se ter uma autorização para a pessoa entrar e falar. Eu tenho um formulário. Então, tudo a gente segue certinho, e hoje nós conseguimos esclarecer a comunidade da constituição da rádio.

Dos programas que fazem parte da grade de emissões da rádio Paranoá FM mencionados antes, gostaríamos de destacar três deles, **A cidade desperta**, **Swing Paranoá** e **Temperatura Máxima**, por se tratarem de emissões que têm uma interação importante com seus ouvintes, sendo espaços de denúncias sociais, críticas e comentários de caráter político, entrevistas com vários atores sociais, culturais e políticos da região, mas, sobretudo, de diálogos com a Administração pública local.

O programa **A cidade desperta: o ministério do povo** é apresentado pelo radialista Josecy Mirindiba¹¹⁹, aos sábados das 7h às 8h, caracterizado fundamentalmente pela locução de informes locais e comentários sobre fatos ocorridos na região do Paranoá. Além dessa emissão, o animador apresenta um outro programa, **Swing Paranoá**, de segunda à sexta-feira, das 15h às 16h, musical, e veicula também notícias locais, acompanhadas sempre de comentários. O ingresso de Josecy na rádio Paranoá se deu a partir de um convite feito por um dos locutores da emissora e outro fator importante para a adesão do locutor à Paranoá FM foi a valorização do profissionalismo na rádio. Nos termos do locutor,

Eu conheci a emissora do nada. Gostei daqui. É uma rádio comunitária que, por ser uma rádio comunitária, tem um padrão bem mais elevado que outras emissoras comunitárias que eu já conheço. Apesar de não trabalhar em outras emissoras comunitárias, mas aqui eu vejo que a Paranoá FM tem um padrão totalmente diferente. Os patrões, a direção da emissora deixa os funcionários à vontade. Não tem aquela exigência de uma rádio comercial.

O comunicador destaca em seu depoimento seu sonho de infância de se tornar radialista para ajudar a resolver problemas do povo, como necessidades materiais. Para ele, esse é o papel do radialista. Josecy diz que o mais “emocionante” da sua emissão aos sábados são os pedidos feitos pelos ouvintes. “Eu estou lá no estúdio, o ouvinte fala algo, pede um remédio e a gente fala ali, e de repente, o remédio chega, então é isso que causa emoção na gente”, comenta o radialista.

¹¹⁹ Josecy Mirindiba tem 35 anos, é radialista profissional, tendo trabalhado como repórter em diversas emissoras comerciais. Ele está na rádio Paranoá há cinco anos como locutor e apresenta dois programas fixos na grade de programação. Nas duas emissões, o comunicador mistura música e comentários a respeito de fatos do dia, ocorridos nas cidades do Paranoá e Itapoá.

Eu não estou aqui para fazer gracinha para ninguém. Eu não estou aqui para brincar com ninguém, para brincar com o sentimento de ninguém. Estou aqui para comunicar o que o meu povo, o que a nossa população precisa. Não sou político. Não sou candidato a nada. Eu sou essa pessoa que eu sou. Eu vejo que eu sou aquela pessoa, aquele radialista, que estou aqui para ajudar todo mundo. Tem muita gente aqui da rádio que fala assim: fala com o anjo, fala com o anjo da rádio. Eu não quero me intitular assim, mas, às vezes, falam assim comigo, porque eu sou o único que chego aqui. Não desmerecendo meus outros colegas de trabalho, mas eu sou o único que estou aqui na frente para atender, para falar, para ajudar.

O radialista Josecy é voluntário na Rádio Paranoá FM, mas recorre à captação de apoios culturais no comércio da região para patrocinar seus programas e obter alguma remuneração, já que o locutor não tem outra fonte de rendimento. Mas ele afirma que estaria na emissora mesmo sem os anúncios comerciais. O locutor descreve seu programa do sábado nos seguintes termos,

O meu programa é voltado para o jornalismo, para a coletividade do local, o nome do meu programa é A Cidade Desperta, o Ministério do Povo. Porque o nome desse programa? A cidade desperta para as coisas erradas que estão acontecendo e que essa comunidade quer que sejam solucionados. Trago a participação do ouvinte. Coloco o ouvinte direto com o administrador regional, com os órgãos competentes, com os órgãos governamentais.

Apesar de se colocar à disposição das demandas sociais da cidade, Josecy admite que ao colocar um ouvinte no ar, antes conversa com a pessoa para não ter surpresas ao vivo. O locutor afirma que se trata de um procedimento profissional, então ele recomenda que “nunca coloque o ouvinte no ar, sem antes saber o que ele vai falar. Porque ele pode até denegrir sua imagem, pode chegar e falar: ‘olha seu filho de uma...’, então tem que se policiar, o jornalista, o radialista tem que se policiar”, argumenta o comunicador. Josecy diz falar para todos da comunidade e por isso seus programas não são direcionados para nenhum público em especial: “na rádio você não pode ter público direcionado. Você tem que falar uma linguagem para todas as pessoas, para todas as classes”, explica.

Além das duas emissões fixas que Josecy realiza, ele exerce também a função de repórter e sonoplasta da rádio. Durante a programação, o comunicador entra nas emissões dos demais locutores para fazer informes locais. Na verdade, toda a sua jornada é dedicada às atividades da rádio.

Às vezes, estou aqui às cinco da manhã fazendo sonoplastia, porque tem alguns locutores que não fazem sonoplastia. Eu faço. E, às vezes, algum ouvinte liga aqui para a rádio: “- Oh, acidente aqui na DF 250, cadê o repórter Josecy?” Então, eles cobram a minha presença. Se eu não estiver lá, parece que.... Não quero ser melhor que ninguém, mas eles me cobram. Eles interagem comigo. Isso é muito bom.

O animador ressalta a liberdade de expressão no espaço comunicativo da Paranoá FM, mas admite que há restrições impostas pela direção da emissora em termos de linguagem e orientações dadas aos ouvintes durante as locuções, como, por exemplo, evitar incitar a população para reagir violentamente em ocasiões de indignação em relação a situações estruturais do local. “Nós não vamos falar besteira para que depois o ouvinte fale ‘a rádio falou que nós temos que ir para a rua fazer baderna’ não, com a gente não tem isso, aqui nosso lema é: o rádio educando o nosso povo”, comenta. Para o locutor, é fundamental a veiculação de mensagens e emissões religiosas porque na sua avaliação “Nós somos uma emissora comunitária que temos a responsabilidade de educar, evangelizar, entreter e informar. Nós estamos aqui para criticar”, assim resume as funções de uma mídia comunitária.

O programa **Temperatura Máxima** é apresentado pela locutora Ceíça Fontenelle¹²⁰, de segunda à sexta-feira, das 8h30 às 11h. Trata-se de uma emissão musical, sem patrocínio, com momentos episódicos de informes locais e participação do ouvinte. Nesse programa são feitos anúncios sobre eventos organizados e realizados pela população e entidades locais, há também convocatórias para reuniões promovidas por moradores da região para discutir melhorias na comunidade. Nos termos da locutora,

Na primeira hora, a gente traz as previsões astrológicas, com interação com o ouvinte. Eu falo assim: “- Quero mandar um alô super especial para as pessoas do signo de Áries”. Por exemplo, o Gugu na quadra 29. E aí eu vou dando seqüência a todos os signos. Aí, para quem eu tenho mais intimidade, por exemplo, eu tenho uma ouvinte que é a Dona Fátima da 29, que é ouvinte dia e noite, 24h por dia. Aí eu falo: “- Um beijo, Dona Fátima”, bom dia Dona Fátima, a senhora já tomou café, já acordou?” Fico conversando com a pessoa como se ela estivesse do meu lado, como se estivesse vendo a pessoa. Aí, na segunda hora eu trago notícias de meia em meia e meia hora. É o Josecy que faz a participação. Ele vai na Internet e ele fala as notícias de última hora. Também,

¹²⁰ Ceíça Fontenelle é moradora do Itapoã e está na rádio Paranoá FM como locutora e na associação como membro há cinco. Além de suas atividades comunicativas na emissora, Ceíça é funcionária da loja de tecidos que funciona no térreo do prédio onde a Paranoá FM está instalada. A empresa é de propriedade dos diretores da rádio.

depois das 9 horas, eu trago o resumo das novelas. Tem ouvinte que fica esperando esse horário para ver o que vai acontecer de noite. E também dou dicas de saúde.

O ingresso da comunicadora na rádio se deu de forma acidental porque seu intuito era apenas exercer atividades administrativas na emissora, mas foi impelida a tentar a locução, mediante submissão a uma curta formação para lidar com a atribuição de locutora de rádio. “Quando eu comecei na rádio eu disse, meu Deus do Céu, como é que eu vou ser locutora, eu não tenho voz de locutora! É um carinho muito grande que eles têm para comigo e que eu tenho para com eles. Eu descobri que eu gosto muito de comunicação”.

Uma das lições assimiladas pela comunicadora na sua breve formação, foi o cuidado na emissão de opiniões pessoais sobre um tema considerado polêmico ou no informe de notícias locais. Durante o treinamento, explica a animadora: “Teve todo aquele esquema de você saber o que você vai falar... de que sua opinião nunca é válida, que você tem que ficar na sua, como você vai falar no microfone, como mexer nos equipamentos”. A preocupação com a parcialidade das abordagens de fatos comentados publicamente dialoga com a pretensão da direção da emissora e de muitos locutores de fazer da rádio Paranoá FM uma mídia profissional e não amadora, apesar de ser um meio de comunicação comunitário. Uma outra orientação da diretoria da emissora destinada aos locutores é em relação a músicas chamadas de duplo sentido.

Tem, principalmente, axé com duplo sentido. A gente procura não tocar. Eu procuro sempre ouvir as músicas antes de tocar na programação do meu programa. Eu toco internacionais. Eu, praticamente, sigo o estilo de uma rádio comercial. Tem que ser porque, senão, o ouvinte vai mudar. Porque ele quer ouvir os sucessos do momento.

A locutora destaca também o papel assistencialista da rádio comunitária como um espaço de demandas de necessidades materiais, apelos e denúncias.

Quando a pessoa vem desesperada, a gente acaba colocando. E, muitas das vezes, a gente acaba colocando o pedido no ar e pede para as pessoas que vão ajudar para ligarem. Isso já aconteceu várias vezes: pessoas que tiveram familiares mortos aqui, no início do Itapuã, que precisavam fazer o enterro e que não tinham condições. Aí, a gente colocava o ouvinte no ar. Fazia o apelo. Abria o telefone para a pessoa receber ajuda. E alcançava, muitas vezes.

Um momento importante do programa **Temperatura Máxima** em relação ao papel da emissora como espaço de divulgação de problemas sociais locais se dá às quartas-feiras, quando a locutora recebe o administrador do Itapuã para conversar com os ouvintes e dar respostas às demandas e críticas veiculadas pela rádio. Além de, no espaço, tratar de questões sociais (segurança pública, violência urbana, pobreza), a animadora observa que a rádio também divulga o que acontece de positivo na região. “Ah sim, quando o esgoto chegou, festas, no início do mês teve o aniversário de Itapuã e a gente fez uma divulgação com a administração”, comenta a locutora. Segundo ela, a rádio comunitária é um espaço para manifestação da comunidade, mas não está aberta para todo tipo de intervenção por parte da comunidade porque devem ser respeitados alguns princípios para o funcionamento da emissora estabelecidos pela direção da rádio, responsável pela estação. A animadora é contrária ao uso do espaço radiofônico para favorecer pessoas físicas, políticos ou partidos.

A rádio é feita para a comunidade, mas a rádio não é da comunidade. Tem muita gente que, às vezes, em época de política...A gente não pode ter uma rádio voltada para política. A gente tem a participação dos políticos, que eles dão a opinião deles, mas a gente não tem que estar apoiando nenhum. Aí, vem a pessoa que é a favor daquele e quer falar mal de fulano de tal. Então, essa parte aí a gente não admite.

Hoje a rádio, de fato, conta com uma programação bastante diversificada, inclusive do ponto de vista musical. A emissora é identificada como um veículo de comunicação profissionalizado, com uma equipe de locutores e animadores com formação técnica na área de comunicação. A emissora tem como forte característica a veiculação de reportagens produzidas fora do estúdio, serviço de notícias locais, inclusive difundindo oportunidades de emprego, campanhas públicas, tais como a campanha do Leite Materno, realizada a pedido da Secretaria de Saúde do Paranoá, doação de livros para biblioteca do Itapuã e outras. A rádio se define como porta-voz das mazelas sociais, divulgando problemas de infra-estrutura e denúncias sobre a vida social do Paranoá e de localidades da mesma região. Trata-se de uma rádio generalista, comunitária, com forte presença de programas informativos jornalísticos, com ênfase na denúncia social e com marcante presença de emissões religiosas.

Recursos financeiros

A rádio está instalada em um prédio de propriedade do presidente da emissora, não pagando aluguel, o que, segundo a diretora executiva da emissora, facilita o funcionamento de toda a estrutura radiofônica em um amplo espaço. A rádio ocupa um prédio com dois andares, onde há um estúdio de gravação, outro de sonoplastia, uma sala para direção, uma ante-sala para preparação de material que vai ao ar, uma cozinha, uma recepção para ouvintes e visitantes. De acordo com a direção da Paranoá FM, 100% de sua receita provém dos anúncios comerciais. Apesar de contar com apoios culturais do empresariado e comércio locais, a direção e locutores dizem que a emissora passa por muitas dificuldades para operar.

As maiores dificuldades que a rádio Paranoá FM enfrenta para manter seu funcionamento como mídia comunitária são: falta de subsídios financeiros e materiais para sua manutenção; a baixa potência exigida para as rádios comunitárias e carência de mais emissoras do tipo comunitária na região, autorizadas pelo Ministério das Comunicações que pudessem formar uma rede na região para um trabalho mais amplo, porque em “comunidades como a nossa as rádios comunitárias fazem a diferença”, afirma a diretora executiva da Paranoá FM.

4.4.4 Rádio Utopia FM

História e estrutura da rádio

A rádio Utopia está localizada na cidade de Planaltina-DF. A emissora surgiu da ação organizada de alguns moradores da cidade, “algumas pessoas sentiram a necessidade de ter um meio de comunicação que pudesse expressar livremente o pensamento dos moradores da cidade. Diante disso, nós nos organizamos com a associação e tocamos o barco em frente”, afirma João Batista, diretor de programação da emissora.

A emissora surgiu em 1998, operando em caráter experimental e sem autorização do Ministério das Comunicações, durante um ano, antes de sua legalização. No ano da sua criação, a rádio interrompeu suas atividades devido à ação da Anatel e da Polícia Federal e permaneceu de 1999 a início de 2005 sem operar. A rádio foi fechada, seus equipamentos confiscados pela agência, três dos locutores que se encontravam na emissora no momento de seu fechamento foram detidos pela PF por 12 horas e os dirigentes da emissora responderam a processo por

operação ilegal de serviço de radiodifusão por quatro anos. A estação voltou a operar somente em 2005, quando obteve outorga do Ministério das Comunicações para funcionar, recuperando os equipamentos apreendidos pela Anatel e Polícia Federal. No período de dezembro de 2006 a maio de 2007, a Utopia FM passou mais uma fase em silêncio, desta vez por desobedecer a legislação de Radiodifusão Comunitária no item que condiciona mudança de endereço das instalações técnicas da rádio à autorização prévia do Ministério das Comunicações e da Anatel. No momento, a rádio funciona normalmente.

A Utopia FM surgiu por iniciativa da Associação de Difusão Comunitária Utopia, criada em 1998, com a finalidade de operar o serviço de rádio comunitária. O objetivo primordial da associação e, portanto, da rádio, é a defesa da democratização dos meios de comunicação, com vistas ao direito de comunicar. Em seu estatuto associativo, a direção da Utopia inscreve como meta a difusão de idéias, elementos da cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade, com espaço privilegiado para propagação de músicas nacionais e informações locais e debates de temas de interesse da população local (ASSOCIAÇÃO DE DIFUSÃO COMUNITÁRIA UTOPIA, 1998). A associação tem 40 membros os quais nem todos estão engajados na rádio exercendo alguma função na emissora.

A rádio conta com uma estrutura organizacional formada por um presidente, um secretário geral, dois tesoureiros, uma diretoria política de coordenação, uma diretoria financeira, uma diretoria de assessoria de comunicação e jornalismo e uma diretoria de patrimônio. A todo são 13 diretores, mais seis membros do conselho fiscal, entre efetivos e suplentes. Além disso, fazem parte da rádio quase 80 locutores, número não muito preciso devido ao constante fluxo de pessoal que se desliga e se engaja à emissora. A direção da rádio implementa uma política de rodízio entre os membros da direção que se revezam a cada três anos para assumir a presidência da emissora para que “a presidência não se torne uma cadeira cativa”, completa o diretor de programação¹²¹. Outra orientação da direção da Utopia FM é somente admitir como locutor na emissora moradores da cidade de Planaltina. E devem apresentar um projeto de programa, definindo conteúdo e público-alvo à diretoria da rádio, e após esse procedimento o proponente começa a executar o programa em fase experimental. Quando os voluntários ingressam na rádio, recebem orientações técnicas para operar os equipamentos e instruções sobre procedimentos que

¹²¹ João Batista é técnico em administração e trabalha no comércio em Planaltina. Como diretor de programação, ele fica em média três horas por dia na rádio.

o locutor deve adotar quando está no ar, tais como: respeito ao ouvinte e sua opinião, linguagem não vulgar, evitar termos considerados inapropriados, não denegrir verbalmente a imagem de pessoas físicas, evitando assim insultos pessoais.

Para manter um certo alinhamento das atuações entre os integrantes da emissora, a direção da rádio organiza reuniões periódicas¹²² com todos seus membros para discutir e avaliar a programação, desempenho, problemas da rádio e outros assuntos. Para o diretor de programação da Utopia FM, a participação dos locutores nas reuniões promovidas pela direção da emissora ainda é tímida porque, na sua opinião, “as pessoas não estão acostumadas a se reunir, a discutir realmente, mesmo as pessoas que trabalham na locução da rádio a presença é tímida, é mais fácil as pessoas fazerem um programa do que participarem da elaboração, traçar realmente diretrizes ...”. Para a locutora Ângela de Oliveira¹²³, presente na rádio há um ano e meio, o que dificulta sua participação em algumas reuniões é o seu horário de trabalho. De acordo com Maria Clara¹²⁴, os encontros para debates sobre a programação e atuação da rádio são momentos de confraternização com os demais locutores que integram a Utopia, mas ela admite que nem sempre é possível reunir todos os animadores.

Como um mecanismo de participação da comunidade no funcionamento da emissora, a Utopia conta com um Conselho Comunitário, conforme prevê a lei, mas não está em operação porque ainda não há pessoas suficientes da comunidade para se engajarem a essa atividade. Para o diretor de programação da Utopia, o fato de a rádio ter começado a sua operação e em seguida ficar quatro anos lacrada inviabilizou o contato dos moradores de Planaltina com essa mídia

¹²² Em fevereiro do ano passado, a rádio organizou um seminário temático para discutir a grade de programação da emissora, formato dos programas, conteúdo cultural, propostas de novas emissões, questões de sustentabilidade do veículo, reunindo 40 pessoas, entre locutores e moradores da comunidade.

¹²³ Ângela tem 37 anos, é voluntária na rádio Utopia, dona de casa, trabalha como servente em um hospital em Planaltina. Ela faz o programa “Amanhecer Sertanejo”, das 5h às 7h30, de segunda a sexta-feira. Seu programa não é patrocinado e a locutora não faz anúncios comerciais. Sua emissão é essencialmente musical, mas ela coloca no ar mensagens de auto-ajuda, informes locais, anúncios não pagos e apresenta um quadro de parabenização aos ouvintes aniversariantes do dia. Tornou-se uma rotina de seu programa receber chamadas telefônicas, cartas e visitas pessoais de seus ouvintes. Muitos deles falam ao microfone junto com a locutora.

¹²⁴ Maria Clara Xavier tem 19 anos, é estudante do curso de pedagogia na UniBrasília e faz parte da rádio como locutora e editora de programa. Ela está na emissora há um ano como voluntária, de segunda a sexta-feira. Maria Clara realiza seu programa, “Tecendo o amanhã”, das 12h a 13h30, com mais duas jovens habitantes da cidade. Trata-se de uma emissão musical, mas mesclada com locução de informes locais, reflexões sobre temas da atualidade, recito de poemas e formação (educação).

comunitária, “as pessoas estavam se aproximando, entendendo a emissora de rádio como sua, aí foi um baque, nesse período que nós ficamos afastados ...”, avalia o diretor.

O projeto, funcionamento e programação radiofônica

O projeto da rádio Utopia persegue três objetivos fundamentais: 1) ser uma mídia comunitária a partir da valorização e resgate da cultura do povo brasileiro, veiculando programas com músicas populares; 2) socializar as lutas da sociedade democrática mobilizando a comunidade local (este aparece como um dos principais objetivos da rádio porque uma das dificuldades apontadas por integrantes da Utopia FM em entrevistas e de acordo com a justificativa que a associação apresenta ao Ministério das Comunicações para demandar o serviço de rádio comunitária, seu intento maior é contribuir para o debate das questões sócio-econômicas que permeiam a paisagem de Planaltina como uma periferia carente); 3) comunicar com isenção, proporcionando a veiculação da voz das pessoas da localidade. As associações locais participam da rádio fazendo programas e instituições locais educativas, culturais, religiosas utilizam o espaço radiofônico para divulgarem suas atividades e eventos, como também campanhas públicas. A rádio veicula programas religiosos de três orientações diferentes, um da Igreja Batista, outro da Assembléia de Deus e o último de um centro Espírita Kardecista. Todos são produzidos e apresentados pelos integrantes e praticantes dessas crenças. A rádio funciona das 05:00 da manhã até a meia noite. Depois disso, ela passa a funcionar pelo piloto automático.

A direção da rádio demonstra grande preocupação com o gosto musical, padrões estéticos difundidos e assimilados pela população local e, sobretudo, de seus locutores. O diretor de programação afirma claramente que um dos papéis da rádio Utopia na comunidade é difundir uma cultura (músicas, literatura, poesia) considerada de “bom gosto”, diferenciando-se das demais emissoras que chegam à Planaltina; inclusive há uma orientação interna de privilegiar na programação músicas nacionais, mas o diretor de programação da utopia admite que é difícil atribuir uma identidade à emissora e se distanciar das rádios comerciais, fugindo do modelo generalista de programação. A Utopia “estaria entre generalista e comunitária, em busca de uma identidade”, acrescenta Batista, o diretor de programação:

O seminário que nós fizemos esse ano, no carnaval, e os alunos da comunidade, que vieram participar em função do projeto da escola. Ao chegarem, percebemos que a maior parte do gosto musical era o quê? Eram essas músicas do momento.

Muita música eletrônica e muita coisa assim. No contato com outras pessoas, que tinham uma mentalidade diferenciada, as coisas mudaram: eles passaram a ouvir um outro tipo de música. E aí foi quando a gente discutiu com os meninos o que era cultura popular e o que era cultura de massa. E, a partir daí, a questão, realmente, de adquirir o que é cultura de massa. Se o povo é formado, se a cultura popular é formada por pessoas da cultura de massa e, teoricamente, a cultura é formada por pessoas, nesse processo de discussão as pessoas, aos pouquinhos, começam a reflexionar: músicas que eles nunca tinham ouvido, passaram a ouvir. E aí, o interessante, é que a gente percebe que, às vezes, até por preconceito. Por que alguns jovens são realmente preconceituosos. E em um determinado momento, eles querem ser diferentes. Mas dos adultos, nunca de si mesmos. É tudo muito massificado: você corta o cabelinho de um jeito que todo mundo corta parecido. Mas quando você começa a discutir isso, falar que é massificação e falar de uma forma... Quando você coloca: “- Espera aí, eu não sou robô não, eu sou massificado”. Aí começa a acordar um pouquinho. Nós temos alguns meninos, a maioria absoluta, que mudaram as atitudes. E os programas que começaram a fazer, colocaram mais músicas nacionais. A qualidade das músicas melhorou. Aí, dá condições da gente estar promovendo iniciativas.

Cada programa veiculado pela Utopia FM é operado, em geral, por dois locutores voluntários. Os animadores são autorizados a buscar apoio cultural ou patrocínio no comércio local, mas seus programas independem de anúncios, porque nem sempre os anunciantes mantêm ou garantem seu apoio por muito tempo.

A grade de programação da rádio conta com 26 programas fixos, os quais podem ser assim identificados: Noticiário, um (**Voz do Brasil**, retransmissão da Radiobrás); Músicas variadas, entrevistas e informes locais, dois (**Atenção Comunidade, Plugados**); Músicas regionais, entrevistas e informes locais, quatro (**Prosa rural, Diálogo Popular, Amanhecer Sertanejo, Veredas**); Músicas variadas e auto-ajuda, um (**Viva!!!**); Samba e informes locais (**Roda de samba**); música popular brasileira, entrevistas, rap, rock e informes locais (**Manhã Legal, Atitude em Plan, Rap Total, 4 Elementos, Utopia Cult**); Educação, Arte e Músicas variadas, três (**Tecendo o amanhã, Clube do Silêncio, Cinetopia**); Musical – variedades nacionais e internacionais – sete (**Rumores, Zararádio, Noites Utópicas, XXX, X ou Y, Utopia Total, Sonata**). Além dessas emissões, a rádio, no momento, dispõe de horários vagos para o encaixe de emissões nas seguintes linhas: religiosa; músicas clássicas, blues e jazz; ecologia, formação; Educação Universitária e cultura local (um espaço para alunos e professores da UnB em Planaltina); Músicas variadas a pedidos nas noites de domingo. A emissora passou recentemente por uma reestruturação de sua grade de programação.

A programação da rádio é essencialmente musical, com momentos episódicos de intervenção do ouvinte durante os programas, o que ocorre com mais frequência durante as manhãs. Em geral, nas emissões essencialmente musicais não é prevista a participação do ouvinte. No entanto, se o ouvinte desejar fazer uma intervenção ao vivo a orientação da direção é veicular a palavra do cidadão. Destacamos, então, duas emissões, em especial, que trazem diálogos e contatos diretos com seus ouvintes, os programas: **Tecendo o Amanhã** e **Amanhecer Sertanejo**. Nestas emissões, a participação do público é fundamental para a dinâmica de suas apresentações.

O Programa **Amanhecer Sertanejo**, das 5h às 7h30 (de segunda à sexta), foi idealizado pela moradora de Planaltina, Ângela, que está na rádio Utopia há um ano e meio. Ela é servente em um hospital de Planaltina, trabalha das 14h às 22h e às sextas-feiras, quando sai do hospital, ela vai à rádio fazer a limpeza do estúdio, além de assessorar reuniões da direção da emissora, como uma forma de contribuir com a associação. “Eu falo assim para o Batista: eu não posso ajudar financeiramente, mas a limpeza, deixa comigo”. A partir dessa atividade voluntária, Ângela foi convidada a “largar a vassoura” e pegar no microfone; desde então ela se tornou locutora da rádio, mas não deixou de fazer as faxinas semanais na emissora. Seu programa é essencialmente musical, voltado para divulgação da música caipira de “raiz”, mas se tornou conhecido pelos ouvintes como espaço para cumprimentos de aniversariantes, comentários e pedidos de ajuda social, bate-papos direto com seus ouvintes e de encontros amorosos. O **Amanhecer Sertanejo** é realizado sem patrocínio e sua locutora não faz anúncios comerciais, apenas promove alguns estabelecimentos locais, como salões de beleza, divulgação de empregos para a população. A locutora define a rádio Utopia como “um espaço aberto às pessoas, a qualquer tipo de manifestação”. Nesse programa, as pessoas participam por telefone, carta, e fazendo o programa junto com a animadora, inclusive indo aos estúdios da rádio. Participam também do programa os cantores locais, considerados “prata da casa”. Ângela justifica seu engajamento à rádio a partir do gosto pela música sertaneja, a oportunidade de compartilhar seu gosto musical com outras pessoas e o vínculo construído com seus ouvintes. « Sou voluntária, no amor mesmo », diz a animadora. Nos termos de Angela,

A Dona Pedrina, que mora aqui na quadra, ela tem três filhos especiais. Eles acordam cedinho para cantar parabéns comigo. É isso que me dá coragem para acordar às quatro da manhã. Tem a Valéria, lá na quadra cinco, que tem

Síndrome de Down. Ela também gosta de cantar parabéns. As mães ligam. No dia das mães do ano passado foi tão bom... Eu procurei mandar muitas mensagens para elas. Tem o momento de reflexão que elas gostam também, as mães. Mensagens do Livro da Sabedoria, de incentivos. Aí eles ligam e dizem: “olha essa mensagem foi para mim!”.

A emissão **Amanhecer Sertanejo** se justifica como pertinente ao projeto radiofônico da emissora, segundo a locutora e outros animadores da Utopia FM, por se tratar de uma emissão que tem o firme propósito de incentivar o ouvinte a enfrentar o seu dia-a-dia, veiculando inclusive mensagens de auto-ajuda e conselhos sentimentais, devido a esses aspectos, o programa fomenta a participação das pessoas da região. “Eles ligam, ‘olha acabei de passar um cafezinho!’, pessoas aposentadas, o vigilante do cemitério ... O ouvinte, eu deixo ele falar. A rádio é comunitária, né?”, observa a locutora.

O segundo programa a ser retratado é o **Tecendo o amanhã** apresentado pelas estudantes Maria Clara e Luíza Batista¹²⁵, de segunda à sexta-feira, das 12h às 13h30. A emissão é dedicada à música popular brasileira, divulgação de atividades e eventos da agenda cultural da cidade, bate-papos com os ouvintes, entrevistas, poesia, literatura e discussões sobre temas polêmicos como gravidez na adolescência, educação e outros. Nos termos de Maria Clara,

O nosso programa foi inspirado em um poema do João Cabral de Melo Neto, que fala justamente isso: que um galo só não fecha uma manhã, que justamente precisava de outras pessoas. Leio poesias, artigos que a gente encontra nos jornais que a gente acha interessante, problemas da comunidade que a gente sempre levanta.

Tecendo o amanhã é realizado sem o patrocínio ou apoios culturais. A idéia do programa surgiu a partir de discussões entre cinco amigas; Maria Clara foi convidada pela direção da rádio para executar a emissão junto com suas companheiras. A motivação das meninas era justamente elaborar um programa que se alinhasse tanto com a proposta da rádio como com os seus anseios como ouvintes da Utopia. “Aí a gente acabou assumindo isso, de valorizar a cultura popular, a cultura local, aí nós definimos isso como linha, aí a gente sentou, discutiu e viu qual era a proposta do programa, a finalidade do programa e o que a gente queria atingir com aquele programa”, acrescenta Maria Clara. A emissão foi pensada para, além de difundir o gosto musical do grupo, servir de fórum de debates, comentários, denúncias da população. “Então a gente dá

¹²⁵ Luíza Batista tem 17 anos, é estudante de Ciências Sociais na Universidade de Brasília. Ela é filha do diretor de programação da rádio.

um tema, um tema debate, o que precisa para nossa cidade? Em relação à arte, esporte e lazer. Aí eles entram, dão a opinião deles. A gente dá temas, não em todos os programas, aí o pessoal liga, dá sua opinião”, explica a comunicadora.

Tinha um senhor que morava ali, no condomínio Itapuã. Aí, ele sempre ligava. Porque ele era deficiente físico e reclamava pelo tratamento que ele tinha com as vans, do transporte alternativo. E toda vez, ele nos agradecia muito, porque ele tinha um espaço ali, coisa que ele não conseguia em outras rádios.

As associações e ONGs locais divulgam suas ações na emissora e muitas vezes seus membros são convidados para entrevistas e bate-papos com as locutoras e ouvintes. Embora nunca tenha trabalhado antes com locução radiofônica, a animadora avalia que é importante participar de cursos de formação em técnicas de locução para melhor se comunicar com a audiência.

Segundo a locutora, a direção da emissora não exerce controle de conteúdo sobre seu programa, mas explica que faz parte da política de comunicação adotada pelos seus diretores não tocar músicas que denigram a imagem feminina, que excluam algum grupo social, as chamadas minorias. “A gente cuida até para diversificar o que os ouvintes estão acostumados a ouvir em outras rádios”, observa.

Na opinião da animadora, a rádio Utopia exerce papel de mídia comunitária por promover a inclusão social pela comunicação participativa,

Porque diversos grupos sentem a expressividade através da rádio, promove a cultura, porque ela apóia projetos, projetos de danças, a Feira Alternativa de Planaltina, cultura local, a melhoria de vida da sociedade, porque a rádio não funciona só para a voz ser ouvida, mas a rádio tem esse objetivo de estar criando vínculo entre a rádio e a comunidade para eles estarem transformando o local onde nós estamos vivendo. Porque ela [a rádio] entende aquela necessidade da população de cultura, de lazer, de espaço para debate, de conhecimentos gerais, que às vezes a gente perguntava, o que você acha disso?

A participação dos ouvintes em **Tecendo o amanhã** se dá pelo telefone, por cartas, e-mail e presença no estúdio da rádio fazendo a locução junto com as apresentadoras. A locutora apresenta como justificativa para sua participação voluntária na rádio Utopia como locutora o gosto pelo contato direto com o público. Ela comenta:

De certa forma, levantar debates, fazer essas críticas aos aspectos sociais e de estar em contato com pessoas que você nem conhece. Mas que você ouve a voz delas e se identifica com aquilo. Eu acho muito bom. A rádio começou a fazer parte da minha vida. Faço coisas que são muito prazerosas. Às vezes chego triste aí o ouvinte te elogia, você fica transformada, você corre atrás de coisas para os ouvintes, para enriquecer o programa.

E ainda completa sobre o vínculo do seu programa com o projeto da rádio:

A gente sente que está alinhado por essa coisa de inclusão, de comunicação, de estar ouvindo, de estar sendo ouvido, de levantar pontos críticos. Até fazer a transformação, por mais que seja algo mínimo ou em uma pessoa, a gente sabe que fez a diferença, ainda mais depois que eu ouvi de ouvintes que algo mudou neles. Começaram a questionar outras coisas, olhar outros assuntos com outros olhos.

A jovem locutora, estudante de pedagogia define a rádio comunitária como:

Um espaço aberto onde a população participa, pode estar montando um programa, uma programação, aquilo que gosta de ouvir, aqueles assuntos que gosta de discutir, aquelas coisas que gostaria que tivesse na sua comunidade. Mas que muitas vezes não tem. Até a própria questão representacional mesmo que é: de ter uma instituição séria, que existe e é real e que pode tratar dos problemas de cada um, da família, sociais, da comunidade, ambiental, cultural. Rádio comunitária é bem isso. Mesmo que seja uma participação mínima, mas está fazendo diferença para aquela pessoa, para aquele bairro e a gente sente mesmo que faz. Porque a partir do momento em que a gente está sendo ouvido dentro das casas das pessoas, parece que a gente está mudando alguma coisa. Naquela rádio e naquela outra casa e junto com a rádio, e começa a interagir, como se fosse uma rede, que a gente vai crescendo, que a gente vai construindo. Que, no fundo, forma um grande grupo, que vai ter força maior, voz maior até para passar os próprios limites territoriais. Não das ondas da rádio, que não é possível, mas limites territoriais em relação a ações, pensamentos, planejamentos.

As locutoras do programa **Tecendo o Amanhã** têm o firme propósito de contribuir para a formação sócio-cultural da população local a partir da valorização de músicas nacionais e de talentos locais, como também incentivando a atitude de intervenção das pessoas na emissão ao exprimirem seus gostos e opiniões. Mas, o diretor de programação da emissora admite ser muito difícil alterar tanto o gosto musical como o comportamento em termos de participação da população. Nos termos do diretor,

Estamos no Planalto Central onde eu diria que a cultura droganeja é muito forte, apesar de ter músicos com uma qualidade fantástica. Mas, se você for pegar a própria questão da música breganeja, da música *country* e uma série de outros modismos, são sucessos fáceis. São milhares de gravadoras. Então, qual a idéia da gente? A idéia: quando eu falo da gente, não quer dizer que seja de todos, mas colocamos como meta elevar o padrão de qualidade, inclusive musical, em todas as áreas de padrão de qualidade musical. A gente vai ter que mudar inclusive as nossas próprias cabeças. Para mudar as nossas cabeças, a gente vai ter de tocar aquilo que a maioria das pessoas nunca ouviram. Apesar de que este tipo de música está acontecendo em tudo que é local no Brasil. Temos música de qualidade que é feita em Brasília e que as pessoas simplesmente não conhecem porque não conseguem descolar o seu ouvido daquilo que as gravadoras impõem. Então, se acontece isso com pessoas de outro nível, inclusive começa pela Europa, agora imagina realmente no dia a dia das pessoas (...) Já foi falado que o Brasil não conhece o Brasil.

No que concerne à participação dos ouvintes, dos moradores da comunidade no espaço comunicativo da rádio, tanto os locutores como o diretor da Utopia FM afirmam que a rádio é um lugar de publicização da palavra do cidadão sem a limitação imposta por qualquer censura. Os ouvintes participam da programação da rádio, em geral, mais por telefone e em três situações principais: para pedir músicas, para passar um recado para algum outro morador e para fazer informes locais e denúncias particulares que em alguns casos repercutem e se tornam coletivas. É o que diz o diretor de programação e uma das locutoras da rádio Utopia:

É a rua que estourou um cano, um buraco na rua que, com o passar do tempo, se torna uma cratera e que levam muito tempo para efetuar o trabalho de consertar. São as filas dos hospitais. Na verdade, os problemas são sempre recorrentes. Não existe nada de novo: é a insegurança generalizada, a violência generalizada, o transporte público, é saneamento básico ... – Fala do diretor de programação.

Sim, a rádio é um espaço para o ouvinte reclamar. Assim como eu deixo em aberto, se alguém quer fazer alguma crítica: “- olha, está precisando de um asfalto em um lugar”. – Fala de uma das locutoras.

A rádio apóia iniciativas de preservação do meio ambiente, divulgando campanhas públicas em sua programação, além de, a partir de demandas da população local, realizar um programa que trata de questões ambientais, apresentado por um professor universitário de agronomia.

Por ser identificada por seus locutores como um espaço aberto para toda a população de Planaltina para críticas, discussões de caráter político, manifestações livres de denúncias, reclamações sobre a administração da cidade, a rádio tem uma relação polêmica com a

administração local, pelo fato de alguns de seus membros estarem associados a um partido (Partido dos Trabalhadores) que faz oposição ao governo distrital. No entanto, os integrantes da associação e os locutores da rádio não são necessariamente vinculados a partidos e nem sempre expõem suas filiações partidárias ou ideológicas. A Administração de Planaltina, no entanto, em muitas ocasiões, faz uso do espaço da rádio para divulgar suas ações ou para responder a demandas da população local.

A direção da emissora não impõe nenhuma sanção à participação de partidos políticos em sua programação, desde que a manifestação pública no espaço da emissora não fique restrita a uma só personalidade política ou partido. Quanto à discussão política no espaço da emissora, o diretor de programação comenta:

A discussão política: nós não temos dúvidas com relação a isso. Depende muito do grau de maturidade de cada um. Não tem como você... Aí não tem ilusão em relação a isso. Por mais que a gente queira dizer que é uma rádio, uma associação que é apolítica, ela é formada por pessoas. O compromisso que mesmo que você tenha com suas crenças, suas convicções e que sejam religiosas ou políticas, você deixa transparecer em qualquer intervenção que um outro faça. E quanto mais você fala, se você não falar, se você realmente só atender os pedidos musicais, aí você não vai expôr os seus pensamentos. Mas um programa de intervenção, aí, realmente, você expõe realmente o que você quer, por mais cuidado que você tenha.

A rádio Utopia realiza alguns projetos sociais e culturais, entre eles se destaca um em especial, o projeto **Escola Intervalo**. O projeto propõe que as escolas de Planaltina utilizem o espaço da rádio a partir da locução de seus alunos, os quais estão livres para conceber um formato e conteúdo de programa de 15 minutos por semana. Este é difundido para os estudantes de uma determinada escola no horário de recreio e outros intervalos. Os alunos se revezam na produção e apresentação do programa. Eles vão até a rádio em horários alternativos para a concepção do programa. No momento somente a escola Querubim da cidade se beneficia do projeto. A emissora ainda participa de projetos sócio-culturais de três ONGs presentes em Planaltina: Ação Esperança, que desenvolve atividades no Vale do Amanhecer; Centro de Informação de Esporte e Cultura, localizado na estância 04 de Planaltina, o qual mantém um telecentro e a ONG Arapuama, administrada pela Igreja Universal, subsidia uma biblioteca comunitária, oferece cursos de idiomas, acesso à Internet para populações de áreas consideradas as mais carentes da cidade.

Funcionamento e recursos da Utopia FM

A emissora se mantém essencialmente com as contribuições dos associados e da verba obtida a partir dos apoios culturais oriundos do comércio local. Mas, a direção da emissora demonstra preocupação pelo fato de a rádio não conseguir remunerar algumas pessoas desempregadas que estão prestando um serviço à comunidade a partir de sua participação na rádio.

As principais dificuldades que afetam o funcionamento da rádio Utopia são: escassez de recursos financeiros, ausência de mecanismos e fontes de financiamento permanentes para dar sustentabilidade ao projeto da rádio; alta rotatividade de locutores, o que inviabiliza a emissora de apresentar uma grade de programação mais estável; e a falta de estrutura e condições para oferecer uma formação mínima para os animadores que ingressam na rádio, os quais, em geral, não têm familiaridade com o exercício da locução radiofônica e nem manejam as técnicas para operar os equipamentos de radiodifusão.

Trata-se de uma mídia local que postula um discurso crítico em relação a questões sociais e políticas locais e abre espaço para o debate sobre a realidade socioeconômica de Planaltina na sua programação diária. Não está previsto na grade da rádio um programa específico que trate de temas políticos. São realizadas entrevistas com personalidades da esfera política. A emissora enfrenta o problema da alta rotatividade de programas e locutores, o que dificulta a formação de uma audiência fixa e a construção de uma programação mais ou menos estável. É uma rádio cuja maior parte do seu quadro de pessoal é formada por jovens. Trata-se de uma emissora comunitária, com caráter generalista menos acentuado em relação às demais pesquisadas, com marcante orientação cultural. Nos termos do diretor de programação da rádio, uma mídia comunitária pode ser definida da seguinte forma,

Eu adoro palavras. Então, para mim, as palavras têm um peso complexo. Não é um simples signo. Uma rádio comunitária tem que refletir o caráter comunitário e não comercial. Em uma comunidade, as pessoas vivem, as pessoas partilham as suas histórias, a sua cultura. Então, eu acredito que uma rádio comunitária deveria realmente fazer o resgate da cultura. Realmente. Das pessoas de origem daquela comunidade. E preservar realmente a cultura de origem da comunidade. Deixar a situação muito clara. Tentando acompanhar a evolução do tempo.

A rádio Utopia apresenta uma proposta de comunicação participativa que tenta abarcar a diversidade sociocultural de Planaltina. O discurso da formação e da valorização das

especificidades da paisagem cultural local é um traço marcante na fala dos membros da emissora como locutores, executores e criadores de programas que buscam se diferenciar do modelo de emissões das rádios comerciais.

4.4.5 Rádio Líder

Projeto da rádio: história e projeto associativo

A rádio Líder está localizada na cidade satélite do Recanto das Emas. Esta emissora surgiu em 1999, ainda como emissora não autorizada pelo poder Executivo, foi lacrada pela Anatel e Polícia Federal em vários momentos de sua história, mas recentemente, obteve do Ministério das Comunicações a outorga para funcionamento na modalidade de rádio comunitária. A entidade civil demandante do serviço de radiodifusão comunitária, a Associação de Moradores do Recanto das Emas, Aremas começou a se organizar por iniciativa dos moradores em 1993, ano de fundação da cidade, mas somente em 1998 se constituiu formalmente em entidade associativa com o propósito de discutir junto ao poder público local questões sociais relacionadas à habitação, infra-estrutura (saneamento básico, redes de esgoto) que faziam parte do repertório de reivindicações e reclamações dos moradores da cidade. “A cidade começou a se desenvolver em 94 e as pessoas pobres brigavam até pelo chafariz, pegavam água do chafariz (..) não tinha nada”, diz o presidente¹²⁶ da Líder FM. A rádio, então, surge com as características da associação, com a missão fundamental de ser porta-voz da região em relação aos problemas urbanos e humanos do Recanto e dos assentamentos rurais nas proximidades da cidade. “Quando vêm à emissora, as pessoas, para falarem de problemas urbanos, elas trazem queixas que chegam à administração local e aí o administrador vem à rádio que é um complemento da associação”, comenta o diretor da Líder. O diretor de programação¹²⁷ da rádio explica que a associação não postula mais o mesmo tom reivindicatório voltado para demandas de melhorias na estrutura urbana da localidade, hoje tanto a entidade associativa como a Líder FM guardam o espírito de reivindicação orientado para o direito à moradia. Nos termos do diretor,

¹²⁶ Divino Cândido Ferreira tem 40 anos, é vigilante em uma empresa privada e está na Aremas desde o início, 1999, como diretor geral e presidente da emissora. É voluntário na emissora e um dos criadores da rádio Líder FM.

¹²⁷ Erton de Carvalho tem 45 anos, é garçom em um restaurante da cidade. Ele é diretor e locutor na emissora desde sua origem.

Está previsto no estatuto [da associação] que ela tem que proporcionar ou correr atrás de moradias, então a rádio hoje ela tem também uma cooperativa habitacional, isso já é previsto no estatuto, então hoje a gente está no processo, está tentando um processo no Riacho Fundo II para 4.889 famílias e a rádio está nesse processo, a rádio e a associação.

Na verdade, no movimento pelo direito à habitação na região, estão envolvidas 207 entidades civis, entre elas a Aremas que tem como porta-voz a rádio Líder. De acordo com o presidente e o diretor da emissora, os membros da associação participam da rádio fazendo locuções e levando sugestões à diretoria. O projeto da rádio se confunde com o da associação, ambos estão calcados em “um projeto que a gente pode estar desenvolvendo para ver o bem da comunidade, aí já é associação e rádio, a rádio passa a ser o porta-voz, dando voz as pessoas da sociedade”, explica o diretor de programação.

A direção da emissora definiu como principais objetivos da Líder FM: esclarecer e informar a população local, divulgar sobre os eventos que acontecem em Brasília, especialmente no Recanto das Emas, conscientizar os habitantes da região atendida pelos serviços da emissora a respeito dos problemas sociais cotidianos e temas políticos. “Eu acho que conscientizar é importante, porque a população sempre foi assim muito massa de manobras”, diz o diretor de programação.

Por essa massa de manobras a gente vê que a rádio tem um objetivo de trazer a população toda para o segmento e a gente quer mostrar que a rádio em si pode trazer uma idéia de discutir, de não só aceitar, de repente, a passagem hoje é R\$3,00 e por que o transporte é tão caótico em Brasília se é o mais caro do país? Então a população tem que saber que tem uma rádio que compra essa briga e que trás as pessoas para discutir isso. Por que aceitar o preço de R\$3,00 sem dizer nada? Essa é uma das finalidades da rádio, discutir esse valor de R\$3,00, é uma das coisas que estou falando, mas tem várias, estou falando do transporte, mas pode ser saúde também.

Essa rádio é muito isso, faz debates, informa, é para focar não é só questão musical, a questão musical é o pano de fundo. Durante a semana a gente é mais a questão musical de Brasília, signos, capítulo de novela, mas assim de coisa bem sutil, o objetivo da rádio é trazer o enfoque local.

A rádio tem estrutura organizativa e funcionamento distinto da associação, embora estejam imbricadas por compartilharem os mesmos objetivos. A associação tem 120 membros, os quais nem todos estão envolvidos na rádio. O *bureau* da Líder FM conta com um presidente que acumula, no momento, também o cargo de diretor de programação, um vice-presidente, um diretor geral e um diretor de operações. A rádio conta com voluntários, todos moradores da

localidade, os quais são autorizados pela direção da emissora a captar anúncios pagos para seus programas, garantindo alguma remuneração.

Das rádios entrevistadas nesta pesquisa, a Líder é a única vinculada à Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço) do Distrito Federal. Um de seus diretores e fundadores é hoje presidente da Abraço do DF.

Projeto radiofônico: funcionamento e recursos financeiros

Embora o funcionamento da Líder FM seja independente da associação, os princípios, reivindicações e lutas da entidade civil recaem sobre a grade de programação da emissora. O projeto radiofônico da rádio está apoiado na comunicação com a comunidade e no envolvimento com suas mazelas sociais. Em seus oito anos de atividade radiofônica, de acordo com a direção da mídia e alguns locutores, dois momentos marcantes do percurso da Líder FM foram os debates públicos promovidos em momentos de eleições, em 2002 e 2006, com candidatos de várias filiações partidárias e as campanhas constantes de solidariedade e fraternidade com a captação de doações de cestas básicas, cadeiras de rodas, medicamentos, material escolar, roupas. A direção da própria emissora recebe as demandas do ouvinte durante a programação e o locutor ou o demandante faz o apelo ao vivo. As contribuições são arrecadadas e distribuídas pela equipe da rádio. Os apoios vêm, em geral, da população e do comércio local.

Tem pessoas também que nos ligam e falam assim, tenho um padrinho que mora no Piauí, a rádio tem uma grande audiência de nordestinos, então têm um parente no Piauí que teve um enfarte, alguma coisa aconteceu e não teve como comprar a passagem. Então, a rádio abre esta questão no ar, aí faz uma coleta e consegue uma passagem para que a pessoa possa se despedir daquele ente. A rádio faz isso; tem feito muito isso.

A rádio capta recursos para sua manutenção junto à população local, a partir de doações e do comércio da região, com anúncios pagos. Segundo dados da própria emissora, o custo mensal para manutenção da rádio é de R\$ 700,00. A maior dificuldade em atrair anunciantes e adesão popular à rádio está na instabilidade de seu funcionamento. A rádio opera há oito anos, sem autorização do Executivo e desde sua origem tem sido alvo de denúncias e já foi lacrada pelas autoridades públicas quatro vezes, e em todas as oportunidades teve seu equipamento técnico apreendido sem recuperá-lo. “A gente sofre uma apreensão e começa tudo na escala novamente, se sofre uma apreensão tem que conquistar novamente o anunciante, você vai ter que ir atrás”,

conta o presidente da emissora. A Líder FM está em processo de regularização, a outorga para operar o serviço de radiodifusão comunitária foi dada à associação Aremas em abril de 2007. O processo tramitou no Ministério das Comunicações desde 1999. Explica o diretor de programação da emissora:

A rádio se mantém pelo apoio cultural, o apoio cultural é que mantém a rádio e isso geralmente impacta ou fica muito próximo, eu sou garçom de uma rede de hotéis, vivo disso, não tiro da rádio, até por que não tem, e divido, tenho minhas atividades, duas atividades, trabalho em uma empresa como encarregado e tem também o meu posto em outro, e ninguém vive da rádio, então fica complicado viver da rádio. Com a regularização é que a gente imagina profissionalizar e fichar as pessoas, fazendo convênios com órgãos do governo e outros que a gente já faz

A respeito da repressão às rádios comunitárias não autorizadas pelo poder público, a direção da emissora diz ser perseguida pelo caráter combativo e crítico de suas emissões. Nos termos do diretor geral da Líder FM,

A abolição da escravatura é um caso de estudo porque na realidade está tudo ainda, mudaram algumas coisas, mas não mudou o sistema, nós somos submissos a algumas coisas que vão pela elite, pela sociedade, você vê, neste período eleitoral eu sofri muito isso por ser uma pessoa muito reconhecida na cidade.

Para os membros da diretoria da Líder FM, a emissora cumpre um papel social fundamental na região porque os locutores lidam diretamente com os problemas do cotidiano das pessoas da localidade, muitas vezes atendendo a solicitações pessoais, como demandas materiais, como a partir de conselhos sentimentais e mensagens de auto-ajuda. De acordo com o diretor geral da emissora,

Então você se solidariza com as pessoas e leva positividade, então a gente conversa, se torna uma pessoa confiável, é uma terapia ... Nós não podemos fechar e desamparar aquela pessoa, quando a rádio está fora do ar transforma o lugar. Quando fica fora do ar perguntam o que houve, o que está acontecendo, isso atinge a comunidade, não só aqui, mas em Samambaia que tem bastante gente, temos bastante ouvintes de Samambaia, por isso que a rádio tem que estar no ar, as pessoas precisam.

Além de fazer a “assessoria de imprensa” da cooperativa habitacional dirigida pela associação Aremas, a rádio e a entidade associativa desenvolvem projetos sociais com apoio de órgãos públicos federais e entidades civis. Em 2006, a equipe da Líder FM coordenou, no

Recanto das Emas, um projeto chamado *Segundo Tempo* do Ministério dos Esportes. O evento foi realizado no espaço da Igreja Batista local, atendendo a 200 jovens da localidade. “É um trabalho já vinculado ao pessoal da associação e da rádio, a rádio anuncia a seus jovens: - tem que ir para a escola! Então a gente faz esse trabalho (...) um projeto para a cidadania das crianças”, conta o presidente da rádio. Recentemente a associação e a rádio criaram o Instituto Desportivo Cultural Vida para realização, a partir de parcerias, de atividades e eventos culturais na região.

Programação da rádio: projeto radiofônico, emissões, e participação

O projeto radiofônico da rádio Líder está em formação, sobretudo devido a sua situação especial de constantes fechamentos pela ação do poder público e ressurgimentos. A grade de programação mantém poucas emissões fixas, as quais são, em grande parte, musicais, mas estão abertas à intervenção do público, de associações, Igrejas e Administração Pública local. “Então, a gente tem hoje um projeto que não tem em outro lugar e a gente faz tudo inverso de outra rádio, no programa de música brega pode tocar um rapp, a gente faz o que a gente tem vontade de fazer, realmente de fazer, totalmente diferenciado”, explica o diretor de programação da emissora. A rádio funciona das 7h às 23h, diariamente.

Como a rádio depende totalmente de voluntários, estes nem sempre podem permanecer na emissora por muito tempo, o que compromete a periodicidade dos programas. Pode-se definir a programação da rádio Líder da seguinte forma: de segunda à sexta-feira, pela manhã, é veiculada uma emissão musical, com diferentes ritmos, das 7h às 10h; em seguida, são divulgadas algumas notícias locais e nacionais, entre 10h e 13h, há músicas e informações sobre futebol, com comentários e críticas. Neste período do dia é o momento também de abordagem de temas políticos, informes de interesse público, divulgação de iniciativas da associação e da rádio em prol da comunidade. Há também um momento de magazine com variedades. Durante toda programação, pode haver a veiculação de entrevistas com convidados e da palavra do cidadão da localidade. Aos sábados, a programação é livre e, aos domingos, das 10h às 13h, o diretor de programação e vice-presidente da Líder FM apresenta o programa **Brega** que, segundo o locutor, recebe cerca de 100 intervenções a cada domingo dos ouvintes. A emissão é essencialmente musical, com músicas consideradas “bregas” de artistas nacionais. Segundo o animador do programa sua escolha em difundir uma emissão com canções “bregas” está relacionada com uma

atitude de contra-cultura, de combate ao preconceito em relação à música “brega”. Em suas palavras: “Porque a burguesia, a elite, se esconde das massas, porque na realidade eles são muito bregas ... sempre vai haver essa questão, é maior o preconceito, a mesma coisa no rapp também, que são bandidos e tal, mas o rapp também é prejudicado, a gente está aqui para fazer uma coisa diferente”. Apesar da forte presença de conteúdos musicais, o diretor de programação esclarece que a rádio é um espaço para difusão de informações de utilidade pública.

A gente traz um médico, um cardiologista, a gente fala de currículo para quem está em casa, para quando houver uma necessidade de um bom conhecimento também, a gente traz as autoridades, a gente abre para a população, a população tem dúvidas também, geralmente um problema ginecológico, aí é ao vivo, se a pessoa quiser falar em *off* a gente põe essa pessoa em *off*, porque se for ao vivo muitas pessoas vão saber do problema, mas isso a gente deixa a critério da pessoa. Então a gente faz isso.

Um segundo programa fixo na grade de emissões da Líder é o **Toque do Coração**, apresentado por Carlos Alberto Lopes¹²⁸, locutor da Líder há quatro anos. Esse programa é veiculado de segunda à sexta-feira, das 21h às 23h. Trata-se de um programa musical, com *flash backs* internacionais, dos anos 60 a 90, canções românticas e, durante a emissão, é realizado um quadro “Campanha de casamentos”. O locutor serve como mediador de relacionamentos amorosos. Os ouvintes ligam para falar de seu perfil e preferências e o animador expõe as características daqueles que estão à procura de um relacionamento. “As pessoas ligam, mandam mensagens dando suas características, aí eu vou divulgando, aí começa uma amizade, chegam a namorar e depois até casamento”, comenta o radialista. A dinâmica do programa está baseada na participação tanto direta como indireta da audiência. Em algumas ocasiões o locutor conversa ao vivo com seu ouvinte. “Os ouvintes participam e o programa quem faz mesmo, geralmente, é o ouvinte. Eu estou ali só para a locução, né”. Na definição do locutor, seu trabalho na emissora é fazer um programa que desperte a sensibilidade da população.

O meu programa, por exemplo, é maioria mulheres. Então muitas mulheres estão assim recaídas, aí começam a ouvir o programa. Elas estão chorando, estão desesperadas, estão com problemas, aí vão ouvindo a programação, algum conselho amigo. elas falam das questões e às vezes, se comovem e quando vai se

¹²⁸Carlos Alberto Lopes é locutor da rádio Líder há quatro anos. Ele é voluntário na emissora, não é membro da associação e trabalha como segurança em uma empresa privada.

aproximando a metade do programa, elas que estavam ligando no começo ligavam chorando, começam a ligar sorrindo. Então a Rádio, a função dela é trazer alegria, trazer a notícia, que a notícia é muito importante também, trazer felicidade para as pessoas.

O animador admite que o programa não é original, na verdade, ele se inspirou em uma emissão do mesmo gênero, da qual era ouvinte, veiculada em uma rádio comercial de Brasília. O comunicador se considera um “radialista semi-profissional” porque já esteve em outras rádios e passou por cursos de formação técnica em locução. Seu programa não conta com patrocínio fixo, os apoios culturais são esporádicos. De acordo com o comunicador, sua participação na Líder FM independe de algum tipo de remuneração já que seu vínculo é com o projeto comunitário da rádio. Para o locutor, a rádio Líder oferece um espaço convivial e de sociabilidade pelos encontros cotidianos com outros comunicadores, trocas de experiências e críticas à programação durante as reuniões mensais entre o pessoal da emissora e a diretoria, “a gente se encontra direto, a gente se liga, os outros locutores ouvem meu programa, então tem essa interação”.

Apesar de ser um programa romântico, essencialmente musical, o animador diz que não veicula músicas de duplo sentido e, quando solicitado pelo ouvinte, anuncia informes locais gratuitamente, como pedidos e recados de ouvintes para toda a população da região. “Se alguém quer vender uma casa, um carro, está precisando de algum remédio, de alguma coisa, eu anuncio sim”. Para o radialista, as duas grandes missões da emissora são: estar próxima ao público local e ajudar a comunidade. Seu engajamento à rádio é justificado na seguinte afirmação: “Para mim eu estou porque gosto e me deram a oportunidade de fazer a programação e a amizade forte que eu tenho com Barreto, que é o outro diretor da rádio, ele me fez o convite, eu não estava fazendo nada, aí aceitei”. Hoje o que o mantém na rádio é a audiência de seu programa, a relação de proximidade com seu público. O animador ressalta que um dos papéis fundamentais desempenhado pela Líder FM é o diálogo constante com parlamentares e funcionários da administração local para tratar de temas políticos e problemas sociais da localidade. “Para mim uma rádio comunitária é uma rádio que é aberta ao público. Que é da comunidade. Deve ser abrangida a toda a população que tem interesse em fazer alguma divulgação, comércio, algum apelo. Unir a comunidade e divulgar os seus problemas”, conclui o locutor.

O terceiro e último programa observado como fixo na grade de emissões da Líder FM é o **Manhã da Alegria**, veiculado de segunda à sexta-feira, das 8h às 12h, apresentado pelo locutor

Antônio Barreto¹²⁹, há oito anos na emissora, exerce também a função de diretor de operações. O comunicador nunca havia antes experimentado o papel de radialista em uma emissora. O convite veio da direção da rádio e o animador se engajou à mídia pelo desafio de fazer algo novo e ajudar a população local. Nos termos do locutor,

A comunidade necessita muito de uma voz ativa, muitas vezes você não tem oportunidade. O pessoal de baixa renda do Recanto das Emas não tem oportunidade de uma outra rádio onde você faça um apelo por um buraco, por uma cesta básica, por uma conta de água ou de luz que está atrasada e não tem onde recorrer e alguma coisa referente à administração que não se tem acesso e através da rádio a comunidade está ligada e, aqui na rádio, sempre aparece e a gente tenta solucionar.

Na definição do locutor, seu programa tem o propósito de animar os moradores de sua cidade, mas é fundamental, segundo ele, conservar o lado de “programa social”. A emissão veicula algumas mensagens publicitárias, mas não depende de patrocínio para ser realizada. De acordo com o animador, há uma relação recíproca em termos de benefício entre rádio e comércio local, “Por exemplo, alguém do Recanto das Emas está querendo comprar um guarda-roupa. Aí ele está custando o mesmo preço que em Taguatinga, aí a gente fala assim: “ah vamos comprar aqui, vamos fazer renda na nossa cidade”, explica o diretor de operações da Líder FM.

Trata-se, essencialmente, de uma emissão musical que é também intercalada por intervenções dos ouvintes, anúncios de informes locais e de apoios culturais. De acordo com o comunicador, os ouvintes se identificam com os conteúdos exibidos em seu programa, “eles dizem: esse tipo de música é legal, fico tranquilo, nem lembro que tenho problema, na nossa cidade”, comenta o animador.

Além de fazer locução, o diretor de operações da Líder FM atua como “repórter ambulante”, visitando pontos da cidade para conhecer os problemas locais e conversar com os moradores da cidade. Para o comunicador, o serviço mais importante que a rádio presta à localidade é o tratamento das informações e questões sociais locais, “Porque foi a comunidade daqui que propôs essa oportunidade, foi o pessoal daqui que trouxe, pediu e que ajudou a gente”, justifica.

¹²⁹ Antônio Barreto tem 41 anos, locutor e diretor de operações da Líder FM. Ele está na rádio desde sua origem, há oito anos, como voluntário e membro da associação. Funcionário público, trabalha como vigia em uma escola pública em Taguatinga.

Em sua emissão, a intervenção do ouvinte não tem momento previsto para acontecer, “Quando eles procuram a gente abre espaço”. O programa não foi apenas pensado pelo locutor, surgiu de discussões junto aos demais membros da diretoria e aos outros animadores. “Eu sou morador do Recanto das Emas desde 1996, então estou com 11 anos na cidade e já cheguei a fazer alguma coisa pelo povo e hoje eu estou no rádio, para fazer parte da cidade”. O diretor de programação da emissora define a Líder FM como espaço aberto e irrestrito para participação de pessoas e entidades da região, “a rádio comunitária é da comunidade mesmo. Não tem dono”, conclui o locutor que admite que a emissora representa também interesses da associação.

Para o ouvinte participar da rádio como locutor, basta apresentar sua idéia de programa. Como a emissora não tem uma grade fixa de programação, está sempre na dependência de emissões propostas pelos voluntários. A admissão ou não do programa proposto por um morador do Recanto das Emas, interessado em participar da emissora, passa pela avaliação dos diretores de programação e operações, “junto a gente discute aquela idéia, se é uma idéia que pode realmente ser desenvolvida dentro da rádio ou de repente não, pois pode confrontar com uma situação que não pode veicular, mas a gente está aberto, a rádio realmente está aberta”, explica o diretor de programação. Se admitido à emissora, o locutor recebe orientações técnicas para manusear os equipamentos de locução e também é informado sobre a deontologia da comunicação interna da emissora. Os diretores defendem que a rádio não pode estar vinculada nem a partidos políticos e nem a Igrejas da localidade, embora a emissora constantemente veicule emissões religiosas, de diferentes crenças.

A rádio é para captar a população na questão da radiodifusão, então nós, enquanto direção, temos a obrigação e o dever de orientar se pode ou se não pode, aí entra a questão política e religiosa e a gente tem uma orientação, em política isso deve ser dito, isso não deve ser dito, a rádio não pode assumir uma posição de esquerda ou de direita – afirmação do diretor de programação.

A rádio não tem partido e religião, a rádio não tem essa posição para cima da questão, a rádio fica na vanguarda, então a gente só vira o porta-voz, a gente faz debates, a gente cria uma fisionomia, a gente convida os senadores Paulo Octávio e Cristóvão, vários, todos vêm, e o que a gente faz, a gente cria o vínculo e deixa na rádio para que possa ampliar essa questão - comentário de um dos locutores.

Mas, apesar das restrições impostas pela direção aos conteúdos dos programas apresentados pelos comunicadores, sobretudo relacionados à política, o vice-presidente da

emissora admite que nas últimas eleições, em 2006, declarou seu voto ao vivo em seu programa de caráter musical.

Eu como vice-presidente, muitas vezes, assim, extrapolo essa questão, agora na eleição eu declarei o meu voto ao presidente Lula, isso em duas horas o juiz eleitoral veio me prender com o aparato de 20 policiais, então eu aprendi que junto ao grupo não poderia fazer, por que está muito claro que não poderia ter essa posição, mas eu faço um programa bem popular aos domingos, feito Amado Batista, três horas de duração em média, muita gente ouve, Brasília e Goiás ouvem esse programa.

De acordo com o diretor geral e o vice-presidente da Líder, esse foi um dos momentos políticos mais polêmicos e marcantes da trajetória da emissora porque a partir da divulgação do voto de um locutor da rádio, no dia da votação, no primeiro turno, para a população gerou-se um debate público. Os ouvintes ligavam e pediam para participar da discussão.

Então, eu disse: “Mas eu quero abrir o espaço para você que vai votar 45, abrir o seu voto”, por quê? para mostrar para ele, eu, por exemplo, votei pela confiabilidade, não pelo que eu ganhei com ele em quatro anos, o presidente Lula, mas pelo que ele ganhou, pelo que ele fez no Nordeste, no país, Norte e Sul, eu votei pela continuidade, a partir daí em 45 minutos eu comecei a receber, neste momento eu abri a participação e os telefones não pararam de tocar e pessoas dizendo que tinham votado no presidente Lula.

Na grade de programação da Líder FM não constam emissões específicas de debates públicos ou para participação direta dos ouvintes e instituições da localidade. A intervenção dos atores sociais locais, moradores, está prevista durante toda a programação da rádio. Na verdade, a rádio Líder FM não tem um repertório de programas estável. A emissora funciona com fortes caracteres de um serviço de alto-falante, em que a pessoa chega ao espaço e faz a sua comunicação como convidado. “De 10 h às 23 h da noite, a rádio é aberta. Ah, eu quero falar sobre aborto que a gente focou naquele dia, dar contribuição, o que ela pensa e pedem para falar ao vivo, tem bastante”, diz o diretor de programação.

Eu acho que a rádio é uma questão de democratização, o morador às vezes está sentindo e não tem aquela voz de chegar e falar. Ele vai lá e conversa e faz um debate e as pessoas participam. A rádio, eu vejo assim, que a rádio só traz qualidade de vida para a pessoa, tem que olhar para dentro das pessoas. Então, o grande negócio da rádio comunitária que eu vejo e por isso que eu me apeguei e depois fiz no fundo do quintal lá de casa, eu era casado e me divorciei, me separei da mulher e me envolvi neste movimento, mas também ajudou muito e hoje é um meio de trazer alegria para a pessoa, de ouvir ela falar. É uma forma

gratificante, uma conversa resolve o seu problema, uma pessoa diz apanhei do meu marido, hoje ele me bateu. E a gente se solidariza.

A emissora não apresenta em sua programação emissões jornalísticas porque os locutores não têm acesso à material para fazer reportagens, fora do estúdio da emissora. As comunicações feitas na rádio têm caráter mais opinativo e menos informativo, embora sejam produzidos alguns informes locais ou haja a divulgação de informações encaminhadas por associações, entidades locais ou pela Administração pública local.

A nossa rádio tem um diferencial que a gente não pinta a rádio, a gente faz, a gente não faz específico, a gente tem programa de rapp, aos domingos, a gente tem dois programas de rapp, tem de reggae, tem sertanejo, tem forró, católico, sertanejo, tudo no mesmo dia e tem também o do Roberto Carlos.

A Líder também veicula material informativo de campanhas educativas realizado por órgãos do governo federal, como ministérios. “A gente faz cobertura, reportagem a gente fez até um link que a gente usa o orelhão para fazer, aí a pessoa vai, pode acontecer um acidente, alguma coisa assim, do orelhão a gente faz a cobertura, mas isso onera também”, comenta o diretor geral da emissora.

As duas principais dificuldades que os diretores da rádio apontaram para manutenção da emissora são: conservação e renovação de equipamentos e a insuficiência de apoios culturais para cobrir todos os custos da emissora. “Muitas vezes a gente tira do bolso, para tocar realmente o projeto”, declara o diretor de programação.

5 ANÁLISE DOS CASOS ESTUDADOS NA FRANÇA E NO BRASIL

A integração de uma sociedade altamente complexa não se efetua através de um sistema paternalista que ignora o poder comunicativo do público de cidadãos. (HABERMAS, 1997, p. 84).

No universo das rádios locais, sem fins lucrativos, é possível identificar diferentes experiências de comunicação local que surgem da ação organizada de cidadãos e segmentos da sociedade civil que se reúnem em um tipo de empreendimento comum: a associação. Desta entidade civil decorre a atividade de radiodifusão local, não comercial, com propósitos, em geral, anunciados em um projeto associativo no qual estão inscritos seus objetivos e missões. A entidade civil, apesar de ser regida pelo direito privado, se compromete em construir um canal de diálogo entre a associação e a comunidade para atender às determinações do contrato de autorização, firmado com o órgão do Executivo, que autoriza a associação a operar um serviço de radiodifusão de acordo com interesses públicos locais. Dessa relação entre associação, comunidade e Estado resulta algumas tensões entre espaço público e espaço privado as quais se refletem na forma de atuação de muitas emissoras associativas e comunitárias. Estas, em alguns casos, transitam entre interesses particulares e interesses comuns à localidade, podendo prevalecer em sua rotina tanto um quanto outro. Isso vai depender da combinação ou tensões entre lógicas de ação nesses espaços que do ponto de vista legal, tanto na França como no Brasil, são veículos de comunicação de direito privado com finalidades públicas, locais e não lucrativas. As rádios devem ser plurais, com gestão democrática, portanto descentralizada. O engajamento de pessoal nessas emissoras se dá, em geral, pelo voluntariado, já que o funcionamento dessas rádios não conta com recursos para contratação de profissionais na área de comunicação.

Em um primeiro momento as associações gestoras de mídia local se comprometem em orientar as suas ações a partir de três princípios fundamentais: democratização do acesso à rádio; pluralismo na grade de programação, em termos de crenças religiosas, tendências político-partidárias, opiniões e oferecimento de um serviço local de comunicação sem fins lucrativos. A

outorga da palavra ao cidadão remete diretamente à participação; as diferenças socioculturais, políticas refletidas na programação contemplam a diversidade e heterogeneidade marcantes nas comunidades e a autonomia em relação aos poderes locais constituídos (órgãos públicos, estabelecimentos comerciais, partidos políticos, Igrejas). Nesse sentido, essas rádios garantem certo distanciamento das práticas instrumentais e estratégicas do mundo sistêmico, nos termos definidos por Habermas. Na verdade, trata-se da proposta de edificação de um espaço comum, onde interesses diversos da comunidade sejam contemplados na prática discursiva e nos conteúdos informativos e opinativos veiculados pelas emissoras. Os princípios normativos previstos por lei e, muitas vezes, no projeto associativo das emissoras comunitárias remetem a alguns dos mais importantes pressupostos do espaço público, quais sejam: o diálogo como comunicação, publicidade (transparência), ação, autonomia, igualdade, pluralismo. No entanto, sabe-se do distanciamento entre o que está na norma e as manifestações concretas desses espaços no mundo social.

O espaço público não está restrito a abarcar apenas temas políticos, pelo contrário, cada vez mais nele se expressam atores sociais com demandas específicas que remetem ao campo da cultura e ao repertório de problemas sociais, denúncias inspiradas em indignações individuais ou coletivas, relatos de situações pessoais, os quais buscam um certo eco na publicidade que esse espaço proporciona aos mais diversos assuntos e manifestações discursivas. É um lugar de reprodução e divulgação de práticas discursivas calcadas em entretenimento, preocupações, problemas, questões sociais, culturais, políticas comuns a uma determinada população inscrita em uma faixa territorial ou pertencente a uma etnia, nação, enfim, uma formação social que compartilha características, o que as reúne em um tipo de comunidade.

Apesar de não se constituírem em tribuna pública, por excelência, para trocas argumentativas sobre concepções da vida política e cultural da localidade, as rádios locais são *locus* onde se manifestam espaços públicos efetivamente vinculados a práticas discursivas que remetem às tensões, carências sociais, críticas dirigidas ao poder público, processos de reconhecimento, músicas, diversões. Nos momentos em que os espaços públicos se configuram na rádio há uma nítida referência à solidariedade capaz de unir cidadãos, por exemplo, na ocasião de campanhas públicas de arrecadação de alimentos, remédios para cidadãos que compõem uma mesma comunidade. O espaço público também se manifesta quando no espaço comunicativo da rádio ganham visibilidade, a partir de práticas discursivas, características anômicas da sociedade,

fraturas de um ambiente social perpassado por distúrbios de socialização, reivindicação de respeito às diferenças socioculturais, desconsideração por parte do poder público em relação a demandas recorrentes que expressam problemas mal resolvidos ou não resolvidos pelo governo. Os discursos proferidos no espaço da rádio por locutores, pessoas anônimas, representantes de associações levam a um processo de formação pública da opinião entre cidadãos que acompanham os programas veiculados na rádio e/ou intervêm no espaço comunicativo da emissora por compartilharem os mesmos problemas sociais em um mesmo espaço urbano, divergindo ou comungando gostos musicais, opiniões, vontades, críticas. Os ouvintes-cidadãos se colocam em contato quando suas intervenções, em forma de denúncias, críticas, mensagens dirigidas a particulares, manifestações individuais ou coletivas são difundidas na programação da rádio e encontram alguma reciprocidade.

O espaço público específico referente a essas rádios é também lugar onde se deparam e nem sempre entram em acordo diferentes lógicas de ações referenciadas em noções de “bem comum”, definidas em cada um dos mundos sociais possíveis nos quais se inserem as pessoas que pautam suas atuações e julgamentos em processos quotidianos da vida social (BOLTANSKI e THEVÉNOT, 1991). Tais espaços podem ser identificados em associações e comunidades, nas quais se reproduzem ações do tipo instrumental e comunicativa, muitas vezes se entrecruzando entre si; o que permite o mapeamento de diferentes lógicas de ação que atuam segundo influências de um certo “mundo comum”. As noções de espaço privado, espaço social, espaço público e espaço comum e as possíveis tensões manifestas nessas esferas podem comprometer o seu funcionamento de acordo com os pressupostos do espaço público compreendidos a partir daquilo que Boltanski e Thévenot (1991) chamam de “princípio superior comum”, os quais podem informar a respeito das lógicas que motivam a ação de determinados atores em ambientes organizacionais, seja uma empresa ou uma associação civil sem fins lucrativos (a rádio comunitária). A perspectiva convencionalista da pluralidade do mundo social¹³⁰ conduz ao registro dos engajamentos das pessoas a situações e processos da vida social, assim como suas intencionalidades ao penetrar na subjetividade dos agentes, como elementos constitutivos de ações objetivas. Compreender a disponibilidade das pessoas em se engajarem a projetos pessoais e coletivos que dizem respeito ao tratamento de questões que remetem ao universo social local de

¹³⁰ Como avalia apropriadamente François Dosse, “(...) a realidade social não é uma, mas plural, e que é a partir dessa pluralidade dos mundos de ação que se articulam os processos de subjetivação.” (DOSSE, 2003, 199).

uma “comunidade” é fundamental para definição de uma grade de leitura e interpretação, calcada nos princípios de equivalência dos mundos sociais (*cités*), do universo das rádios locais pesquisadas na França e no Brasil.

A tentativa empreendida neste trabalho de realização de uma análise das rádios locais na França e no Brasil não pode se limitar ao estudo das vertentes militantes, das ideologias fundadoras dos projetos associativos e radiofônicos, do voluntariado, das ações assistencialistas colocadas em prática por algumas emissoras, das propostas de consolidação de uma comunicação democrática e participativa. Esses veículos de comunicação, criados a partir da formação de associações, são espaços de manifestações de ações orientadas por diferentes lógicas, as quais, de uma forma significativa, se relacionam diretamente tanto com o funcionamento da emissora como com o papel que ela exerce em seu meio social. Então, procurou-se levar em consideração as contradições e tensões que perpassam o espaço comunicativo da rádio local, no Nord-Pas-de-Calais e no Distrito Federal, mapeando assim os episódios de configuração de espaços públicos no interior dessas mídias.

Como demonstra a história das rádios pesquisadas, tanto aquelas que vieram do movimento de rádios livres, em particular na França, como as que surgiram de contextos de exclusão social, pobreza na periferia, no Brasil, os objetivos e projetos associativos (social, cultural) não se vinculam inteiramente às intenções dos fundadores dessas mídias. A estrutura organizacional desses meios de comunicação passa a lidar com demandas e necessidades específicas do racionalismo técnico e burocrático, adotando práticas de administração de empresas, valorizando o profissionalismo, cada vez mais se mostrando dependentes de “apoios culturais” e publicidade comercial para manter seu funcionamento. O voluntariado, como força motriz dessas emissoras, tem gradativamente diminuído ou se distanciado do engajamento militante, tornando-se cada vez mais uma forma de reconhecimento e projeção individual em sua localidade. As rádios locais para não sucumbirem aos imperativos dos recursos financeiros e técnicos se apoiam em uma competência particular: aquela do poder de transformar energias e iniciativas individuais em capacidade de ações coletivas e dirigidas ao um certo “bem comum”. A respeito das associações, como diria Laville e Sainsaulieu (1997, p. 268), “Os homens e suas maneiras de funcionar em conjunto constituem bem seu principal recurso.”. Mas, nem sempre o engajamento cívico à rádio local prevalece e se constata usos estratégicos ou instrumentais dessas emissoras em favor de propósitos sistêmicos.

No entanto, a trajetória das mídias estudadas e os processos comunicativos engendrados em seu interior e a relação dessas com seu meio social fizeram com que se configurasse nas localidades atendidas pelo serviço de radiodifusão local uma certa comunicação pública, aproximando o cidadão da sua realidade objetiva local, além da disponibilização de um espaço para exposição da palavra do público e para este se comunicar com seus concidadãos. Tanto na França como no Brasil, os próprios moradores das localidades tornam-se locutores da rádio e em algumas emissoras é pré-requisito para ingressar nesse espaço pertencer à comunidade. A história social das emissoras se construiu em torno de ações de recrutamento de voluntários, de organização, de manutenção, de formação, e de relação com seus ouvintes, a partir do qual foi se constituindo um tecido social.

Por meio da descrição das formas de surgimento, funcionamento e organização das emissoras comunitárias, será, então, possível elaborar os quadros analíticos para o estudo de casos a partir de métodos de análise de dados funcionais, estruturais das emissoras, dos tipos de engajamentos e as subjetividades que justificam as intenções e ações dos atores que fazem parte do mundo da rádio local sem fins lucrativos. Os espaços concedidos à intervenção da palavra do cidadão durante a programação, mostram diferentes dimensões da vida social e cultural local são fontes de evidências importantes para o mapeamento de manifestações de espaços públicos nessas mídias.

Importante ressaltar que as manifestações de esferas públicas nessas mídias, seja em sua grade de programação ou em seus espaços decisórios, nem sempre poderão ser observadas em toda sua concretude empírica, uma vez que algumas delas só podem ser apreendidas em sua virtualidade e aproximações em relação ao modelo clássico de espaço público. Espera-se que isso fique mais claro no decorrer da análise em curso.

O método adotado para empreender esta análise consiste em explorar a formação de dinâmicas sociais em torno de quatro eixos temáticos: Rádio como Espaço democrático-participativo; Rádio como Espaço Plural; Rádio como Espaço de comunicação sem fins lucrativos; e Rádio como Espaço de diferentes lógicas de ação.

5.1 Análise das rádios associativas estudadas na região Nord-Pas-de-Calais, França

Na região do Nord-Pas-de-Calais, na França, como exposto do item da descrição, foram estudadas em profundidade cinco rádios associativas, as quais podem ser compreendidas como veículos de comunicação com distintos perfis de atuação. A diversidade de propostas e do universo de representações culturais é a característica mais marcante desse sistema de comunicação. A designação de rádio associativa para as emissoras locais privadas sem fins lucrativos na França, decorre, como se sabe, do fato desses veículos de comunicação surgirem de projetos associativos de entidades civis, como associações e fundações sem objetivos de lucros. As mídias locais francesas, definidas nos termos legais como associativas, podem assumir distintas formas, podendo, inclusive, se tornarem rádios comunitárias, assim identificadas quando contemplam as práticas culturais, sociais de um determinado grupo étnico ou religioso, então, tem-se emissoras comunitárias mulçumanas, portuguesas, judias, católicas e assim por diante.

Para identificar com maior acuidade os tipos de rádios associativas estudadas em profundidade na região Nord-Pas-de-Calais, estabeleceu-se uma tipologia, a partir dos tipos gerais de emissoras associativas catalogados na França, como demonstrado no capítulo anterior. De início a classificação dessas rádios obedece às tendências e aos princípios do projeto radiofônico e da programação de cada uma delas. Analisou-se, então, o projeto radiofônico, a grade de programação, a linha de condução da rádio, o quadro de pessoal, as ações estruturadas desenvolvidas e os conteúdos veiculados pelas emissoras a partir do procedimento de escuta de programas, para, em seguida, atribuir às rádios estudadas as seguintes características: generalistas, comunitárias, territoriais, interculturais e generalistas a temas. Nestes tipos de rádios associativas encontradas no norte da França podemos enquadrar as mídias pesquisadas:

a) **Rádio Pacot Lambersart**: trata-se de uma rádio **generalista musical**, pois ela desenvolve um projeto de animação local conferindo um grande espaço à programação musical variada, seguindo tendências musicais contemporâneas. Mas, isto não impede que a RPL ofereça serviços à população local desenvolvendo ações culturais originais para sua audiência.

b) **Radio Pastel**: esta rádio está compreendida no quadro das **rádios comunitárias**. Pastel FM desenvolve seu projeto radiofônico em direção a uma população-alvo, os magrebinos, e, especialmente, os argelinos, procurando estabelecer uma relação direta com os ouvintes. A rádio difunde programas em idiomas da África do Norte (dialetos berberes, árabe) e também no idioma

das comunidades minoritárias de Roubaix, como polonês e turco. Essa mídia funciona antes de tudo como uma rede de comunicação entre imigrantes, seus países e suas culturas. Ela tem, igualmente, programas de debates sobre temas associados à imigração, à inserção sociocultural, ao combate ao racismo e à discriminação.

c) **Radio Rencontre**: é uma estação **intercultural** que é facilmente identificada como uma rádio de comunidades. Radio Rencontre tem um perfil muito próximo das rádios comunitárias, salvo que ela partilha o espaço radiofônico de maneira equilibrada entre as diferentes culturas presentes em Dunkerque. Esta mídia coloca em evidência temas associados ao racismo, à discriminação de minorias, evocando sempre os direitos humanos. Na Radio Rencontre se encontram diversas ações socioculturais em direção aos auditores e aos membros da associação responsável pela gestão da emissora.

d) **Radio Campus**: trata-se da rádio mais politizada da região. Campus é uma rádio **generalista temática**, isto é, uma estação que tem um projeto radiofônico multi-temático, mais com uma vocação musical. A rádio difunde músicas oriundas de diferentes culturas e das nacionalidades mais diversas. Os assuntos políticos, culturais, econômicos e as questões sociais estão constantemente em discussão nos programas da rádio. Além disso, Campus destina uma grande parte do uso da palavra a estudantes, associações, intelectuais, artistas locais e políticos.

e) **Radio Canal Sambre-Avesnois**: é uma mídia que desenvolve um papel de ferramenta de comunicação de um território, o do Vale do Sambre. Com um projeto radiofônico centrado na promoção da identidade regional, Canal Sambre é uma **rádio de território**. Esta rádio possui aspectos que lembram as mídias generalistas, mas destaca, em sua grade de programação, as diferentes culturas que fazem parte da paisagem social local. A emissora desenvolve ações socioculturais direcionadas às populações originárias de processos migratórios e programas sobre o patrimônio e a memória local, cultivando a memória dos imigrantes, dos operários e de aposentados que, em alguns espaços da programação, contam a história socioeconômica da região. A rádio tem espaços destinados à veiculação da palavra dos ouvintes-cidadãos (associações, artistas locais, antigos operários etc), sob a forma de testemunhos, relatos de percursos de vida de pessoas anônimas.

Em geral, trata-se de meios de comunicação de centros sociais, regionais e de territórios (comunitárias e generalistas) que oferecem uma programação bastante variada dando espaço aos seguintes gêneros: informação, magazine, cultura, jogos, músicas, humor, debates públicos,

política local, conselhos, entrevistas, anúncios pagos e gratuitos, entretenimento. Há uma tendência nacional, desde a década de 1980, da prevalência de conteúdos musicais, o que permite o preenchimento da grade horária. As emissões musicais são segundo Hervé Courgeon (1984) a maneira mais simples e menos onerosa de manter a frequência. Mas, a programação musical com tendências distintas é para as rádios um modo particular de valorizar a diversidade cultural marcante na paisagem social local.

De qualquer forma, pode-se dizer que majoritariamente, as emissoras associativas no Nord-Pas-de-Calais propõem um formato musical adulto, difundindo uma porcentagem elevada (50%) de canções francofonas. O formato musical generalista varia segundo os horários e os ouvintes almejados. Para algumas rádios, observa-se a predominância do acordeom, do techno, do reggae, funk, músicas da região.

As emissões consideradas interativas são consagradas a jogos apadrinhados por entidades culturais locais, associações e estabelecimentos comerciantes (bilhetes de cinema, espetáculos, brindes promocionais). A distribuição de brindes se configura em estratégia para chamar a atenção dos auditores. Essas rádios priorizam os temas relacionados à vida local. Nos programas de interesse local são veiculadas informações de serviço e de entidades do tecido associativo local.

Essas mídias associativas oferecem emissões temáticas com convidados (artistas locais, intelectuais, representantes de associações e de movimentos sociais, produtores culturais e gente anônima). A participação dos convidados está sob controle do animador, já que cada um é responsável pela sua emissão. Há ainda a difusão da chamada “entrevista documentário” que se baseia no gênero “palavra documentário” proferida por pessoas anônimas que contam a sua história de vida durante um programa específico.

A informação local é normalmente elaborada pelos animadores voluntários, como também pelos assalariados ou jornalistas, mas não podemos deixar de reconhecer que essas rádios são, sobretudo, espaços onde o amadorismo é importante. Nos programas informativos é preponderante o gênero “magazine de imprensa” e os flashes de informações, um formato comumente utilizado quando se trata de anúncios das associações. Globalmente, constata-se que essas rádios recorrem a bancos de programas (Rádio França Internacional e Échanges & Productions Radiophoniques - EPRA) para assegurar um serviço de informação nacional e internacional aos seus ouvintes.

Essas mídias apesar de adotarem estratégias comerciais para estabilidade da programação, conquistar e preservar sua audiência e manter sua estrutura, tentam preservar sua autonomia em relação ao mercado e aos poderes locais constituídos. Elas são dependentes do voluntariado como força motriz de todo trabalho realizado nas rádios, é o que lhes garante também um certo caráter amador, criativo e menos padronizado, ou seja, é um dos importantes aspectos que as diferenciam das emissoras de largo alcance.

Rádios como espaço sem fins lucrativos

Entre as cinco rádios francesas estudadas na região Nord-Pas-de-Calais, a RPL é a menos complexa e a mais frágil do ponto de vista estrutural e de suas condições de funcionamento. A Radio Pacot Lambersart apresenta uma divisão de trabalho interna simples e o pessoal é menos profissionalizado. Por outro lado, a Canal Sambre-Avesnois é aquela mais integrada a um modelo racional de gestão. Todas as rádios pesquisadas testemunharam seus limites face às restrições financeiras para manutenção do funcionamento com um mínimo de qualidade. A profissionalização das equipes é considerada como um elemento da melhoria para o desenvolvimento dos programas, para a ampliação da audiência e para o estímulo ao engajamento dos locutores ao projeto da rádio. As direções entrevistadas acreditam que a rádio profissionalizada pode ser mais facilmente objeto de subvenções públicas e privadas.

A carência de recursos financeiros e a falta de pessoal são evocadas pelos dirigentes de cada rádio como a razão principal da ausência ou pouca frequência de programas de debates ou espaços para promoção da palavra do ouvinte.

Essas rádios são elegíveis a fundos de financiamento que apóiam a expressão radiofônica, como o Fundo de Suporte à Emissão Radiofônica – FSER - criado pelo governo. Os recursos do fundo podem ser destinados à manutenção da emissora, compra e renovação de equipamentos técnicos e instalações. O FSER é mantido por uma taxa parafiscal sobre as receitas publicitárias das rádios e televisões privadas comerciais. Mas, para que as rádios locais privadas que se beneficiam de verbas publicitárias recebam a ajuda do Fundo elas devem obedecer ao dispositivo da lei 86-1067 de 30 de setembro de 1986 que limita em menos de 20% a publicidade sobre o total de receita da rádio. No entanto, a carência de recursos financeiros e a falta de pessoal são evocadas pelos dirigentes das rádios como a razão principal da ausência ou pouca frequência de programas de debates ou espaços para promoção da palavra do ouvinte. As emissoras estudadas

recorrem, basicamente, a três formas de subsistência: publicidade comercial, financiamento de projetos socioculturais pelas entidades públicas e privadas e acesso a recursos do Fundo de Apoio à Expressão Radiofônica. Em alguns casos, as emissoras se beneficiam de doações de ouvintes, recursos oriundos do tecido associativo local e de cotas pagas pelos membros das próprias associações gestoras do serviço de radiodifusão associativa. Em geral, as rádios conseguem remunerar alguns de seus locutores a partir do mecanismo público de concessão de bolsas de “emprego jovem”, uma espécie de bolsa primeiro emprego, ou através de recursos públicos destinados ao sistema associativo francês.

Rádio como espaço plural e de lutas por reconhecimento

No quadro dos projetos radiofônicos desenvolvidos pelas rádios francesas consideradas nesta pesquisa, nota-se uma grande variedade de orientações de linhas editoriais, sobretudo no que diz respeito aos projetos fundamentais, isto é, os projetos de criação das rádios. Com base nas descrições das rádios no capítulo anterior, chama-se a atenção para os aspectos descritivos em relação às ações, estruturas e ao funcionamento das rádios RPL, Rencontre, Pastel FM, Campus e Canal Sambre-Avesnois para situá-las na paisagem das mídias locais privadas sem fins lucrativos na região Nord-Pas-de-Calais onde se manifestam, em gradações diferenciadas, processos de reconhecimento. No caso das rádios francesas pesquisadas, o reconhecimento aparece estritamente relacionado às práticas discursivas e manifestações culturais que remetem à representatividade e valorização de práticas e expressões socioculturais de minorias étnicas, religiosas, nacionais que convivem na localidade onde essas rádios se encontram e para qual devem prestar um serviço de comunicação de proximidade levando em consideração a pluralidade da formação social em questão. Nesse sentido, o apelo por justiça social aparece mais atrelado mais a demandas de reconhecimento de diferenças socioculturais do que a reivindicações por redistribuição. A estima e consideração de atividades e representações culturais e, portanto, simbólicas de populações originárias de processos migratórios passa a ser um dos elementos constantes nas ações e discursos implementados pelas rádios locais, sobretudo, as emissoras com vínculos mais estreitos com comunidades de ouvintes, como no caso das rádios Rencontre, Canal Sambre Avesnois, Pastel.

Em relação especificamente, à rádio Canal Sambre, foi possível destacar nas entrevistas de membros da emissora e na escuta dos programas dirigidos a públicos específicos,

comunidades e a segmentos sociais menos privilegiados, não necessariamente de originários de imigração, uma certa acuidade ao se postular a diferença social ou cultural e reforçar a “guetorização”, a separação, abismos entre diferentes grupos sociais. Isso decorre do fato da direção da rádio operar a partir do pressuposto que as diferentes populações oriundas de diferentes etnias e nacionalidades já fazem parte da sociedade francesa, sendo por esta assimilada já que convivem em um mesmo espaço social. O trabalho da rádio é tentar aproximar e traduzir as diferenças presentes no território.

Em geral, as rádios pesquisadas apresentam o propósito de defenderem os direitos fundamentais de populações imigradas, difundirem manifestações de diferenças culturais, de crenças religiosas e de luta contra as discriminações. Algumas delas perseguem, majoritariamente, os objetivos centrados nas relações entre os membros de uma mesma comunidade ou de outras comunidades e suas relações com o país de acolhida. É a situação na qual se encontram as rádios Pastel FM e Rencontre.

A principal proposição da mídia local Pastel FM é reforçar a identidade cultural da população de origem magrebina, ainda que outras manifestações socioculturais sejam contempladas pela rádio. Mas, Pastel FM é concebida de acordo com seu projeto de mídia associativa como uma ferramenta de comunicação representativa especialmente da comunidade argelina. Como explica o diretor de programação da emissora: “A grade de programas de Pastel FM é aberta a todas as comunidades. Isto quer dizer que o slogan de Pastel FM é todas as cores da música. Todas as comunidades podem se encontrar nos programas da rádio Pastel: os magrebins, os italianos, os poloneses, os cambojanos. É aberta a todas as comunidades”. De fato, Pastel FM, assume ser uma mídia comunitária, o que pode apontar para designação de uma rádio étnica, portanto, suscetível ao fechamento em si mesma, como sugere Tourraine (1998) ao destacar o aspecto endógeno da comunidade e suas tendências à intolerância em relação ao mundo social externo. A emissora Pastel abre espaço em sua programação para manifestações culturais de populações étnicas minoritárias que se encontram na cidade de Roubaix, em especial, a comunidade argelina.

A rádio Rencontre, como exposto no capítulo anterior, nasceu de um projeto associativo de centro social, no qual o objetivo era desenvolver ações voltadas para a educação e a formação tendo como público alvo imigrantes e seus descendentes e pessoas em situação de risco. Essa estação construiu sua auto-imagem como uma ferramenta de comunicação multicultural destinada à

difusão da vida social e cultural de Dunkerque. O diretor de programação de Rencontre conta que no início das atividades da rádio, a população da cidade acusou a emissora de representar apenas as diferentes culturas e de não valorizar as práticas culturais do país onde foram acolhidos. De acordo com o diretor de programação de Rencontre,

A linha diretiva é sempre a mesma. Nós somos uma rádio intercultural. Houve uma mudança do lado qualitativo, porque no início a rádio era percebida como uma rádio de imigrantes. No início havia preconceitos oriundos da população original. Então, agora se um animador quer falar sua língua original ele pode, mas ele deve explicar tudo em francês, fazendo uma tradução. Agente deixou um espaço para as canções francesas. A rádio evoluiu sem perder sua linha de direção que é promover trocas interculturais. Para a gente é importante fazer emissões bilíngües.

O elemento intercultural é a marca dessa mídia de proximidade no seu plano de atuação, uma vez que a rádio visa às populações descendentes de processos migratórios de diferentes países (Marrocos, Argélia, Costa do Marfim, Itália, Espanha, Portugal, Alemanha, dentre outros). Não é especificado no projeto radiofônico da Rencontre que a emissora deva priorizar uma cultura ou uma origem em particular, e também não se pode dizer que na grade de programação prevaleça a expressão de uma determinada comunidade, pelo contrário, de todas as mídias associativas pesquisadas, essa emissora e a Campus FM são as que apresentam maior pluralidade em termos de contemplação de diferentes expressões culturais a partir de músicas de vários países e formatos de programas. Na Rencontre FM além de programas realizados por associações locais e emissões musicais variadas tem-se também espaços dedicados àqueles que não se sentem contemplados pelo modelo hegemônico cultural da grade mídia, ou que deseja participar de um espaço em que a comunicação e cultura veiculadas reflitam especificidades locais. Essa emissora conta com locutores, por exemplo, de diferentes origens socioculturais, desde SDF (sem domicílio fixo), mulheres da comunidade magrebina, até estudantes universitários.

Essas mídias, em geral, perseguem, prioritariamente, os objetivos de reconhecimento dessas populações em toda sua complexidade identitária e, para isso, desenvolvem projetos visando à abertura da sociedade local ou regional à diversidade cultural e ao combate das desigualdades na região. Essa última característica pode ser atribuída às rádios Canal Sambre-Avesnois e Rencontre.

A emissora Canal Sambre-Avesnois desenvolve um projeto local procurando reforçar a identidade regional junto às populações do Vale do Sambre. O objetivo central desta estação é de

tornar-se a mídia referência de sua região. Para isso, o projeto da rádio é organizado em três eixos: o desenvolvimento artístico e cultural, as ações econômicas para o desenvolvimento da região, as cooperações inter-regionais e transnacionais. O projeto da rádio prevê a consideração da memória operária da região e do patrimônio cultural, econômico e social do Vale do Sambre, destacando a expressão sociocultural das populações oriundas dos processos de imigração. A emissora Canal Sambre, no entanto, rejeita a designação de rádio comunitária porque segundo sua diretora geral a rádio tem um projeto de abarcar o território, sem privilegiar nenhuma cultura específica. A pluralidade nesse espaço radiofônico é desejada desde que dentro das normas internas da diretoria que não permite o “abuso da liberdade de expressão”. A emissora transita entre ser um meio de comunicação da coletividade local, que é perpassada por importantes populações de imigrantes, e não favorecer a segmentação da região a partir de diferentes comunidades. A linha diretriz da emissora é promover a integração de imigrantes e outras minorias à sociedade francesa sem negligenciar suas especificidades e práticas culturais, mas essa pretensão da rádio encontra importantes resistências por parte de diferentes grupos de imigrantes. Segundo a diretora geral de Canal Sambre FM:

Há pessoas que dizem que nós somos uma rádio hegemônica, porque nós somos a única rádio de território. E nós não queríamos ser, mas, de fato, nós cumprimos nossa missão e as pessoas não têm compreendido. Notadamente, os clãs imigrados quiseram dar seu ponto de vista sobre a atualidade internacional [ela fala dos conflitos entre oriente e ocidente, sobretudo, islamismo e terrorismo]. Na Tunísia eles não podem fazer isso. Então, eles trabalham [alguns tunisianos] para me desestabilizar porque lá eles passam por uma espécie de filtro e não podem se apropriar de um instrumento de comunicação. Isso desgosta muita gente. Entre a população de imigrantes temos várias pessoas que respeitam nossas regras do jogo. Aqueles que não respeitam devem se retirar porque eu não posso ser um instrumento de ideologia. Eu perderia minha credibilidade junto ao público. Eu tomei a decisão que seria preciso que essas pessoas que não respeitam as regras pudessem se exprimir e compreender que são sectárias em um quadro que eu organizarei [ela fala de espaços criados na grade da rádio para publicização da fala do cidadão comum]. Então, eu sou muito atenta em relação à população de imigrantes. Eu a defendi contra tendências que queriam desmobilizá-la no espaço público. Nós trabalhamos pela valorização da população imigrada. Os atos reais de lutas contra as discriminações não são criados pelo Estado. Há uma incoerência e uma ambivalência do Estado francês.

A missão assumida por Canal Sambre em atuar como mídia de território traduz-se na pretensão de seus dirigentes em legitimar a rádio como porta-voz da região do Sambre, uma

espécie de espelho das populações que habitam nesse território. Na verdade, um espaço de visibilidade de uma suposta “identidade territorial” reforçada na programação da emissora, sobretudo, na difusão de discursos sobre identidades culturais que convivem em uma mesma região. Ao publicizar a vida social do Vale do Sambre, assumindo o papel de rádio de território, a emissora se depara com resistências de segmentos da população que não se identificam com a programação da emissora, conforme os depoimentos da diretora de Canal Sambre e relatos do desempenho da emissora depositados no CTR Lille. A Canal Sambre FM tem como grande desafio apreender as especificidades históricas, econômicas, sociais e culturais do território do Sambre para refleti-las em sua performance comunicacional. Na verdade, a aspiração de ser uma “mídia espelho”, nos termos de Fourdin e Poinclou (2000), da localidade atendida pelo serviço associativo de comunicação foi depreendida da prática discursiva de todas as rádios pesquisadas, mas inegavelmente, tal ambição é mais cadente nos desígnios de mídia de território de Canal Sambre FM. Uma rádio associativa como espelho da localidade remete à condição de mídia que reflete a diversidade em termos ideológicos, culturais, sociais, políticos, confessionais das populações inscritas em uma mesma faixa territorial ou correspondentes a comunidades.

Tanto na análise de relatórios de atividades das rádios, como nas entrevistas com locutores e diretores, fica patente que as emissoras que de uma forma ou outra apresentam vínculos com comunidades étnicas, como Rencontre, Pastel e Canal Sambre, há reações contrárias a esses laços por parte de segmentos da sociedade francesa que reclamam maior inserção de suas expressões culturais na grade de programação dessas mídias. Essas emissoras são espaços de tensões de lutas sociais, denúncias, reivindicações o que chama a atenção dos poderes locais e de representações de diferentes interesses particulares ou de coletividades. Na verdade, elas se aproximam daquilo que Cefaï (2002) vai designar como arenas sociais e ao mesmo se aproximam da configuração de espaços públicos que sediarem a manifestação de diversidades culturais e, em certa medida, opinativas e o trânsito de diferentes atores sociais nesses espaços.

As emissoras RPL e Campus por apresentarem um formato mais generalista, são rádios menos envolvidas com conflitos socioculturais. Entretanto, pode-se dizer que nenhuma dessas duas rádios é indiferente às tensões sociais e culturais que perpassam o cotidiano das localidades onde estão implantadas. A Campus FM mais do que a RPL abre espaços de expressão aos imigrantes e a suas culturas, mas as emissões não se dirigem às populações de imigrantes como

prioridade. Mas estas, como outras, no contexto de determinados programas, clamam pelos direitos humanos e pelo respeito às diferenças culturais. Os princípios da democracia republicana assim como os direitos cívicos são também objeto dos programas desenvolvidos por estas rádios, como as emissões que se dedicam à discussão de temas de interesse público referenciados nos direitos humanos, na crítica social, como o programa **Voix de l'Amérique Latine** veiculado pela rádio Campus.

A rádio Campus é bastante vinculada ao seu projeto original de criação, o qual prevê uma “rádio livre”. Essa mídia mantém espaços destinados às emissões políticas e socioculturais que retratam a vida dos estudantes universitários no campus e seus dilemas como estrangeiros e das condições de vida de refugiados políticos, os *sans papiers* (em português, os sem documentos). É também a rádio que mais apresenta emissões produzidas e protagonizadas por associações locais. Outro aspecto interessante é que os estudantes universitários formam a força do voluntariado da emissora, logo eles se tornam locutores e com diferentes acentos realizam diferentes formatos de emissões (opinativas, informativas, musicais ou mistas), inclusive algumas pautadas em particularidades da sua cultura de origem. De acordo com um dos locutores da emissora, Louis Abanda, um estudante de Camarões: “Como a rádio Campus tem um lado político muito acentuado, com emissões que tratam de muitos temas polêmicos, eu escolhi fazer uma emissão musical, mais cultural, com entrevistas. Sempre recebo estudantes estrangeiros para falar de seus países, de seus hábitos culturais”.

De uma maneira geral, as questões relacionadas a processos migratórios transversalizam a programação das emissoras estudadas, assim como temas vinculados a eventos disruptivos que decorrem, comumente, da exclusão social, do desemprego, da discriminação, da desconsideração¹³¹. O tratamento dos dilemas vividos por populações de diferentes origens étnicas e nacionais depende da inserção das rádios em comunidades estrangeiras ou em uma determinada localidade. Isso é associado também às linhas mestras do projeto radiofônico, à capacidade de produzir uma oferta específica de um serviço de comunicação e à abordagem mais

¹³¹ Em uma leitura antropológica do fenômeno da desconsideração Roberto Cardoso de Oliveira (2006) argumenta que a falta de consideração à pessoa em toda sua singularidade ou identidade cultural ou étnica aponta para ausência de reconhecimento, “uma necessidade humana vital”. Essa desconsideração é recorrente em sociedades hospedeiras onde minorias étnicas são submetidas a todo tempo a padrões culturais hegemônicos referentes à sociedade que recebe o “estrangeiro”.

ou menos política das questões colocadas ao vivo e desenvolvidas no espaço comunicacional da rádio.

A pluralidade como um dos mais significativos pressupostos tanto da democracia quanto do espaço público, do espaço comum, aparece, no caso das emissoras francesas, vinculada à concessão de espaços na grade de programação das emissoras para manifestação da diversidade sociocultural local. Trata-se da visibilidade de expressões de populações tanto de origem franco-francesa como aquelas oriundas de processos migratórios. O pluralismo não é apenas identificado na publicidade de opiniões divergentes sobre temas de interesse geral, mas na disponibilização de espaços para aparição de culturas minoritárias, de manifestações que apontam para o caráter híbrido e complexidade cultural¹³² do Estado-nação francês (HALL, 2000; CANCLINI, 2006). É certo que os espaços outorgados à expressão cultural das minorias étnicas, de acordo com a lei francesa para radiodifusão, faz uma concessão limitada para veiculação de músicas estrangeiras, além das restrições impostas pela própria sociedade à locução em línguas nativas dos imigrantes. Mas, as convenções legais e sociais que regulam as atividades das emissoras associativas envolvidas com projetos de integração cultural ou comunitários não impedem que diferentes atores sociais emergentes de diferentes populações executem em suas emissões músicas e discursos que refletem insatisfações, anseios, temas polêmicos que dizem respeito ao mundo da vida das localidades periféricas onde se encontram quatro das cinco rádios pesquisadas. Trata-se da configuração de espaços políticos para ações e práticas discursivas de pessoas anônimas, os quais, não obstante, correm o risco de serem alvos de críticas e rejeição por parte de diferentes comunidades e outros ouvintes. A esse respeito Canal Sambre, Rencontre e Pastel FM já sofreram acusações¹³³ de atores sociais da sua zona de cobertura por terem privilegiado, demasiadamente, em alguns programas, identidades étnicas e nacionais específicas em detrimento de outras que convivem na mesma região. Um dos registros mais significativos sobre

¹³² O termo hibridização utilizado neste trabalho remete à noção de não homogeneidade das sociedades modernas e sincretismo cultural de Stuart Hall (2000) e se pauta também nas acepções desenvolvidas por Nestor Canclini (2006) de complexidade cultural e de diversidade de lógicas de desenvolvimento aplicada aos seus estudos sobre “culturas híbridas” em países latino-americanos. A hibridização nos dois autores remete a um fenômeno da modernidade que não se processa recentemente, mas remonta à formação das sociedades modernas e se dá antes mesmo do surgimento do Estado-nação, mas que se intensifica na atualidade.

¹³³ Refere-se aqui a cartas, comunicados, em tom de reclamações, redigidos por representantes de associações e pessoas físicas, dirigidos ao CTR de Lille que trazem críticas às atuações das mídias estudadas na região Nord-Pas-de-Calais. Esses documentos foram analisados pela pesquisadora.

afirmação de identidade étnica e de diferenciação cultural em relação a outras identidades culturais que compõem localidades onde as rádios estão implantadas está na fala de um dos locutores entrevistados da emissora comunitária Pastel FM, segundo ele: “Eu não sou árabe, nem magrebino, aliás, eu não sou nem algeriano. Eu sou kabyle [povo berbere que habita o leste da Algéria]. Temos nossa própria língua e cultura, tão distinta do árabe quanto o francês é do português, embora tenham raízes no latim. Você não pode nos confundir com os árabes”. Em outras palavras, o que o animador kabyle ressalta é que não se pode reduzir todas as populações do Norte da África ao mesmo denominador comum, em uma mesma comunidade, a dos “magrebinos”, já que se trata de um sistema social altamente segmentado em etnias.

Nas rádios estudadas, as demandas por reconhecimento têm três características fundamentais manifestas na veiculação de referências culturais, como músicas, poesia, literatura e na discursividade de distintos atores sociais, oriundos de mundos sociais e identidades nacionais e étnicas diversas: um forte apelo simbólico que relaciona direitos fundamentais e consideração das diferenças sociais e culturais; exposição de denúncias que vinculam mazelas sociais e estímulo à solidariedade e mediatização tanto de diferenças socioculturais e peculiaridades de diferentes populações como da imagem de pessoas anônimas que passam a ser reconhecidas em sua localidade, não apenas pela sua identidade cultural, mas também individual. Neste sentido, nos termos Honneth (2003), o reconhecimento aparece ligado à publicização do próprio indivíduo (a partir da esfera privada até à exposição pública na vida social, na cena social) redundando na busca de consideração e pertencimento a uma vitrine social, isso é bastante patente no caso dos locutores que se tornam atores culturais em sua localidade, como Dj’s envolvidos com a organização de eventos culturais locais.

Rádios como espaço de diferentes lógicas de ação

Falar da pluralidade de lógicas de ação que caracteriza o mundo social das rádios estudadas significa se remeter às justificativas de engajamentos de locutores e diretores a esse espaço social onde se configuram contextos de espaços públicos. Buscou-se, então, não somente nas entrevistas episódicas como na análise documental e nas escutas das emissoras concernidas neste estudo, as evidências para se sustentar que nas rádios associativas francesas, a despeito de seu comprometimento com interesses sistêmicos, se manifestam episódios de práticas intersubjetivas de comunicação próprias à *cit*é cívica, na perspectiva rousseuariana de vínculos

sociais mediados pelo bem coletivo (vontade geral) retomada por Boltanski e Thevénot (1991) em sua formulação sobre a construção de acordos em favor de uma coletividade. Essas rádios são esferas comunicativas onde ganham visibilidade as tensões que transversalizam o mundo social dos diferentes segmentos que compõem o universo plural da sociedade onde estão localizadas. Não se refere aqui apenas às emissoras comunitárias onde a busca por reconhecimento e afirmação de direitos culturais e outros direitos fundamentais integram constantemente práticas discursivas veiculadas nesse tipo de rádio associativa, mas aponta-se também para as mídias identificadas como generalistas, aquelas que demonstram mais proximidade com o modelo de rádios de largo alcance. Essas não deixam de publicizar os eventos sociais que apontam para rupturas de laços solidários, conflitos, denúncias de toda ordem, não somente oriundas de “comunidades”. São, em verdade, arenas de exposição do cotidiano local e cada uma delas definem, em seus projetos associativos ou radiofônicos, quais tipos de eventos, discursos e atores sociais que terão, prioritariamente, acesso a esse lugar de visibilidade.

A lógica de funcionamento de uma rádio associativa não obedece somente às convenções impostas pelo poder público, mas, também as suas regras e princípios superiores que regem aquele mundo social, orientando as ações difusas de seus “actantes” (BOLTANSKI; THEVENOT, 1991; BLANCHET e GOTMAN, 1992). Tanto as rádios generalistas como aquelas mais comprometidas com ideais do movimento de rádios livres são palcos de combinações e choques entre ações e convenções, pois os atores são livres para agir nesses espaços e aderem com mais ou menos assiduidade aos princípios, valores e normas adotados pela emissora, sendo que em algumas ocasiões os acordos que possam remeter ao interesse comum resultam de processos *effrayés* (em português, atritos). A situação de choques entre lógicas de ação decorre quando os actantes, no caso das rádios locais, entram em desacordo em relação aos propósitos normativos da mídia (o interesse público) e das suas intenções (práticas proselitistas, obtenção de lucros). De forma geral, as rádios associativas oscilam entre ações cívica e militante, que remontam ao movimento de base das rádios livres, e práticas próprias ao mundo empresarial, como a adoção de estratégias comerciais para atrair investimentos em projetos radiofônicos e remuneração de membros permanentes da emissora. De todas as rádios associativas pesquisadas a Canal Sambre é aquela que mais se depara com o dilema civismo/mercado até pela sua pretensão, já mencionada, de mídia espelho do território de Sambre Avesnois.

Na verdade, a presença de lógicas, a princípio, antagônicas de ação na condução da rádio refere-se a práticas e usos contraditórios do espaço comunicativo da emissora associativa experimentadas, com mais ou menos regularidade e intensidade, pelo conjunto dessas mídias. A rádio Campus tem como princípios fundadores: a liberdade de expressão e a promoção dos direitos do homem. A emissora visa, sobretudo, a audiência dos estudantes, funcionários, professores e pesquisadores das universidades de Lille I, II e III e não admite publicidade comercial em sua grade de programação. Isto, de certa forma, equivale a dizer que a coordenação da emissora pretende preservar o “espírito de liberdade” como marca da rádio desde seu início, como rádio livre, e evitar intervenções do mundo empresarial no funcionamento e atuação da emissora. “A rádio foi criada por estudantes universitários e guarda o espírito de rádio livre até hoje”, diz o diretor de programação da emissora. O percurso da Campus FM está pautado na busca do ativismo cívico, da criatividade e da concessão do direito à fala a atores sociais, mas também a pessoas que se pronunciam a partir de suas opiniões e referências culturais e identitárias. É importante, então, ressaltar que essa emissora admite, como nenhuma outra em sua região, enquanto comunicadores, estudantes oriundos de diferentes universos culturais e segmentos sociais, os quais falam a partir da sua própria singularidade nesse universo plural que é a rádio Campus. Conforme observado, o engajamento dos locutores a essa emissora se dá pela oportunidade de criação de emissões que refletem suas preferências e gostos, qualidades que remetem às *cités* inspiracional e opinativa, ou pela possibilidade de pertencimento a uma causa, a um projeto coletivo, o que se configura em ação cívica. Um dos locutores entrevistados, Fernando Sanchez, de origem chilena, declara que está na rádio Campus para falar em nome da associação Cordillera, da qual é membro. O seu engajamento se deve ao propósito de divulgar atualidades políticas e culturais da América Latina. Seu programa pode ser caracterizado como espaço de discussões de temas polêmicos como imigração e direitos humanos e publicização de chamamentos públicos para mobilizações sociais locais promovidas por entidades civis. A emissora tem, prioritariamente, como público alvo populações de imigrantes latino-americanos. O estudante de ciências políticas, Louis Abanda, camaronês, declara seu envolvimento com a Campus FM se deu pela oportunidade de desenvolver um programa desenhado por ele, de colocar em prática o que aprendeu no curso de jornalismo e contribuir para o projeto de uma emissora universitária. “Eu não falo de política, religião ou economia na minha emissão. Eu gosto de divulgar costumes, hábitos e perfis de diferentes países e culturas. Meu programa não tem

público certo”, explica o estudante. A emissão apresentada pelo estudante africano é uma agenda cultural da cidade de Lille, um espaço de visibilidade de paisagens culturais distintas, que, de certa forma, são representadas na diversidade de origens e culturas dos alunos da Universidade de Lille.

A rádio Rencontre, assim como a Campus FM, não admite publicidade comercial na sua grade de programação, mas, no entanto, a emissora conta com uma gestão profissionalizada e estrutura organizacional bem próxima das rádios comerciais. O surgimento da Rencontre está atrelado ao projeto associativo de criação de um setor de comunicação na associação que desenvolve outras atividades, além da comunicação local. A Rencontre FM é uma emissora que nasce de uma iniciativa de promoção de formação, integração e aproximação das diferentes culturas representadas na cidade de Dunkerque. “Trata-se de uma associação criada e dirigida por pessoas oriundas de imigração que criaram empregos na região”, afirma o diretor de programação da emissora, Daouda, originário da Costa do Marfim. Ele declara que seu engajamento à rádio se deu pela oportunidade de trabalho remunerado e empatia ao projeto “intercultural” de Rencontre FM, fundamentalmente focado na promoção de educação, formação e comunicação para pessoas “desfavorecidas”. “Como responsável pela rádio, eu sei que a linha diretriz da associação é o combate à discriminação, favorecer as trocas culturais. Então, na programação da rádio a gente deve se dar conta disso”, diz o diretor de programação. Nessa emissora, onde a maior parte dos locutores são voluntários, de acordo com comunicadores entrevistados a adesão à rádio se dá pela difusão de representações da sua cultura, sobretudo, a veiculação de músicas típicas de vários países e regiões da França, pelo pertencimento a um projeto coletivo ou pelo exercício da prática de locução, há alunos de cursos universitários que fazem estágios na emissora. “Essa rádio permite a felicidade de participar e de se encontrar com pessoas de todas as nacionalidades, culturas e religiões”, justifica o italiano Michel Devietro, voluntário da Rencontre.

A emissora Canal Sambre tem um projeto de território e se aproxima também do objetivo de Rencontre FM de promover a interculturalidade na região, mas como se trata de uma rádio que tem na publicidade comercial uma fonte de receita importante para manutenção de suas atividades, Canal Sambre tenta conciliar criatividade, autonomia, interesse público e racionalidade empresarial. Nesse sentido, a diretora geral da emissora, Francine Auger, tunisiana, coordena um projeto de comunicação territorial em uma região marcada pelo desemprego e por importantes ondas de imigração, sobretudo de populações magrebina, sem se vincular à

segmentação de populações por comunidades. A direção dessa rádio, assim como seus locutores rejeitam a designação de mídia comunitária, no entanto, a rádio apresenta vários programas que retratam a vida social de pessoas em situação de risco (desemprego, pobreza) na qual se encontram, majoritariamente, os imigrantes e seus descendentes. “Gostaria de mencionar dois princípios importantes que orientam as ações da Canal Sambre: o papel da criação artística no desenvolvimento das sociedades e a expressão direta das populações no espaço público afim de fazê-las se reconhecer como ator das mutações dos territórios [a diretora menciona aqui o fato da rádio ter três antenas implantadas em três diferentes cidades da região]”. Nesse sentido pode-se dizer que Canal Sambre estabelece relação com a *cité* inspiracional ao implementar o quadro de criações radiofônicas, como a emissão **Femmes & Quartiers**¹³⁴. Este produto, baseado na criatividade e originalidade de alguns membros da emissora (voluntários e assalariados), a cada ano apresenta uma iniciativa nova de caráter sociocultural em direção ao público de mulheres habitantes da região do Sambre, a maioria de origem imigrante. O objetivo é tirar essas mulheres do isolamento cultural ou social para integrá-las em uma atividade comunicativa onde elas são as protagonistas da cena pública.

A emissora funciona como uma empresa de comunicação, mas mantém suas especificidades como mídia associativa pela disponibilização de espaços em sua grade de programação à palavra do cidadão, das associações locais. Nas emissões musicais percebe-se uma grande variedade de estilos musicais de diferentes países representados. No entanto, o mais interessante nessa rádio é a conciliação entre criatividade artística e padronização de alguns programas, como uma forma de “comunicar” ao público da região e aos anunciantes que não se trata de um serviço amador de comunicação territorial. A diretora da rádio, apesar de ser assalariada, declara que seu engajamento à emissora se dá pela oportunidade de desenvolver um projeto cultural e político que tem como missão defender a integração das diferentes culturas locais sem ocultar suas diferenças. Canal Sambre se traduz em um espaço significativo de visibilidade de dramas pessoais, denúncias individuais e coletivas, exposição da diversidade cultural da região, mas sua gestão empresarial acaba por estabelecer parâmetros de

¹³⁴ No ano de 2006, a emissão **Femmes et Quartiers** realizou programas baseados em narrativas de contos sobre mitos de origem referenciados no Egito Antigo. O programa resulta de oficinas de leituras, redação e recital de contos referentes a temas sobre o nascimento do mundo, das culturas. A cada ano uma cultura é estudada e discutida. A edição de 2006 contou também com a visita de mulheres da região do Sambre ao museu do Louvre em Paris, com o fim de visitar a exposição permanente de relíquias do Egito Antigo para ilustrar as narrativas pessoais de cada uma das participantes desse projeto.

operacionalidade desse espaço que se choca com a sua própria pretensão de ser um espaço público para expressão de diferentes grupos ou segmentos da sociedade concernida. Ao estabelecer regras convencionadas pela instância administrativa da rádio para institucionalização da emissora como espaço de publicidade da palavra do cidadão, de questões sociais, da diversidade cultural, anúncios do comércio local, o funcionamento desse espaço tornou-se burocratizado em favor de uma racionalidade teleológica, com pouca abertura para liberdade discursiva e autonomia dos atores sociais locais intervirem em sua operação.

As pessoas engajadas à rádio Canal Sambre-Avesnois assumem as seguintes atividades: direção, serviço administrativo, jornalismo temático, jornalismo eventual, locução, direção de programas e manutenção técnica. O engajamento de locutores à mídia se dá pelo envolvimento com o projeto de território da rádio, prática da atividade de locução, pertencimento a um projeto coletivo, pela remuneração aliada à empatia com o projeto da emissora. Para locutora, Catherine Faucheux, jornalista e assalariada, o mais marcante na emissora Canal Sambre é a preservação de um “espírito militante” enquanto uma rádio associativa. “A palavra do habitante da região é o mais importante para compor as emissões que são narradas. Eu tento promover o trabalho de associações da região que partilham dos mesmos valores que Canal Sambre”, diz a radialista. De acordo com Séverin Van Gastel, voluntário, estudante de direito, de descendência holandesa, seu envolvimento na rádio se deu pela vontade de fazer parte de um projeto cultural voltado para as especificidades da região, como também pela oportunidade de compartilhar com os “outros” seu gosto musical, o rock.

Na verdade, trata-se de uma rádio atípica na paisagem das rádios associativas da região Nord-Pas-de-Calais, pois a Canal Sambre FM apresenta uma organização composta, em sua maioria, por profissionais (jornalistas e técnicos). Em um primeiro olhar, considerando sua organização interna, da qualidade de seus meios técnicos, da profissionalização do seu pessoal, da quantidade de projetos em andamento, de seu orçamento substancial, poder-se-ia considerá-la uma rádio comercial ou pública. Para justificar a valorização da profissionalização pela emissora, a diretora geral de Canal Sambre explica:

Existem rádios onde você pode encontrar apenas voluntários. Mas você se dirigiu a uma rádio pouco comum enquanto rádio associativa. Nós temos mais assalariados. Nosso projeto é de um território. A rádio é um meio de expressão. A rádio conta com 19 assalariados, dos quais sete são jornalistas com a carteira profissional, colocando em prática uma política de serviço público que se opõem

a toda tentativa de instrumentalização da mídia a serviço de uma força política ou de outra. O profissionalismo, no nosso caso, é a garantia da preservação de nossa linha editorial.

A racionalidade administrativa implementada pela direção da rádio em seu modelo de gestão, assim como a preocupação em manter pessoal com formação em comunicação é vinculada a condições de resistência a influências na performance da rádio de poderes constituídos. Mas, considerando os objetivos e os conteúdos de seus projetos culturais, econômicos e sociais, constata-se que se trata de uma rádio local privada que se aproxima de um modelo empreendedor, adotado, em geral, pelas mídias comerciais, para colocar em curso um projeto de ferramenta de comunicação associativa territorial.

No caso da rádio Pastel FM, pode-se dizer que essa emissora comunitária, motivada pelo interesse em divulgar e valorizar a cultura magrebina, em especial, a comunidade algeriana na cidade de Roubaix. Apesar de ser uma mídia destinada a uma população visada, Pastel FM veicula conteúdos que remetem à representação de diferentes “comunidades” que convivem nessa região¹³⁵. A diretoria da rádio a identifica como uma mídia generalista porque se declara aberta a “todas as cores” da localidade, isto é, a emissora tem interesse em veicular programas que representem a diversidade cultural de Roubaix, no entanto, ao observar a programação e composição do quadro associativo que forma a rádio, é possível depreender o destaque dado tanto pela associação como pela emissora aos eventos protagonizados por membros da “comunidade” algeriana.

Trata-se de uma emissora que conta apenas com voluntários para realizar a programação. Apesar de regras de funcionamento e para regular a convivência entre diretoria e locutores, não se pode dizer que Pastel FM é uma emissora que conta com uma gestão efetivamente empresarial, como Canal Sambre. O engajamento do diretor entrevistado, Jérôme Vauban, de origem algeriana, à mídia se dá inicialmente pelo seu vínculo com a associação e em seguida, como parte de suas funções na entidade, ele se tornou diretor de programação e animador de Pastel FM como voluntário. O diretor explica que entre todos os setores da rádio, ele se ocupa da programação e de tudo que diz respeito aos “assuntos europeus”, “há quem se ocupe do que diz respeito aos Estados Unidos e ao Maghreb”. A emissora tem uma forte inserção no universo

¹³⁵ Na cidade de Roubaix, além da rádio comunitária Pastel FM, dedicada, prioritariamente, à veiculação de eventos e fatos que remetem à comunidade algeriana, há uma outra emissora desse tipo, rádio Triumpho, uma emissora a serviço da comunidade portuguesa em Roubaix. Esta rádio, no entanto, foi lacrada pelo CSA, em 2005, porque excedeu a cota máxima de veiculação de publicidade comercial determinada por lei.

social e cultural magrebino em sua região, isso é notável pelo grande número de comerciantes locais de origem norte-africana que anuncia na emissora e pela quantidade de emissões realizada por membros da comunidade magrebina. A rádio veicula debates sobre temas polêmicos que concernem à vida social e política local, como a situação de imigrantes ainda não reconhecidos como cidadãos franceses; há sempre nas emissões narradas um forte apelo aos direitos humanos. Discute-se com certa periodicidade, em algumas emissões menos musicais, precarização de condições sociais de segmentos da comunidade, como de jovens e adultos, pessoas que se tornaram alcoólatras diante de suas carências; fala-se muito do desprezo social com o “outro” diferente, a alteridade do habitante de Roubaix, sobretudo os desempregados e imigrantes marginalizados. A emissora veicula um programa musical de variedades, com entrevistas e informes locais, aos domingos, o qual se tornou canal de comunicação entre presidiários de origem magrebina, encarcerados em um presídio na região, e suas famílias. Os ouvintes falam diretamente com seus amigos e parentes através da emissão. “Pessoas falam com seus filhos que estão presos, mandam mensagens, recados, sobretudo, aqueles que não sabem escrever em francês e não podem escrever cartas para seus filhos que conhecem o idioma de seus pais apenas a nível oral”, comenta o apresentador do programa.

Um período interessante para observar o vínculo entre a emissora e a população magrebina é a época do Ramadã, quando a rádio veicula emissões específicas para abordar o significado dessa prática cultural que caracteriza o universo religioso do Islã. Há, por exemplo, esclarecimentos sobre a importância de o muçulmano praticante aderir ao Ramadã. “A gente faz emissões externas. Durante o Ramadã a gente é ouvido por 80 000 ouvintes. No ano, é o mês que é mais movimentado na rádio porque isso une as pessoas que fazem o Ramadã”, explica Farouk, locutor da Pastel FM, voluntário, de origem magrebina. “O objetivo da rádio Pastel não é outro que o de ser uma rádio comunitária”, admite o comunicador.

O engajamento dos locutores à Pastel FM está calcado no interesse em desenvolver uma emissão original, criada pelo animador, adesão ao projeto cultural da associação, visibilidade e reconhecimento da comunidade a qual pertence, participação em uma iniciativa coletiva que presta um serviço público à população, compartilhamento de gostos e opiniões individuais com demais cidadãos. “Eu estou na Pastel FM porque gosto de música e sobretudo ritmos caribenhos. Eu amo música latina-americana, principalmente cubana”, comenta Jean Nguyen, de origem franco-vietnamita, locutor voluntário.

Pode-se dizer que rádio Pastel é um espaço de visibilidade de diferentes “cores” e de tensões sociais que perpassam a sociedade da região. Como é patente em várias emissões, as rupturas sociais, a busca de solidariedade e reconhecimento de populações originárias de processos migratórios, difusão dos ensinamentos do Islamismo, formam a base discursiva veiculada por essa emissora. A Pastel FM opera, efetivamente, como mídia comunitária, no sentido de pertencimento étnico a uma nação, pretendendo o fortalecimento da identidade cultural dos descendentes das nações do Magreb. A emissora age a partir do princípio superior comum da valorização das culturas dos norte-africanos, em especial, da Algéria, cedendo um espaço importante para expressões culturais de outras origens, no entanto, a ênfase é dada ao universo político, econômico e social dos norte-africanos que vivem na região Nord-Pas-de-Calais. No funcionamento da rádio é possível perceber vínculos domésticos que se estabelecem entre membros da diretoria da emissora e a figura do presidente, “patrono”, fundador da Pastel FM, sempre apontado como personalidade de referência da comunidade algeriana em Roubaix. A relação hierárquica, nesse caso, aparece de forma bastante acentuada, quando diretores e locutores se reconhecem submetidos às orientações da presidência.

Distinta das demais emissoras que em graus diferenciados apresentam vínculos com comunidades ou origens culturais diferentes, a rádio Pacot Lambersart surgiu como instrumento de comunicação de um centro social na região de Lille Metrópole. De acordo com seu projeto de cria o, essa média se volta prioritariamente para um público desfavorecido, que habita um bairro problemático de Lambersart: o Pacot-Vendracq. A rádio não visa particularmente popula es imigradas, ainda que desenvolva projetos socioculturais voltados para jovens descendentes de imigrantes que são considerados desfavorecidos ou em situa o de risco (como jovens envolvidos com drogas, desempregados). “O objetivo da rádio   acolher um público de animadores. A gente não tem nenhuma sele o. A gente   muito aberta também em termos de idade, também em termos de origem”, diz o dirigente da emissora, Jean-Marie Chauollet, de origem francesa, aposentado, atua como presidente da rádio como voluntário.

Apesar de adotar um modelo generalista, com grande ênfase na programa o musical, a RPL apresenta uma programa o que contempla a divulga o de atividades e a es empreendidas pelas associa es locais e veicula informes sobre a vida política e social da localidade, mas não   uma rádio associativa que se destaque pelo espaço dado   palavra do cidadão, como as demais emissoras estudadas. Entretanto, a RPL realiza projetos de inclusão de

ouvintes-cidadãos no espaço comunicativo da emissora, como a veiculação de emissões feitas por estudantes a partir de suas escolas e programas realizados por jovens carentes das proximidades, sobretudo, pessoas saídas de imigração que falam dos desafios para sua integração à sociedade francesa, são as “emissões testemunhos”. Nos termos de Chaoullet,

Nossa preocupação é exercer o papel de acolher e integrar todos os públicos. A gente conduz projetos com o Plano Local de Inserção, PLI, em Roubaix. É um grupo de jovens que tem dificuldades pelo contato que tiveram com o crime. Então, a gente utiliza o instrumento de comunicação para lhes permitir testemunhar e se apropriar do meio pela palavra. Ou seja, ao tratar de sua dificuldade de escrever eles podem dizer como eles poderiam fazer para aprender. Já existem analfabetos na região. Isso começa a acontecer.

A rádio também é espaço de *bricolage* no que se refere à prática da comunicação, a emissora se apóia na força do voluntariado, sobretudo, estagiários, estudantes universitários que se dirigem à rádio em busca de profissionalização e engajamento a um projeto social coletivo. “Eu estou na RPL pelo fato da rádio não ser comercial e permitir uma liberdade de expressão que nas outras rádios a gente não tem”, declara Sylvain Cateau, animador voluntário em vias de contratação. Fazem parte também da RPL locutores cujo engajamento à emissora se deve à oportunidade do exercício de uma atividade remunerada ou pela possibilidade de integração social pelo convívio com outros comunicadores, por exemplo, a rádio admitiu como animador um morador da cidade deficiente visual. “Todas essas pessoas são qualificadas e têm competência para exercer suas atividades”, comenta o presidente da rádio.

A emissora não veicula publicidade comercial, isso faz parte da política de comunicação implementada pela diretoria da RPL que rejeita comparações com a mídia de largo alcance. A rádio tem seu funcionamento atrelado ao centro social que, na verdade, é a entidade autorizada a explorar o serviço de radiodifusão associativa. O interesse da emissora é atender às demandas de divulgação de informações do centro social e da população local. Trata-se de uma emissora onde a profissionalização é associada à qualidade de prestação de serviço de informações de interesse público, mas não se pode afirmar que a RPL tenha uma gestão empresarial nos termos de Canal Sambre ou Rencontre.

Entre as cinco rádios associativas pesquisadas, quatro, a saber Radio Rencontre, Radio Pastel FM, Radio Campus e Radio Canal Sambre-Avesnois, são objeto de subvenções concedidas pelo FASILD. Essas mídias foram escolhidas pelo organismo para receberem apoio financeiro

porque foram identificadas como entidades sem fins lucrativos que desenvolvem projetos e iniciativas de luta contra a discriminação e o racismo em relação às populações imigradas. A rádio Pacot Lambersart nunca solicitou subvenções ao FASILD. Entretanto, mesmo que esta estação não seja voltada especificamente às populações imigradas, ela desenvolve projetos de inserção sociocultural, como demonstrado no capítulo das descrições.

De acordo com as entrevistas realizadas junto aos diretores de cada rádio e da análise dos relatórios de atividade e do perfil profissional das emissoras, pode-se dizer que as rádios RPL, Rencontre, Pastel, Campus e Canal Sambre-Avesnois procuram, cada vez mais, a profissionalização do conjunto de seu pessoal (voluntários e assalariados). Essas rádios não apresentam, entretanto, o mesmo tipo de organograma. A organização das emissoras reflete o nível de complexidade e a estrutura de funcionamento, bem como os meios financeiros e técnicos de cada rádio.

A preocupação das direções das mídias associativas com o profissionalismo é apontada em alguns estudos sobre essas emissoras em diferentes regiões da França desde os anos 1980. Já nessa época, as rádios associativas procuram um modelo de programação mais estável, como constata Jean-Michel Plantey (1982), Frederic Coconier (1980), Janvier Idieder (1982), Florence Roumat (1986), Nicole Fachel (1982), Hervé Courgeon (1984), François Cazenave (1984) em seus respectivos trabalhos. A busca de audiência e de qualidade das emissões faz das rádios associativas mídias submissas a algumas estratégias para conquistar o seu público. Essa preocupação das emissoras está associada à sua legitimação como instrumento de comunicação local. A taxa de audiência tornou-se um alvo de interesse para essas rádios na medida em que se traduz hoje em fator importante e, em alguns casos, determinante para serem contempladas por recursos locais públicos e privados. A esse respeito Robert Prot (1985) considera que as rádios associativas pela sua missão de prestar um serviço local de comunicação, sem fins lucrativos, não deveria almejar uma performance idêntica a das emissoras de largo alcance e muito menos contrair laços estreitos com poderes locais. A esse respeito Robert Prot explica:

À diferença do jornal que é a expressão de um pequeno grupo em direção a uma comunidade, a radio local pode ser a expressão de toda comunidade: cada um pode se exprimir em seu nome ou no daquele grupo do qual se faz parte. É por essa razão que o profissionalismo das rádios locais privadas é desejável, ele deve ser vivido diferentemente daquele das rádios de audiência nacional, sejam elas de serviço público ou somente comerciais.(PROT, 1985, p.108).

Prot considera que as rádios sustentadas por subvenções públicas locais e que são criadas a partir de municipalidades devem ser objeto de reflexão, porque a autonomia desses meios pode ficar comprometida. “Assim em Paris, Lyon, Lille ou Marseille, uma rádio pode ser a expressão de uma só sensibilidade política, via filosófica ou religiosa, pois é suficiente mudar de frequência para encontrar a contrapartida ao escutar uma outra rádio”. (PROT, 1985, p.108).

Rádio como espaço democrático-participativo

A participação é concebida nesta análise como um pressuposto elementar de instâncias e experiências democráticas pautadas na inclusão social, na realização de bens comuns e em finalidades de interesse público que remetem à cidadania cívica, como também na satisfação de intentos pessoais, que dizem respeito à cidadania civil. Em geral, participam do espaço comunicativo das rádios associativas francesas, de forma regular ou esporádica, ouvintes-cidadãos, associações civis, Igrejas, representantes de esferas governamentais e políticas, estes mais na condição de convidados. A participação é ou não facilitada pela rádio ao conjunto dos atores sociais locais à medida que: apresenta espaços reservados para intervenção do cidadão comum, tanto na grade de programação quanto nos processos decisórios da emissora; espaços não oficiais para participação do ouvinte como locutor ou em manifestações ocasionais; quando cria instâncias e mecanismos para controle social do público concernido para fiscalização e acompanhamento do desempenho da rádio como mídia associativa.

É importante mencionar que no caso francês a lei não determina a criação de uma instância fiscalizadora e de controle de programação formada por entidades civis da localidade que a rádio atende, ou seja, um conselho associativo ou comunitário. No que diz respeito aos programas veiculados pelas rádios, destaca-se a preponderância de emissões musicais de vários gêneros, majoritariamente, enquadradas em um modelo generalista, com discussões temáticas em programas de entrevistas, essencialmente, opinativos ou informativos, e naqueles que mesclam locução e músicas (mistos). Frente ao grande espaço dado à música na grade de programação dessas operadoras de radiodifusão, os momentos destinados à concessão da palavra ao ouvinte-cidadão e à evocação dos direitos do homem são situações frequentes no cotidiano das emissoras. Em geral, essas mídias desenvolvem os seguintes programas: musicais (generalistas ou temáticas), programas falados (entrevistas e debates evocados diretamente ao vivo ou a partir de

temas predefinidos), programas de testemunhos, programas de informação (local, regional e internacional); programas mistos (ao mesmo tempo falados e musicais), programas religiosos, programas humorísticos, de divertimento e de jogos.

Os programas musicais, especialmente, aqueles que são orientados por uma determinada temática, são considerados pelas rádios pesquisadas como espaços para a difusão de expressões culturais que não são veiculadas em outro tipo de mídia. Nesses programas, certos espaços são destinados à música dos países de origem das populações de imigrantes e outros à chamada música francesa de “ontem”, como o acordeão.

No que diz respeito aos programas mistos, eles se tratam de produtos híbridos de comunicação oriundos da incorporação da palavra do locutor e de convidados aos programas especiais. Nesse gênero de programa, pode-se identificar as chamadas revistas culturais. No domínio dos programas narrados ou, dito de outra forma, daqueles que se traduzem em espaços de uso da palavra por representantes das associações, da audiência, de especialistas, de atores socioculturais e políticos do ambiente da rádio, foram identificados programas de entrevista, de debate, de testemunhos, de revistas políticas e socioculturais. Esta forma de emissão radiofônica é menos freqüente na grade de programação das rádios associativas observadas, mas para efeito desta pesquisa elas se traduzem nas mais significativas.

O mecanismo da concessão da palavra ao cidadão comum no espaço comunicativo da rádio traduz-se em importante fator democrático e participativo porque remete à valorização das expressões, opiniões individuais não só daqueles que pertencem a uma determinada comunidade étnica e faz parte de uma minoria, mas pelo reconhecimento de sua voz como cidadão o qual tem direito a se expressar em seu nome e/ou em função de um bem comum. As emissões radiofônicas que desenvolvem dispositivos de outorga da palavra às pessoas ordinárias (ouvintes, habitantes), grupos organizados (associações, movimentos sociais, culturais e políticos), artistas locais e especialistas ou *savants* são mais recorrentes nas emissoras Canal Sambre, Pastel FM, Rencontre e Campus FM, a RPL por adotar um formato mais musical não veicula como as outras emissões narradas.

De acordo com Christophe Deleu (2000), as modalidades de uso da palavra postuladas por pessoas anônimas referem-se a modalidades de participação das pessoas em certos programas de rádios pelo uso da palavra por pessoas desconhecidas. A tipologia desenvolvida por Deleu define três formas de palavra anônima: 1) a “palavra-documentário”, quando durante um programa

específico a pessoa conta seu percurso de vida, suas histórias de vida; 2) a “palavra-fórum”, quando, por telefone, o ouvinte coloca questões ou emite sua opinião ao vivo sobre um ou outro assunto e 3) a “palavra-divã”, quando ao telefone o ouvinte se dirige ao locutor como se ele fosse um psicólogo para expor um problema e ali encontrar alguma solidariedade.

No contexto dessa tipologia, a “palavra-documentário” e a “palavra-fórum” são colocadas em prática em determinados programas das rádios associativas estudadas. O gênero “palavra-divã” se encontra pouco representado e disperso nos espaços da rádio, se traduzindo, principalmente, em serviços prestados por certos animadores aos ouvintes que lhes telefonam às vezes fora do horário do programa com o objetivo de ser compreendido e não de participar do programa.

As emissoras Pacot Lambersart e Rencontre declararam que qualquer um de seus programas está aberto à participação dos ouvintes por intermédio do telefone, mas este tipo de intervenção não é desejável, mesmo se há uma boa repercussão, em função da ausência de pessoal qualificado para gerir este tipo de serviço. “Há ouvintes que nos ligam e começam a falar deles e se esquecem que nós devemos fazer os programas. Mas eu digo aos locutores que eles não podem desligar. Eu rejeito isso!”, diz o diretor da Radio Rencontre.

A noção de “palavra-fórum” ou “programas-fórum” é evocada neste trabalho como uma nova forma de expressão em público por intermédio de debates ou da palavra livre das pessoas ao vivo. Nos termos propostos por François Devaux (2002), esta modalidade de comunicação torna possível um cenário midiático onde indivíduos de status sociais diversos são confrontados. Mas no que diz respeito a esse tipo de programa, o mais importante a considerar é o aspecto de publicização de eventos privados, e/ou de opiniões particulares, escondidas no domínio dos indivíduos e tornadas públicas no espaço comunicacional da rádio. Nesse sentido, a denúncia é uma das formas de intervenção dos ouvintes mais constantes, no sentido evocado por Boltanski (1984). Trata-se da socialização de protestos individuais, proferidos pelos ouvintes-cidadãos, que ao ganharem visibilidade pública ao serem veiculados pela rádio podem redundar em demandas generalizadas que não se restringem a um só reclamante ou à esfera da intimidade de uma pessoa.

Os programas fóruns são compreendidos aqui como uma forma (narrativa e/ou discursiva) de participação democrática dos indivíduos no processo comunicativo da vida social. Neste tipo de programa, as pessoas comuns, de associações, de movimentos culturais, políticos e sociais são valorizadas não apenas os intelectuais ou especialistas. Neste tipo de programa, certas rádios

associativas praticam a democratização do uso da palavra, dando às pessoas a possibilidade de se expressarem em um plano de igualdade com os portadores de uma palavra especializada ou com os representantes de interesses gerais, cumprindo assim um importante pressuposto do espaço público o direito à palavra em pé de igualdade em um espaço discursivo como o é o da rádio local.

As rádios Rencontre, Pastel, Campus, Canal Sambre e RPL desenvolvem este tipo de programa reservando um espaço para o uso da palavra, sobretudo para as associações. Trata-se de momentos, às vezes, estruturados e disponíveis no quadro de um evento especial para que os representantes, membros do tecido associativo local e dos movimentos socioculturais e políticos locais possam falar de suas atividades e sobre seus pontos de vista sobre diferentes temas de interesse da coletividade. A expressão de diferentes atores sociais nas emissoras ocorre em programas denominados, em geral, “espaço associativo”, emissões de entrevistas e em espaços destinados às revistas socioculturais e políticas. É o que se pode denominar, nos termos de Habermas (1992), espaços públicos de presença organizada. O programa cotidiano **Allô Avesnois**, na Canal Sambre, por exemplo, é considerado como espaço fundamental para o uso da palavra pelos atores culturais, sociais e políticos locais, os quais organizam as manifestações locais, regionais.

No domínio dos programas destinados a testemunhos e a apresentação de histórias de vida, percebe-se que as rádios Pastel e Canal Sambre-Avesnois colocam em prática, de maneira muito expressiva, iniciativas para abrir a grade de programação para as pessoas anônimas. A “palavra-documentário” é um recurso desenvolvido por essas rádios a partir de projetos de valorização do percurso de vida das pessoas que têm dificuldades de se expressar em outros lugares. No quadro dos programas chamados de “Criações Radiofônicas”, na Canal Sambre, podemos vislumbrar o gênero narrativo associado a um certo espaço discursivo para o uso da palavra. O destaque à memória dos operários, dos imigrantes e das associações faz dessa rádio uma mídia reconhecida como lugar de manifestação da “palavra-documentário” (DELEU, 2000). Por meio da entrevista radiofônica, a rádio torna-se um espaço público, abrindo ao público histórias privadas de pessoas da localidade. No quadro dos testemunhos pessoais, podemos assinalar, na Canal Sambre, os seguintes programas: **La voix de l'autre** (um habitante de origem estrangeira conta seu percurso de vida, essa emissão vai ao ar todo domingo, desenvolvida no contexto do projeto **Femmes et quartier**); **Salut l'artiste** (um artista proveniente ou identificado

com uma cultura estrangeira fala de sua arte e comenta suas obras); **Paroles** (um programa de criação radiofônica sobre a vida cultural local); **La mémoire industrielle** (este programa faz parte do projeto **La mémoire est un trésor, partageons-le** é uma espécie de relato do percurso de vida profissional dos antigos operários e industriais das fábricas da região do Sambre). Na verdade, o convidado é, no caso da Canal Sambre, em geral, uma pessoa cuja origem está associada à imigração ou antigos operários da região que relembram a época em que a região do Vale de Sambre tinha sua economia apoiada na siderurgia. Trata-se de destacar testemunhos de cidadãos que buscam na rádio o reconhecimento de seu percurso de vida ou mesmo de uma coletividade. Os depoentes são levados à rádio com o objetivo de exprimir suas lembranças e no caso dos estrangeiros, são muito comuns os relatos de violação de direitos humanos e dificuldades para seu próprio reconhecimento como cidadão na sociedade francesa. Nesse sentido, é importante resgatar a consideração de Bourdieu (1982) sobre a importância do ato de fala como uma forma de libertação daquele que se sente oprimido por um universo normativo constituído a partir de interferências de uma esfera sistêmica (HABERMAS, 1991), como por exemplo, a definição de uma língua oficial ou de padrões culturais em uma sociedade pluralista.

Na Pastel FM, o programa **Citoyen d'Abord** está inserido na categoria dos programas de testemunhos. Com o slogan “Porque você têm coisas a dizer ... experiências para partilhar...porque você tem vontade que as coisas mudem...Citoyen d'Abord lhe dá a palavra...”, o programa é realizado por três locutores que fazem entrevistas com personalidades conhecidas das comunidades do Magreb ou com pessoas que estão em situação de risco, sobretudo os refugiados políticos na França. O protagonista da cena radiofônica é convidado a contar suas experiência e a retratar o percurso de sua vida. Esses testemunhos são quase sempre ligados às questões políticas, tratam da liberdade de expressão, dos direitos civis, sociais, políticos. As pessoas convidadas a falar na rádio não são sempre anônimas, pois podem ser também artistas locais, escritores, personalidades. Porém, os assuntos evocados são sempre ligados à integração sociocultural, à inserção no mercado de trabalho. Um espaço importante é dado aos testemunhos de atos de violência, às infrações dos direitos humanos, aos relatos de refugiados de guerras civis e a relatos de imigrantes sobre sua integração na sociedade francesa. É um espaço onde se reivindica o respeito à pessoa humana, onde as denúncias são conteúdo fundamental do programa e são proferidas para encontrar alguma possibilidade de aceitação ou reconhecimento. O dispositivo radiofônico da “palavra-documentário” permite a “mídia radiofônica, por intermédio

da palavra documentário, agregar informações e enriquecer o campo de conhecimento na nossa sociedade, partilhando as experiências dos entrevistados com um vasto público, pois, nesse tipo de programa, alguém nos ensina quem ele é.” (DELEU, 2000, p. 146).

A participação de atores sociais, ouvintes-cidadãos, pessoas anônimas no espaço comunicativo das rádios estudadas é facilitada pela possibilidade de engajamento à emissora como locutor, membro da associação, como convidado para falar sobre algum tema ou como ouvinte que intervém em momentos previstos ou informais durante a programação. Cada rádio estabelece seus critérios para admissão da participação de seu público, muitos deles podem ser considerados demasiadamente burocráticos como a solicitação de projeto de emissão, período de experiência, avaliação do desempenho do animador para ser de fato admitido. O fator profissionalização tanto de pessoal como em termos de gestão das mídias, de certa forma, inibe um fluxo mais significativo de participação de atores locais na operação das emissoras. As reuniões de caráter decisório contam com a deliberação, muitas vezes, apenas dos membros do quadro diretivo da rádio e os locutores, nesse caso, informados das decisões. A Campus FM, por exemplo, realiza duas vezes ao ano seminários com seus animadores para incluí-los em processos decisórios. Mas, em geral, a gestão da rádio associativa é centralizada e nem sempre uma mesma emissora consegue reunir níveis isonômicos de participação na gestão e na grade de programação.

Apesar da rádio Canal Sambre disponibilizar mais espaços para representação das identidades, questões sociais, manifestações culturais que perpassam o território para o qual a emissora orienta suas produções radiofônicas, não se pode dizer que seja uma rádio exemplar em termos de acesso a seu espaço comunicativo participativo para iniciativas espontâneas, amadoras de radiodifusão devido ao alto comprometimento dessa rádio com seu projeto de mídia profissionalizada de território, embora sem fins lucrativos. As emissoras Campus FM, Rencontre e RPL se orientam pela autonomia em relação ao comércio, de uma forma geral, mesmo que para isso pagem o preço de se limitarem a projetos menos ambiciosos que os desenvolvidos por Canal Sambre, sobretudo em termos de programas que prevêem a intervenção discursiva do ouvinte, e estarem sempre na dependência do voluntariado para garantir suas atividades regulares de mídia associativa. A Pastel FM pela sua identidade de rádio comunitária está atrelada à ética comunitária da defesa dos valores e interesses da comunidade dos magrebinos, apesar de abrir espaço para o voluntariado em sua programação, mas a gestão da rádio é centralizada nas mãos

de membros dessa comunidade, o que permite dizer que não se trata de um espaço participativo irrestrito.

5.2 Análise dos casos das rádios comunitárias estudados no Distrito Federal, Brasil

Ao contrário da França, no Brasil boa parte das rádios locais funcionam sem autorização do Executivo, o que permite dizer que no país existem emissoras livres não regularizadas. Na verdade, o número de rádios locais não autorizadas excede a quantidade de emissoras outorgadas pelo Ministério das Comunicações. As rádios selecionadas para integrar a amostra para efeito da pesquisa de campo, como exposto na metodologia e no capítulo 4.4, têm o funcionamento autorizado pelo poder público e apesar de guardarem entre si similaridades cada uma delas tem suas especificidades relacionadas a sua trajetória, estrutura e normas particulares de funcionamento.

Trata-se de emissoras que apresentam características tanto de um serviço local de comunicação como de uma rádio de largo alcance, as quais sob alguns aspectos, podem ser identificadas como veículos de comunicação comercial ou pública, inclusive do ponto de vista do modelo de gestão e de programação. As radiodifusas contempladas estão implantadas em cidades satélites, localidades periféricas em relação ao Plano Piloto de Brasília. Assim, pode-se dizer que as rádios comunitárias estudadas na região brasileira do Distrito Federal enquadram-se na seguinte tipologia:

a) Rádio Líder FM e Utopia FM: podem ser consideradas mídias **intercultural comunitária** por adotarem um modelo próprio de programação, sem estarem presas a formatos padronizados. A gestão dessas rádios não está centrada na figura de um “dono” ou grupo privado. São mídias mais abertas às intervenções do público local, além de darem prioridade à exposição de manifestações opinativas coletivas e individuais, às necessidades e demandas locais, em termos de informação e difusão de diferentes práticas culturais que convivem na localidade. Procuram valorizar a diversidade cultural local e apresentam um serviço de comunicação menos atrelado às preocupações com a profissionalização, são, nitidamente, espaços de comunicação amadora. Veiculam anúncios pagos, mas são mais independentes em relação ao comércio, Igrejas

do local em relação às outras rádios locais do Distrito Federal. Guardam mais de perto nuances do “espírito das rádios livres”.

b) Rádio Comunidade FM, Rádio Sobradinho FM e Rádio Paranoá FM: estas podem ser enquadradas no tipo **generalista comunitária** por serem emissoras que seguem o formato standard das rádios comerciais, mas têm projetos radiofônicos orientados pelos interesses públicos da localidade, apresentam emissões e conteúdos de interesse apenas local. Essas emissoras difundem, em geral, conteúdos como: informações locais, regionais e nacionais; opiniões, músicas de diversos gêneros; conselhos (auto-ajuda); entrevistas, anúncios pagos e gratuitos; campanhas públicas (saúde, educação), divulgação de iniciativas da própria rádio e da associação gestora da mídia e do tecido associativo e das instituições locais. Essas rádios dão grande importância à profissionalização e à gestão empresarial. Apresentam forte vínculo com os comerciantes da localidade, veiculam grande quantidade de publicidade comercial.

É importante destacar que as rádios comunitárias na região pesquisada apresentam uma prática discursiva apoiada nas mazelas sociais características das localidades onde estão implantadas. As emissoras estudadas estão localizadas em cidades periféricas, com baixos índices de desenvolvimento humano. Os temas da pobreza, violência urbana, problemas relacionados à infra-estrutura urbana, críticas dirigidas às instâncias de poder público local, demandas por políticas públicas, denúncias, pedidos de ajudas, apoio material aos ouvintes perpassam toda programação. Essas rádios se constituem em importantes canais de comunicação entre espaço público político local e sociedade civil e entre esta e seus membros.

A programação das rádios avaliadas apresenta, em grande parte, emissões musicais, com intervenções episódicas do ouvinte-cidadão e quando esse intervém, basicamente, para pedidos musicais, no entanto, nas emissoras que desenvolvem emissões específicas que tratam da vida social local, há intervenções críticas e propositivas tanto da parte do comunicador como dos ouvintes. Observou-se que não são raros os programas de debates, de entrevistas e jornalísticos que trazem políticos, administradores públicos para prestarem esclarecimentos diante de questionamentos e reclamações da comunidade. Há também programas que buscam valorizar os artistas locais, eventos e iniciativas culturais e políticas oriundas da comunidade, do tecido associativo local ou da ação organizada ou individual dos cidadãos moradores da localidade, como shows, passeatas, mobilizações sociais, trabalhos comunitários. As emissões são também espaços privilegiados para publicização da palavra do cidadão comum, a partir de denúncias,

reclamações e testemunhos de situações de risco vividas pela comunidade (violência, desemprego, vícios, acidentes). A grade de programação também é espaço para difusão de diferentes gostos musicais que fazem sucesso no circuito comercial.

Rádio como Espaço de diferentes lógicas de ação

A diversidade de orientações de ações manifesta no espaço comunicativo das rádios comunitárias pesquisadas aponta para relações dos actantes que fazem parte desse mundo social com práticas mercantis, domésticas, opinativas, cívicas e inspiracionais, que se mesclam e, às vezes, se opõem em seqüências de ações. Em geral, as propostas associativas e comunicativas das emissoras selecionadas para este estudo apontam para ações sociais voltadas para integração e esclarecimento dos membros da comunidade concernida pelo serviço de radiodifusão, colocando-os a par dos processos da vida social, cultural e política da localidade. Existe, nesse sentido, um comprometimento contratual entre associação e poder público prevendo o desempenho da rádio segundo demandas e necessidades comunicativas e informativas que remetam ao interesse público, à noção de bem comum. Nos casos estudados observou-se que as rádios comunitárias têm origem em projetos associativos diversificados que variam desde a ênfase em informações locais, formação e assistência social à população até valorização da cultura local. Os projetos estão pautados em lutas pelo direito à comunicação e valorização da cultura local, como o caso da rádio Utopia FM, em Planaltina; direito à comunicação e formação educacional e religiosa (difusão de valores cristãos), como caso da rádio Sobradinho FM, em Sobradinho; valorização da cultura e rotina social local e prestação de um serviço profissionalizado de comunicação local; o caso da rádio Paranoá FM, no Paranoá; lutas pelo direito à moradia, à *cit e*, e disponibiliza o de um espaço democrático para os moradores da localidade se expressarem, o caso da rádio Líder FM, no Recanto das Emas e direito   comunica o aliado   difusão de valores cristãos, no caso da rádio Comunidade FM, no Gama. Na verdade, o surgimento de cada uma dessas emissoras está inspirado nas especificidades da vida social local e no projeto associativo do grupo de pessoas que se reuniram em nome da popula o local para desenvolver um serviço de radiocomunica o local, sem fins lucrativos.

Um aspecto marcante das emissoras estudadas, sobretudo da Paranoá FM, Sobradinho FM e Utopia FM,   a pretensão de oferecer uma oportunidade de “forma o educacional ou cultural”

para seus ouvintes, como uma das missões dessas mídias, apontada direta ou indiretamente pelos membros da diretoria e locutores. De acordo com um dos locutores da emissora Paranoá FM,

É uma emissora aberta, uma emissora que está falando a linguagem do povo, como as rádios comerciais deveriam estar falando, e a televisão também. Então é a emissora que fala a linguagem do povo, sem exceção. Se o locutor erra, está errado, mas ele falou, se o ouvinte erra, está errado mas ele falou. Não estamos aqui para criticar. Estamos aqui com um único objetivo: educar, o rádio educando o povo.

As emissoras Líder e Utopia surgiram de projetos inspirados na crítica da paisagem sociocultural e política de suas regiões, além da ênfase dada aos projetos dessas emissoras à luta pelos direitos sociais, políticos e civis dos cidadãos das localidades onde se encontram. No caso da Líder FM, tanto a associação quanto a rádio foram fundadas sobre as bases das demandas sociais locais pelo direito à urbanização, à infra-estrutura necessária para o desenvolvimento da cidade do Recanto das Emas. Hoje o projeto de atuação política da emissora está apoiado no direito à moradia, inclusive passando pela questão da preservação do meio ambiente, além de práticas de assistência social. “A associação era por causa dessa luta por infra-estrutura ... corriamos atrás das investigações no governo, começou a associação em 1998 e tivemos muito trabalho aí”, lembra o presidente da rádio Líder. Segundo o presidente da emissora,

A associação perdeu o primeiro foco, mas ela hoje está direcionada para a questão da qualidade de vida para quem veio para cá e paga um aluguel, então a gente está tentando no Riacho Fundo II com um outro grupo político chamado Coalizão e a gente já está contatando 4.889 famílias e é um trabalho da associação. A rádio seria uma espécie de porta voz da associação.

Pode-se, então, dizer que nos casos específicos das rádios Utopia FM e Líder FM, foi observado a preponderância, tanto em sua origem como no funcionamento dessas mídias, da combinação entre lógicas inspiracional e cívica, embora haja a intervenção também da lógica opinativa e, em certa medida, existe uma preocupação importante com as formas de subsidiar a manutenção desses veículos de comunicação.

Em relação à rádio Utopia, não foi constatado na emissora ênfase na condução de ações assistencialistas, apesar de toda programação da rádio está suscetível a demandas de ajudas sociais. No entanto, o que caracteriza mais de perto essa emissora é seu vínculo com projetos de ações voltadas para formação cidadã pelo esclarecimento político e pelo acesso à cultura.

“Acontece na rádio pessoas que vão lá para fazer um apelo, pedir uma cesta básica, que está desempregado. E sinceramente eu não sei dizer não para isso”, diz uma animadora da rádio Utopia ao mencionar que o assistencialismo não é uma missão da emissora.

A rádio Utopia está envolvida em debates públicos locais em relação aos problemas sociais enfrentados pela população de Planaltina. A emissora promove eventos e ações orientadas para valorização da produção cultural local e da vida social da região, como feiras de artesanato, shows, mobilizações, projetos voltados para juventude. Nos termos do diretor de programação da rádio, a emissora tenta se distanciar da lógica comercial. Ele ainda relata:

Aqui é uma cidade dormitório, definitivamente as pessoas não estão acostumadas a difundir a arte, mas só de consumir aquilo que vem de fora. No caso de uma rádio comunitária, aqui, por exemplo, é um dos objetivos da gente é exatamente mudar um pouco, não diria o nível cultural das pessoas, mas contribuir para que isso aconteça e para fazer isso a gente sai um pouco da lógica das outras rádios comerciais e das rádios também de vínculo comunitário da cidade que se preocupam mais em fazer o que todas já fazem em termos de programação, de sucessos do momento que aí fica mais fácil realmente você ter, vender patrocínio. No nosso caso, por exemplo, como não é isso, as pessoas percebem que a gente procura realmente um programa diferenciado, em termos de qualidade, por isso que a gente tem a maior dificuldade.

O caráter cívico da atuação das demais rádios estudadas está inscrito em seus projetos e iniciativas em direção aos seus ouvintes, sobretudo, ações dirigidas ao público jovem, realização de campanhas públicas, como as realizadas pela rádio Comunidade FM contra o consumo de drogas. Além de discussões calcadas em crítica ao cenário político, tentativas de conscientização do eleitor, identificadas na programação da rádio Paranoá FM, especialmente, no período eleitoral do segundo semestre de 2006. “A vida da rádio comunitária é diferente, é tocar música, orientar e ajudar. Hoje uma ou outra rádio comercial está fazendo isso, mas é muito raro”, define um locutor da Paranoá FM. A rádio Sobradinho realiza campanhas públicas para incentivar a solidariedade; na emissora há espaços reservados em sua programação para o esclarecimento do ouvinte sobre seus direitos como cidadão, em várias modalidades dos direitos positivos “Quando chega uma associação, agora mesmo a gente recebeu uma fizemos um trabalho com Associação de Sobradinho II, que uma senhora teve a casa incendiada, a gente fez uma campanha, porque a associação entrou em contato com a gente, então a gente faz isso sim”, comenta um locutor da rádio Sobradinho FM. É recorrente na análise da atuação das rádios comunitárias pesquisadas a relação entre ações cívicas e ações solidárias que se aproximam de práticas assistencialistas, se

aproximando mais ao incentivo de uma certa cidadania assistida, nos termos evocados por Demo (2002), do que de uma cidadania cívica, orientada pela noção republicana de bem comum.

Entre as rádios estudadas no DF não foram encontradas mídias, essencialmente, confessionais, embora haja na região rádios desse tipo, mas as rádios Comunidade FM e Sobradinho FM têm vínculos não desprezíveis com Igrejas. A emissora do Gama surgiu do movimento da teologia da libertação no âmbito da igreja Católica e hoje funciona, sem pagar aluguel, nas dependências de uma das paróquias do Gama, embora esteja aberta para veiculação de programas que refletem outras crenças religiosas. Na emissora Utopia foi verificado tanto na grade de programação como na escuta da rádio a incidência de emissões religiosas de outras vertentes além do Catolicismo.

A Sobradinho FM surgiu de uma associação presidida por um pastor da Igreja Sara Nossa Terra e também se declara aberta à veiculação de outros cultos confessionais e a sua grade de programação não é monopolizada por conteúdos que remetam ao proselitismo religioso. O diretor e os locutores entrevistados se declararam praticantes do catolicismo e afirmaram que a emissora não impõe nenhuma restrição à veiculação de outros cultos religiosos. De acordo com um dos locutores da rádio Sobradinho,

Se a rádio católica fizer um ofício para a gente, solicitando, a rádio comunitária tem obrigação de abrir esse espaço, tanto é que hoje nós temos, aquele cuidado “não é minha igreja que é a melhor” a gente está levando uma palavra bonita. Você pode até convidar para ir numa igreja, mas você não está impondo nada, ou seja, não existe um segmento.

Em nenhuma das rádios pesquisadas foi constatado, seja em seus projetos depositados no Ministério das Comunicações, nas entrevistas com seus membros fundadores e locutores, ou no acompanhamento da programação, a intenção fundamental de exploração comercial do serviço de comunicação local. No entanto, não se pode dizer que essas mídias tenham total autonomia em relação aos atores do comércio e do tecido institucional local.

As emissoras Paranoá FM, Sobradinho FM e Gama FM, apesar de terem suas fundações calcadas na proposição de um serviço de comunicação que atenda ao interesse público local, apresentam alguns traços mais característicos de um serviço de comunicação prestado pela mídia de largo alcance (rádios comerciais e públicas), como: veiculação de grande quantidade de anúncios pagos, inclusive de estabelecimentos comerciais de grande e médio portes, preocupação

com a profissionalização do serviço de radiodifusão e dos seus locutores, atualização de equipamentos, algumas emissões formatadas de acordo com o modelo comercial.

As emissoras, em geral, não dispõem de recursos financeiros e nem humanos para oferecer formação àqueles que ingressam na rádio, sem experiência com locução, mas cada animador pode receber desde informações básicas sobre como manusear o equipamento até formações profissionalizantes oferecidas pela rádio em parceria com cursos de preparação de radialistas ou com profissionais formados. No entanto, todos recebem orientações sobre como lidar com os ouvintes e linguagem adequada para falar ao vivo. As regras de funcionamento da emissora, como espaço de sociabilidades, são difundidas pela diretoria e resultam ou não de convenções acordadas entre todos os membros da rádio. A elaboração de uma gramática social para normatização dos procedimentos ordinários de convivência entre os integrantes de cada rádio acontece tanto nas emissoras mais como nas menos profissionalizadas.

Outros aspectos que remetem à lógica empresarial são: treinamento feito com alguns locutores para neutralização de sotaques regionais, típico de emissoras comerciais que se preocupam em atingir o grande público e os procedimentos criados nas emissoras para admissão de pessoal e concessão de espaços para entrevistas. Nos termos de uma das locutoras da rádio Comunidade FM,

No rádio o sotaque demais ele causa uma coisa que não é muito boa. E eu tinha sotaque demais, era carregado demais no erre e aí com o trabalho de dicção eu fui tirando e aí ficou normal. É que eu estive muito tempo em São Paulo então eu tinha um problema porque eu tinha um sotaque muito apurado, aquele negócio do “r” muito forte. Ele fez um trabalho comigo de dicção, então eu acabei tirando o “r” do meu dia-a-dia.

A diretoria da rádio Paranoá instituiu uma formalização de pedido para pessoas que desejem ser entrevistadas em algum dos programas da emissora. “Olha só, o que acontece, a nossa rádio é bem diferente, isso aqui é formulário para pedir para fazer entrevista com a gente, isso aqui é o que sempre mandam para a gente, todos mandam relatórios do que eles querem falar”, diz a diretora da rádio Paranoá FM.

A rádio Sobradinho FM demonstra um grande investimento na profissionalização do serviço de comunicação local prestado pela emissora, inclusive a associação, embora tenha um *bureau* diferente daquele da rádio se envolve diretamente nessa missão, “A diretoria da associação cuida dos assuntos da associação. Entre esses contratos de voluntariado, foi criado um corpo para cuidar da frente da rádio. A idéia era essa, de profissionalizar”, diz o diretor de

jornalismo da emissora, o qual se engajou à emissora para conduzir o processo de profissionalização da mídia. Segundo o diretor de jornalismo e de programação da Sobradinho FM, para ingressar à emissora como locutor é preciso que o candidato comprove noções básicas de inglês e de português. Explica o diretor da emissora:

A legislação da rádio diz que um locutor não precisa ter formação técnica ou acadêmica para exercer cargos dentro da rádio comunitária, embora não proíba que a gente exija nada. Eu exijo que, quando um locutor vem aqui, ou que tenha experiência no campo, ou se não tem experiência em nenhum curso, a gente pede o segundo grau completo e a mínima noção de inglês.

Nesse sentido, a rádio se traduz em espaço cuja ocupação por cidadãos comuns da localidade passa a ser condicionada pelo domínio de conhecimentos gerais de um idioma estrangeiro, o qual não é definido como língua oficial nas esferas social e pública da sociedade brasileira, além de demandar uma competência lingüística em relação ao português, este sim, idioma oficial do Estado-nação brasileiro. Tanto em um caso como no outro tais exigências são incompatíveis com a realidade sócio-educativa das populações que habitam a região de Sobradinho, sendo, assim, um fator de exclusão do espaço comunicativo da rádio do cidadão que deseje se tornar locutor na Sobradinho FM, mas que não apresenta as “qualificações necessárias”.

Além disso, tanto nessa emissora como nas rádios Gama FM e Paranoá FM, é dada orientação ao animador de captar anúncios no comércio local tanto para garantir sua remuneração como para ajudar na manutenção da mídia. Outra preocupação fundamental é com a garantia de uma programação mais estável e menos suscetível a lacunas pela desistência de locutores. Nos termos do diretor de programação da rádio Sobradinho,

Todos são voluntários. Agora, dentro desse voluntariado há alguns, evidentemente, há um acordo verbal, que sempre foi cumprido comigo, com a secretária e com o operador de áudio, porque nós trabalhamos efetivamente todo tempo disponíveis na emissora e os locutores não. Eles vão até o comércio conseguem seu apoio cultural e existe uma comissão que a rádio dá aos locutores, por esta captação de apoio para que o locutor possa se manter e a rádio também.

As rádios Comunidade FM, Utopia FM e Líder FM estabelecem procedimentos menos formais para o ingresso de locutores em sua estrutura (como será mostrado no próximo item desta análise). As rádios Utopia e Líder têm em seu percurso uma referência em comum: foram alvos

de denúncias por descumprirem determinações da lei de radiodifusão comunitária ou por funcionamento não autorizado pelo Ministério das Comunicações. Foram lacradas em vários momentos em suas histórias, além de terem um histórico de desobediência civil. São, justamente, essas duas emissoras, que não contam com gestão mais próxima a um modelo empresarial que mais sofrem com instabilidade tanto em termos de funcionamento como da grade horária. Nessas mídias, não há remuneração garantida, nem mesmo pela veiculação de apoios culturais locais que são irrisórios para manter a rádio e ao mesmo tempo pagar aos animadores. Nos termos do diretor de programação da rádio Utopia,

Nós não temos um controle, ou seja, você trabalhar sob o regime de voluntariado é bem difícil, não é simples. A rotatividade é muito grande. Muita gente jovem que se empolga muito também, quando as pessoas começam a trabalhar na rádio, de repente a necessidade de trabalho mesmo formal e se afastam, então com isso a rotatividade é muito grande.

O engajamento dos locutores entrevistados está associado a projetos pessoais, aperfeiçoamento da prática de locução ou busca de algum tipo de pertencimento a uma causa social, a um projeto que tenha o fim de beneficiar uma coletividade, sobretudo para resolver problemas sociais e ajudar ao próximo em uma perspectiva cristã de caridade e solidariedade com o outro “carente” de informações e de condições essenciais de sobrevivência. Neste último caso, há uma grande preocupação em aliar esclarecimento para uma cidadania ativa com acesso a bens materiais para o ouvinte se conscientizar de que é um cidadão. Quando o locutor demonstra familiaridade com as ações e propostas da associação e da rádio, nota-se que seu engajamento à emissora foi orientado também pelo civismo, além da vontade de se tornar locutor de rádio e da possibilidade de ter, mesmo em regime de voluntariado, alguma remuneração. Explica um locutor da Líder FM:

Eu faço parte do grupo da nossa Rádio Líder, faço parte da direção e sou locutor e estou aqui aprendendo e à medida que a gente vai aprendendo a gente também passa um pouco do que a gente aprende. Olha, se você faz um programa, digamos, que alguém está precisando de alguma coisa. Alguém está precisando, então, vamos ajudar alguém.

A partir da abordagem das lógicas de ação (BOLTANSKI e THEVENOT, 1991) adotada neste trabalho para interpretar os regimes de engajamento dos membros das rádios estudadas, pode-se dizer que nas emissoras estudadas no Distrito Federal, à adesão à rádio se dá, em grande

parte, pelo voluntariado associado à busca de reconhecimento pessoal, veiculação de uma emissão que resulta de uma criação própria, com o propósito de compartilhar gostos musicais; vontade de ajudar o próximo, quando o locutor tem a pretensão de contribuir para formação da população local entendendo o outro como cidadão que precisa de esclarecimentos; engajamento ao projeto associativo da emissora; divulgação de crenças ou causas de uma coletividade, no caso de programas operados por membros de Igrejas e grupos sociais (associações, ONGs, entidades públicas). “Meu objetivo é fazer com que o dia do meu ouvinte seja bem melhor e o programa trata do assunto fundamental em nossas vidas, Deus. As pessoas aproveitam o horário do programa para ter um tempo com Deus. A música, principalmente a religiosa, tem o poder transformador e até curativa”, diz um locutor da rádio Comunidade FM. “Eu faço um programa com o tipo de música que mais gosto, o forró, para animar meus ouvintes”, diz um locutor da rádio Paranoá, o qual tem uma comunidade no Orkut¹³⁶ para entrar em contato com seus fãs.

Nas emissoras pesquisadas alguns locutores entrevistados declararam seu engajamento à emissora como decorrente da simpatia com o projeto da rádio e à proposta de fazer uma atividade voltada para o atendimento do interesse público. Outros se referiram mais enfaticamente à possibilidade de proporcionar momentos de “descontração” a populações carentes e vitimizadas por mazelas sociais, a preocupação com o bem estar do outro. Segundo o depoimento de uma das locutoras da Utopia FM,

Isso é uma das coisas mais prazerosas que existe. É você saber que realmente aquilo que você está buscando está sendo alcançado, aí você começa a fazer a coisa com mais prazer, pensando muito no outro, se está agradando o outro, o que a pessoa está curtindo naquele momento, se as pessoas estão passando bem na casa delas. Tudo isso.

Quando não há possibilidade do locutor contribuir com a cota estabelecida pela associação ou pela diretoria da própria emissora para sua manutenção, há casos em que além de ser voluntário como animador, as pessoas prestam serviços à rádio para desonerar a folha de despesas da emissora. “Não posso ajudar financeiramente. Tento manter a rádio limpinha”, diz uma das locutoras da Utopia FM que também presta serviço de limpeza à emissora como

¹³⁶ Alguns locutores entrevistados mantêm páginas na comunidade virtual do *Orkut* para se comunicar com seus ouvintes para além do horário de veiculação de seus programas.

voluntária. “Eu levanto às quatro horas da manhã para fazer meu programa, mas faço isso pelo amor, pelo carinho ao meu ouvinte”, diz a mesma animadora.

Alguns dos animadores entrevistados, sobretudo, nas emissoras Gama FM, Paranoá FM e Sobradinho FM, se declararam voluntários, mas ressaltaram sua experiência como profissionais ou semi-profissionais, com nítida preocupação de não serem confundidos com amadores do rádio. “Minha participação na rádio se justifica primeiro, a confiança do ouvinte na minha pessoa. Segundo, a minha formação profissional, porque se eu não tivesse essa formação, se eu não soubesse me expressar, meu programa não teria essa audiência e a rádio não me segurava”, diz um dos locutores da rádio Paranoá FM. De acordo com um dos locutores da Gama FM, seu engajamento à rádio pode ser resumido na seguinte afirmação:

Esse é o diferencial da Rádio Comunidade, porque a gente tem oportunidade de crescer dentro da rádio, de aprender e se profissionalizar, mesmo que eu não tenho registro, que eu mesmo não tenho mesmo a carteira de rádio, porque eu trabalho só há quatro anos em rádio, vou fazer quatro anos agora esse mês, eu não tenho a carteira, não tirei a carteira. Mas agora que eu entrei para a Rádio Comunidade eu tenho a possibilidade de conseguir isso muito mais fácil, porque eu tenho oportunidade com um pessoal profissional que há todo dia vem me passando dicas, me ensinando, me orientando, é assim, não é assim.

Os locutores mais preocupados com o seu reconhecimento como profissional de comunicação referem-se à rotina de trabalho da rádio comunitária com o *modus operandi* de uma mídia comercial. Conforme um locutor da rádio Sobradinho FM,

Eu trato todo mundo como profissional e gosto que me tratem como um locutor que corre atrás das notícias, já que eu deixei minha família às três horas da manhã para correr atrás de uma notícia então eu gosto de ter o retorno, de saber que as pessoas também estão empenhadas.

Mas, apesar das diversas motivações para adesão às emissoras locais, que, em geral, não têm os recursos necessários para garantir uma remuneração, salvo em casos específicos em que a associação se encarrega do pagamento a estagiários, como na rádio Sobradinho, cujo diretor de programação é pago como estagiário em jornalismo, não se pode dizer que os engajamentos se devem majoritariamente às lógicas do civismo ou do profissionalismo. Mesmo nos casos em que os locutores justificaram sua adesão à rádio local pela realização de um sonho, pela busca de experiência profissional, pela possibilidade de alguma remuneração, em especial, no caso

daqueles em situação de desemprego, declararam, unanimemente, que seus programas seriam realizados mesmo se não houvesse possibilidade de patrocínio. “Meu programa independe de patrocínio, mas é importante, tem que ter apoio, não só para o meu programa, mas para todos os programas da rádio”, afirma uma locutora da Paranoá FM.

Foi identificado nas narrativas dos animadores entrevistados, para além de seus interesses pessoais, um certo consenso em relação ao papel que cumprem como divulgadores dos eventos locais. Todos, de uma certa forma, falaram da responsabilidade em prestar um serviço local de comunicação que caracterizaram como comunitário, mesmo aqueles que vislumbram a rádio comunitária como “um espaço que não pertence a todos, mas deve servir a todos”. Em entrevista com locutores das emissoras Paranoá FM e Sobradinho FM, em especial, os animadores reconheciam mais a rádio como um espaço privado com deveres públicos, ao qual nem todos podem de fato ter acesso porque é preciso obedecer além das determinações da lei de radiodifusão comunitária como as “regras da casa”. Relata uma locutora da Paranoá FM,

Tem muita gente que fala assim: “eu vou lá fazer e acontecer porque a rádio é comunitária”. A rádio é feita para a comunidade, mas a rádio não é da comunidade. Por exemplo, “a rádio é comunitária”, o que eu quiser fazer, de mais horrível que eu quiser fazer eu posso fazer porque a rádio é comunitária? Mas não é assim não. A rádio tem uma direção.

Nas rádios Sobradinho e Paranoá FM os conteúdos veiculados são produzidos à luz do modelo dos meios de comunicação oficiais, entretanto pode-se dizer que permanecem aspectos de um serviço amador de comunicação. “O radialista e o jornalista têm que ser imparcial, não tem que tomar partido nem de A nem B, por que o jornalista que toma partido é político, não serve para ser nem radialista, nem jornalista”, diz um locutor da Paranoá FM. “O foco maior é o local e eu não posso deixar de dar uma cobertura total dentro do DF, por ser uma rádio comunitária, a comunidade local quer saber o que acontece aqui e não querem saber o que está acontecendo no resto do país”, comenta um locutor da Sobradinho FM. De acordo com dois animadores, das rádios Paranoá FM e Sobradinho FM, respectivamente,

Eu já fui visitar algumas emissoras de rádios comunitárias, aqui no DF e fora do DF, que existem algumas limitações. Aqui na Rádio Paranoá FM não existem essas limitações. Isso não quer dizer que a gente pode falar o que a gente quiser falar. Não é isso, nós temos que ter uma ética profissional, nós temos que respeitar o nosso ouvinte.

Várias notícias que a gente veiculou aqui em primeiríssima mão minutos depois, horas depois estavam na mídia, então, esse é o nosso objetivo, ter credibilidade no meio da nossa comunidade para quando “olha, está faltando água lá na quadra 18”, alguém do governo, alguém competente que ouça e venha arrumar porque a rádio comunitária tem força para isso. Então esse é o nosso objetivo e a gente está alcançado.

A atuação das rádios em suas localidades é traduzida pelos locutores e diretores como vetores de publicização das questões sociais fundamentais que dizem respeito à cotidianidade das comunidades atendidas pelo serviço da rádio local. Nesse sentido, o papel da rádio como vigilante da ordem pública local remete ao exercício de um certo “poder social”¹³⁷ desempenhado pelas emissoras comunitárias quando estas estabelecem contato com os poderes públicos instituídos na localidade, pressionando por medidas que resolvam problemas identificados e apontados pela rádio a partir também de denúncias da própria população.

Um momento fundamental para orientar as diversas ações que se encontram em um mesmo espaço de comunicação de acordo com a lógica primordial de funcionamento da emissora são as reuniões de pauta entre locutores e membros da diretoria e encontros cotidianos entre colegas de “trabalho”. Nesses momentos atuam as convenções, os princípios superiores comuns, nos termos de Boltanski e Thevenot (1991), já pré-estabelecidos antes do engajamento de cada locutor. Essas rádios respondem a princípios básicos presentes desde sua fundação, momento sempre lembrado como “nascimento” de um espaço aberto para comunicação local, mesmo se esses espaços são regulados por normas internas criadas por grupos dirigentes da emissora e da associação, em alguns casos não resultam de processos deliberativos que envolveram segmentos da comunidade interessados. Mas, em geral, todas as rádios evocam bens comuns como bens públicos, mas que concernem às necessidades e especificidades de suas localidades. A noção de questões, temas, informação de interesse local só pode ser avaliada a partir das particularidades de cada comunidade onde atua cada uma das mídias estudadas. Uma das locutoras da rádio Utopia define a emissora como um espaço permanentemente aberto ao debate entre seus membros, diretores e animadores, sobretudo, nas reuniões de avaliação do desempenho da mídia.

¹³⁷ A concepção de poder social está referenciada em Tocqueville (1967 e 2005) e Habermas (1997) para os quais o poder social resulta da atuação de entidades civis e políticas que representam forças de imposição de interesses superiores capazes de alcançar o núcleo do poder administrativo. Habermas interpreta o poder social como medida para a força de imposição de interesses organizados. Em termos habermasianos, as rádios locais podem exercer esse poder à medida que representam interesses sociais relevantes que causam algum impacto nas instituições decisórias do poder público. Ou seja, quando a rádio comunitária estabelece uma comunicação com entidades públicas a partir de recursos discursivos cujos conteúdos remetem ao tratamento de temas de interesse de uma coletividade.

De acordo com a comunicadora: “Tem a relação hierárquica que é necessária, direção, tesouraria. Mas a relação patrão-empregado não tem. Temos total liberdade de chegar e opinar e falar a respeito e opinar, de contar também um com o outro. Acho que aqui o interesse é mais coletivo”.

A inserção de uma certa racionalidade técnica na gestão e operação de algumas das emissoras estudadas está na busca incessante pelos apoios culturais. Muitos locutores e diretores entrevistados abordaram a relação entre profissionalismo e anunciantes, fazendo clara menção à importância de se adotar um certo padrão de qualidade nas emissões e em seu quadro de animadores para conquistar o ouvinte e captar recursos. Declara um dos locutores da rádio Gama:

A gente vai aos comércios, faz a abordagem, conversa, explica como a rádio funciona, como a gente trabalha e de que forma a gente quer trabalhar com o comércio. Faz a proposta e aí faz o patrocínio. Mostra o Brief da rádio, a gente mostra a data da fundação da rádio, a função da rádio, qual é o público alvo da rádio, do programa. Por exemplo, o meu programa, para o pessoal mais antigo, então eu fico explicando que o meu programa é voltado para aqueles com mais horas de vôo, para o pessoal que é mais da antiga e eu fico fazendo a abordagem, mostrando o seu programa e o público alvo que aquele programa da rádio atinge e o quê que a rádio pretende fazer, ou seja, vestir mesmo a camisa da empresa e apresentar as propostas, deixando o comércio bem sempre falando e sempre lembrando.

Nas rádios brasileiras, mesmo nos casos em que foi observada uma certa simetria, em termos de funções, há, em escalas variadas, relações hierarquizadas entre diretores, locutores e ouvintes que remetem a vínculos próprios ao mundo doméstico, os quais caracterizam também a relação patrão/emprego em empresas. Ou seja, a hierarquia faz parte da estrutura organizacional das emissoras estudadas, mesmo quando há gestões mais participativas, como é o caso das rádios Utopia, Líder e Gama FM. Nas rádios Sobradinho e Paranoá FM foi constatado uma arquitetura de funcionamento centralizado na diretoria composta por entes profissionalizados (advogados, jornalistas). Os próprios locutores nessas emissoras, em especial, da rádio Paranoá FM, reconhecem os membros da diretoria como “donos e patrões”. A Paranoá FM, como foi descrito, funciona em um prédio que pertence ao presidente da rádio, o qual mantém no mesmo edifício uma loja de tecidos. Alguns dos funcionários do estabelecimento comercial que prestam serviços à emissora, como o caso de uma locutora da Paranoá FM que também é atendente na loja, não conseguem distinguir entre sua condição de empregado no andar de baixo e sua condição de voluntária na emissora. A relação patrão e empregado se reproduz no espaço comunicativo da

rádio. Mesmo se esta mesma pessoa se reconhece como voluntária de uma rádio local sem fins lucrativos. Nos termos da locutora da Paranoá FM,

Eu tomo conta da parte administrativa por que os donos ficam um pouco ausentes e eu fico na organização e de manhã de segunda-feira a sexta-feira eu fico na locução. A direção é feita por telefone, pois a diretora da parte jurídica, por falta de tempo ela vem só uma vez por semana para ver se está tudo ok, se tem algum problema para resolver. Se tiver problema, aí eu tenho que ligar para a Dona Clarice ou para o Seu Jota que é o diretor da rádio. Qualquer decisão, eles estão sempre em comunicação para ver o que um acha da opinião do outro. Não é só uma pessoa que decide as coisas.

Na verdade, o que se constata em relação à atuação das rádios comunitárias estudadas no Brasil é uma oscilação entre práticas do mundo sistêmico e práticas do mundo da vida, as quais muitas vezes se confrontam em um espaço concebido para realização de interações sociais mediadas pela comunicação dialógica, distanciadas do modelo de comunicação oficial. Essas emissoras agem com a racionalidade técnica ou instrumental de uma empresa, adotando estratégias para captação de recursos, veiculando publicidade comercial, busca pela profissionalização do serviço prestado à população, têm perspectiva de atingir índices de audiência que extrapolem o local, algumas só admitem locutores a partir de critérios rígidos de contratação próprios do mercado. Essas ações apontam para uma inclinação a um modelo empresarial de gestão. Mas, também revelam seu lado amador e democrático ao veicularem manifestações espontâneas e imprevistas de ouvintes, abrirem espaços para expressão das entidades, instituições e cidadãos de suas localidades, oferecendo um serviço de comunicação original e voltado para especificidades da região. Nesse sentido, os locutores cumprem o papel social fundamental na comunidade ao empreenderem ações que satisfazem seus objetivos e aos interesses da localidade, ao protagonizarem a cena pública exprimindo uma prática discursiva calcada nas demandas e necessidades dos ouvintes os quais representa. Essas ações remetem a uma orientação cívica, imbricada com a espontaneidade e autonomia da inspiração e a busca do reconhecimento pessoal próprio da *cit* opinativa. Inegavelmente, suas ações associativas, pautadas no planejamento que atende as orientações de uma coletividade em particular e aquelas comunicativas, quando calcadas na vontade geral, no interesse público, se entrecruzam em um espaço difuso de diversas lógicas de ação.

Rádio como Espaço sem fins lucrativos

No caso das rádios pesquisadas no Brasil, um agravante que explica, em certa medida, seus vínculos com o comércio local e igrejas está na ausência de recursos públicos direcionados para subsidiar a manutenção dessas emissoras que estão implantadas em zonas periféricas e pouco desenvolvidas economicamente. Um outro fator é a limitação imposta pela lei de radiodifusão comunitária que proíbe a prática da publicidade comercial por essas mídias. Na pesquisa de campo, as diretorias das rádios entrevistadas foram unânimes em apontar a escassez de recursos financeiros como principal entrave para manutenção e operação da rádio comunitária.

Em geral, as rádios pesquisadas no Brasil apontam a carência de recursos como maior desafio enfrentado para manutenção de suas atividades. As emissoras comunitárias brasileiras não contam com recursos governamentais porque não há fundos públicos previstos para subsidiar iniciativas de radiodifusão comunitária no Brasil. As emissoras são proibidas por lei de praticar publicidade comercial, podendo, apenas, captar “apoios culturais” no comércio e instituições locais. Por se tratar de um serviço de radiocomunicação de alcance restrito, dificilmente, as rádios conseguem captar apoios financeiros de instituições públicas e privadas. O voluntariado é fundamental para manutenção do sistema, mas, comumente ele está associado há uma possibilidade de remuneração, já que muitos locutores captam anunciantes para seus programas e, portanto, garantem, mesmo que esporadicamente, alguma gratificação pelo serviço prestado à rádio. Mas, também é possível encontrar um tipo de engajamento à emissora apenas pela adesão ao projeto radiofônico da mídia comunitária ou para exercitar o ofício de radialista.

Rádio como Espaço democrático-participativo

As rádios comunitárias pesquisadas no Distrito Federal mencionam em seus projetos de mídia local o comprometimento em implementar um serviço de comunicação pública horizontal, ou seja, prevendo um processo participativo na elaboração e distribuição das informações. A participação remete, então: aos espaços reservados pela rádio para intervenção do cidadão comum, tanto na grade de programação quanto nos processos decisórios da emissora; espaços não oficiais para participação do ouvinte como locutor ou em manifestações ocasionais; criação de instâncias e mecanismos para controle social do público concernido para fiscalização e acompanhamento do desempenho da rádio como mídia comunitária.

A rádio é sempre vislumbrada como um espaço permanentemente aberto às intervenções da comunidade, embora se saiba que essas mídias surgem de iniciativas de associações regidas pelo direito privado. Foi observado, durante as entrevistas, que os membros das emissoras têm uma certa dificuldade em localizar o status da rádio comunitária como meio de comunicação local, a serviço da comunidade, mas gerida por uma diretoria juridicamente formalizada e inscrita em um tipo de entidade privada. No Brasil, a dificuldade em compreender as funções e propostas de meios de comunicação públicos de caráter comunitário por parte de ouvintes, leitores, telespectadores pode ser explicada pela ausência no país de um sistema efetivamente público de comunicação. Assim, apesar de serem ativadas em regime de direito privado, as rádios comunitárias são merecedoras de atenção político-jurídica porque se constituem em instâncias públicas, dado que a informação é o elemento básico para o exercício dos direitos civis e políticos.

Um dos princípios fundamentais da democracia, nos termos de Arendt (1967), Habermas (1992), Bobbio (1984), o revezamento da representação política, a renovação do quadro de representantes de uma população, foi mencionado apenas por um dos diretores de rádio, o diretor de programação da emissora Utopia. Ele afirmou que tanto na associação como na rádio existe uma rotatividade dos cargos eletivos para não se configurar privatização do mandato de diretoria, o que para ele seria uma medida antidemocrática. O diretor da emissora Utopia explica: “Existe a cada três anos um rodízio entre os membros da direção exatamente para que a presidência não se torne uma cadeira cativa. Eu já fui secretário geral e hoje sou diretor de programação, já fui duas vezes secretário geral e agora no terceiro mandato diretor de programação”. No entanto, não se verifica a renovação permanente dos integrantes da diretoria, há, apenas, uma troca de funções exercidas no âmbito da direção da emissora, composta praticamente pelos mesmos membros.

Alguns diretores entrevistados apontam a dificuldade de engajamento de moradores da localidade em cargos da direção da rádio, em outras falas fica registrado que não há abertura no quadro diretivo da rádio para inclusão de um habitante da região que deseje fazer parte da coordenação da emissora. Neste caso, a participação do morador fica restrita à possibilidade de se tornar locutor na emissora ou intervir nas emissões. Um fator grave que compromete a democratização do espaço comunicativo da rádio é a ausência do Conselho Comunitário como instância deliberativa instalada na estrutura das emissoras pesquisadas, conforme determina o artigo 8º. da Lei de Radiodifusão Comunitária. Em algumas emissoras o Conselho só existe no

papel, mas não de fato. “Temos Conselho, mas honestamente não está atuante”, admite o diretor de programação da rádio Utopia. Na avaliação dos diretores das emissoras, a composição do Conselho, muitas vezes, é inviabilizada porque moradores e entidades civis da região não entendem o papel dessa instância e nem se sentem estimulados a participar. Como explica o diretor da Comunidade FM,

A gente tem conselho comunitário por aqui. Qual o problema do conselho comunitário? É o seguinte: por que, a avaliação que eu faço, inclusive na assembleia esse negócio de chamar os agentes locais, a gente tem tentado com o conselho comunitário também. A gente tinha até feito convite de forma equivocada para as entidades, mas a gente não falou a coisa de forma correta, por isso que não funcionou e depois pela própria importância que a rádio comunitária tem aqui no Gama, infelizmente a rádio comunitária no Gama não é essencial.

Na rádio Sobradinho FM o diretor entrevistado admite que não existe nem previsão por parte da direção da emissora em formar um conselho comunitário, “existem pessoas que fiscalizam de maneira informal, a programação da rádio”, diz. Na rádio Líder o conselho ainda não está em funcionamento e na emissora Paranoá FM, essa instância é formalmente constituída, mas só se reúne para confraternizações; seus membros, empresários locais, pessoas que representam entidades civis, aderiram ao Conselho mediante convite realizado pela diretoria da emissora. Os conselhos quando funcionam cumprem apenas uma mera formalidade prevista na lei. Nos termos da diretora geral da Paranoá FM,

Até esse ano aqui não tinha conselho e eu brigando com meu pai [presidente da emissora] porque a legislação diz que tem que ter, mas ele sempre falava comigo assim, que na verdade para a gente funcionar aqui na cidade a gente teve que ter autorização de cinco entidades para ter o funcionamento, tem que ter, associações, apoio popular, eu me comprometi com eles [entidades apoiadoras da rádio], no almoço, de que eles seriam o conselho comunitário, só que até então eu não tinha muita ação com eles. Eu tinha pouca ligação com eles, então quando eu entrei em maio, me contatei com eles, eles falaram que não queriam continuar mais eu perguntei se poderia fazer o convite a outras pessoas, porque eles já estavam voltados para outro trabalho e aí eu fiz, convidei outras pessoas para o conselho comunitário, aí coloquei a lei e expliquei o que é para cada um.

O Conselho Comunitário é previsto por lei para garantir o cumprimento dos princípios de pluralidade, diversidade, publicidade na programação da rádio comunitária, como também para coibir a apropriação da emissora por parte de grupos privados, os quais não representam o

interesse público, mas os seus próprios. O monitoramento do conteúdo difundido pela emissora aponta para um certo controle público-social exercido por uma instância institucionalizada e não episódica na estrutura da rádio, justamente, para que a mídia não adote demasiadamente padrões, estruturas e princípios concernentes a outras modalidades de serviço de comunicação, para as quais não foi autorizada. Então, o não cumprimento do “dever” legal de instituição do Conselho constitui um obstáculo importante para democratização do espaço comunicativo das rádios comunitárias pesquisadas.

A programação é um outro aspecto interessante para observar o grau de participação e democratização da rádio comunitária, sobretudo, porque estão nos artigos 3º. e 4º. da lei 9.612/98, as determinações dos princípios de composição da grade de programação das emissoras locais, nos quais estão explícitos pressupostos de prestação de um serviço de comunicação pública, participativa, portanto inclusiva e não proselitista, com ênfase no atendimento ao interesse público local.

Com base no acompanhamento e análises de grades de programações e em entrevistas com locutores das rádios pesquisadas, pode-se dizer que não são previstas emissões específicas para realização de debates públicos, mas há programas planejados para interação dos ouvintes. A participação dos habitantes ou representantes de entidades e instituições da localidade é facilitada pela disponibilidade de espaços durante a programação para intervenção pública. Nas rádios, em geral, a administração da fala de convidados ao vivo é atribuição do locutor que responde pelo que é dito em sua emissão.

A rádio Paranoá FM dispõe de mecanismos internos para controlar a participação espontânea de ouvintes, em geral, antes da fala ao vivo do participante, o locutor faz uma entrevista prévia com ele e se informa sobre o que o “convidado” vai falar, uma prática comum das emissoras públicas e comerciais. Nos termos de um locutor da rádio Paranoá FM,

Eu coloco o ouvinte no ar, desde que venha aqui antes, conversar comigo. Olha, toda a emissora de rádio que se preze, antes de colocar o ouvinte no ar, seja ele quem for, tem que ter uma pessoa da produção, uma telefonista. Se não tiver, não coloque. Eu aconselho que não coloque. Vai pedir uma música? Vou. Então tá. Mas se for para conversar um assunto relacionado a uma ação oficial, antes converse, depois que você conversar, que você tiver todo o parâmetro do que a pessoa vai falar. Aí pode colocar no ar. Mas aí você faz como? “eu vou tocar uma música e eu vou conversar com você” “Ou, após o programa você me liga e a gente conversa e amanhã a gente vai para o ar”.

Alguns locutores declararam que o “cuidado” com aquilo que o ouvinte pode falar ao microfone decorre, muitas vezes, da inadequação de conteúdos que possam desmoralizar alguém da comunidade, sobretudo, personalidades públicas. As intervenções mais comuns dos ouvintes nas emissões das emissoras estudadas que se colocam mais abertas à participação externa são: pedidos musicais, comentários sobre eventos ou aspectos da vida social local, críticas à administração pública, denúncias de problemas sociais (violência, mal atendimento no serviço público local, educação, saúde, saneamento, infra-estrutura) e demandas sociais. De acordo com uma das locutoras da Paranoá FM,

Eu falo com o ouvinte ao vivo, eu jogo o ouvinte no ar. Muitas vezes é direto, como a rádio é comunitária, a rádio é pobre, não tem condições financeiras para estar disponibilizando uma secretária para estar atendendo telefone. No meu programa tem muito apelo. De ajuda mesmo. Por exemplo, ontem tinha uma ouvinte que estava precisando que alguém pudesse indicar ela, pudesse ajudar ela, com um médico neurologista, porque o marido dela estava com um problema muito sério e ela já tinha ido a todos os hospitais e não tinha resolvido o problema. Então, ela tava desesperada pedindo a algum médico que estive ouvindo ela que pudesse ajudar. Então, a gente faz este tipo de serviço, mas infelizmente a gente não é sempre atendido.

As rádios Paranoá FM e Líder FM veiculam com mais frequência apelos, denúncias, reclamações da população, as quais, em geral são feitas pelo locutor porque em algumas situações o ouvinte não quer falar diretamente com o público. No entanto, essas intervenções públicas ocorrem pela motivação de necessidades individuais materiais básicas, como comida, remédio, assistência médica, dinheiro em espécie, agasalhos, ou são orientadas por problemas públicos que afetam a vida de uma coletividade como um buraco de rua (infra-estrutura), assaltos, assassinatos na vizinhança (segurança pública). Essas demandas tematizam discursos nas rádios que, na verdade, remetem a necessidades humanas fundamentais que impedem os sujeitos dessas comunicações a se deterem em um tipo de intervenção política, já que a reflexão da vida social local se dá em torno de carências e ausências, das lacunas deixadas pelo poder público, as quais a rádio muitas vezes tenta preencher. “É um trabalho que através da rádio a gente desenvolve, um trabalho social, projetos sociais, a gente assim vive a comunidade”, explica uma locutora e membro da diretoria da Paranoá FM. Comenta uma outra locutora:

Às vezes chega alguém pedindo alguma coisa para a gente e a gente não pode ajudar porque não tem recursos. Por exemplo, tem pessoas que precisam de uma cesta básica, teve gente que veio aqui pedir dinheiro para colocar uma carta no correio, quanto é que custa? Semana passado no meu programa, precisando de 140 reais para pagar duas contas, uma de água outra de luz, com cinco crianças em casa, que tava tudo cortado. Fiz uma campanha rápida aqui e conseguimos 90 reais. O resto um comerciante depois ligou para mim e disse “ta”. E se a gente tivesse recurso para ajudar, estaríamos bem.

As rádios comunitárias nas cidades satélites do Distrito Federal se converteram em espaços e arenas sociais de divulgação de tensões, conflitos e inseguranças sociais das populações concernidas. Não são raros os espaços dedicados nas programações para interlocução entre rádio, sociedade e Estado. Há programas musicais que pela sua audiência são escolhidos para sediarem diálogos entre a mídia e a administração pública local, ou recebem moradores ou representantes do tecido associativo ou institucional local em entrevistas abertas para participação de toda população. No caso de entrevistas com personalidades públicas, políticos ou pessoas que assumem cargos diretivos na administração pública, o locutor, muitas vezes morador da região, assume o papel de “mediador” entre comunidade e esfera política ou poder público tratando dos problemas sociais da localidade cuja resolução é atribuição da instância governamental representada pelo convidado em questão. Nesse tipo de emissão pode-se observar a busca pelo reconhecimento de demandas sociais e de direitos fundamentais já garantidos na Constituição como direitos sociais. Nessas emissões as demandas, mazelas e insatisfações sociais ganham visibilidade e prioriza-se aquilo que diz respeito a uma determinada localidade. Explica uma das locutoras da Paranoá FM:

No meu programa a gente tem uma participação com o administrador todas as quartas, levando reclamações e ele diz o que vai acontecer de melhoras. E eu vou alfinetando ele porque a gente tem um carinho muito grande pelo Itapuã, porque já não é mais uma invasão já é uma cidade satélite ela é o que a gente chama de RA, tem administração, que falta o que a população necessita. O esgoto está sendo construindo agora, temos água, luz, telefone, mas falta asfalto, falta escola, falta policiamento, falta hospital, só tem uma escola que é de primeira a quarta série. Então a população depende muito do Paranoá.

A emissora Paranoá FM tem quatro emissões, em especial, que veiculam a palavra do cidadão, ou nos termos de Deleu (2000), “palavra fórum”, e de autoridades públicas, direta ou indiretamente, **A Cidade Desperta, o Ministério do Povo; Swing Paranoá; Temperatura Máxima e Paranoá Notícias**. Os três primeiros, já descritos no capítulo anterior, são programas

musicais que pela sua popularidade veiculam críticas e opiniões sobre os eventos da vida social no Paranoá não só dos locutores, como de convidados entrevistados como dos ouvintes, que fazem chamadas telefônicas, mandam mensagens pela Internet, pelo celular para o animador para compartilhar suas considerações sobre um tema em pauta. O programa **Paranoá Notícias** é, essencialmente, informativo e trata especificamente de fatos locais, sobretudo, o locutor fala de violência urbana e falhas na administração pública local. É um programa conhecido por veicular muitas denúncias e manifestações dos ouvintes. “Ele [o locutor] sempre fala para os moradores denunciarem, que não precisam se identificar, para que se tenha uma vigilância, uma polícia comunitária, para tentar resolver os problemas da violência”, depõe uma locutora da rádio e ouvinte do programa.

Na rádio Sobradinho FM os espaços destinados à participação do ouvinte e intervenções de autoridades públicas são, em geral, atuação do próprio comunicador. Os programas **Ronda Sobradinho** e **Show da Tarde**, já descritos no capítulo anterior, são as emissões potencialmente mais suscetíveis à participação não só de ouvintes como de convidados para entrevistas na emissora Sobradinho. Na segunda emissão são veiculados quadros de entrevistas com moradores da região e representantes de órgãos públicos ou entidades civis. De acordo, com os locutores entrevistados da Rádio Sobradinho, os momentos em que a população mais entra em contato com a rádio para participar de emissões são aqueles em que são tratados temas polêmicos que dizem respeito ao interesse público como segurança pública, transporte público, saúde, educação, direitos fundamentais. Na verdade esses espaços na grade de programação servem de elo com os poderes públicos instalados na região, sobretudo porque as intervenções, em geral, estão pautadas em denúncias.

Na emissora Comunidade FM, os programas **Alô, Alô Alegria** e **Nova Geração** aparecem na grade de programação como as emissões mais sujeitas à intervenção direta do ouvinte. A primeira emissão é matutina e recebe mais participações do público feminino para pedir músicas ou para fazer comentários sobre assuntos considerados polêmicos. O programa **Nova Geração**, de caráter religioso, veicula campanhas contra uso de drogas e apresenta testemunhos, depoimentos de pessoas que passaram por alguma situação considerada de “risco”, como vícios em drogas. O locutor da emissão declara que em seu programa em diversas ocasiões os ouvintes que entram em contato com o animador fazem sua intervenção em *off* ou simplesmente ligam para pedir conselhos, para partilhar uma opinião, a chamada “palavra-divã” (DELEU, 2000). “Já

tive gente aqui me ligando para pedir conselhos para não cometer suicídio. E na conversa eu convenci a pessoa a não cometer essa loucura.”, declara o locutor.

Na rádio Utopia, os programas **Tecendo o amanhã** e **Amanhecer Sertanejo**, descritos no capítulo anterior, são os mais populares da emissora e, por sua vez, os que mais contam com a participação dos ouvintes e de associações locais, sobretudo a primeira emissão. **Tecendo o amanhã** trata em geral de temas cívicos e literários; as apresentadoras têm o propósito de despertar o senso crítico do cidadão da localidade, fazê-los se interessar mais pela cidade onde moram, pelo potencial cultural da região. “Aqui em Planaltina temos muitas carências, é importante a rádio promover eventos e projetos culturais para despertar a cultura local. Aqui não temos nada voltado para o lazer da população. Faltam espaços culturais para os jovens”, comenta a locutora. O **Amanhecer Sertanejo** além de ser uma emissão voltada para valorização da cultura caipira, é um espaço de encontros entre moradores da região, inclusive há um espaço reservado no programa para divulgar perfis pessoais para aqueles que desejem fazer novas amizades ou se engajar em relacionamentos amorosos. “Aí a pessoa liga. ‘Eu queria que você desse meu telefone, dissesse que eu sou uma pessoa bacana, que eu estou procurando uma pessoa para namorar, que minha idade é tal’”, explica a locutora. O programa também já atuou em casos de desaparecidos civis.

Um senhor chegou, eram umas cinco e meia no programa, desesperado, que a filha dele tinha desaparecido, sumido de casa, era maior de idade, e ele não sabia qual era o motivo. Às vezes você vê na televisão, alguém te conta, mas a pessoa chegar... eu fiquei tão assim que os colegas da rádio disseram “não fica nervosa” eu chorei né, são histórias muito parecidas, não é só a minha, mas é bonito, ele queria apoiá-la. Aí depois ele chegou, falou que ela tinha aparecido, que ela estava grávida que ele estava muito feliz, que ela não precisava ter desaparecido. Ele fez o apelo para ela voltar. Aí ela não ouviu, mas a mãe da amiga da casa onde ela estava lá no Vale do Amanhecer, falou para ela que o pai estava desesperado na rádio pedindo para ela voltar para casa. Aí ela foi procurar ele, explicou para ele que ela estava grávida e voltou para casa. Aí ele aceitou ela. Aí ele foi lá para agradecer. Aí eu coloquei ele no ar, falando que ela tinha voltado.

Na emissora Líder é difícil mapear com mais precisão as emissões mais suscetíveis à participação de ouvintes e representantes de entidades civis e instituições porque, como comentado no item da descrição das rádios, essa emissora comunitária funciona com características de um serviço de alto-falante, tamanha é a instabilidade de sua grade de emissões. De todas as emissoras pesquisadas, a Líder FM é a que apresenta maior rotatividade de locutores voluntários. No entanto, pode-se evocar três programas fixos na grade dessa emissora que

incentivam a participação dos ouvintes: **Toque de coração; Manhã da Alegria e Brega**. A primeira emissão é musical e tem o propósito de promover encontros entre pessoas que buscam um relacionamento amoroso, apesar de semelhanças é diferente do programa similar da rádio Utopia, sobretudo porque o **Toque de coração** surgiu de uma emissão do gênero apresentada em uma rádio comercial, já o **Amanhecer Sertanejo** não foi intencionalmente criado para ser um espaço de encontros, mas esse traço surgiu gradativamente pela participação dos ouvintes e tornou-se um meio de sociabilidade para os ouvintes. As outras duas emissões da Líder são também musicais, mas prevêem a participação do ouvinte durante todo programa a partir de entrevistas ou da improvisação. Tanto na Líder como na Utopia a participação do ouvinte se dá da forma mais informal dentre todas pesquisadas.

Em relação às emissoras estudadas, no período eleitoral de 2006, tanto a rádio Paranoá como a Sobradinho FM realizaram debates entre locutores, ouvintes e candidatos a eleição e reeleição, de diferentes partidos políticos, do Distrito Federal, em quadros específicos que funcionaram somente durante o segundo semestre do ano passado. O formato adotado foi o de entrevista aos candidatos, seguido de sabatina realizada pelos habitantes e animador da emissão. Fora de períodos eleitorais, a abordagem de temas políticos nas rádios está sempre vinculada a avaliações e críticas feitas pelos locutores em relação a ações públicas implementadas por representantes do poder público. As manifestações dos animadores, nesse sentido, são quase oriundas de insatisfações, comentários, reclamações, questionamentos da população que se dirige à rádio para se fazer ouvir e, em certa medida, reconhecer.

O processo de admissão de projetos de emissões nas rádios oriundos de representantes de coletividades, grupos, instituições ou associações ou de iniciativas individuais é um outro fator que foi levado em consideração nesta pesquisa para identificar em que medida as rádios locais são espaços democráticos e participativos. Vale dizer que em todas as emissoras pesquisadas as propostas de programas são avaliadas no âmbito da diretoria da mídia ou da associação ou a decisão fica centralizada nas mãos de um ou dois diretores, em geral aqueles que se ocupam da programação.

Os procedimentos mais cautelosos na seleção de emissões propostas por integrantes da comunidade foram observados nas rádios Sobradinho FM e Paranoá FM. Como foi mencionado no item anterior, a emissora Sobradinho persegue o propósito de ser reconhecida como uma mídia profissional, para alcançar esse intento a diretoria da rádio estabeleceu critérios como

domínio de inglês e português básicos e apresentação de um projeto de emissão, desde que haja vaga na grade de programação. Quando o locutor é admitido, em geral, ele se adapta aos propósitos e prioridades da emissora. Na rádio Paranoá FM, o candidato deve apresentar a proposta de programa à direção da emissora e se comprometer em captar recursos tanto para contribuir para manutenção da rádio como para garantir sua remuneração. Essa rádio não estabelece critérios em relação à formação do locutor, não exige grau mínimo de instrução. “Como ela é uma rádio comunitária, tem alguns locutores que não têm aquele jeito todo de se expressar. Tem até locutores que não falam um português exato e é admitido porque é uma rádio comunitária”, observa uma locutora da Paranoá FM. Nas emissoras Utopia e Comunidade FM é preciso apresentar um projeto de locução e este é avaliado, de acordo com a pertinência ou não ao projeto cultural da rádio, pela diretoria e por outros animadores, em geral. Essas rádios realizam chamamentos públicos para divulgar que o cidadão tem direito de participar daquele espaço fazendo sua própria emissão ou intervindo com suas manifestações discursivas em debates de temas variados durante programas que trazem à tona questões sociais que dizem respeito à vida da comunidade. De acordo com o presidente da rádio Comunidade FM,

Tem que trazer a idéia, se não ficar claro através da idéia aí peço para trazer um projeto. Mas assim, já teve gente que queria fazer programa de lambada recentemente. Então eu disse: “Lambada era quando eu tinha 17 anos, não sei, não. A rádio é comunitária do Gama, lambada é difícil, se fosse no Pará, mas aqui? Mesmo assim vamos ver, vamos dar uma aprofundada neste projeto”. Quando a pessoa traz um projeto aqui, às vezes quer vir para a rádio e traz um projeto errado, esse projeto não rola, mas esse rapaz aí tem jeito, tem que aproveitar ele.

Na rádio Utopia apesar de haver tipos específicos de emissões previstas para constar na programação, o locutor que ingressa na emissora pode criar sua emissão a partir de orientações da diretoria de programação. A direção da rádio Líder não solicita projeto, apenas marca uma entrevista com o candidato e discute com ele a concepção do programa sugerido. Nos termos do diretor de programação da rádio Líder FM sobre os procedimentos para tornar-se locutor na emissora,

Qualquer pessoa da comunidade, que resida realmente em Planaltina pode fazer programas na rádio, geralmente as pessoas apresentam um projeto, um projeto bem simples, o público que se destina, coisa bem simples e a partir daí com o passar do tempo se essas pessoas sentirem realmente a necessidade naturalmente acabam se integrando ao quadro de associados da emissora.

Em geral, não foi observado presença significativa de emissões realizadas por membros de entidades civis locais, a sugestão de programas, em grande parte, surge de iniciativas individuais ou vem de representantes de Igrejas da localidade.

Além da grade de programação e do Conselho Comunitário, uma terceira possibilidade de participação do ouvinte no funcionamento ou na estrutura da rádio comunitária é através de reuniões periódicas realizadas entre membros da diretoria da mídia e locutores. Esse espaço não é usualmente ocupado pelo cidadão-ouvinte, embora nas entrevistas alguns animadores e diretores declarem que as reuniões de pauta ou de desempenho da rádio são pensadas para reunir aqueles diretamente envolvidos com as atividades da mídia, mas que nada impede a participação de ouvintes interessados nessa discussão. De acordo com uma das locutoras da rádio Utopia, as reuniões de pauta promovidas pela emissora são abertas à intervenção do público local, “É um espaço bem aberto mesmo e feito por todos, é um debate coletivo, nada imposto”. Outros diretores afirmam que esses encontros dizem respeito apenas aos integrantes da emissora. Nesses casos fica patente a consideração da direção da rádio comunitária que o ouvinte é apenas espectador ao qual é dada a oportunidade de dizer que a programação convém ou não às suas expectativas individuais. Nesse sentido, resgata-se uma fala do diretor de programação da rádio Sobradinho, a qual consta no item de descrição dessa emissora, em relação a quem de fato participa de processos decisórios no âmbito da emissora,

Quando a gente vai fazer alguma alteração na programação, sentamos eu, o diretor executivo e o presidente da rádio, que é o presidente da associação. Eu apresento para eles a proposta. O diretor executivo, por ser um cara que avalia o custo-benefício, ele vai dar o seu aval, ou não, à presidência, e a presidência aprova ou não. O presidente da rádio é muito mais um zelador da situação, porque ele não atua diretamente na rádio. Ele é formado em contabilidade. Ele participa mais com um contador... O grande fator para se decidir se a programação vai para o ar, ou não, é o mercado.

As rádios Utopia FM e Comunidade FM promoveram encontros permanentes entre diretoria e seus animadores. As duas emissoras no ano passado realizaram seminário para discutir com os membros da emissora e ouvintes, representantes de associações e outras entidades locais os objetivos e missões dessas emissoras em suas localidades. Conta o diretor da rádio Utopia:

O nosso seminário contou com a participação de membros da sociedade em geral. Aí a gente foi traçar qual seria a missão da rádio, discutiu inclusive audiência, qualidade dessas audiências, patrocínio, tudo o que nós queríamos para a rádio e aí a gente viu que as idéias muitas vezes eram conflitantes e tentamos chegar a uma conclusão.

As assembléias realizadas periodicamente entre membros da associação que gere a rádio comunitária é também um espaço em potencial para atuação do ouvinte-cidadão, porque, em geral, nesses eventos, são tomadas decisões estruturais e funcionais a respeito da dinâmica da emissora, mas, de fato, essa participação se restringe ao corpo de diretores, alguns locutores e associados. “Para mim rádio comunitária é aquela em que os agentes sociais participam realmente para organizar e decidir a informação, discute programação, mas discute linha. É o seguinte, todos os segmentos sociais são importantes, vamos colocar o fato da reunião na rádio”, observa o presidente da Comunidade FM que ao mesmo tempo admite que se tornar uma rádio comunitária é um processo e também um desafio.

Isso já é mais um compromisso, para discutir isso aí. A rádio popular é importante para a cidade, o importante mesmo é a rádio popular, tem muitos méritos, mas não como comunitária. Eu li que de repente tentar convidar melhor os atores sociais, talvez a gente tenha convidado errado, tem que ver como a coisa deve funcionar e sentir e então poder ter uma ação, as pessoas olham as rádios como propriedades, é uma experiência nova.

No que concerne à participação que está estritamente relacionada à democratização do acesso ao espaço da rádio local, pode-se depreender que as emissoras estudadas no Brasil não contam com intervenções permanentes do ouvinte-cidadão, mas em algumas emissoras é possível observar iniciativas da diretoria para aproximar a população local do veículo de comunicação, inclusive na condução das atividades da emissora. Outras direções declaram “suas” emissoras como comunitárias por estarem prestando um serviço local de comunicação, entendendo que a participação dos habitantes se realiza plenamente quando um morador é entrevistado ou faz pedidos musicais, divulga suas opiniões, denúncias, reclamações, para os quais os animadores estão atentos. No entanto, a participação qualitativa é propositiva e vem de uma postura crítica em relação a aspectos da realidade objetiva e sabe-se também que não há protagonismo sem participação. A proposta não só teórica como normativa da radiodifusão comunitária no Brasil dialoga com aquilo que os defensores da democracia direta sustentam como fundamental em

qualquer experiência de gestão participativa: processo inclusivo e horizontal de decisões sobre temas de interesse da coletividade. Nos termos de uma locutora da Utopia FM,

Uma rádio comunitária não tem dono. E acho que nem pode ter. E quando ela tiver dono ela não é mais uma rádio comunitária. É preciso mais apoio, porque são muitas as dificuldades. São as rádios abertas ao povo. As pessoas terem a liberdade de chegarem na rádio, de discutir, qualquer problema da comunidade.

Apesar da compreensão por parte de radiodifusores do potencial democrático de emissoras comunitárias, pode-se dizer que as rádios locais estudadas ainda não alcançaram a prescrição de seu modelo participativo devido a dois fatores fundamentais: de um lado persiste a concepção de que a emissora comunitária é propriedade da associação e de seus membros, a qual tem apenas o dever de prestar um serviço ao público local, por outro as tentativas empreendidas por alguns dirigentes de mídias comunitárias ainda não foram bem sucedidas o suficiente para tornar esses espaços, consensualmente, a serviço do público, uma arena pública de apropriação social. De acordo com o depoimento da diretora da Rádio Paranoá FM,

Fiz vários programas explicando como funciona uma rádio comunitária, uma rádio comunitária é um veículo de direito privado, aí as pessoas começaram a cair em si, que isso aqui não era público, que existe uma administração, que tem todo um fator, tem toda uma autorização para se entrar aqui, que a própria legislação fala, a pessoa pode sim usar o microfone, dar sua opinião, falar o que ela quer, mas tem que se ter uma autorização para a pessoa entrar e falar, eu tenho um formulário, vou te mostrar aqui, então tudo a gente segue certinho, e hoje nós conseguimos esclarecer a comunidade da constituição da rádio, de como ela é, do caráter dela, privado dela, mas do trabalho comunitário, utilidade pública, emprego, a gente todo dia tem oferta de emprego, são muitas coisas.

O que se pode mencionar aqui é a constatação de manifestações episódicas de espaços públicos no interior das rádios estudadas a partir da configuração de situações discursivas que remetem aos pressupostos da esfera pública tais como participação, diálogo, debates públicos, publicidade de temas de interesse da coletividade, veiculação de elementos disruptivos que interferem na vida social local. Os ouvintes-cidadão intervêm, majoritariamente, nesses espaços de formas indiretas, por carta, telefone, mensagens eletrônicas, deixando-se representar nas práticas discursivas dos locutores. Na opinião de alguns dos comunicadores entrevistados, a baixa frequência da participação direta do habitante da comunidade nas atividades da rádio deve-se, em grande parte, à falta de uma “cultura de participação”. Nos termos de um dos animadores da

emissora Sobradinho FM: “Nos próprios programas, a gente costuma dizer o que é uma rádio comunitária. Nós incentivamos a participação, mas o povo ainda tem aquela coisa cultural que rádio é rádio, ‘vocês que falem aí que eu quero ouvir aqui’ que ‘eu não vou me meter nisso’”.

A participação indireta no espaço comunicativo da rádio significa que o cidadão abre mão do direito de se exprimir publicamente e fazer uma intervenção direta nesse espaço, para o qual está prevista sua participação indiscriminada, tanto em termos opinativos e informativos, como em processos decisórios da emissora. Mas, a presença do ouvinte-cidadão na rádio comunitária seja de forma direta ou indireta é fundamental para garantir as possibilidades de manifestações de espaços públicos no momento em que suas necessidades, demandas, opiniões são respeitadas e representadas mesmo que pelos comunicadores da mídia.

Rádio como Espaço Plural e lutas por reconhecimento

Em relação às rádios brasileiras pesquisadas, o reconhecimento aparece estritamente relacionado às práticas discursivas e manifestações culturais que remetem à representatividade e valorização de práticas e expressões socioculturais de populações originárias de diferentes regiões do Brasil, como emissões de músicas sertanejas, de forró ou de práticas culturais urbanas como a divulgação do rapp, do hip-hop. São também veiculados pelas rádios programas religiosos e intervenções individuais e coletivas de ouvintes-cidadãos que postulam discursos reivindicatórios, em tom de crítica ou de desabafo, em relação a problemas de ordem privada e/ou pública. Nesse sentido, o apelo por justiça social aparece mais atrelado mais a demandas de reconhecimento de necessidades da esfera da intimidade remetendo ao critério da economia política da redistribuição do que reivindicações por reconhecimento de diferenças socioculturais, nos termos da proposta política de reconhecimento e de paridade social de Fraser (2005). É também recorrente nas emissoras a utilização desse espaço comunicativo pelos locutores como forma de mediatização da sua imagem pessoal, o que remete às formulações de Honneth (2003) que identifica a busca pelo reconhecimento, inclusive em situações em que o “indivíduo” almeja à visibilidade da sua imagem pelos outros. A estima e consideração de gostos musicais, atividades culturais, opiniões, demandas sociais, vontades, expectativas, críticas dirigidas aos atores políticos da localidade passam a ser um dos elementos constantes nas ações e discursos implementados pelas rádios locais estudadas, em especial, as emissoras localizadas em zonas mais periféricas em relação ao Plano Piloto de Brasília, como Utopia FM, Paranoá, Líder e

Gama. O pluralismo característico dos contextos democráticos favorece processos de reconhecimento, em suas várias dimensões, à medida que aponta para diversidade de expressões culturais, manifestações confessionais, opinativas e políticas, origens sociais, étnicas, nacionais.

Evoca-se a pluralidade na programação das rádios locais brasileiras, a qual está diretamente vinculada à democratização do espaço comunicativo das emissoras no sentido de incorporar em sua programação elementos que compõem a paisagem diversificada das comunidades atendidas pelo serviço de radiodifusão local, a saber: tendências ideológicas, religiosas, diferentes opiniões, gostos, lutas sociais, formatos de programas e a presença do tecido associativo e institucional local. A avaliação feita apóia-se na observação da frequência de emissões apresentadas por diferentes atores sociais; programas que apresentam diferentes gêneros musicais, inclusive referentes à diversidade cultural local; programas com formatos e gêneros distintos (musicais, informativas, opinativas, entrevistas) e emissões de diferentes religiões. Tratar das diferenças em sua grade de programação remete diretamente ao reconhecimento do direito à palavra pública no espaço comunicativo da rádio comunitária o qual diz respeito a todo ouvinte-cidadão.

A rádio comunitária é palco e agente ao mesmo tempo de um duplo desdobramento do processo de reconhecimento: quando a direção da rádio reconhece as diferentes expressões culturais e ideológicas na comunidade garantido suas representações na grade de programação e quando aos serem publicizadas nesses espaços essas diferenças ganham visibilidade e maiores chances de serem reconhecidas pela população local.

Nas rádios brasileiras estudadas a grade de programação, como já mencionado, apresenta, em grande parte, emissões essencialmente musicais, com participação esporádica do ouvinte-cidadão. Em termos de preferências e gostos musicais, a programação das emissoras apresenta ritmos de sucesso do momento e alguns estilos pouco difundidos nas rádios públicas e comerciais. O locutor, em geral, exprime em sua emissão o seu gosto musical. Mesmo com o propósito de projetar sua imagem na comunidade, saindo assim do anonimato, quando diferentes animadores difundem programas de gêneros musicais variados tem-se uma certa pluralidade na grade de programação da rádio comunitária. Nos termos de um locutor da rádio Líder FM,

Eu toco muita música brega, mas muito mesmo, na programação é essencial, principalmente o brega, brega com a discussão no ar, o que é brega? Eu acho que brega é você fazer sucesso (...) Para mim, na verdade, o brega não existe,

que o mundo pichou de brega, na realidade o brega não existe, ele é para se vestir quando é sucesso. O Odair José foi sucesso, mas aí experimental, ele é sucesso para as empregadas domésticas, então ele é cantor brega, na realidade isso não existiu, para mim ele foi sucesso, independe de quem ouviu, eu acho que ele não seria sucesso só de empregada doméstica, de repente posso estar no Lago Sul e ouvir Amado Batista, Amado Batista eu faço o programa de 10:00 às 13:00 horas aos domingos, em três horas de programação tocando músicas, eu nunca esqueço, não tenho um número menor do que 100 participações. Então eu vejo o seguinte, Brasília está muito brega.

Como uma tendência generalizada de apresentação de conteúdos musicais, as rádios estudadas apresentam grande preocupação em difundir estilos musicais veiculados por outras mídias com a justificativa do “gosto das massas”, no entanto algumas emissoras vão divulgar em sua grade de programação gêneros musicais que remetem ao universo controverso do que se chama “cultura popular”. As emissoras Paranoá FM e Utopia FM apresentam programas que valorizam a música caipira, especialmente títulos, intérpretes e compositores que não estão nas “paradas de sucesso”, ou são “ilustres desconhecidos” dos ouvintes.

Os diretores de todas as rádios pesquisadas declararam que têm sempre espaços garantidos em suas grades de programação para propagação de tendências musicais que refletem o gosto da população local e, sobretudo, para divulgação de artistas locais. Três das cinco emissoras pesquisadas, apresentam um quadro específico, curiosamente, com o mesmo nome “prata da casa” para prestigiar os novos talentos locais que não encontram oportunidade de divulgar seus trabalhos em outras mídias. Para um dos locutores da Sobradinho FM, a rádio comunitária é designada:

Para estar do lado da comunidade, do lado do cidadão, é para ouvir, é para dar chance a um cara que está começando numa banda agora, para o artista da cidade, tanto é que nós temos um programa aqui que é chamado Prata da Casa que valoriza o artista aqui da cidade, então a rádio comunitária é o primeiro empurrão daquele cara que está começando agora, o cantor, a dupla sertaneja, então a rádio comunitária é para isso.

Verificou-se ao longo da pesquisa o predomínio de músicas e formatos de programas comerciais, mas, no entanto, não se pode dizer que essas rádios não apresentem conteúdos e formatos originais de programas, de acordo com a identidade cultural e social de cada locutor representando naquele espaço uma certa “comunidade estética”. Nas rádios Comunidade FM, Líder FM e Utopia FM são apresentados programas específicos voltados para os apreciadores de estilos musicais como, hip hop, rapp e funk, os quais, em geral, de acordo com locutores e

diretores de rádio, são gostos musicais segmentados, pouco contemplados na mídia oficial. Segundo o diretor de programação da Utopia FM, apesar da direção da emissora receber inúmeras reclamações dos moradores da região que julgam aqueles estilos musicais inadequados para uma rádio comunitária, as emissões de rapp e funk são mantidas em função da pluralidade na grade de programação. “Hoje, por exemplo, temos o hip-hop e o rapp, a Utopia FM é a única das 11 emissoras que chegam à Planaltina que tem programa de rapp diário e aí é interessante quando você pega dois gêneros musicais tão diferentes”, comenta o diretor da Utopia. Ele ainda explica:

Você tem que tirar a impressão de que o cara do hip hop é um cara que não quer estudar, que não quer nada, que é um vagabundo e marginal, você só vai conseguir isso se você promover o cara do hip hop não é. A visão da sociedade é a de um cara do hip hop só se droga e com certeza é uma visão equivocada. O cara do hip hop vive até de subemprego, o cara deve escutar a música que ele gosta, mas precisa ter um bom emprego. Tem determinados conceitos na linguagem regional do hip hop. Tem o hip hop do morro e o hip hop da elite, ou do cara do morro é diferente do nosso, é diferente, não tem jeito (...).

A partir das entrevistas foi possível depreender que muitos membros das rádios comunitárias justificam a veiculação de emissões voltadas tanto para temas marginais como para gostos musicais que fogem ao padrão da mídia oficial pela importância da comunidade contar com um espaço aberto para divulgação de opiniões e práticas culturais de segmentos da população local que não são contemplados na grande mídia. A rádio Comunidade FM veicula um programa semanal voltado para a difusão da cultura hip hop, **Comunidade Hip Hop**, dirigido por um grupo de jovens do Gama. No programa abre-se espaço para depoimentos de jovens ex-viciados em recuperação. Na verdade, a partir da música e de suas experiências eles buscam reconhecimento da cultura hip hop, tentando dissociá-la da criminalidade e uso de drogas.

Nas rádios estudadas não encontramos presença significativa de emissões apresentadas por representantes do tecido associativo local. A emissora Paranoá veicula uma emissão patrocinada pela associação de comerciantes locais. Na rádio Líder constantemente difunde comunicados e debates protagonizados pela cooperativa de habitação da região. Nas rádios Comunidade, Sobradinho e Utopia são realizados programas voltados para o público infantil, emissões produzidas por estudantes do ensino fundamental.

Em relação à presença de diferentes práticas confessionais nas emissoras, como foi dito antes, as rádios Sobradinho FM e Comunidade FM são as que mais apresentam vínculos com religiosidade, apresentando, respectivamente, emissões evangélica e católica. Entretanto, a rádio Paranoá, apesar de não ter em sua origem laços com religiões, atualmente mantém em sua programação apenas uma emissão de caráter evangélico. A Utopia FM apresenta em sua grade três emissões religiosas, uma católica, uma espírita e outra evangélica. Esta rádio é também a que mais apresenta maior variedade de estilos musicais (jazz,samba, sertanejo, forró, clássica e outros).

Todas as emissoras veiculam programas musicais, informativos e opinativos, como exposto no tópico anterior, mas algumas se destacam mais pela pluralidade de temas, formatos de programas e gêneros musicais e expressões culturais em relação às outras. Em termos de acesso ao espaço comunicativo da rádio, liberdade do locutor inovar em formatos de programas, linguagens e diversidade cultural, as rádios Utopia, Líder e Comunidade FM seriam as mais plurais. As emissoras Paranoá e, sobretudo a Sobradinho FM por estarem mais atreladas a uma forma gestão mais empresarial, portanto, têm funcionamento pautado mais em uma racionalidade técnica e profissional, cedem menos espaço para criatividade e diversidade de emissões. Apesar de se mostrarem as mais plurais das emissoras pesquisadas, os diretores da Utopia, Líder e Comunidade FM pretendem uma aproximação maior com o que “se espera de uma rádio comunitária”; reconhecem que esses espaços podem apresentar mais a diversidade cultural, ideológica, social de suas regiões, a partir da inserção de novas modalidades de emissões. Nesse sentido, o diretor da rádio Utopia admite: “Nesse momento a emissora, a identidade dela não está muito clara, está um pouco indefinida. Uma parcela realmente da programação ainda tem um cunho unicamente igual às outras rádios. Procuramos ter uma maior diversidade na grade”. Foi constatada nas entrevistas, a preocupação dos diretores das emissoras em afirmar a identidade da rádio como uma mídia “espelho” da comunidade, não amadora, apesar de não ser pública e nem comercial. Sabe-se que aquilo que torna um espaço comunicativo plural é justamente a manifestação não de uma, mas de várias identidades, as quais resultam das expressões culturais que reforçam entre si em um mesmo lugar comum (HALL, 2000).

5.3 Análise comparativa: casos França e Brasil

Pode-se dizer que apreender a paisagem das rádios associativas na França e das rádios comunitárias no Brasil se constituiu em grande desafio por se tratar de mídias situadas em contextos socioculturais e econômicos distintos e, sobretudo, pela dificuldade em mapear em meio às contradições do universo de prestação desse serviço a transição entre práticas referentes ao espaço privado e aquelas próprias ao espaço público. De uma certa maneira, as práticas discursivas veiculadas nas rádios associativas e comunitárias estão atreladas aos domínios da vida privada, fazendo com que a própria sociedade civil tenha uma maior visibilidade e sensibilidade para os novos problemas e desafios sociais, conseguindo captá-las e identificá-las antes mesmo das instituições públicas e dos centros da política. A esfera pública, nesse sentido, emerge quando estruturas comunicativas se voltam para os problemas da sociedade civil. Nesse sentido, a rádio local pode sediar a transição do espaço social para o espaço político e vice-versa, sem que sua potencialidade comunicativa se restrinja ao tratamento de necessidades do foro íntimo ou de debates esclarecidos sobre temas de interesse público, podendo se traduzir também em espaço comunicativo para abrigar manifestações musiciais, programas de entretenimento. Essas mídias podem ser identificadas como espaços comunicativos disputados pelas diferentes lógicas de ação que representam campos, às vezes, contrários de interesses em uma mesma localidade. Cada uma das emissoras levadas em consideração neste estudo se constitui em mundo social específico no qual se combinam e se tencionam diferentes lógicas de ação.

Olhar para esses universos permeados por diferentes motivações de engajamentos de locutores e diretores, formatos e preocupações em jogo na grade de programação tornou possível avaliar as orientações de ações praticadas nesses espaços, o que por sua vez permitiu considerar algumas das suas manifestações como momentos de esferas públicas, de espaços comuns e de esferas privadas. Acontecimentos relacionados à cidade, suas contradições, distúrbios sociais, desafios, perspectivas de transformação de cenários caóticos, problemas urbanos, efervescência cultural são elementos presentes nas manifestações discursivas, em múltiplas linguagens, das rádios associativas francesas e das rádios comunitárias no Brasil.

Para nortear a análise comparativa dos casos estudados na França e no Brasil, aplicou-se os mesmos eixos temáticos utilizados na análise específicas dos casos das emissoras francesas e das brasileiras. O propósito foi entender esse universo difuso de lógicas de ação a partir das

seguintes considerações: a rádio como espaço democrático-participativo; a rádio como espaço plural e de lutas por reconhecimento; a rádio como espaço de comunicação sem fins lucrativos; e a rádio como espaço de diferentes lógicas de ação.

Rádio como Espaço democrático-participativo

Trata-se aqui do grau de participação dos atores sociais locais (cidadãos, associações civis e políticas, instituições públicas e privadas) no espaço comunicativo das rádios, em termos de inclusão e intervenção não só nos programas como nas instâncias decisórias que versam sobre o funcionamento da rádio (reuniões de pauta, avaliação das emissões). Tanto no Brasil como na França, essas mídias são abertas à participação dos ouvintes e entidades civis locais, mas quase nunca concedem espaço para o público local intervir em reuniões entre membros da emissora para decidir sobre programação e atuação do veículo de comunicação. É mais comum a participação do ouvinte e entidades locais em duas situações: pedidos musicais e reclamações dirigidas ao poder público (Brasil) e pedidos musicais, divulgação de iniciativas de associações, exposição de aspectos culturais de diferentes populações que convivem na mesma localidade (França).

No caso específico das emissoras brasileiras, é muito recorrente a participação direta dos ouvintes (falando ao vivo, pessoalmente ou por telefone) ou indiretamente (a partir do locutor que media diferentes solicitações) fazendo denúncias, pedidos de ajudas materiais (remédio, comida, roupas) para sensibilizar a população ou reclamações de calamidades públicas e temas polêmicos suscitados para alcançar os poderes locais.

No caso francês, são mais frequentes debates sobre temas polêmicos a respeito de direitos humanos, processos migratórios, conflitos étnicos e sociais, condição humana e social dos estrangeiros naquele país. Estes conteúdos são recorrentes na programação das rádios associativas comunitárias, interculturais e de território, pesquisadas.

Essas rádios servem como espaço de exposição da diversidade sociocultural no Norte da França. Em uma das emissoras (Canal Sambre), pode-se encontrar emissões que tratam da memória do operariado da região e testemunhos de pessoas que vivenciaram experiências em relação a processo migratórios, desempregos, maus tratos. Nas rádios francesas, em geral, é marcante a presença de representantes do tecido associativo local e emissões que veiculam temas, informações, discursos opinativos vinculados à vida social local. Observou-se que as rádios locais

brasileiras têm um vínculo pouco consolidado com o sistema associativo local, sobretudo com entidades civis, mas apresentam fortes laços com Igrejas e comércio local e, em alguns casos, com instituições do poder público local (prefeituras).

Tanto na França como no Brasil, nota-se que as emissoras locais carecem de projetos associativos que orientem a política de comunicação da rádio e priorize objetivos inscritos em seus projetos de concepção. Na França o vínculo do veículo de comunicação com a associação da qual surgiu é mais acentuado, sobretudo, porque em alguns casos a rádio é apenas uma das atividades da entidade civil. No caso brasileiro, as emissoras são mais desatreladas em relação à vida associativa e apresentam performance independente dos princípios da associação, nitidamente criada para demandar o serviço de radiodifusão comunitária ao Poder Concedente. Nos dois países, o poder social das associações, nos termos de Tocqueville (1967; 1998 e 2004), se reflete nos momentos em que a rádio se traduz em aparato de comunicação utilizado por locutores e ouvintes para chamar atenção da sociedade civil e do poder público em relação a problemas vivenciados por membros da “comunidade”. Os efeitos de tal poder social se manifestam quando representantes das instituições públicas locais se utilizam do espaço da rádio para prestar esclarecimentos ou fazer anúncios públicos para os ouvintes-cidadãos como uma forma de responder a demandas e pressões exercidas pelo tecido social local a partir da rádio frente a importantes questões da vida social da localidade (segurança pública, proteção aos refugiados políticos, preservação da memória patrimonial de uma cidade, bairro ou região).

A pulverização da política nos espaços sociais é inibida mediante a vigência de um quadro democrático ainda perpassado por condições pré-políticas de exercício da cidadania no espaço público, como acesso restrito a direitos fundamentais e à *cit  *. A limitada participação cidadã na instância da rádio est   atrelada a dois elementos principais: burocratização dos procedimentos de admiss  o de locutores que inibe, inclusive, a participação espont  nea do ouvinte-cidad  o, entidades civis, instituições e apatia do p  blico em se envolver com um instrumento de comunicação local que exige um certo grau de engajamento.

A participação social no modo de operação das r  dios locais esbarra no cl  ssico problema das democracias contempor  neas, inclusive na Fran  a e de forma mais acentuada no Brasil, da atuação m  dica da sociedade civil, al  m de intervenções renitentes de pr  ticas sist  micas no mundo da vida. A função hist  rica da sociedade civil se traduz em constituir, a partir dos partidos

políticos e da opinião pública, a ligação entre a sociedade e o Estado. É nesse âmbito que se consolidam as diferentes demandas sociais e os processos de legitimação do Estado.

No caso da sociedade francesa, nota-se que há a presença de um importante desempenho de um tecido associativo que atua na paisagem social e política desse país promovendo iniciativas civis de recomposição de rupturas sociais, a partir, sobretudo da operação de uma certa solidariedade civil (DECHEUX, 2003). Trata-se de um cenário social perpassado por tensões socioculturais em decorrência daquilo que hoje caracteriza as sociedades ocidentais: a heterogeneidade acentuada pelo multiculturalismo. No entanto, nesse país, constata-se também a persistência de vínculos sociais entre sujeitos oriundos de universos étnicos diferentes calcados na tolerância, a qual se apresenta como insuficiente para permitir uma convivência intercultural menos restrita e superficial. Dessa forma, identificamos contradições, limites e originalidade nas formas de manifestação de espaços públicos contemporâneos tanto no universo francês como brasileiro de rádios locais.

Em geral, a história da sociedade brasileira revela uma acanhada organização e ação cívica dos agentes sociais. Essa desarticulação entre sistema político e sociedade só facilita a autonomia dos atores políticos. Uma explicação pertinente para tal desequilíbrio pode ser dada pelo alto grau de exclusão educacional, social e econômica no Brasil¹³⁸ que corresponde a uma certa exclusão política, como comenta apropriadamente José Murilo de Carvalho (2000 e 2002). Além das barreiras históricas para formação de um *ethos* público no país (LAVALLE, 2004) e processos interrompidos de configuração de uma esfera pública brasileira, muitas vezes, se restringindo ao âmbito da imaginação de um espaço nos termos descritos por Habermas e Arendt (RIBEIRO, 2004). Tudo isso reflete no tímido exercício da vida pública pelo cidadão brasileiro, inclusive no que diz respeito ao seu engajamento em ações cívicas do tipo associativa. No entanto, sabe-se de experiências originais de protagonismo da sociedade civil frente ao poder central do Estado, tornadas possíveis pela materialização de conselhos cívicos (GOHN), gestão pública participativa e dos movimentos associativos (AVRITZER, 2000, 2003; DEMO, 2001), dentre outros, os quais, mesmo que, em muitos casos, de forma incipiente, têm arejado o tecido

¹³⁸ Aliado a essa situação, temos, ainda, a má formulação ou inexistência de políticas públicas que, de fato, contemplem e atendam às demandas e necessidades dos cidadãos brasileiros. No que diz respeito à radiodifusão, podemos nos referir às modalidades de controle político e social das mídias no Brasil. As leis tornam-se muitas vezes contraditórias por serem elaboradas de acordo com as demandas sociais, mas executadas conforme a vontade do poder político que se estabelece no âmbito do Legislativo, como representante do povo.

social brasileiro perpassado por um processo sócio-histórico de apatia cívica e política e distorções na formação da nossa república (VIANNA e CARVALHO, 2000).

Rádios como Espaço Plural e de lutas por reconhecimento

Como foi evocado no quadro teórico desta tese, o reconhecimento de diferenças socioculturais é um dos “remédios” para alcançar a justiça social. Reconhecer diferenças culturais, sociais, ideológicas, partidárias é vital para o desempenho de uma sociedade democrática. Mas, o reconhecimento, assim como a geração de direitos, não se dá naturalmente, isso demanda espaços de exposição e condições discursivas para ouvir e falar a respeito daquilo que não é consenso em meio a uma sociedade pluralista. Nesse sentido, o reconhecimento como um processo encontra no espaço público um *locus* privilegiado de publicidade de práticas culturais que representam gostos estéticos, vontades, aspirações de diferentes segmentos da sociedade (FRASER, 2002; 2005). Como demonstram Honneth, Fraser, Habermas, Bauman, o reconhecimento não é algo dado, mas decorre de uma construção social que se dá em diferentes direções, inclusive para atender a interesses e necessidades específicos, como a busca por reconhecimento pessoal de identidades individuais em seu meio social, de direitos específicos formulados e reivindicados pelas chamadas minorias ou de direitos fundamentais que não foram ainda alcançados por maiorias. O pluralismo está na proposição de uma sociedade democrática em Arendt, Habermas, Young, Giddens, Bauman, Bobbio e outros. Trata-se da condição mínima para chamada “democratização da democracia”, portanto é pressuposto de qualquer instância que se pretenda um espaço público, um espaço comum, aberto a diferentes intervenções sociais. A discussão que se trava aqui diz respeito às tensões entre esfera pública, esfera privada, entre o comum e o particular que se manifestam em situações, lugares no mundo da vida. Quando se faz referência a associações, comunidades, bem público, bem comum, na verdade, trata-se dos espaços onde tensões se configuram e impactam a orientação de ações sociais as quais podem atuar em favor de interesses comuns, interesses públicos, interesses particulares a um determinado grupo ou apenas a uma ou mais pessoas que fazem parte de uma instância organizada na sociedade, como o é o caso da associação e da rádio local.

Este item trata da pluralidade de conteúdos ou diversidade de temas, culturas, opiniões, gostos estéticos presentes na programação das emissoras francesas e brasileiras. Nos dois países, a programação plural é mais efetiva quanto se trata de mídias interculturais (várias comunidades

contempladas), generalistas a temas (o caso das rádios universitárias) e interculturais comunitárias (emissoras que priorizam a diversidade cultural). Nas rádios comunitárias e interculturais francesas constata-se a existência de rádios cujas emissões são feitas em língua estrangeira ou regional, segundo a origem do animador que se ocupa do programa. Algumas emissões são faladas com a tradução simultânea. Este tipo de programação é considerado pelas rádios como iniciativas de valorização da identidade cultural das gerações oriundas de imigração, essas emissões que tornam possível um lugar de comunicação entre os imigrantes e seus países e sua cultura de origem. Em relação aos casos brasileiros, as emissoras generalistas comunitárias e interculturais comunitárias apresentam conteúdos que remetem à diversidade de gostos, vários estilos musicais e práticas culturais locais, como emissões de diferentes religiões.

Pode-se dizer ainda que, em termos de programação, essas rádios, nos dois países, fizeram a opção, de maneira deliberada ou não, de adotar um formato musical, com certos espaços para a livre expressão da palavra dos convidados, das associações locais, dos habitantes, dos atores sociais e culturais locais. Elas visam, em certa medida, uma audiência alvo, sobretudo no caso das emissões temáticas e vários públicos na sua zona de cobertura. As rádios, em geral, tratam de questões culturais, sociais, políticas e econômicas, em graus diferenciados, que afetam a realidade local. De um lado, essas emissoras abordam temas polêmicos, conflitos locais. Elas são também espaços onde situações conflituosas, dissensos se manifestam. Por outro, algumas delas pretendem ser um lugar convival e assim optam pela não difusão de programas de debates políticos que possam gerar e estimular disputas ideológicas no espaço associativo da rádio ou na comunidade de auditores.

A performance das emissoras enquanto mídias locais sem fins lucrativos, as quais devem se pautar pelo interesse público local, é tanto mais atrelada aos pressupostos normativos de uma “mídia comunitária”, como a pluralidade que está condicionada ao grau democrático participativo admitido pelas rádios, quanto menor for a intervenção nesse espaço das lógicas mercantil e industrial em relação às lógicas cívica, inspiracional e opinativa.

Rádios como Espaço de diferentes lógicas de ação

São diversas as formas e motivações de engajamento tanto de locutores como de membros da diretoria das rádios estudadas. Essas emissoras são espaços cobiçados de projeção pessoal, de causas coletivas, de visibilidade de práticas e hábitos culturais, podendo também servir como

meio de difusão de crenças e ideologias político-partidárias, nesse sentido, servindo ao proselitismo. O voluntariado é uma ação por si só livre, uma decisão pessoal que pode ter origem e implicações valorativas, morais, ideológicas. Então, o engajamento a uma rádio local, sem fins lucrativos, pode oscilar entre motivações cívicas, inspiracionais, mercantis, opinativas e resultar também da combinação entre algumas dessas lógicas de ação. Pode-se dizer que o próprio surgimento e funcionamento da emissora decorrem da inter-relação entre aquelas orientações.

Aqui se remete às formas de engajamento de locutores e diretores à rádio local, as quais acredita-se impactar diretamente os objetivos e missões das emissoras, em termos de prevalência de interesse particulares e públicos (comuns), como também a maneira como esses atores entendem esse espaço e suas funções em relação à população local.

Os atores sociais presentes nessas emissoras são provenientes do tecido associativo local, de instituições religiosas ou são os habitantes da região, membros da associação ou apenas interessados em apresentar um programa na rádio. O voluntariado é a força das emissoras associativas no Norte da França e no Distrito Federal no Brasil, apesar de haver pessoal contratado como estagiário ou funcionário nas emissoras.

O engajamento dos locutores se dá basicamente a partir de quatro lógicas de ação: inspiracional (quando o locutor cria seu programa sem preocupações com índices de audiência, sem seguir um padrão comercial); opinativa (quando os animadores desejam a partir de suas falas críticas tornadas públicas ao microfone ter algum tipo de reconhecimento pessoal ou este representa uma coletividade em suas manifestações, essa lógica é também pertinente ao caso em que o locutor tem o propósito de compartilhar seus gostos e opiniões com o público em geral); cívica (quando o locutor abre mão de seu interesse pessoal em favor de uma coletividade e defende temas, posições e causas com vistas ao bem comum, seu engajamento à rádio se dá pela adesão a um projeto associativo como cidadão da localidade) e mercantil (no caso em que os comunicadores são contratados e remunerados ou são voluntários, mas captam anunciantes no comércio local para garantir alguma forma de remuneração, no caso, também, do locutor estar na rádio para aperfeiçoamento profissional e técnico).

Em relação aos diretores, as lógicas que orientam suas ações e engajamento à rádio associativa podem também ser justificadas: pela adesão a um projeto associativo, em prol de uma causa que remete ao bem comum; alguns estão na emissora desde o início e participaram de sua criação dentro da concepção de uma rádio livre, pela liberdade de fazer críticas, comunicações

dirigidas a seu público e outros estão na emissora porque assumiram uma função remunerada, como um funcionário da emissora.

Pode-se dizer que nos casos estudados das rádios associativas francesas, prevalecem os tipos de engajamentos cívico, empresarial (profissionalização, remuneração e eficiência) e inspiracional, tanto em relação aos locutores como aos diretores entrevistados. No que se refere aos entrevistados brasileiros há o engajamento pela lógica cívica, de um lado, opinativo, de outro, e entre os dois há, em muitos casos, a interferência da lógica empresarial. Aqueles engajados à rádio pela remuneração e prática profissional (estágio) muitas vezes pensam a rádio comunitária como um espaço privado que tem finalidades públicas. No caso da França, muitos diretores entrevistados que dirigem emissoras associativas prevêm a intervenção do público no espaço radiofônico desde que de forma organizada e prevista, ou seja, alguns programas admitem a intervenção dos ouvintes outros não. Já no Brasil, essa participação é menos ordenada e é prevista para acontecer durante toda programação, na verdade, o locutor, nesse caso, tem um maior poder de decisão sobre quem intervém e como. Nos dois países, a exposição do ouvinte e, sobretudo, do locutor no cotidiano do espaço comunicativo da rádio de uma certa forma combate o anonimato social.

Discutir as especificidades do mundo social de cada uma das emissoras pesquisadas é levar em consideração que essas são palco de encontros, ao mesmo tempo, de vários mundos, nos quais estão inseridos os atores que participam desses espaços. Isso corresponde a dizer que nos termos de Habermas passamos do mundo da vida ao mundo sistêmico em muitos momentos do cotidiano, ou seja, o trabalho empresarial, a política, a subjetividade e a intersubjetividade não se excluem mutuamente. De acordo com as formulações de Boltanski e Thevenot, em verdade, habita-se em todas as *cités* a transposição de uma para outra se dá simultaneamente segundo determinadas situações porque a lógica mercantil, industrial, cívica, doméstica, opinativa e inspiracional se encontram em todos, basta que cada uma seja acionada a seu tempo e lugar. Se a rádio local se distancia de seu “ideal normativo” não é em razão da existência de uma incompatibilidade total entre racionalidade instrumental e comunicativa, espontaneidade amadora e profissionalismo, inspiração e burocracia, civismo e capitalismo, mas devido à ultrapassagem de um limiar que excede os propósitos normativos que orientariam uma mídia com princípios e atribuições diferenciadas dos veículos de comunicação de largo alcance. Então, o problema é quando se processa um desequilíbrio em favor do instrumental, da lógica empresarial, em outras

palavras, quando se produz uma disjunção entre, de um lado, operações sistêmicas que correspondem a lógicas mercantil e industrial (dirigidos pelos interesses comerciais e técnicos) e, de outro, práticas do mundo vivido, em outros termos, lógicas cívica, opinativa e inspiracional (dirigidas pelas interações dialógicas, espontaneidade, pelo civismo). A “colonização” do espaço comunicativo da rádio pelos procedimentos próprios ao mundo empresarial (profissionalismo, eficiência, racionalidade técnica) compromete tanto a participação como o pluralismo, o que por sua vez, inibe as manifestações nesse lugar comum de processos interativos e dialógicos do mundo da vida.

O profissionalismo e os imperativos técnicos que caracterizam o funcionamento dos meios de comunicação impõem alguns limites para configuração das emissoras locais como esferas públicas midiáticas, sobretudo, porque se trata da imposição de práticas sistêmicas em um universo social de processos de trocas simbólicas relacionados à subjetivação e cognição daqueles que dele fazem parte como expectadores ou produtores (HABERMAS, 1992). O modelo hegemônico de produção cultural e comunicacional pauta o setor de radiodifusão comunitária, o qual tenta acompanhar as determinações sistêmicas para não perder espaço para grande mídia em suas localidades. Em alguns casos estudados, a ênfase no protagonismo de processos locais de comunicação se perdeu em favor da busca por um público mais extenso, o que leva a uma certa indistinção em relação à mídia empresarial. Nessa oscilação entre espaço comunicativo local e espaço privado com pretensões de mídia comercial, algumas rádios associativas e comunitárias se restringem a espaços sociais com forte presença de práticas que remetem à esfera privada, mas outras se configuram em arenas sociais (CEFAÍ, 2002) nas quais se manifestam de forma organizada ou espontânea espaços públicos, espaços comuns que remetem a atividades pertinentes ao mundo comum, à publicidade e debate, não monopolizados por interesses particulares, de temas de interesse da coletividade local (ARENDDT, 1984; TASSIN, 1991).

Rádios como Espaço de comunicação sem fins lucrativos

Tanto na França como no Brasil, essas mídias apresentam uma estrutura organizacional calcada em uma certa lógica industrial, como preocupação com inovações tecnológicas, profissionalização de pessoal e na lógica mercantil, como veiculação de publicidade comercial para garantir recursos de manutenção da emissora. Algumas rádios são parte da estrutura

funcional de associações e outras são a própria entidade associativa que só existe para administrar a emissora. No caso francês há uma rádio associativa, a Campus FM, uma emissora generalista a tema, universitária cujo estatuto associativo como o projeto radiofônico da mídia proíbe a prática de publicidade comercial durante a programação. No caso brasileiro, algumas emissoras, como a Utopia FM, tentam evitar o excesso de apoios culturais, alguns locutores optam por não veicular anúncios pagos em seu programa, mas a falta de subsídio público para manutenção das mídias comunitárias as conduz à captação de recursos junto ao comércio e instituições e entidades públicas e privadas locais. Algumas rádios chegam a ter um setor financeiro em sua estrutura para atração de apoios financeiros. Observa-se que a preocupação com captação de aportes materiais que quase sempre está atrelada à busca pelo profissionalismo, compromete o caráter democrático e participativo da emissora que para manter sua estrutura assume compromissos com seus financiadores, tais como profissionalização de seu pessoal, renovação de equipamentos e seleção de temas que devem ser evitados na antena.

Conclusão da análise comparativa

As rádios estudadas se vêem como espelhos de suas localidades, de seus ouvintes, porém, muitas vezes, o espaço comunicativo não representa a diversidade cultural, opinativa, socioeconômica da sua zona de cobertura, ou das populações que pretendem atender. A intenção de refletir o todo da sua região é mais evidente nos casos das emissoras associativas Rencontre, Canal Sambre, Pastel e, em menor proporção, nas rádios Paranoá FM e Sobradinho FM. No que se refere às mídias francesas, estas realizam um trabalho de comunicação voltado para afirmação de identidades culturais ou no caso específico de Canal Sambre aspira ao reconhecimento de rádio de território. A identidade local da mídia associativa e comunitária esbarra em duas controvérsias: a busca por uma audiência cada vez mais ampla, sobretudo, com o recurso da Internet, almejando, assim, uma presença para além do local e a constante dinâmica do perfil dos habitantes das regiões onde estão implantadas (as populações se diversificam, aumentam, diminuem, adquirem novas características).

Um aspecto constitutivo das rádios locais pesquisadas na França e no Brasil é que essas não oferecem, essencialmente, uma comunicação que reflita a vida pública, mas são espaços onde se observa a passagem do privado ao público. A visibilidade de necessidades que remetem à vida doméstica em emissões, nas quais são suscitadas debates, discursos sobre políticas públicas

(sociais), direitos específicos orientados para minorias perpassam a grade de programação das emissoras onde se configuram elementos que remetem tanto ao espaço público como à esfera social, desembocando em arenas sociais e públicas ao mesmo tempo. Pode-se ressaltar também que a função de integração social, estímulo à ética da solidariedade, de inclusão do “outro” assumida, de forma mais ou menos acentuada, pelas rádios estudadas é mais acentuada do que seu papel político de crítica, de promoção de debates públicos, de processos de formação da opinião esclarecida, de reflexões sobre a *res publica*. Mas, cada uma das rádios a seu modo e de várias maneiras veiculam discursos que postulam os direitos dos habitantes em relação à *cité*, porque essas rádios lidam com cidadãos que não têm sua cidadania plena de fato, a partir do que garante a Constituição de todo Estado de direito.

No caso da França ainda se pode remeter a um Estado de bem estar que assegura uma certa subsidiaridade da pobreza, das rupturas na coesão social daquele país, apesar das fissuras do Estado providência (ROSAVALLON, 1999). Mesmo assim, as condi es de submissão cultural dos imigrantes e as situa es de desprezo social pelas quais essas popula es passam em seu cotidiano, como mostra apropriadamente Bourdieu (1993) ao expor a “miséria do mundo”¹³⁹ ao mundo, remetem   incapacidade do ente estatal francês em atuar na promo o da solidariedade para além de seus mecanismos normativos e burocráticos. Percebeu-se no caso das m dias associativas francesas a importante presença de práticas discursivas e a es voltadas para valoriza o das diferenças socioculturais locais, na verdade, buscas por reconhecimento dessa diversidade cultural a partir da publiciza o de práticas culturais de diferentes nacionalidades (músicas, hábitos, crenças religiosas); experiências pessoais pelo relato de vivências interculturais, como também exposi o de conflitos étnicos, nacionais, sociais, também vinculados ao reconhecimento (FRASER, 2005 e HONNETH, 2003).

As rádios associativas consideradas neste estudo são compreendidas como *locus* de importantes intera es sociais, desde a es que pretendem alcançar uma certa justiça social pelo reconhecimento das necessidades e das demandas culturais de minorias regionais como pelo reconhecimento da condi o de cidadão daqueles que pretendem aceita o social, mas, ao mesmo

¹³⁹ Bourdieu cita a fala de uma de suas entrevistadas, uma senhora francesa que demonstra tolerância em rela o aos imigrantes que habitam em seu bairro, mas critica o comportamento dos estrangeiros: ‘as crianças [imigrantes] devem se comportar como franceses’. Diz ainda o autor: “E de fato, os efeitos da coabita o os mais difíceis a tolerar, barulho, brigas, depreda es ou degrada es, são imputados a essas crianças e a esses adolescentes que, condenados   priva o e   pobreza, e, sobretudo, no mundo da escola, a qual não os prepara, ao fracasso e   humilha o ... escapam, às vezes completamente...ao controle familiar”. (BOURDIEU, 1993, p. 33).

tempo querem preservar as especificidades da sua cultura de origem. No quadro do estudo dos projetos, dos programas e das ações desenvolvidas por essas rádios, observa-se que estas mídias, cada uma a sua maneira, prevêm espaços alternativos para a expressão de opiniões, de culturas, de debates que não podem ser desenvolvidos facilmente em outros meios de comunicação.

Na perspectiva evidenciada neste trabalho, a do espaço público perpassado por diferentes princípios de mundos sociais distintos, nota-se que, nas cinco rádios estudadas na França, os programas que vão ao ar na Canal Sambre-Avesnois, Radio Rencontre, e Radio Pastel são concebidos como espaços de manifestação de identidades e estimulam o desenvolvimento de um sentimento de pertencimento a uma região, de integração sociocultural em uma sociedade por intermédio da valorização de expressões culturais dos imigrantes e do destaque dado à palavra dos atores sociais locais (associações e moradores). Todas as mídias compreendidas nesta pesquisa podem ser consideradas ferramentas de comunicação que cumprem um papel de catalisadoras de iniciativas do tecido associativo e das manifestações socioculturais locais.

Apesar das mudanças de orientação ideológica ou política que marcam algumas dessas rádios em relação a sua origem, pode-se dizer que o aspecto de contra-informação está assegurado pelas experiências comunicacionais e pelos projetos socioculturais que elas colocam em prática e que poucas mídias privadas comerciais, ou mesmo públicas, sustentam.

Trata-se de meios de comunicação com gradações diferenciadas de participação que conferem às populações locais a possibilidade de uso da palavra por intermédio de programas de testemunhos, de entrevistas e da divulgação de eventos da vida local. Em geral, o conteúdo emitido por essas rádios é construído em função das temáticas preferenciais, de políticas específicas desenvolvidas: políticas voluntaristas (saúde, educação) e projetos socioculturais financiados pelo FASILD, pelas municipalidades ou pelos governos regionais.

O modelo radiofônico adotado pelas francesas e brasileiras procura o equilíbrio entre o formato musical de tendência generalista, a vinculação com o local (o qual pode estar referenciado em uma cidade, bairro, comunidade) e os dispositivos de outorga da palavra aos atores sociais locais. Um outro desafio em questão é o de construção de um projeto radiofônico original sem que esse siga de maneira cega o modelo das rádios comerciais.

A profissionalização, a publicidade comercial, a racionalização dos processos de elaboração de conteúdos são indicadores de mudanças estruturais no interior dessas rádios em relação às rádios livres de outrora. Na verdade, a característica de rádio de amadores com um

mínimo de material e um máximo de voluntários reunidos em torno de uma idéia, de uma convicção política é cada vez menos presente na paisagem das rádios associativas francesas e pode-se dizer que não é exatamente o que marca o movimento de rádios comunitárias no Brasil. A rádio profissional conduzida a partir de uma gestão racional e técnica com o aperfeiçoamento material e com pessoal profissionalizado tornou-se a regra e não a exceção no universo dessas rádios, de forma geral. Isto não quer dizer que a profissionalização substitua o engajamento sociocultural ou mesmo político, afinal, como foi mencionado, esses espaços sediam diferentes lógicas de ação e tanto locutores como diretores nessas emissoras se vinculam a diversas *cités* as quais subsidiam um universo difuso de ações. Mas é fato que os dirigentes destes meios de comunicação consideram a profissionalização um fator importante para alcançar a qualidade dos programas e a adesão de seus locutores com respeito às regras deontológicas da comunicação (por exemplo, o código de ética dos jornalistas).

Os princípios de autoridade, hierarquia, de responsabilidade, obediência observados, em graus diferenciados, na dinâmica de operacionalidade desses meios de comunicação qualificam relações da *cité* doméstica e se reproduzem em ambientes organizacionais altamente pautados pela lógica empresarial. Essas rela es funcionais estão presentes na dinâmica das intera es sociais que se dão no interior de cada média. Por um lado sabe-se que essas emissoras são cada vez mais dependentes de recursos públicos e privados, oriundos do Estado ou da iniciativa privada, assimilando, gradativamente, o modelo de gestão das m dias de largo alcance. De outro, a admissão de estratégias mercadológicas, padroniza o da produ o cultural, profissionaliza o de pessoal, inibem a apropria o pública desses instrumentos de intera o social com o meio local, sobretudo porque o voluntariado   subsumido pela técnica e profissionaliza o, fatores que Habermas (1992) já mencionava como pouco conciliáveis com a configura o do espaço público, pois a intersubjetividade dos sujeitos capazes de falas e a es autônomas não podem se manifestar livremente amarrados a modelos discursivos e comportamentais estabelecidos pela ordem sistêmica.

Verificou-se que a incorpora o de um modelo racional de gestão, ainda que algumas estejam mais avançadas do que outras neste aspecto, não se traduz, efetivamente, em um sinal de evolu o dessas m dias, pois a forma o técnica e profissional e a racionaliza o dos seus meios não garantem a democratiza o e a qualidade do espaço comunicacional.

O argumento postulado pelas rádios associativas sobre a profissionalização como um meio de melhoria dos serviços de comunicação prestados às populações locais, permite considerar, nos termos habermasianos, mais uma vez as ponderações de Habermas sobre as contradições entre a racionalidade pelo entendimento e a racionalidade teleológica no espaço comunicacional. No quadro das rádios pesquisadas pode-se dizer que todos os mecanismos de profissionalização visam à promoção de espaços públicos de desenvolvimento da racionalidade comunicacional, supondo-se que, nesse caso, a racionalidade instrumental está a serviço daquela.

No que diz respeito ao projeto radiofônico e à grade de programação, constata-se a presença de um espaço público que se manifesta ora como uma esfera privada, uma vez que se trata de mídias privadas do ponto de vista normativo, ora como lugar de inclusão da palavra do outro e de discussão de assuntos de interesse coletivo. O vínculo local, ou seja, a territorialidade dessas mídias, se apóia em três eixos: a cooperação da rádio com o tecido associativo; a participação da rádio nos eventos regionais e, enfim, a outorga de espaços para o uso da palavra por públicos organizados (as associações, os movimentos sociais), pelos ouvintes-cidadão (dentre os quais alguns se tornam locutores voluntários) e de especialistas ou personalidades (artistas, escritores, intelectuais etc). A luta pelo reconhecimento no espaço público, veiculada em diferentes modalidades de comunicação, se exprime por intermédio dos programas musicais e falados, os quais destacam a realidade e o papel dos imigrantes e das minorias nos processos sociais, políticos e culturais da vida social.

A pouca frequência nas emissoras de espaços de uso da palavra por anônimos, sobretudo de ouvintes, é atribuída a três razões principais: a insuficiência de meios técnicos e financeiros para sustentar projetos de programas de entrevista ou de debates radiofônicos, o despreparo dos locutores para lidar com as intervenções dos ouvintes ao vivo e a falta de mobilização social da população em prol de uma participação mais significativa nesses espaços abertos ao uso da palavra.

No contexto das rádios associativas, a característica de ferramenta de comunicação para a liberdade de expressão é reforçada pelos doze locutores das rádios que foram entrevistados ao longo desta pesquisa. Segundo suas palavras, as rádios associativas são “formidáveis promotores da liberdade de expressão”. Eles compreendem essas mídias como espaços abertos para o desenvolvimento de projetos culturais, sociais e políticos segundo a linha condutora de cada uma delas. Quanto ao conteúdo, eles não representam nenhuma ameaça ao controle do que é

difundido, salvo no caso de programas onde o locutor não consegue dominar o tema em debate e as intervenções de convidados e ouvintes podem tomar rumos não desejados pela coordenação da emissora. Isto pode acontecer e levar a rádio a ser punida, pois, as rádios associativas são submetidas ao controle de conteúdo por parte do Conselho Superior Audiovisual.

De acordo com os dirigentes e locutores das rádios estudadas nos dois países, o ouvinte não é sempre preparado, dotado de condições para falar ao vivo na rádio sobre qualquer assunto. O uso da palavra por alguém cuja intervenção não tenha sido prevista pela emissora se traduz, portanto, em situação de tensão ao vivo, pois todos os diretores fizeram referência ao risco assumido em situações idênticas. Assim, se impõe a questão: o ouvinte é capacitado a participar e mesmo a desenvolver uma ação comunicativa diretamente ao vivo? Esta interrogação remete à questão da racionalização orientada em direção aos objetivos mercantis e padronizados inseridos na dinâmica produtiva de cada rádio. Isto implica em um modelo de organização de níveis diferentes de participação na rádio associativa, o que pode fazê-la oscilar entre espaço público e esfera privada, remetendo assim às condições de configuração de um espaço social, perpassado por contradições, conflitos socioculturais e publicidade de necessidades materiais, na maior parte do tempo, com manifestações esporádicas de espaços públicos.

No Brasil, o cenário de carências sociais e de todas as mazelas que disso decorre, o recente processo de democratização do país e os tímidos avanços da cidadania (DEMO, 2003; TELLES, 2006) podem ser tomados como fatores explicativos da pouca ênfase dada nessas emissoras ao exercício da política, porque antes de tudo se discute necessidades. Nos casos brasileiros, a prática discursiva e ações expostas nas programações das rádios locais encontram-se vinculadas ao assistencialismo, remetendo a uma certa cidadania assistida, já que as carências e demandas sociais que caracterizam as zonas onde estão instaladas fazem com que essas emissoras se configurem, muitas vezes, em espaços sociais (ARENDRT, 2007). Nesse sentido, as necessidades materiais básicas não ainda supridas pelos cidadãos levam a um tipo de intervenção “pré-política” dos ouvintes, com restrito caráter propositivo ou crítico. Os ouvintes-cidadãos transferem para a rádio a expectativa de respostas às suas demandas já dirigidas ao Estado, sem encontrar solução. Na grade de programação de rádios comunitárias no Brasil ficam patentes as diferenças sociais que perpassam uma mesma localidade. Um outro aspecto interessante é o uso do espaço radiofônico para denúncias de situações de risco e críticas ao sistema político local e nacional. Então, enquanto na França a rádio associativa, muitas vezes, se coloca entre indivíduo e

Estado, tentando aproximar um e outro, no Brasil a rádio comunitária, em muitos casos, assume atribuições do ente estatal, sobretudo, quando promove ações assistencialistas em direção a populações carentes (distribuição de cestas básicas, campanhas de arrecadação de agasalhos, eventos beneficentes). As mídias comunitárias brasileiras são espaços importantes para veiculação de campanhas públicas de caráter educativo por terem uma significativa penetração em segmentos mais populares da sociedade.

As especificidades do quadro de injustiças sociais, formas de distribuição, acesso aos benefícios sociais concedidos pelo Estado, de cada país, refletem na comparação entre a discursividade mediatizada pelas emissoras francesas, mais calcadas nos direitos culturais e naquela das rádios brasileiras onde prevalecem discursos pautados na garantia de direitos sociais básicos. A forte presença de emissões musicais, eventos, festividades na grade de programação das rádios reforça, de certo modo, as formas de convivialidade no local, por outro lado, a veiculação de denúncias, reclamações, demandas materiais buscam sensibilizar os ouvintes-cidadãos e chamar a atenção das autoridades e homens públicos para as questões sociais que incidem sobre a localidade. No universo comunicacional das rádios estudadas duas dimensões funcionais são perceptíveis: a comunicação realizada por essas mídias permite a constituição de um certo suporte à imagem e à identidade da população atendida pelo serviço; elas são também instrumentos importantes de vigilância pública e de melhorias na localidade concernida.

O trabalho desenvolvido por essas emissoras visa reforçar o vínculo do cidadão com sua cidade, com sua realidade local, colocando-o diante de problemas, anseios comuns, com a organização da vida urbana que se caracteriza pela cisão entre o lugar de habitação, lugar de trabalho e os lugares de consumo. Por isso, as rádios, em geral, divulgam espaços de trocas e convivialidade, como festas, eventos públicos, espaços de comercialização, afinal muitas das emissoras precisam de receitas publicitárias e anunciam produtos e bens de consumo. O imbricamento local comporta um imaginário poderoso de pertencimento ao bairro, à cidade, à comunidade, à vizinhança. No entanto, por maior que seja a imersão da rádio local no universo social onde atua algumas vozes, estruturas, peculiaridades da comunidade permanecem invisíveis, mesmo que a emissora dê visibilidade à performance de microestruturas, de acontecimento, de atores sociais.

As rádios pesquisadas sinalizam cinco objetivos fundamentais em função de seus destinatários: 1) construir a imagem dos processos da vida social local para o exterior; 2) afirmar

e valorizar o sentimento de pertencimento dos habitantes ao local, mediante a retórica da comunidade, da participação e intervenção nas questões públicas, em nítidos movimentos orientados para seu público-alvo; 3) valorizar o voluntariado que constitui a força motriz da rádio local; 4) estimular as interações sociais entre seu pessoal, os habitantes e sua clientela (os anunciantes) e 5) publicizar o discurso calcado nos fatos, eventos e dilemas da localidade, para alcançar, muitas vezes, as instâncias públicas e espaços políticos. As emissoras buscam, em grande medida, a articulação entre características do território e os discursos sobre o que se processa no lugar. A construção de um espaço local de comunicação pela sua inscrição territorial favorece a articulação entre esfera privada e esfera pública. A constituição de um espaço comum estabelece uma proximidade entre cidadãos e espaços públicos difusos na sociedade, além de ser um instrumento de inclusão na vida democrática local quando esse espaço cumpre o pressuposto da esfera pública da participação e os atores que protagonizam a cena pública agem mais pelo civismo do que por qualquer outra lógica de ação. A rádio é um mundo social perpassado por outros registros de mundos sociais, os quais se encontram em um espaço comunicativo e se coordenam entre si. Da confrontação entre interesses pode surgir o bem comum o qual habilita a ação humana a integrar um espaço comum onde toda intervenção individual ou coletiva deve ser considerada. A apreensão das lógicas de ação que se difundem nas mídias locais é fundamental para se identificar até que ponto elas se combinam e se excluem tornando possível ou não a manifestação de espaços públicos em seu interior.

Apesar das contradições substantivas das atuações dos veículos de comunicação estudados na França e no Brasil, cujo compromisso é oferecer um serviço de comunicação local, atendendo a interesses públicos, constatou-se na pesquisa que a relação e sobreposição, em muitos casos, de lógicas de ação compatíveis ou contrárias à função pública dessas mídias não impediu a manifestação de espaços públicos. Estes também podem ser compreendidos como esferas civis, nos termos de Dacheux (2003), por surgirem de iniciativas de membros da sociedade civil formando, assim, arenas sociais, cenas públicas (CEFAÏ, 2002), espaços sociais (ARENDR, 2007) para mediatização de elementos e fatores que compõem o mundo social de cidadãos que compartilham realidades, dilemas, gostos, opiniões, experiências que ganham visibilidade a partir da rádio local. As esferas civis foram identificadas em três momentos fundamentais: 1) quando na grade de programação a rádio atua como interlocutora entre sociedade civil local e poderes públicos e políticos, nesse caso a emissora atua como espaço civil

de mediatização institucional; 2) quando a emissora exerce interlocução entre seus membros, entidades e instituições da localidade e quando a mídia dialoga diretamente com a comunidade, fomentando debates entre ouvintes e locutores, exercendo o papel de espaço civil de mediatização social e 3) quando o veículo de comunicação é utilizado para ações monológicas de exposição pessoal a partir de denúncias, testemunhos, gostos, opiniões particulares que pretendem o reconhecimento público, nesses casos tem-se um espaço cívico de mediatização pessoal. Nesses casos, as rádios realizam alguns dos pressupostos democráticos fundamentais do espaço público: publicidade, comunicação, interlocução e participação, além de fomentarem uma certa solidariedade cívica entre os cidadãos em suas localidades.

Em um quarto momento, a partir dos vínculos das emissoras com práticas e atores do mundo político e empresarial, na rádio podem também se configurar espaços de exposição sistêmica, esferas de mediatização sistêmica. A dimensão sistêmica desse espaço se manifesta quando a lógica de funcionamento do mundo mercantil e industrial é adotada e, em alguns, casos prevalece como valor norteador do comportamento dos membros da emissora, do seu modo de engajamento e de ações. Embora as emissoras locais sejam criadas a partir de iniciativas civis, a partir de projetos que teoricamente se dedicam a atender expectativas de coletividades, comunidades, associações, em muitas ocasiões, não estão a serviço da virtude cívica, mas apresentam forte vínculo com poderes locais (política partidária, Igreja, mercado), onde se manifesta a figura do “padrinho” que mantém ou ajuda a emissora, influenciando em suas normas de funcionamento. Ou, em alguns casos, não se tem um único apadrinhamento, mas há intervenções constantes nesse espaço de forças oriundas de interesses privados. O recurso da publicidade comercial, busca do lucro, adoção de modelos de gestão de entidades privadas comerciais, preocupação com a quantidade de adeptos a esse espaço são características fundamentais dos espaços de mediatização sistêmica. A excessiva intervenção da lógica empresarial no espaço comunicativo da rádio local decorre da ausência ou superação de orientações cívicas em favor de finalidades instrumentais.

Os acordos entre lógicas de ação de membros da associação e da rádio processados no interior desse espaço apresenta um certo caráter comunal. As rádios locais em sua forma pura não operariam a partir de lógicas sistêmicas ou mercantis, mas teriam sua vitalidade nos vínculos com o mundo cívico, inspiarcional e opinativo, porque se trata de um serviço de comunicação diferenciado, pautado nas necessidades de informação de uma localidade; uma tribuna para

debates e difusão de temas de interesse de uma coletividade. O desígnio de mídia privada com deveres de serviço público local, muitas vezes, gera situações esquizofrênicas no espaço da rádio, como a afirmação de alguns locutores e diretores de rádios locais que entendem a mídia associativa ou comunitária como um empreendimento privado, um lugar regulado por uma gestão, muitas vezes centralizada, com propósitos de espaço público.

A performance e funcionamento dessas emissoras na França e no Brasil apontam distorções do modelo normativo de rádio local sem fins lucrativos o que permite dizer que não se trata de uma mídia espelho da região onde está implantada e, muito menos, se traduz em espaço público permanente, se referenciado nas proposições clássicas desse espaço. No entanto, a partir da disponibilização do espaço comunicativo da emissora para expressão de diferentes manifestações culturais (músicas, religiões, formatos de programas), opiniões, gostos estéticos, palavra de anônimos, denúncias, demandas sociais, debates com o público de ouvintes, tudo isso remete a tentativas de reconhecimento de carências, divergências, heterogeneidades étnicas, culturais, sociais, à consideração de exposições individuais e coletivas. Nesse sentido, é possível reconhecer a aparição de episódios de espaços públicos os quais se configuram quando no ambiente comunicacional e discursivo da rádio não sobressaem ações referentes ao mundo sistêmico empresarial ou discursos proselitistas.

CONCLUSÃO

Nesta tese procurou-se estudar em que medida as rádios associativas na França e as rádios comunitárias no Brasil se configuram como espaços democrático-participativos e de manifestação de espaços públicos, compreendidos, nos casos estudados, como *locus* perpassados por diferentes lógicas de ação. A relação dialógica entre democracia, espaço público e comunicação perpassa experiências contemporâneas protagonizadas pela sociedade civil e suas instituições em processos da vida social e política. A criação de associações civis, formação de comunidades discursivas referenciadas na etnicidade, em opiniões, gostos, vontades, necessidades, territorialidade, religião, entre outras motivações, são iniciativas que decorrem da mobilização de pessoas que se engajam em um empreendimento comum.

A proposta associativa de construção de uma instância participativa de comunicação de proximidade configurada nas rádios locais francesas e brasileiras aponta para um instrumento de intervenção na vida sociocultural e política de populações locais, muitas vezes localizadas em zonas periféricas. As atividades desenvolvidas nas rádios locais sem fins lucrativos podem tanto atender a finalidades instrumentais como a interesses comuns a um público inscrito em uma faixa territorial ou em uma comunidade. As performances das rádios estão atreladas ao uso social que se faz desse espaço comunicativo, se é referenciado na ética dos direitos humanos, trata-se ou não de um veículo aberto à participação dos ouvintes, constitui-se em meio democrático de exprimir opiniões e vontades, sem a prática do proselitismo, um espaço de publicização e debate de temas de interesses coletivos, onde se reconhece o ouvinte como cidadão capaz de protagonizar processos de comunicação e se admite manifestações da pluralidade ideológica, cultural, de segmentos sociais na programação da emissora. As pessoas se engajam a rádio local a partir de diversas motivações (civismo, profissionalização, promoção pessoal, remuneração, proselitismo) as quais influenciam diretamente no resultado da operação da mídia local, podendo esta se apresentar mais ou menos próxima à identidade de espaço cívico de comunicação. Procurando evitar idealizações, pode-se dizer que os engajamentos a espaços comuns, por mais diversos que sejam, encontram coordenação nas ações dos atores, a partir da designação de um objetivo comum, nos termos tocquevilianos, de um “interesse bem compreendido”. Para organização de

atores da sociedade civil em uma instância coletiva de ação é imprescindível a garantia de direitos fundamentais para que se possa alcançar, inclusive, direitos específicos. Nesse sentido, o usufruto da liberdade de expressão e de associação, manifestas nessas rádios, aparecem como direitos elementares sem os quais o direito político de participação se torna inoperante.

A proposta original das rádios livres, definidas como mídias autônomas e independentes dos poderes público e econômico, está apoiada no tripé democracia, cidadania e comunicação participativa. Sua origem, em geral, vem de movimentos de base. Surgem, historicamente, a partir de movimentos e mobilizações de grupos sociais, pautadas nas mais diversas causas e se tornaram conhecidas como mídias de contra-hegemonia e contra-informação cuja força motriz estava no voluntariado e engajamento cívico de caráter sociopolítico. As rádios livres apontam para manifestações concretas do direito à informação e à comunicação.

As rádios livres eram na década de 1980, tanto na Europa como na América Latina, comumente compreendidas como espaços discursivos de representação de ideologias políticas consideradas de esquerda. Hoje, mais conhecidas como rádios de associações (associativas, comunitárias, populares, alternativas) se legitimam eminentemente como lugar de difusão de expressões culturais de minorias étnicas, de lutas por direitos humanos e de protestos sociais, no caso francês, e de demandas por direitos sociais, publicização de dramas e necessidades pessoais e coletivas, disseminação de opiniões político-partidárias e de valores religiosos, no caso brasileiro. Nos dois casos há uma forte tendência ao debate sobre políticas públicas e sociais em momentos da programação em que são evocados problemas sociais que decorrem da marginalização de populações da sociedade produtiva. As rádios associativas e comunitárias constituem um setor específico no quadro da radiodifusão francesa e brasileira ao lado das emissoras públicas, estatais e comerciais. São, em verdade, mídias regidas pelo direito privado que têm o compromisso de prestação de um serviço público de comunicação complementar ao sistema de radiodifusão de largo alcance. Como mídias locais sem fins lucrativos estão vinculadas a entidades associativas, por serem geridas por associações legalmente constituídas que atuam em localidades específicas, cuja população atendida pelo serviço é definida segundo critérios geográficos ou aspectos étnicos e confessionais.

De acordo com o caráter republicano universalista do movimento de rádios locais francesas, essas mídias são designadas como rádios livres, associativas, de proximidade, mas, sobretudo, evita-se a denominação rádios comunitárias. Trata-se de evitar a referência ao

comunitarismo, associado no país ao isolamento cultural ou aos guetos étnicos. No Brasil, o termo comunitário não tem essa conotação e remete a uma mídia que presta serviço local de informação a uma pequena população territorialmente delimitada, independente de suas características étnicas, nacionais ou culturais.

Na tentativa de compreender o papel desempenhado pelas rádios associativas na França e pelas rádios comunitárias no Brasil, constata-se, nas emissoras estudadas, a existência de espaços comunicacionais onde se manifestam ações cívicas, opinativas, inspiracionais e também empresariais as quais resultam em diferentes situações de fala e práticas discursivas. Mesmo considerando que os espaços para a difusão da palavra de pessoas da comunidade são reduzidos, em comparação com o passado dessas mídias, ainda assim se vislumbra nesses veículos a possibilidade de mobilização de opiniões e incentivos ao comportamento participativo que ocorre quando um cidadão comum tem acesso indiscriminado à rádio, podendo intervir nesse espaço como ouvinte, de forma episódica ou como locutor, em uma atuação mais regular.

De acordo com a análise dos projetos radiofônicos e dos documentos depositados pelas rádios associativas francesas e pelas rádios comunitárias brasileiras nos órgãos públicos responsáveis pela operação dessas mídias e com os procedimentos de enquête (questionários e entrevistas) realizados com os dirigentes e animadores das rádios nos dois países, considera-se essas mídias locais, antes concebidas como rádios livres, como um fenômeno multiforme. Problemas financeiros e administrativos e a pouca frequência de projetos radiofônicos levaram o movimento a mudar o perfil dessas rádios. Estas são, geralmente, conduzidas a redefinir seus linhas de orientação e seu modelo de gestão para se adequar às normas impostas pela regulamentação do setor e aos imperativos da ordem econômica e técnica.

Essas emissoras incorporaram a lógica de padronização de seus conteúdos para tentar melhorar a qualidade de seus programas, seguindo, de certo modo, uma tendência do mercado audiovisual. O enquadramento das emissões dessas mídias em formatos “pasteurizados” está associado à demanda de profissionalização do setor e à busca de recursos para tornar essas rádios mais autônomas do ponto de vista financeiro, apesar da dependência, no caso das rádios francesas, das subvenções do Estado.

Em relação ao ambiente institucional do setor associativo, verifica-se que a parceria, as convenções e os acordos estabelecidos entre essas emissoras e o tecido associativo local, assim como entre elas e entidades municipais, governamentais e organismos representantes da

sociedade civil, são laços institucionais fundamentais para o funcionamento desses meios de comunicação. Este aspecto foi especialmente ressaltado no que concerne às relações sociais e institucionais que a rádio associativa francesa mantém com seu meio de atuação. Soma-se a isso o fato de que as rádios locais resultarem de projetos desenvolvidos por equipes diversificadas, em termos de origem social e cultural. Essa particularidade permite vislumbrar experiências individuais e coletivas manifestas no espaço comunicativo da rádio, o que vai favorecer a participação de diferentes categorias de populações de um mesmo território ou região no processo de comunicação social de proximidade, inteirando os auditores à vida associativa e comunitária local.

Em geral, é o estatuto da associação que define a linha editorial de cada rádio como também a sua política de comunicação como uma mídia associativa ou comunitária. A abertura do espaço radiofônico aos voluntários não profissionais constitui uma das principais características das rádios pesquisadas. Na verdade, a utilização do espaço da rádio pelos usuários do serviço e por atores socioculturais locais faz parte dos objetivos explícitos dessas mídias.

A criação e as atividades das rádios associativas na França e das rádios comunitárias no Brasil correspondem à vontade de certos atores mobilizados a partir de um projeto associativo comum, o qual não suscita necessariamente de início a adesão de um grande público, já que grande parte dessas emissoras tem uma baixa audiência se comparadas àquela das rádios comerciais e públicas.

Interessou observar como se dá a passagem desses espaços comunicativos a princípio privados ao estatuto de esferas públicas, a partir dos projetos radiofônicos e de emissões que difundem debates públicos e a palavra dos seus ouvintes. Ao efetivar-se essa transição do privado para público percebe-se que esses meios de comunicação não têm somente uma função de distribuição de conteúdos. Essas emissoras são potencialmente espaços de criação de emissões as quais representam as diversidades socioculturais do local. Os dispositivos radiofônicos de outorga da palavra aos anônimos, às personalidades locais, aos protagonistas do tecido associativo da região, enfim, à sociedade civil permitiram compreender como um espaço regido pelo direito privado, mas com finalidades públicas pode torna-se um espaço compartilhado por uma associação de indivíduos. Ainda que a ação pública não se manifeste ao longo de toda programação da rádio e esta seja um lugar episódico de difusão da expressão livre do “outro”.

Tanto nos casos das rádios francesas como das rádios brasileiras se destacam duas instâncias de interesses as quais as rádios locais, em geral, se deparam: interesse dos membros da associação e interesses e expectativas dos habitantes da zona de cobertura da mídia. Por princípio teórico-normativo, trata-se de um serviço de informação, um espaço de comunicação que não deve se restringir à transmissão de conteúdos monopolizados por um *corpus* de dirigentes, mas deve viabilizar o diálogo com os membros da comunidade de ouvintes-cidadãos, inclusive prevendo sua intervenção no espaço tanto comunicativo como decisório da emissora. Além da concessão de espaços na grade de programação para manifestação do habitante da localidade, sabe-se que a rádio associativa e comunitária deve atender a outros pressupostos do espaço público como outorga da palavra ao público de ouvintes, pluralismo cultural, ideológico, opinativo, informativo, diálogo, inclusão do outro, para que de fato seja designada como um serviço local democrático de comunicação participativa.

A difusão de informações em redes locais forma pequenas audiências e contribui sobremaneira para iniciar populações de pequeno porte nas suas regras de referencialidade geográfica, social, cultural. Pessoas não pertencentes a grupos sociais privilegiados, segmentos economicamente excluídos e, muitas vezes, distanciados do circuito das grandes cidades passam a emitir, consumir, decodificar um conjunto de formatos e conteúdos próprios da discursividade comunicativa a partir de uma linguagem particular. Esse processo se desenvolve como uma forma de aprendizado e inserção em uma esfera específica de construção de identidades de ambição local e, às vezes nacional e internacional, alimentada por conteúdos da vida pública e privada de populações que compartilham algumas características socioculturais, econômicas entre si. A rádio associativa e comunitária, nesse sentido promove uma esfera pública de cotidianidade vivida pelo homem privado.

A identidade construída, aprendida e transformada, no ambiente cultural francês e brasileiro, profundamente desigual no que concerne à produção e acesso aos conteúdos midiáticos, encontra possibilidades de reconhecimento em contextos de comunicação de proximidade. Sem querer idealizar, pode-se dizer que a rádio local sem fins lucrativos na França e no Brasil é um lugar de formação e manutenção de identidades concernentes às especificidades étnicas, culturais, nacionais, sociais, geográficas de populações que convivem em uma mesma localidade. No caso do Brasil, a ênfase nas questões sociais, de suprir necessidades básicas, é fundamental.

Em geral, os conteúdos mais presentes nessas mídias são música, esportes, vida pública e privada dos moradores da região, de personalidades conhecidas, opiniões, denúncias, comunicados públicos, temas ligados à pobreza, questões urbanas, discriminação, processos migratórios e, em maior grau, elementos da diversidade da cultura local de bairros, cidades, comunidades. Estes conteúdos convivem com elementos oriundos de um ambiente cultural globalizado, criando relações de complementaridade e extrapolando as fronteiras locais e nacionais.

O aspecto democrático e participativo criado e mantido pela rádio associativa francesa e pela rádio comunitária brasileira tem uma pequena amplitude temática e a esfera do debate político fica praticamente esvaziada porque prevalecem a dimensão social e a publicidade de questões privadas, reconhecimento individual de membros dos públicos que acessam e fazem parte da rádio. O pequeno público está à margem da vida política nacional, mas o espaço comunicativo da rádio local parece apontar para inclusão do habitante de localidades periféricas em processos participativos da vida sociopolítica local quando estabelece canais de comunicação (programas de denúncias, entrevistas) entre ouvinte-cidadão e poder público. É sabido que mesmo o grande público está à margem da vida política nacional, desconhecendo, muitas vezes, os temas e os processos políticos que se desenvolvem nas esferas dos três poderes. Os cidadãos, em geral, não participam das deliberações do poder Executivo, sofrendo apenas as repercussões de políticas pensadas e implementadas sem a participação da sociedade. As instituições de comunicação de largo alcance contribuem muito pouco para inserir a população nesses ambientes, sobretudo porque não fornecem as informações necessárias em termos de variedade de abordagens e diversidade de fontes para reforçar o processo de formação da opinião pública e, muitos menos, prevêm a participação do leitor, telespectador ou ouvinte na seleção de informações e no fornecimento de pontos de vista variados sobre a realidade objetiva que cerca o cidadão comum.

Está na dimensão participativa da rádio associativa e comunitária o aspecto que diferencia essa modalidade de radiodifusão do sistema comercial ou público-estatal. A participação democrática e indiscriminada na rádio local, seja ela designada como mídia associativa ou comunitária, leva à configuração de um espaço comunal de trocas discursivas e de ações. Aqui reside um dos pontos fulcrais da análise empreendida pela tese das rádios locais sem fins

lucrativos francesas e brasileiras como veículos de comunicação participativa: sua referencialidade na designação de um espaço público comum.

A materialização da experiência comunitária pode ser viabilizada pelas instituições de comunicação como formadoras em potencial de comunidades comunicativas. Em relação à mídia de largo alcance, sabe-se que nem sempre essa atua como agente reparador de rupturas sociais ou reflete a diversidade cultural e opinativa difusa em uma sociedade. Neste ponto, abre-se, então, uma importante lacuna que pode ser preenchida pelas rádios associativas e comunitárias.

Assim como a caracterização de uma formação ou agrupamento social como comunitária pode remeter à idealização da vida social, vale dizer que a designação de comunidade é também uma estratégia discursiva articulada, de cunho retórico, para endossar determinadas práticas vinculadas a objetivos políticos, econômicos ou religiosos. Nesse sentido, o conceito de rádio comunitária encontra seu primeiro obstáculo ao se constatar o descompasso entre *teoria, direito e realidade* no universo de configuração e atuação desse meio de comunicação. Na verdade, a atribuição de mídia comunitária é um pressuposto muitas vezes contrariado não só em relação à legislação como aos princípios fundamentais de uma comunicação participativa, como a liberdade de expressão.

Do ponto de vista teórico, uma mídia comunitária remete ao conceito de comunidade que por sua vez refere-se a uma formação social ideal onde tudo é compartilhado com base na moral, valores e interesses comuns. Na perspectiva normativa da lei, essas rádios são convencionadas como instrumentos de comunicação a serviço irrestrito dos moradores da localidade contemplada pelo serviço, sem discriminação de cor, raça, crença e filiação política. Com referência à atuação desses veículos de comunicação, pode-se encontrar manifestações distintas de formas e tipos de rádios locais. O que vai confirmar ou não o caráter “comunitário” de uma rádio será o tipo de ação social que orienta a dinâmica do funcionamento do espaço radiofônico, o modelo de gestão (centralizador ou participativo), quem faz parte desse espaço e em quais condições. Para isso, no entanto, foi necessário estudá-las caso a caso. Afinal, trata-se de um fenômeno polissêmico e multiforme.

Nem sempre a rádio é comunitária no sentido de seu conteúdo comum. Pode ter esse nome, mas ser ecumênica, intercomunitária, universitária, generalista, de centro social. Porém, independente da forma que essa mídia assumir, ela será um veículo de comunicação associativo,

portanto uma rádio associativa que pode se configurar em diferentes versões, contanto que atenda aos pressupostos de um espaço comum.

A retórica da comunidade, muitas vezes postulada pelos diretores de rádio entrevistados, cria um discurso baseado na defesa dos interesses comuns à população que habita no raio de cobertura da emissora, mas, no entanto, constata-se a existência de ações voltadas para interesses privados, nem sempre públicos ou comunitários, no espaço comunicativo que se pretende público pelo viés da publicidade e da pluralidade. Neste caso, constata-se a instrumentalização da rádio comunitária, às vezes utilizada estrategicamente com finalidades comerciais, políticas e/ou religiosas. Apesar da apropriação do espaço comunicativo da rádio por iniciativas privadas revestidas de caráter comunitário e público, não se pode desprezar o papel de mídias locais que essas emissoras cumprem nas comunidades onde estão instaladas. O viés público deste espaço está, sobretudo, na publicização de conteúdos que servem aos propósitos da associação, como entidade privada que, de fato, administra e orienta a rádio.

A esfera pública refere-se a espaços de manifestação livre da palavra, de ideais, discursos críticos, opiniões políticas que representam e ao mesmo tempo se dirigem a um público. O espaço público, em suas mais variadas versões, pode ser definido mais pela operação de fluxos comunicativos do que pelas trocas discursivas que resvalam em debates políticos ou literários. No que concerne à rádio local como espaço de manifestação do espaço público, pode-se dizer que nesse *locus* ele se configura em diferentes situações e assume morfologias distintas. As rádios pesquisadas podem ser compreendidas como arenas públicas e sociais nas quais repercutem questões comuns a um grupo, à população local, podendo assumir abrangência pública.

É possível também dizer que as rádios locais francesas e brasileiras desempenham, em certa medida, o papel de esferas públicas comuns onde se manifestam lutas pelo reconhecimento de diferenças socioculturais de grupos, minorias, defesa do bem comum e do bem público, sobretudo quando se tratam de problemas de infra-estrutura, questões sociais como segurança e saúde públicas, desemprego. A busca por uma justiça social tornada visível a partir de denúncias e de processos de mobilização social associadas à vontade política encontram nessas mídias um lugar privilegiado para difusão de uma nova gramática moral e social que diz respeito a necessidades e questões de indivíduos isolados e não somente daqueles reunidos em um público. A publicização no espaço da rádio de discussões que remetem a dilemas e aspectos da vida sociocultural e política de populações locais pode, então, redundar em conteúdos subsidiários

para elaboração e implementação de políticas públicas dirigidas a grupos sociais específicos ou de políticas universais. Embora não fizesse parte do escopo desta tese, durante o percurso da pesquisa sobressaiu a característica das rádios locais, sobretudo as francesas, como espaços ocupados por reivindicações de minorias.

No que concerne às rádios estudadas pode-se dizer que estas se constituem em potenciais ou até efetivos “territórios” de manifestação de lutas de caráter contra-hegemônico protagonizadas por minorias em favor da redução ou extirpação de um poder hegemônico configurado em modelos culturais, de comunicação, econômicos, políticos, sociais. Essas mídias também podem ser concebidas no âmbito de contestações sociais em direção a paradigmas e ordens estabelecidas como estratégias discursivas promissoras para se alcançar a representatividade necessária na sociedade para fazer valer vozes e falas pouco expressivas, apontadas como *outsiders* do sistema de comunicação e do próprio sistema político. O lugar dessas mídias locais como canais de mediação da luta por reconhecimento de minorias, de ativismo social pode ser também caracterizado pela ausência de um discurso ou apelo consensual de grupos minoritários que operam ou fazem parte desse veículo de comunicação, sendo também um meio de comunicação sem, necessariamente, representar pretensões políticas ou transformadoras, mas um espaço autônomo do agir comunicativo episódico ou regular, podendo também estar calcado nas demandas de cada um, na liberdade individual de se expressar, às vezes, sem comprometimento com reivindicações coletivas.

No caso das rádios associativas francesas existe, historicamente, uma relação entre o movimento das suas precursoras, as rádios livres, e a liberdade de expressão das populações oriundas de processos migratórios. Os imigrantes encontram nesse espaço comunicativo uma possibilidade de disseminação e preservação de suas práticas culturais: música, poesia, debates políticos. Em relação ao Brasil, embora haja uma forte associação entre o cenário político da América Latina nas décadas de 1970 e 80 e a difusão nesse contexto das rádios livres, constata-se que hoje o desempenho das rádios locais legalizadas está atrelado ao debate social, à discussão de necessidades materiais de “maiorias”, difusão de valores religiosos e quando a política torna-se pauta dos debates nesses espaços há uma nítida orientação da discussão para a formação de opinião que possa gerar votos. Isso acontece, sobretudo, nos programas que assumem o formato de entrevistas radiofônicas, onde, rotineiramente, os políticos da cidade, ou candidatos ao primeiro mandato ou reeleição, em períodos de eleição, proferem em direção à audiência seus

valores éticos e morais, suas ações e projetos como homens públicos, sem, muitas vezes, haver um diálogo ou debate com os ouvintes.

Essas rádios se constituem, potencialmente, em porta-vozes das informações, opiniões, necessidades e debates de cidadãos que podem contar com um veículo de atuação local para interagirem com a sua realidade objetiva, embora tenha havido desvirtuamentos da finalidade original desses meios de comunicação. É preciso ampliar o debate sobre a efetividade das rádios associativas e comunitárias como espaços de configurações de esferas públicas, recorrer às “comunidades” e avaliar como as associações dispõem da concessão pública e produzem comunicação para e na localidade onde foram autorizadas pelo poder público a funcionar, ou seja, se atuam como comunidades comunicativas locais.

O procedimento metodológico utilizado para realizar esta pesquisa não permitiu medir a intensidade da escuta das rádios associativas na região Nord-Pas-de-Calais e no Distrito Federal pelo público que as ouvem. Em relação às rádios de associações, ainda não se pode falar da generalização de espaços comunicativos e democráticos, em termos, especialmente, de pluralismo de opiniões, nos dois países. Não se pode também garantir que as rádios locais em suas variadas denominações e perfis de atuação encarnem o ideal de um modelo de espaço público pleno. Mas percebeu-se que esses meios resguardam em si o potencial de realização de uma interatividade comunicativa mais democrática entre diferentes atores sociais. Trata-se de um serviço com características e propostas diferenciadas das emissoras comerciais ou até mesmo das públicas estatais.

Essas mídias se constituem em espaços episódicos de debates públicos, de lutas por reconhecimento de diferenças socioculturais, de necessidades coletivas ou individuais, do dissenso, do exercício da cidadania. Aquilo que pode credenciar as rádios pesquisadas, na França e no Brasil, como esferas discursivas legítimas é sua prerrogativa de espaço público. Para além das forças e interesses que representam isoladamente, essas rádios ganham visibilidade maior junto à comunidade por essa se sentir representada nas mesmas.

REFERÊNCIAS

Livros e artigos

ADORNO, Theodor W et HORKHEIMER, Max. **Dialética do conhecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AMBLARD, Henri, BERNOUX, Philippe, HERREROS, Gilles e LIVIAN, Yves-Frédéric. **Les nouvelles approches sociologiques des organisations**. Paris: Seuil, 2005.

APEL, Karl-Otto. Fundamentação normativa da teoria crítica: recorrendo à eticidade do mundo da vida?. In: APEL, Karl-Otto, OLIVEIRA, Manfredo Araújo; MOREIRA, Luiz (orgs). **Contra Habermas, com Habermas: direito, discurso e democracia**. São Paulo: Landy Editora, 2004.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

_____. **Sobre la revolución**. Madri: Editorial Revista de Occidente, 1967.

_____. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____. **O que é política?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **La crise de la culture**. Paris: Gallimard, 1972.

AVRITZER, Leonardo. O orçamento participativo e a teoria democrática: um balanço crítico. In: AVRITZER, Leonardo; ZANDER, Navarro (org). **A inovação democrática no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2003. p.13-60.

_____. Democratization and Changes in the Pattern of Association in Brazil. **Journal of Interamerican Studies and World Affairs**. v. 42, n. 3, fall, p. 59-76, 2000.

_____. Entre o diálogo e a reflexividade: a modernidade tardia e a mídia. In: AVRITZER; DOMINGUES, José Maurício (orgs). **Teoria social e modernidade no Brasil**. Belo Horizonte: UFMG, Série Humanitas, 2000. p. 60-81

BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. In : MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**, Florianópolis: Insular, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa : Edições 70, 2004.

BASTIEN, François ; NEVEU, Érik. **Espaces publics mosaïques: acteurs, arènes et rhétoriques, des débats publics contemporains**. Rennes : Presses Universitaires Rennes, Res Publica, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENOÎT, J.L. **Alexis de Tocqueville: textes essentiels**. Paris: Pocket, 2000.

BÉNÉTIÈRE, Jean; SONCIN, Jacques. **Au Cœur des radios libres**. Paris: L'Harmattan, 1989.

BERGER-ROULLEAU, Laurence. La production d'espaces intermédiaires. DACHEUX, Éric; LAVILLE, Jean-Louis (org). **Économie solidaire et démocratie**. Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

BERNARD, Miège. L'économie politique de la communication. In : JEANNERET, Yves; OLLIVIER, Bruno (org). **Les sciences de l'information et de la communication : Savoirs et pouvoirs**, Paris: Revue du HERMES, n. 38, 2004.

BLIC, Damien de. La sociologie politique et morale de Luc Boltanski. **Raisons politiques**, n. 3, p. 149-158, 2000.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. **De la justification: les économies de la grandeur**. Paris: Gallimard, 1991.

BOLTANSKI, Luc. La denunciation. **Actes de la recherche en Sciences Sociales**, n. 51, p. 3-40, 1984.

BOUDON, Raymond. **Tocqueville aujourd'hui**. Paris: Odile Jacob, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques**. Paris: Fayard, 1982.

BRECHT, Bertold. Teorias de la radio (1927-1932). **Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**. v. V, n. 2, maio-ago, 2003. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>, Acesso em: 05 de mar 2004.

BRETON, Philippe. Médias, médiation, démocratie: pour une épistémologie critique des sciences de la communication politique. In : GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André ; MOUCHON, Jean (org). **Communication et politique**. Paris: Revue du HERMES, n. 17-18, 1995.

BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

CALLON, Michel, LASCOUMES, Pierre ; BARTHE, Yannick. **Agir dans un monde incertain** : essai sur la démocratie technique. Paris : Seuil, La Couleur des idées, 2001.

CAMACHO, Gridvia Kúnkar. Bolívia : a experiência autogestionária das rádios mineiras. In: GRINBERG, Máximo Simpson. **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 1987.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2006.

_____. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997.

CARVALHO, José Murilo de. Cidadania na encruzilhada. In: BIGNOTTO, Newton (Org.). **Pensar a República**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

_____. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CASTELLS, Manuel. **O poder da Identidade**. v. II, São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

_____. **A sociedade em rede**. v. I, São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

CASTRO, Marcus Faro de; CARVALHO, Maria Izabel Valladão de. Globalização e transformações políticas recentes no Brasil. **Revista de Sociologia Política**, n. 18, Jun. 2002.

CAZENAVE, François. **Les radios libres**. Paris : Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je, 1984.

CHEVAL, Jean-Jacques. **Les radios en France** : Histoire, État et enjeux. Rennes : Apogée, Collections Médias et Nouvelles Technologies, 1997.

_____. **L'expérience française des radios locales associatives**, mimeo, Institut d'Études Politiques de l'Université de Bordeaux III, Institut 2002.

_____. Les radios associatives en France, entre bilans et expectativas . In : GUSSE, Isabelle (org). **Diversité et indépendance des médias**. Montreal: Paramètres, Les Presses de l'Université de Montréal, 2006.

CHARON, Jean-Marie. **Les médias en France**. Paris : La Découverte, 2003.

CIMI – Conselho Indigenista Missionário. **Relatório da Oficina de Áudio para os Povos Indígenas**. Disponível em: < <http://www.cimi.org.br/?system=news&eid=257>>. Acesso em: 12 jul. 2007.

CEFAÏ, Daniel ; PASQUIER, Dominique (org). **Les sens du public** : publics politiques, publiques médiatiques. Paris : Presses Universitaire de France, 2004.

_____. Qu'est-ce qu'une arene publique ? Quelques pistes pour une approche pragmatique. In: CEFAÏ, D., ISAAC, Joseph. **L'Heritage du Pragmatisme: conflits d'urbanité et épreuves de civisme**. La Tour d'Aigues : Editions l'Aube, 2002.

_____. **Pourquoi se mobilise-t-on ?** Les théories de l'action collectives. Paris: La Découverte, Mauss, 2007.

CHANIAL, Philippe. **Espaces publics, sciences sociales et démocratie**. **Quaderni**, n. 18, Dossî Les espaces publics, Autonne, 1992.

COCONNIER, Frédéric. **Les radios libres ont trois ans**, Maîtrise, Institut des Sciences de l'Information et de la communication -ISIC, Université de Bordeaux III, 1980.

CODELLO-GUIJARRO, Pénélope. Vers la construction d'un espace public de proximité. DACHEUX, Éric e LAVILLE, Jean-Louis (org). **Économie solidaire et démocratie**, Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

COHN, Gabriel. Perfis em teoria social: Tocqueville e Weber, duas vocações. In: AVRITZER, Leonardo; DOMINGUES, José Maurício (org). **Teoria Social e Modernidade no Brasil**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

CORCUFF, Philippe. Justification, stratégie et compassion : apport de la sociologie des régimes d'action. **Correspondances du Bulletin d'information scientifique de l'Institut de Recherche sur le Maghreb Contemporain**, Tunis, no. 51, juin 1998.

COUGEON, Hervé. **Treize radios locales privées bordelaises**, en 1984, Maîtrise, Institut des Sciences de l'Information et de la communication -ISIC, Université de Bordeaux III, 1983-84.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CUNHA, Magda. A era pós-mídia desenhada nas rádios livres: o pensamento de Felix Guattari. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**, Florianópolis: Insular, 2005.

DACHEUX, Éric. Un nouveau regard sur l'espace public et la crise démocratique. In: DACHEUX, Éric; LAVILLE, Jean-Louis (orgs). **Économie solidaire et démocratie**, Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

DACHEUX, Éric. La communication des associations. In: MAIGRET, Éric (org). **Communications et Médias**, Paris, Les notices de La documentation Française, 2003.

DAGRON, Alfonso Gumucio. Miners' radio stations : a unique communication experience from Bolívia. In: HEMER, Oscar e TUFTE (orgs). **Media & Glocal change: rethinking communication for development**. Buenos Aires: Conselho Latino Americano de Ciências Sociais – CLACSO; Suécia: Nordicom, 2005.

DAHL, Robert A. **Sobre a democracia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

_____. **Poliarquia**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

DELEU, Christophe. Le documentaire radiophonique : un genre marginal...plein d'avenir, **Cahiers du Journalisme**, no. 7, Lille, Québec, juin 2000.

DEVAUX, François. **Légitimation de la parole associative et disqualification des intérêts particuliers dans les arènes de la concertation**: analyse de la participation au débat public sur les contournements de l'agglomération lyonnaise, Université Lumière Lyon 2, École doctorale : Sciences humaines et sociales (SHS), Institut d'Études Politiques de Lyon, Laboratoire d'accueil : Centre de Politologie de Lyon CERIEP, Diplôme d'études approfondies Politiques Publiques et Gouvernements Comparés, 2002.

DESCAMPS, Christian. Espace public et communauté, **Revue Hermés**, n. 10, Paris, 1991.

DEMO, Pedro. **Cidadania pequena**: polêmicas de nosso tempo. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

_____. **Pobreza da pobreza**. Petrópolis, Rio de Janeiro : Vozes, 2003.

DEWEY, John. **Le public et ses problèmes**. Pau: Presses de l'Université de Pau, Farrago, Éditions Léo Scheer, 2003 [1927].

_____. **Democracia e educação**. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.

DOMINGUES, José Maurício. Cidadania, direitos e modernidade. In: SOUZA, Jessé (org), **Democracia Hoje**: novos desafios para a teoria democrática contemporânea. Brasília: Editora da UnB, 2001.

DOSSE, François. **O império dos sentidos**: a humanização das ciências sociais. Bauru, SP: Edusc, 2003.

DWORKIN, Ronald. **A virtude soberana**: a teoria e a prática da igualdade. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ELIAS, Nobert; SCOTSON, John. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ELEY, G. Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century. In: D. Dirks, G. Eley; S. Ortner (eds). **Culture/Power/History: a reader in contemporary Social Theory**, Princeton: Princeton University Press, 1994. p. 297-335.

EME, Bernard. Agir solidaire et publicité des conflits. DACHEUX, Éric; LAVILLE, Jean-Louis (orgs). **Économie solidaire et démocratie**, Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

ENJOLRAS, Bernard. Crise de l'État-Providence, lien social et associations: éléments pour une socio-économie critique. In : CAILLÉ, Alan ; LAVILLE, Jean-Louis (ed). **Une seule**

solution, l'association ? Socio-économie du fait associatif, Revue du MAUSS, semestrielle, No. 11, 1er. Semestre 1998, p. 223-236.

ENZENBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação.** São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

ESPOSITO, Roberto. **Communitas:** origine et destin de la communauté. Paris: Presses Universitaires de France, 2000.

ETZIONI, Amitai (org). **The essencial communitarian reader.** Oxford (EUA): Rowman & Littlefield publishers, 1998.

_____. **The golden rule:** community and morality in a democratic society. New York: Basic Books, 1997.

FARBIAZ, Patrick. (Hypo) thèses pour la construction d'un mouvement politique de masse sur les médias. In : LABICA, Georges (org). **Les nouveaux espaces politiques.** Paris : L'Harmattan, 1995. p. 165-168

FACHET, Nicole. **Le développement des radios libres et l'activité culturelle :** étude comparative de Tours et Bordeaux, TER MST 2, Institut des Sciences de l'Information et de la communication –ISIC, Université Bordeaux III, 1982.

FERREIRA, Aluizio. **Direito à informação – Direito à comunicação.** São Paulo: Celso Bastos Editor, 1997.

FLAHAULT, François. Identité et reconnaissance dans les contes. In: CAILLE, Alain (ed). **De la reconnaissance :** don, identité et estime de soi, Revue MAUSS, Paris : La Découverte MAUSS, semestrielle, no. 23, Premier Semestre 2004, p. 31-56.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Bookman, 2004.

FLORIS, Bernard. Espace public et sphère économique. In: DACHEUX, Éric; LAVILLE, Jean-Louis (orgs). **Économie solidaire et démocratie.** Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

FONSECA, Francisco César Pinto da. **Divulgadores e vulgarizadores:** a grande imprensa e a constituição da hegemonia ultraliberal no Brasil. Tese de doutorado. São Paulo: Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2001.

FOURDIN, Monique e POINCLOU, Jean-Baptiste. Le local au miroir de la communication intercommunale : recomposition des territoires, pratiques politiques et dynamiques institutionnelle. **Revue Hermés,** No. 26-27, 2000, pp. 283-291.

FOWLER, Robert Booth. Community : reflections on definition. In: ETZIONI, Amitai (org). **New Communitarian thinking:** persons, virtues, institutions, and communities. Virgínia (EUA): University Press of Virginia, 1996, pp. 88-98.

FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Líber Livro, 2005.

FRASER, Nancy. Repenser la sphère publique: une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement, extrait de Habermas and the public sphere, sous la direction de Graig Calhoun, Cambridge, Mit Press, 1992, p. 109-142, traduit par Muriel Valenta, L'opinion publique, Perspectives anglo-saxonnes, **Revue Hermès**, n°31, CNRS éditions, 2001, p. 129.

_____. **Qu'est-ce que la justice sociale ?** Reconnaissance et redistribution. Paris : La Découverte, 2005.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

_____. **Ação cultural para a liberdade e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

_____. (orig. ICIRA, 1969; 1971) **Extensão ou comunicação?**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

FRÚGOLI, Heitor Jr. A dissolução e a reinvenção do sentido de comunidade em Beuningen, Holanda. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 52, junho, 2003.

IDIEDER, Janier. **Les radios libres au Pays Basque Nord** : un outil d'affirmation ou de révélation de l'identité basque, Maîtrise, Institut des Sciences de l'Information et de la communication -ISIC, Université de Bordeaux III, 1982.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 4. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2005. p.64-89.

GAUCHET, Marcel. **La condition politique**. Paris: Gallimard, 2005.

GIDDENS, Anthony. **A terceira via e seus críticos**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Para além da esquerda e da direita – O futuro da política radical**. São Paulo: Editora UNESP, 1996.

GODBOUT, J. T. (1998). Introdução à Dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 38, vol. 13, pp. 39-51.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOHN, Maria da Glória. O Papel dos Conselhos Gestores na Gestão Urbana. In: TORRES, Ana Clara; RIBEIRO, Emílio Tadei. (Org.). **Repensando a Experiência Urbana na América Latina**: questões, conceitos e valores. Buenos Aires: CLACSO, 2000.

GRAMSCI, Antônio. **Cadernos do Cárcere**: os intelectuais, princípio educativo e, jornalismo. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GRINBERG, Máximo Simpson. **A comunicação alternativa na América Latina**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1987.

GUATTARI, Félix. Milhões e milhões de Alices no ar. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

HABER, Stéphane. **Habermas et la sociologie**, Paris: Presses Universitaires de France, 1998.

_____. Hegel vu depuis la reconnaissance. In: CAILLE, Alain (ed). **De la reconnaissance : don, identité et estime de soi**, Revue MAUSS, Paris : La Découverte MAUSS, semestrielle, no. 23, Premier Semestre 2004, p. 70-87.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, vols. I e II, 1997.

_____. L'espace public, 30 ans après. **Quaderni**, Paris, n.18, automne, 1992.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. O Estado nacional europeu – sobre o passado e o futuro da soberania e da nacionalidade. In: _____. **A inclusão do outro – Estudos de teoria política**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. **L'éthique de la discussion et la question de la vérité**. Paris : Bernard Grasset, 2003.

_____. **La Teoría de la Acción Comunicativa**. Tomos I e II. Alfaguara, Madrid: Taurus, 1987.

_____. Três modelos normativos democracia. In: _____. **A inclusão do outro – Estudos de Teoria Política**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

_____. Direitos Culturais no Contexto de Justiça Social. In: UNESCO (Org.). **Cultura Política e Direitos**. Rio de Janeiro: UNESCO, SESC, FAPERJ, 2002. p. 97-105.

_____. **A constelação pós-nacional**. São Paulo: Littera Mundi, 2001.

_____. **Era das transições**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

_____. **Entre naturalismo e religião: estudos filosóficos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2007.

HALL, Stuart. Une perspective européenne sur l'hybridation: éléments de réflexion. **Revue Hermès**, n. 28, pp. 99-102, 2000.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34, 2003.

_____. Visibilité et invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance. In : CAILLE, Alain (ed). **De la reconnaissance** : don, identité et estime de soi, Revue MAUSS, Paris : La Découverte, semestrielle, no. 23, Premier Semestre 2004.

_____. Democracia como cooperação reflexiva : John Dewey e a teoria democrática hoje. In: SOUZA, Jessé (org). **Democracia hoje**: novos desafios para a teoria democrática contemporânea. Brasília: Editora da UnB, 2001.

JOSSEN, Yvan. Les médias, un réseau comme les autres ?. In: LABICA, Georges (org). **Les nouveaux espaces politiques**. Paris : L'Harmattan, 1995. p. 153-164.

JUHEM, Philippe. Un nouveau paradigme sociologique? A propos du modèle des "économies de la grandeur" de Luc Boltanski et Laurent Thévenot. **Cahiers de sociologie politique de Nanterre**, vol. 1, p. 115-142,. 1994.

KANT, Emmanuel. **Qu'est-ce que les Lumières ?** Paris : Flammarion, 1991.

LABICA, Georges. La démocratie à reinventer?. In : LABICA, Georges (org). **Les nouveaux espaces politiques**. Paris: L'Harmattan, 1995. p. 5-12.

LACROIX, Justine. Patriotisme constitutionnel et identité postnationale chez Habermas. In : ROCHLITZ, Rainer (Coord.) **Habermas** : l'usage public de la raison. Paris : Presses Universitaires de France, 2002.

LAFER, Celso. **Hannah Arendt**: pensamento, persuasão e poder. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

LAFRANCE, Jean-Paul. Ailleurs et demain : la radio alternative en question. **Dossiers de l'audiovisuel, Les radios Locales**, no. 63, Paris : La documentation Française, INA, septembre-octobre, 1995.

LAVALLE, Adrián Gurza. **Vida pública e identidade nacional**. São Paulo: Globo, 2004.

LAVILLE, Jean-Louis ; SAINSAULIEU, Renaud. **Sociologie de l'association**. Paris : Desclée de Brouwer, 1997.

LAZZERI, Christian; CAILLÉ, Allain. La reconnaissance aujourd'hui: enjeux théoriques, éthiques et politiques du concept. In: CAILLE, Alain. **De la reconnaissance**: don, identité et estime de soi, Revue MAUSS, Paris : La Découverte, semestrielle, no. 23, Premier Semestre, 2004.

LATAULADE, Bénédicte de ; FROISSART, Catherine; MELAS, Lucie. **Les radios locales à destination des publics immigrés**: bilan de 20 ans d'expression et d'initiatives. Paris : FASILD Programme d'étude 2002, Mars 2004.

LEAL, S. A. G. ; RIBEIRO, L. M. . A imaginação de um controle público a partir do regulamento do Setor de Telecomunicações no Brasil: a utilização dos aparatos regulatórios da Agência Nacional de Telecomunicações pelo usuário-cidadão. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, São Cristovão - SE, v. IV, p. 71-94, 2002.

LEPAIGE, Hugues. Les radios libres en Italie. In : GUERRY, Jean (org), **Radio Locale et Communautaire**. Etudes de Radio-Télévision 23, Imprimerie RTB, Bruxelles, mars 1977.

LIBOIS, Boris. **La communication publique : pour une philosophie politique des médias**. Paris: l'Harmattan, 2002.

LIJPHART, Arend. **As democracias contemporâneas**. Lisboa: Gradiva, 1989.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LIMA, Venício A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. **Rádios comunitárias: coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)**. Disponível: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf> , Acesso em 10 jul 2007.

LÓPEZ, Miguel; HOEBERICHTS, Anouk. **La Radio: Actor Clave en el Desarrollo Humano. Sustainable Development Dimensions**, FAO (Roma), enero de 1999. Acessado em 21/05/2007, <http://www.fao.org/sd/spdirect/CDan0023.htm>.

LORRAI, Marcello. Radio Popolare à Milan, une radio plus grande que son antenne. In : GUSSE, Isabelle (org). **Diversité et indépendance des médias**. Montreal : Paramètres, Les Presses de l'Université de Montréal, 2006.

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

MAIGRET, Éric. **Sociologie de la Communication et des médias**, Paris : Armand Colin, 2004.

_____. La démocratie locale entre idéologies, identités et pratiques. In: MAIGRET, Éric ;MONNOYER-SMITH, Laurence (org). **WWW.democratielocale.fr**, Paris: Revue du HERMES, n. 26/27, 2000.

MACIVER, R.M; PAGE, Charles H. Comunidade e sociedade como níveis de organização da vida social. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e Sociedade: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação**. São Paulo: Editora da USP, 1973.

MAUSS, M. (1925/1974) Ensaio Sobre a Dádiva. Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EDUSP, 1974. p. 37-184.

MEDITSCH, Eduardo. Rudolf Arnheim e o potencial expressivo da rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

MEKSENAS, Paulo. **Cidadania, poder e comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

MERTON, Robert; LAZARFELD, Paul F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MIÉGE, Bernard. **L'information-Communication, objet de connaissance**. Paris: De Boeck, Institut National de l'Audiovisuel-INA, 2004.

MOHR, Catherine. Les radios associatives : diversité et proximité . **Info-Médias**, Paris : Direction du Développement des Médias du Ministère de la Communication, Décembre 1998, No. 1.

MOORE, Don. Radio Quillabamba, Perú. **The Journal of the North American Shortwave Association**, February, 1991. Disponível em: <<http://www.swl.net/patepluma/south/peru/quilla.html>> Acesso em: 21/05/2007.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.

_____. **Rádio Palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

NUNES, Márcia Vidal. Rádios comunitárias no século XXI: exercício da cidadania ou instrumentalização da participação popular?. In: BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sônia Virgínia (orgs). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: INTERCOM, Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Caminhos da identidade: ensaios sobre etnicidade e multiculturalismo**. São Paulo: Editora Unesp; Brasília: Paralelo 15, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração universal dos direitos humanos**. ONU, 1948.

PARK, Robert; BURGESS, Ernest W. Comunidade e sociedade como conceitos analíticos. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e Sociedade: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação**. São Paulo: Editora da USP, 1973.

PLANTEY, Jean-Michel. **Radio côté d'argent...radio libre**. Maîtrise, Institut des Sciences de l'Information et de la communication -ISIC, Université de Bordeaux III, 1982.

PAIVA, Raquel. Mídia e política de minorias. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PAQUOT, Thierry. L'espace de la parole: réflexion sur deux modèles historiques d'espace public. In : FERRY, Jean-Marc (org). **Espaces publics, traditions et communautés**. Paris: Revue du HERMES, n. 10, 1991.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PARSONS, Talcott. **Sociedades: perspectivas evolutivas e comparativas**, São Paulo: Pioneira Editora, 1969.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da costa. **Comunicação pública**. Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 2004.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

PIZZI, Jovino. **O conteúdo moral do agir comunicativo: uma análise sobre os limites do procedimentalismo**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.

PROT, Robert. **Des radios pour se parler : les radios locales en France**. Paris: La Documentation Française, 1985.

PROUST, Françoise. Présentation. In : KANT, Emmanuel. **Qu'est-ce que les Lumières ?** Paris : Flammarion, 1991.

QUÉRÉ, Louis. **Des miroirs équivoques: aux origines de la communication moderne**. Paris : Éditions Aubier Montaigne, 1982.

RAMOS, Murilo César. As Políticas Nacionais de Comunicação e a crise dos paradigmas. In : Jacques Zylberberg e François Deméris (Orgs.). **L'Amérique et les Amériques**. Saint-Foy (Québec): Les Presses de L'Université Laval, 1992. p. 136-149.

_____. A Agenda Proibida – meios de comunicação e revisão constitucional. Universidade e Sociedade, Ano III, nº 5, Julho 1993, p. 15-20.

_____. **Às Margens da Estrada do Futuro: comunicações, políticas e tecnologia**. Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília. Livro-Eletrônico. Brasília, DF: 2000.

RAWLS, John. **Théorie de la justice social**. Paris : Éditions du Seuil, 1997.

RIBEIRO, L. M. **Imprensa e Espaço Público: a institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1960)**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais Ltda, 2004.

_____. Comunicação e Comunidade. **Revista Comunicação e Espaço Público**, Brasília - DF, v. 1, n. 1, p. 77-94, 2004.

ROCHLITZ, Rainer. Raison et rationalité chez Habermas. In : ROCHLITZ, Rainer (org). **Habermas: l'usage public de la raison**. Paris: Presses Universitaires de France, 2002. p. 7-30.

ROSA, Maria Virginia F. P. Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida G. C. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

ROSAVALLON, Pierre. **A nova questão social: repensando o Estado Providência**. Brasília: Instituto Teotônio Vilela, 1998.

_____. **A crise do Estado Providência**. Goiânia: Editora da UFG, Brasília: Editora da UnB, 1997.

ROULAND, Nobert. **Roma, democracia impossível? Os agentes do poder na urbe romana**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1997.

ROUSSEAU, J.J. **O contrato social**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ROUMAT, Florence. **De Radio.Landes à ...Radio.France.Landes : l'émergence d'un local, Maîtrise**, Institut des Sciences de l'Information et de la communication -ISIC, Université de Bordeaux III, 1986.

RUIZ, Carlos Cortez. La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural: posibilidades y limitaciones. In: **Latin American Studies Association (LASA)**, XIX International Congress, September 28–30, Washington, 1995. Disponível em: <<http://lanic.utexas.edu/project/lasa95/cortez.html>>, Acesso em 21 mai 2007.

SALAI, Robert ; STORPER, Michael. **Les mondes de production: enquête sur l'identité économique de la France**. Paris : Ed. De l'École des Hautes Études em Sciences Sociales, 1993.

SANTOS, Boaventura de Sousa; AVRITZER, Leonardo. Para ampliar o cânone democrático. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Introdução geral à coleção. SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

SARTORI, Giovanni. **A teoria da democracia revisitada**. vol. II. São Paulo: Editora Ática, 1994.

_____. Comparación y método comparativo. In: SARTORI; Giovanni; MORLINO, Leonardo (org). **La comparación em las Ciencias Sociales**. Madrid: Alianza Editorial, 1994. p. 29-50.

SASKIA, Sassen. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

SCHENKEL, Peter. Políticas Nacionales de Comunicación: una introducción. In: **Políticas Nacionales de Comunicaciones**, Quito-Ecuador: Época/CIESPAL, 1981.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**, São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIEBENEICHLER, Flávio Beno. **Razão comunicativa e emancipação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

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

SORBETS, Claude. Le local au miroir de la communication: un local en déficit de repères. In : MABILEAU, Albert ; TUDESQ, André Jean. **La communication dans l'espace régional et local**. Les Cahiers du CERVIL – Série Actes de colloques-no. 3, Février 1992 (ouvrage publié avec le concours du CNRS).

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

SOLERVICENS, Marcelo. Les défis des radios communautaires dans le monde . In : GUSSE, Isabelle (org). **Diversité et indépendance des médias**. Montreal: Paramètres, Les Presses de l'Université de Montréal, 2006.

SORJ, Bernardo. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo : Martins Fontes, [1901], 2005.

_____. **Les lois de l'imitation**. Paris : Éditions du Seuil, [1890], 2001.

TASSIN, Etienne. Espace commun ou espace public? L'antagonisme de la communauté et de la publicité. **Revue Hermés**, n. 10, p. 23-37, 1991.

TAYLOR, Charles. Liberal politics and the public sphere. In: ETZIONI, Amitai (org). **New Communitarian thinking: persons, virtues, institutions, and communities**. Virgínia (EUA): University Press of Virginia, 1996. p. 183-217.

TELLES, Vera da Silva. **Direitos sociais: afinal do que se trata?** Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.

THÉVENOT, Laurent. **L'action au pluriel: sociologie des régimes d'engagement**. Paris : Éditions La Découverte, 2006.

TIEVANT, Sophie. **Les radios locales de proximité : acteurs, produits, publics et vie locale**. Paris: La Documentation Française, 1986.

TOCQUEVILLE, Aléxis. **A democracia na América: sentimentos e opiniões**. Livro II. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. **A democracia na América:** leis e costumes. Livro I. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. De la premier édition de la 1er. partie de la Démocratie en Amérique (1835) à l'état social et politique de la France avant et depuis 1789 (1836) . In : GILBERT, Pierre (org). **Tocqueville:** Égalité sociale et Liberté politique. Paris: Aubier Montaigne, 1977.

_____. **L'Ancien Régime et la Révolution.** Paris: Gallimard, 1967.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e Sociedade:** leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Editora da USP, 1973.

TOURAINÉ, Alain. **O que é democracia.** Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

_____. **Poderemos viver juntos?** Iguais e diferentes. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.

UNESCO. **Um Mundo e Muitas Vozes:** comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1983.

VIANNA, Luiz Werneck; CARVALHO, Maria Alice de. República e civilização brasileira. In: BIGNOTTO, Newton (Org.). **Pensar a República.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

VIGOUR, Cécile. **La comparaison dans les Sciences Sociales:** pratiques et méthodes. Paris: La Découverte, 2005.

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

WEBER, Max. **Parlamentarismo e governo numa Alemanha reconstruída,** São Paulo: Nova Cultural, 1997.

_____. **Economia e sociedade.** Brasília: Editora da UnB, 1991 – 2000. 2v. (v.1: 3. ed., 2000 ; v. 2 : 1. ed., 1999).

WEBER, Florence ; BEAUD, Stéphane. **Guide de l'enquête de terrain.** La Découverte, Paris, 1998, pg. 10.

WEISBEIN, Julien. La contribution de la sociologie politique. DACHEUX, Eric; LAVILLE, Jean-Louis (org). **Économie solidaire et démocratie.** Paris: Revue du HERMES, n. 36, 2003.

WIRTH, Louis. Delineamento e problemas da comunidade. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e Sociedade:** leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Editora da USP, 1973.

WOLTON, Dominique. Le local, la petite madeleine de la démocratie. In: MAIGRET, Éric ; MONNOYER-SMITH, Laurence (org). **WWW.democratielocale.fr.** Paris: Revue du HERMES, n. 26/27, 2000.

YOUNG, Íris Marion. Comunicação e o outro: além da democracia deliberativa. In: SOUZA, Jessé (org). **Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática contemporânea**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

Legislação e outros documentos

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de lei 2105/2003. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=135529>. Acesso em: 11 jul. 2007.

_____. Ministério das Comunicações. Norma Complementar n.º 1/2004 - Serviço de Radiodifusão Comunitária. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/sites/600/695/00001347.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2007.

_____. Câmara dos Deputados. **Lei de Rádios Comunitária** (Lei 9.612/98). Brasília-DF, 1998.

_____. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988.

_____. Ministério das Comunicações. **Portaria N° 602**, de 28 de novembro de 2003.

_____. Ministério das Comunicações. **Radiodifusão comunitária no Brasil: análise da situação e sugestões para sua disseminação**. Relatório final do Grupo de Trabalho Interministerial, Brasília, 2005 (no prelo).

FRANÇA. Conselho Supérieur de l'Audiovisuel-CSA. **Rapport des activités du CSA 2003**, 2004.

_____. Conselho Supérieur de l'Audiovisuel Direction du Développement des Médias du Ministère de la Communication. Les radios associatives : diversité et proximité. In : **Info-Médias**, Paris : Ministère de la Communication, n.1, décembre 1998.

_____. **Loi n° 86 -1067 du 30 septembre 1986 modifiée**, précise les missions du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en matière de contrôle de la déontologie des programmes radiophoniques.

_____. **Loi n° 86-1067 du 30 septembre** modifiée par Loi no. 2004-669 du 9 juillet 2004 art. 34 II (JORF 10 juillet 2004).

_____. Département de Politiques Migratoires. **Rapport d'activité 2000 de la Direction de la Population et des Migrations**, Paris : Département de Politiques Migratoires – DPM, Paris : Centre d'information et de documentation de la Direction de la population et des migrations, 2000. Disponível em : www.dpm-cid.sante.gouv.fr. Acesso em 11 maio 2005.

_____. Département de Politiques Migratoires. **Rapport d'activité 2001 de la direction de la population et des migrations**, Paris : Centre d'information et de documentation de la Direction de la population et des migrations Novembre 2002.

_____. Conselho Superior Audiovisual. **Loi du 30 septembre** modifié de la loi no. 2004-669 du 9 juillet 2004 art. 109 (JORF 10 juillet 2004 en vigueur le 1er. Août 2004) la communication au public par voie électronique est libre.

_____. MINISTERE DU TRAVAIL-INSEE – **Recensement de la population de 1999.**

FASILD. Écrans pâles ? Diversité culturelle et culture commune dans l’audiovisuel, **Revue du FASILD**, juillet 2004.

MEDIAMETRIE. **Bilan Quantitatif de l’étude Radio Canal Sambre**, Département Radio, Levallois, le 17 avril 2000.

Lista de Entrevistados

SILVA, Alcino. Lençóis (BA), 22 de dezembro de 2006.

COSTA, Alexandra Luciana. Brasília, 25 abril 2006; 12 maio 2006; 13 abril 2007.

BARBOSA, Allan. Gama, 12 agosto 2006.

OLIVEIRA, Ângela de. Planaltina, 19 maio 2007.

BARRETO, Antônio Santana. Ceilândia, 18 de maio de 2006.

DÉFEBVRE, Bernard. Lille (França) 18 fevereiro de 2005.

LOPES, Carlos Alberto. Recanto das Emas, 18 de Maio de 2006.

FAUCHEUX, Catherine. Lille (França), 18 junho 2005.

FONTENELLE, Ceiza. Paranoá, 22 maio 2007.

DAOUDA, Coulibaly. Dunquerque (França), 24 março 2005.

LESSA, Cristina. Paranoá, 3 agosto 2006.

DEVIETRO, Michel. Dunquerque (França), 24 de junho de 2005.

DIVINO, Cândido Ferreira. Recanto das Emas, 30 de Novembro de 2006.

ARAÚJO, Edmar. Sobradinho I, 19 agosto 2006.

CARVALHO, Erton. Gama, 17 maio 2007.

SALLES, Etienne. Taquatinga, 18 agosto de 2006.

FAROUK, Mohamed. Roubaix (França). 18 abril 2005.

AUGER-REY, Francine. Maubege (França), 15 de Março de 2005.

MONTEIRO, Francisco. Ceilândia, 18 agosto de 2006

SOUZA, Gerônimo Barbosa. 9 de abril 2006.

CHALLOUTT, Jean-Marie. Lambesart (França), 19 janeiro de 2005.

NGYEN, Jean. Roubaix (França), 5 março 2005 ; 28 junho 2005.

FLADRIN, Jérôme Flandrin. 18 abril 2005.

BATISTA, João. Planaltina, 23 agosto 2006.

BRAGA, João Paulo. Estrutural, 12 dezembro de 2006.

CARVALHO, Joaquim. Brasília, 25 outubro 2006.

MIRINDIBA, Josecy. Paranoá, 17 maio 2007.

ABANDA, Louis. Lille (França), 04 de julho de 2005.

SOUZA, Luís Carlos. Gama, 17 maio 2007.

XAVIER, Maria Clara. Planaltina, 19 maio 2007.

BESSA, Mario. Roubaix (França), 19 de abril de 2005.

JESUS, Neuma Pereira de. Lençóis, 23 dezembro de 2007.

BUIGNET, Nicolas. Arras (França), 25 de junho de 2205.

NÓBREGA, Nilton. Sobradinho I, 17 maio 2005.

GLIBERT, Pierre. Lille (França), 30 de março de 2005.

LAVERGNE, René. Lille (França), 28 nov. 2004; 30 março 2005.

VAN GASTEL, Séverin. Lille (França), 20 de junho de 2005.

SANTOS, Silvio Ferreira. Sobradinho I, 17 maio 2005.

CATEAU, Sylvain. Lille (França), 19 de janeiro 2005.

SANCHEZ, Fernando. Lille (França), 16 nov. 2004.

RAMALHO, Valdirene Maria. Gama, 17 maio 2007.

TELES, Wander. Gama, 17 maio 2007.

KIRCHNER, Maria da Conceição. Orléans (França), 25 de junho de 2005.

SILVA, Maria (Neném). Paris, 7 junho 2005.

BOUTTARIN, Emmanuel. Paris, 7 junho 2005.

ANDROUCCIOLI, Gilbert. Paris, 7 junho 2005.

PERRET, Emmanuel. Paris, 13 abril 2005.

BENRABIA, Fadela. Lille (França), 19 junho 2005.

FERRO, Fernando. Brasília, 16 maio 2007.

LADEIRA, Thaís. Brasília, 4 setembro 2006.

OUTURQUIN, Laurent. Lille (França), 25 junho 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM OS DIRETORES DAS RÁDIOS ASSOCIATIVAS

**Recherche sur le Rôle joué pour les Radios Associatives dans la
Région Nord-Pas- de-Calais
Entretiens avec les Directeurs des Radios Associatives**

I – IDENTIFICATION- structure – statut - organisation

Q.1

Quel est le nom de la radio:

Q.2

Adresse:

Q.3

Commune:

Q.4

Date de l'entretien :

Q.5

Catégorie de la radio:

Q.6

La taille de la radio:

1 Micro (de 1 à 2 personnes
travaillent à la radio)

2 Petite (de 3 à 5 personnes)

3 Moyenne (de 6 à 10 personnes)

4 Grande (au-dessus de 11 personnes)

Q.7

Nom de la personne qui a répondu au questionnaire et ses fonctions au sein de la radio:

Q. 8

Date de création de la radio:

Date des premières émissions:

Date de création du statut associatif:

Q.9

Quel est le statut de votre association et ses modifications éventuelles:

Q.10

La radio est:

1 Est Indépendant 2 Fait partie d'un réseau**Q.11**

Nombre d'adhérents à l'association:

Q.12

Nombre de cotisants:

Tarifs : (éventuellement dans quelles catégories) :

Q.13

Nombre de dirigeants et chefs de service (noms, l'âge et genre) et fonctions exercées:

Q. 14

L'organisation de la Radio est-elle distincte de l'association ?

Q.15

Si oui, quelle est la fonction de l'association ?

I.1- Le personnel**Q.16**

Demande ou réalisation d'un organigramme (vous pouvez le joindre) :

Q.17

La radio compte combien de personnes effectives (Personnes véritablement actives) ?

a) Salariés (plein-temps _____ et temps temps

partiel_____)

d) Emplois subventionnés

b) Stagiaires

c) Bénévoles

Q.18

Quels sont les différents statuts de professionnalisation du personnel de la radio:

A)

| Statut | Formation de chacun |
|-----------------------------|----------------------------|
| Animateur (s) | |
| Journaliste (s) | |
| Standardiste (s) | |
| Réalisateur (s) | |
| Responsable d'antenne (s) | |
| Assistant de production (s) | |
| Emploi jeune (s) | |
| Directeur de la radio (s) | |
| Programmateurs (s) | |
| Technicien (s) | |
| Secrétaire (s) | |
| Président de la radio | |
| Agent de surface (s) | |

B) Est-ce que votre radio reçoit d'aide pour la formation des ses salariés ? Si oui, d'où provient le financement ?

I.2- Les moyens Techniques

Q.19

Quelle est la surface de vos locaux (nombre de pièces, prêt, location, propriété) ?

Q.20

Combien avez-vous de studios?

Q.21

Est-ce que vous pouviez faire une évaluation financière du matériel, pour combien est-il assuré ?

Q.22

Quelle est la taille de votre discothèque (Cds, Vinyles, MP3) ?

Q.23

Quel est le type de votre émetteur ?

Q.24

Combien avez-vous d'émetteurs et réémetteurs ?

Q.25

Quelle est la puissance P.A.R. autorisée par le C.S.A pour votre radio ?

Q.26

Passez-vous par un prestataire de service (T.D.F) ?

I.3- Les moyens financiers

Q.27

Quel est le montant des ressources de la radio par an?

Q.28

Quelles sont les ressources de la radio ? Pourriez-vous préciser leur répartition (%)

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Fonds publics (FSER) | 5 <input type="checkbox"/> Publicité |
| 2 <input type="checkbox"/> Adhérents de l'association (s) | 6 <input type="checkbox"/> Fondation (s) |
| 3 <input type="checkbox"/> La communauté /auditeur (s) | 7 <input type="checkbox"/> Parrainage (s) |
| 4 <input type="checkbox"/> ONG (s) | 8 <input type="checkbox"/> FASILD |
| 9 <input type="checkbox"/> Autres | |

Q.29

Pourriez-vous mentionner le Budget de la radio en 2004:

Q.30

La radio a-t-elle emprunté ?

Q.31

Quelle a été la progression des ressources de la radio depuis sa création ?

Q.32

Quels sont les types d'annonceurs qui font de la publicité à la radio (3 exemples représentatifs)

- 1.
- 2.
- 3.

Q.33

Quels sont les tarifs que vous pratiquez ?

Maximum :

Minimum :

Tarif moyen pour un spot de 30 secondes :

Q.34

Combien de spots diffusez-vous en moyenne ?

Par jour:

Par heure:

Variation saisonnière:

II – LE PROJET DE LA RADIO ASSOCIATIVE**II.1- Histoire et situation de la radio****Q.35**

Selon vous, quels sont les événements majeurs et marquants de l'histoire de votre radio ?

Pourriez vous en citer trois ?

Q.36

Avec qui la radio entretient-elle des relations ?

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Institutions (culturelles, sociales) | 6 <input type="checkbox"/> ONG |
| 2 <input type="checkbox"/> Population | 7 <input type="checkbox"/> Politiciens locaux |
| 3 <input type="checkbox"/> Groupes radiophoniques | 8 <input type="checkbox"/> Eglises, temples |
| 4 <input type="checkbox"/> D'autres médias | 9 <input type="checkbox"/> La mairie locale |
| 5 <input type="checkbox"/> Mécènes | 10 <input type="checkbox"/> Autres |

Q.37

A) Est-ce que la radio développe des projets et des initiatives en direction de son auditoire?

1 Oui ou 2 Non

B) Si oui, quel type de projets et initiatives :

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Culturelles | 4 <input type="checkbox"/> Educatives |
| 2 <input type="checkbox"/> Politiques | 5 <input type="checkbox"/> Développement local |
| 3 <input type="checkbox"/> Sociaux | 6 <input type="checkbox"/> Art et littérature |

C) Est-ce que votre radio réalise d'autres genres de produits de communication (journaux, revues, magazines, infos par email, livres) ? Si oui, lesquels ?

Q.38

Entretenez-vous des relations avec les associations ou institutions culturelles régionales?

1 Oui ou 2 Non

Si oui, lesquelles?

Q.39

Quelle est la nature de ses liens avec les associations ou institutions culturelles régionales?

1 Coopération

4 Contrat

2 Concurrence

5 Association

3 Adhésion

Q.40

Est-ce que votre radio est un espace de prise de la parole pour d'autres associations ? Si oui, pourriez-vous indiquer lesquelles ?

Q.41

Est-ce que la radio est adhérente aux entités:

1 CNRL

4 l'Epra

2 CNRA

5 Autres

3 Fédérations

Q.42

Quelle est votre zone de couverture (territoire) ?

Q.43

Pouviez-vous dire combien d'habitants de la zone d'émission de la radio écoutent la station (taux d'audience) ?

II.2- Activités et projets sociaux, culturelles et politiques de la radio

Q.44

Est-ce que vous pouvez citer 3 projets (sociaux, culturelles, radiophoniques, etc.) mènes par la radio entre 2003 et 2005 :

- 1.
- 2.
- 3.

Q.45

Est-ce que vous pouvez citer trois buts de la radio comme radio associative?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.46

Quelles sont les principales difficultés de votre radio? Pouvez-vous en citer trois?

- 1.
- 2.
- 3.

III- LA PROGRAMMATION DE LA RADIO**III.1- Les programmes****Q.47**

Combien d'heures émettez-vous par jour ? (Répartition quotidienne et hebdomadaire, annuelle)

Programmes propres :

Programmes obtenus de l'extérieur (banque de programmes) :

Q.48

Quel le nombre d'heures d'émissions interactives avec les auditeurs ?

Q.49

Quel type de radio faites-vous ?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Radio généraliste | 5 <input type="checkbox"/> Radio de collège ou d'université |
| 2 <input type="checkbox"/> Radio confessionnelle | 6 <input type="checkbox"/> Radio centre social |
| 3 <input type="checkbox"/> Radio communautaire | 7 <input type="checkbox"/> Radio municipale |
| 4 <input type="checkbox"/> Radio régionale | |

Q.50

Quelle (s) orientation (s) prédomine (ent) ?

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Culturelle | 6 <input type="checkbox"/> A destination d'une population immigrée |
| 2 <input type="checkbox"/> Laïque | 7 <input type="checkbox"/> Communautaire |
| 3 <input type="checkbox"/> Religieuse | 8 <input type="checkbox"/> Educative |
| 4 <input type="checkbox"/> Politique | 9 <input type="checkbox"/> Universitaire |
| 5 <input type="checkbox"/> Généraliste | |

Q.51

Les auditeurs participent-ils aux émissions?

1 oui 2 non

Si oui, de quelle façon?

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Par email | 5 <input type="checkbox"/> Ils font aussi des émissions |
| 2 <input type="checkbox"/> Par téléphone | 6 <input type="checkbox"/> Ils participent des réunions de programmation, en faisant de propositions |
| 3 <input type="checkbox"/> Par lettre | 7 <input type="checkbox"/> Autres types de participations, dans ce cas lesquels? |
| 4 <input type="checkbox"/> En organisant forums ou débats publics | |

Q.52

Avec quelle fréquence ?

1 tous les jours 2 toutes les semaines 3 de temps en temps

Avez-vous des observations à faire au sujet de cette participation ?

Q.53

Comment qualifiez-vous la relation de la radio avec ses auditeurs ?

Q.54

Y-a-t-il des émissions où les auditeurs participent ?

Q.55

Comment faites-vous pour attirer l'attention de la population visée ? (Citez en trois)

Q. 56

Est-ce que les auditeurs de votre radio sont plutôt jeunes, adultes ou personnes âgés ?

Q.57

Quel genre d'émissions faites-vous ?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Science & Technologie | 10 <input type="checkbox"/> Emigration |
| 2 <input type="checkbox"/> Santé | 11 <input type="checkbox"/> Education |
| 3 <input type="checkbox"/> En relation à la vie rurale | 12 <input type="checkbox"/> Sciences humaines |
| 4 <input type="checkbox"/> En relation à la ville | 13 <input type="checkbox"/> Social |
| 5 <input type="checkbox"/> Politique | 14 <input type="checkbox"/> Sport |
| 6 <input type="checkbox"/> Mémoirelle | 15 <input type="checkbox"/> Territoire |
| 7 <input type="checkbox"/> Faits divers | 16 <input type="checkbox"/> Tourisme |
| 8 <input type="checkbox"/> Environnement | 17 <input type="checkbox"/> Vie pratique |
| 9 <input type="checkbox"/> Art et culture | 18 <input type="checkbox"/> Economie |

Q.58

Qui sont vos invités ?

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Des gens d'entreprise | 8 <input type="checkbox"/> Des enseignants |
| 3 <input type="checkbox"/> Des gens du commerce | 9 <input type="checkbox"/> Des producteurs culturels |
| 4 <input type="checkbox"/> Des gens d'association | 10 <input type="checkbox"/> Des habitants de la région |
| 5 <input type="checkbox"/> Des professions libérales | 11 <input type="checkbox"/> Des intellectuels |
| 6 <input type="checkbox"/> Des fonctionnaires | 12 <input type="checkbox"/> Autres |
| 7 <input type="checkbox"/> Des artistes | |

III.2-Comment se décide la programmation?

Q.59

Qui décide la programmation ? Qui y participent ?

Q.60

Organisez- vous des réunions entre le personnel des départements de la radio ?

1 Jamais

3 Tous les jours

2 De temps en temps

Q.61

Est-ce que la radio est un espace de débats collectifs de sa programmation ? Si oui, quels sont ces espaces?

Q. 62

Est-ce que vous vous occupez de mesurer et d'évaluer les réussites et les échecs des émissions?

Q.63

Quelles sont vos principales sources d'information ?

1 Agences de presse

7 Rencontres avec le public

2 Autres médias

8 Centres sociaux

3 Auditeurs

9 Personnel engagé à la radio

4 Attaches de presse

10 Autres

5 Associations

6 Institutions culturelles et éducatives

III. 3- Dans le cas où vous auriez des ÉMISSIONS EN LANGUES REGIONALES OU ÉTRANGERES, POUVEZ-VOUS REpondre AUX QUESTIONS SUIVANTES

Q.64

Quelles sont les langues autres que le français parlées à l'antenne ?

Q.65

L'usage de la langue régionale est-il réservé à des émissions :

- 1 Spécifiques
- 2 D'information
- 3 A l'ensemble de l'antenne

Q.66

Qui réalisent ces émissions en langue régionale ?

Q.67

Pouvez-vous m'indiquer les natures de vos émissions ?

- 1 Musicale
- 2 Information (des chroniques)
- 3 Culturelles
- 4 Emissions de distraction
- 5 Sport
- 6 Cours de langue
- 7 Histoire locale
- 8 Témoignage
- 9 Débat
- 10 Fiction
- 11 Programmes politique
- 12 Religieuse
- 13 Scientifique et éducatif
- 14 Autre

Q.68

S'agit-il d'émissions bilingues (avec ou sans traduction) ou monolingues ?

Q.69

Qu'est-ce que veut dire pour vous une radio associative?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM OS DIRETORES DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

Pesquisa sobre o papel desempenhado pelas rádios comunitárias no DF Entrevista com diretores das rádios comunitárias

I – IDENTIFICAÇÃO (estrutura-estatuto-organização)

Q. 1

Qual o nome da rádio:

Q.2

Endereço:

Q.3

Cidade:

Q.4

Data da entrevista:

Q.5

Categoria da rádio:

Q.6

Porte da rádio:

1 Micro (de 1 a 2 pessoas trabalham na rádio)

2 Pequeno (de 3 a 5 pessoas)

3 Médio (de 6 a 10 pessoas)

4 Grande (mais de 11 pessoas)

Q.7

Nome do entrevistado:

Função (ões) na rádio:

Q.18

Quais são os diferentes tipos de funções do pessoal da rádio?

A)

| Tipos | Formação |
|-------------------------------|-----------------|
| Locutor (es) | |
| Jornalista (s) | |
| Produtor (es) | |
| Diretor(es) de programação | |
| Técnico (s) | |
| Assistente (s) de produção(s) | |
| Diretor (es) da rádio | |
| Programador (es) | |
| Secretária (s) | |
| Presidente da rádio | |
| Auxiliar de Serviços Gerais | |

B) A rádio recebe auxílio para a formação profissional ? Em caso positivo, qual a fonte de financiamento?

I.2- Recursos Técnicos

Q.19

Qual as dependências ocupadas pela rádio, qual sua área (em m² ou número de peças) e o tipo de ocupação (empréstimo, aluguel, própria)?

Q.20

Quantos estúdios a rádio têm?

Q.21

Caso você possa fazer uma estimativa, em quanto estariam avaliados os materiais e equipamentos da rádio ?

Q.22

Qual o tamanho da discoteca (Cds, Vinis, MP3) da rádio ?

Q.23

Qual o tipo/modelo do equipamento de transmissão da rádio?

Q.24

Quantos aparelhos de emissão e reemissão a rádio possui?

I.3- Recursos Financeiros**Q.25**

Qual o orçamento médio anual da rádio?

Q.26

Quais são as fontes de recurso da rádio ? Você poderia precisar sua distribuição (%).

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Fundos públicos | 5 <input type="checkbox"/> Publicidade |
| 2 <input type="checkbox"/> Associados | 6 <input type="checkbox"/> Fundações |
| 3 <input type="checkbox"/> Comunidade/Ouvintes | 7 <input type="checkbox"/> Apadrinhamento |
| 4 <input type="checkbox"/> ONG (s) | 8 <input type="checkbox"/> Outros |

Q.27

Você poderia mencionar o orçamento da rádio em 2006?

Q.28

A rádio tomou algum tipo de financiamento ?

Q.29

Como foi a evolução dos recursos da rádio desde sua criação ?

Q.30

Quais são os tipos de anunciantes que fazem apoio cultural na rádio (3 exemplos representativos)

- 1.
- 2.
- 3.

Q.31

Quais os valores cobrados pelos anúncios?

Máximo :

Mínimo :

Tarifa média para um spot de 30 segundos:

Q.32

Quantos spots são difundidos em média? Há variação conforme temporada?

Por dia:

Por hora:

II – O PROJETO DA RÁDIO COMUNITÁRIA**II.1- História e situação da rádio****Q.33**

Na sua opinião, quais são os eventos mais marcantes da história da rádio ? Você poderia citar pelo menos três?

Q.34

Com quem a rádio mantém relações?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Instituições (culturais, sociais) | 6 <input type="checkbox"/> ONGs |
| 2 <input type="checkbox"/> População | 7 <input type="checkbox"/> Políticos locais |
| 3 <input type="checkbox"/> Grupos radiofônicos | 8 <input type="checkbox"/> Igrejas, Templos |
| 4 <input type="checkbox"/> Outras mídias | 9 <input type="checkbox"/> Administração Regional |
| 5 <input type="checkbox"/> Mecenass | 10 <input type="checkbox"/> Outros |

Q.35

A) A rádio desenvolve projetos voltados ao seu público?

1 Sim ou 2 Não

B) Em caso positivo, qual o tipo de projeto:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Culturais | 4 <input type="checkbox"/> Educativos |
| 2 <input type="checkbox"/> Políticos | 5 <input type="checkbox"/> Desenvolvimento Local |
| 3 <input type="checkbox"/> Sociais | 6 <input type="checkbox"/> Artes e Literatura |

C) A rádio produz outras formas de comunicação, tais como jornais, revistas, folhetos, newsletters, livros etc)? Em caso positivo, quais?

Q.36

A rádio mantém relações com associações ou instituições culturais regionais?

1 Sim ou 2 Não

Em caso positivo, com quais ?

Q.37

Qual é a natureza destes vínculos com associações ou instituições culturais regionais?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> Cooperação | 4 <input type="checkbox"/> Contrato |
| 2 <input type="checkbox"/> Concorrência | 5 <input type="checkbox"/> Associação |
| 3 <input type="checkbox"/> Adesão | |

Q.38

A sua rádio é um espaço para que outras associações façam uso da palavra ? Em caso positivo, você poderia indicar quais associações o fazem ?

Q.39

A rádio é associada a alguma destas entidades:

- 1 AMARC
- 2 ABRACO
- 3 Federações regionais
- 4 Outras

Q.40

Qual a zona de cobertura (território) da rádio?

Q.41

Você poderia dizer quantos habitantes na zona de cobertura mencionada escutam a rádio (taxa de audiência)?

II.2- Atividades e projetos sociais, culturais e políticos da rádio

Q.42

Você poderia citar 3 projetos (sociais, culturais, radiofônicos etc.) desenvolvidos pela rádio entre 2004 e 2006 :

- 1.
- 2.
- 3.

Q.43

Você poderia citar três objetivos da rádio como rádio comunitária?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.44

Quais são as principais dificuldades da sua rádio ? Você poderia citar três delas ?

- 1.
- 2.
- 3.

III- A PROGRAMAÇÃO DA RADIO

III.1- Os programas

Q.45

Quantas horas de emissão a rádio faz diariamente ? (Solicitar a distribuição diária, semanal, mensal e anual)

Programas próprios:

Programas obtidos de outras rádios ou de bancos de programas:

Q.46

Qual o número de horas de emissões interativas com os ouvintes ?

Q.47

Como você definiria, dentre as opções abaixo, o tipo de rádio que é feito por sua emissora?

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Rádio generalista | 5 <input type="checkbox"/> Rádio de escola ou universidade |
| 2 <input type="checkbox"/> Rádio confessional | 6 <input type="checkbox"/> Rádio de centro social |
| 3 <input type="checkbox"/> Rádio comunitária | 7 <input type="checkbox"/> Rádio municipal |
| 4 <input type="checkbox"/> Rádio regional | |

Q.48

Qual (is) orientação (ões) predomina (m) ?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Cultural | 6 <input type="checkbox"/> Voltada para grupos específicos da população |
| 2 <input type="checkbox"/> Laica | 7 <input type="checkbox"/> Comunitária |
| 3 <input type="checkbox"/> Religiosa | 8 <input type="checkbox"/> Educativa |
| 4 <input type="checkbox"/> Política | 9 <input type="checkbox"/> Universitária |
| 5 <input type="checkbox"/> Généraliste | |

Q.49

Os ouvintes participam dos programas?

1 sim 2 não

Em caso afirmativo, de que forma?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Por email | 5 <input type="checkbox"/> Realizando programas |
| 2 <input type="checkbox"/> Por telefone | 6 <input type="checkbox"/> Participam de reuniões de programação, fazendo sugestões |
| 3 <input type="checkbox"/> Por carta | 7 <input type="checkbox"/> Outros. Especificar _____ |
| 4 <input type="checkbox"/> Organizando fóruns e debates públicos | |

Q.50

Com que frequência se dá esta participação ?

1 diariamente 2 semanalmente 3 esporadicamente

Você teria observações/comentários a fazer sobre a participação dos ouvintes ?

Q.51

Como você qualificaria a relação da rádio com seus ouvintes?

Q.52

Há programas onde os ouvintes participem?

Q.53

Como a rádio faz para atrair a atenção do público-alvo ? (Citar três ações)

Q. 54

Os ouvintes da rádio são principalmente jovens, adultos ou idosos?

Q.55

Que tipo de programa você faz?

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Ciência e Tecnologia | 10 <input type="checkbox"/> Imigração |
| 2 <input type="checkbox"/> Saúde | 11 <input type="checkbox"/> Educação |
| 3 <input type="checkbox"/> Em relação à vida rural | 12 <input type="checkbox"/> Ciências Humanas |
| 4 <input type="checkbox"/> Em relação à vida urbana | 13 <input type="checkbox"/> Social |
| 5 <input type="checkbox"/> Político | 14 <input type="checkbox"/> Esportivo |
| 6 <input type="checkbox"/> Memória da localidade | 15 <input type="checkbox"/> Região |
| 7 <input type="checkbox"/> Fatos diversos | 16 <input type="checkbox"/> Turismo |
| 8 <input type="checkbox"/> Meio Ambiente | 17 <input type="checkbox"/> Vida Prática |
| 9 <input type="checkbox"/> Arte e Cultura | 18 <input type="checkbox"/> Economia |

Q.56

Quem são seus convidados ?

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Executivos | 8 <input type="checkbox"/> Professores |
| 3 <input type="checkbox"/> Comerciantes | 9 <input type="checkbox"/> Produtores Culturais |
| 4 <input type="checkbox"/> Membros de associações | 10 <input type="checkbox"/> Moradores da região |
| 5 <input type="checkbox"/> Profissionais Liberais | 11 <input type="checkbox"/> Intelectuais |
| 6 <input type="checkbox"/> Funcionários Públicos | 12 <input type="checkbox"/> Outros |
| 7 <input type="checkbox"/> Artistas | |

III.2-Como a programação é decidida?**Q.57**

Quem decide a programação ? Quem participa ?

Q.58

São organizadas reuniões entre o pessoal das diferentes áreas da rádio ?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Jamais | 3 <input type="checkbox"/> Frequentemente |
| 2 <input type="checkbox"/> Esporadicamente | |

Q.59

A rádio tem espaços de debates coletivos da sua programação? Em caso positivo, quais são estes espaços ?

Q. 60

Há uma preocupação em medir e avaliar o sucesso e o fracasso dos programas ?

Q.61

Quais são suas principais fontes de informação ?

- 1 Agências de notícia
- 2 Outras mídias
- 3 Ouvintes
- 4 Assessores de imprensa
- 5 Associações
- 6 Instituições culturais e educativas
- 7 Encontros com o público
- 8 Centros sociais
- 9 Pessoal da rádio
- 10 Outros

Q.62

Para você o que significa uma rádio comunitária?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM LOCUTORES DAS RÁDIOS ASSOCIATIVAS

**Recherche sur le Rôle joué pour les Radios Associatives dans la
Région Nord-Pas- de-Calais
Entretien avec les animateurs radio**

Q. 1

Quel est le nom de la radio:

Q.2

Date de l'entretien :

Q.3

Nom de l'animateur:

Q.4

L'age de l'animateur :

Q.5

Formation :

Q.6

Ses fonctions au sein de la radio:

Q. 7

Depuis combien du temps êtes-vous à la radio en tant qu'animateur :

Q.8

Etes-vous adhérent à l'association:

Q.9

Pour vous, quelle est la fonction de l'association ?

Q.10

Êtes-vous salarié, stagiaire ou bénévole à la radio ?

Q.11

Est-ce que vous avez passé pour une formation pour travailler à la radio ? Si oui, qui a financé la formation ?

Q.12

Pourquoi faites-vous une émission dans une radio associative ? Qu'est ce qu' a crée chez vous la volonté de faire partie d'une radio local sans but commercial ?

Q.13

Comment vous pouvez expliquer votre engagement à la radio ?

Q.14

Quel genre d'émissions faites-vous ?

1 Science & Technologie

11 Éducation

2 Santé

12 Sciences humaines

3 En relation à la vie rurale

13 Social

4 En relation à la ville

14 Sport

5 Politique

15 Territoire

6 Mémoirelle

16 Tourisme

7 Faits divers

17 Vie pratique

8 Environnement

18 Musical

9 Émigration

10 Art et culture

Q. 15

Est-ce que vous pouvez décrire votre émission ?

Q.16

Fêtes-vous une émission ciblée ? Si oui, elle est à destination de quel public ?

1 Oui ou 2 Non

Q.17

Entretenez-vous des relations avec les autres animateurs de la radio ?

1 Oui ou 2 Non

Q.18

Est-ce que vous participez à d'autres activités de l'association, dehors de la radio ?

1 Oui ou 2 Non

Q.19

Est-ce que votre émission compte sur la participation de l'auditoire ? Si oui, de quelle façon ?

1 Oui ou 2 Non

Q.20

Entretenez-vous des relations avec d'autres associations ou institutions culturelles régionales?

1 Oui ou 2 Non

Si oui, lesquelles?

Q.21

Est-ce que votre radio est un espace de prise de la parole pour ses auditeurs et pour d'autres associations ?

Q.22

Est-ce que vous pouvez citer 3 projets (sociaux, culturels, radiophoniques, etc.) menés par la radio entre 2003 et 2005 ; lesquels vous sont apparus les plus intéressants ?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.23

Est-ce que vous pouvez citer trois buts de la radio en tant que radio associative?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.24

Quelles sont les principales difficultés en termes de conditions de travail à la radio?

Pouvez-vous en citer trois?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.25

Quelle (s) orientation (s) prédomine (nt) dans votre radio ?

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Culturelle | 6 <input type="checkbox"/> A destination d'une population immigrée |
| 2 <input type="checkbox"/> Laïque | 7 <input type="checkbox"/> Communautaire |
| 3 <input type="checkbox"/> Religieuse | 8 <input type="checkbox"/> Éducative |
| 4 <input type="checkbox"/> Politique | 9 <input type="checkbox"/> Universitaire |
| 5 <input type="checkbox"/> Généraliste | |

Q.26

Est-ce que les auditeurs participent à votre émission ?

1 oui 2 non

Si oui, de quelle façon?

1 Par email

5 Ils font aussi des émissions

2 Par téléphone

6 Ils participent des réunions de

3 Par lettre

programmation, en faisant de propositions

4 En organisant forums ou débats
publics

7 Autres types de participations, dans
ce cas lesquels?

Avez-vous des observations à faire au sujet de cette participation ?

Q.27

Comment qualifiez-vous la relation entre vous et les auditeurs ?

Q.28

Comment faites-vous pour attirer l'attention de la population visée ? (Pouvez-vous citer trois exemples)

- 1.
- 2.
- 3.

Q.29

Y-a-t-il des invités à votre émission ? Si oui, qui sont vos invités ?

1 Des gens d'entreprise

8 Des enseignants

3 Des gens du commerce

10 Des producteurs culturels

4 Des gens d'association

11 Des habitants de la région

5 Des professions libérales

12 Des intellectuels

6 Des fonctionnaires

13 Autres

7 Des artistes

Q.30

Est-ce que vous participez du processus de décision de la programmation de la radio ?

Q.31

Est-ce que la radio est un espace de débats collectifs concernant sa programmation ? Si oui, quels sont ces espaces ?

Q.32

Pour faire votre émission, quelles sont vos principales sources d'information ?

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Agences de presse | 7 <input type="checkbox"/> Rencontres avec le public |
| 2 <input type="checkbox"/> Autres médias | 8 <input type="checkbox"/> Centres sociaux |
| 3 <input type="checkbox"/> Auditeurs | 10 <input type="checkbox"/> Personnel engagé à la radio |
| 4 <input type="checkbox"/> Attaches de presse | 11 <input type="checkbox"/> Autres |
| 5 <input type="checkbox"/> Associations | |
| 6 <input type="checkbox"/> Institutions culturelles et éducatives | |

Q.33

Est-ce que votre émission a été ou est soumise au contrôle du contenu de la part de l'administration de la radio ?

- 1 oui 2 non

Q.34

Est-ce que vous parlez à l'antenne en langue régionale ou étrangère ? Si oui, s'agit-il d'émissions bilingues (avec ou sans traduction) ou monolingues ?

- 1 oui 2 non

Q.35

Qu'est-ce que veut dire pour vous une radio associative ?

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM LOCUTORES DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

Pesquisa sobre o papel desempenhado pelas rádios comunitárias no DF Entrevista com locutores de rádio

Q.1

Qual o nome da radio:

Q.2

Data da entrevista :

Q.3

Nome do animador:

Q.4

Idade do animador :

Q.5

Formação :

Q.6

Suas funções na radio:

Q. 7

Desde quando você exerce a função de animador na rádio :

Q.8

Você é membro da associação :

Q.9

Para você, qual a função da associação ?

Q.10

Você é assalariado, estagiário ou voluntário da rádio ?

Q.11

Você passou por alguma formação para trabalhar na rádio ? Se sim, quem financiou a formação ?

Q.12

Qual gênero de programa você faz ?

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Ciência & Tecnologia | 11 <input type="checkbox"/> educação |
| 2 <input type="checkbox"/> Saúde | 12 <input type="checkbox"/> Ciências Humanas |
| 3 <input type="checkbox"/> Em relação à vida rural | 13 <input type="checkbox"/> Social |
| 4 <input type="checkbox"/> Em relação à cidade | 14 <input type="checkbox"/> esporte |
| 5 <input type="checkbox"/> Política | 15 <input type="checkbox"/> Território |
| 6 <input type="checkbox"/> Memória | 16 <input type="checkbox"/> Turismo |
| 7 <input type="checkbox"/> Faits divers | 17 <input type="checkbox"/> Vida prática |
| 8 <input type="checkbox"/> Meio ambiente | 18 <input type="checkbox"/> Musical |
| 9 <input type="checkbox"/> jogos | |
| 10 <input type="checkbox"/> Arte et cultura | |

Q.13

Você poderia descrever seu programa ?

Q.14

Você faz um programa direcionado para um público? Se sim, para qual público?

- 1 Sim ou 2 Não

Q.15

Você mantém relações com outros animadores da rádio ?

- 1 sim ou 2 Não

Q.16

Você participa de outras atividades da associação, fora da rádio ?

- 1 Sim ou 2 Não

Q.17

Em seu programa há a previsão da participação dos ouvintes ? Se sim, de que maneira ?

- 1 Sim ou 2 Não

Q.18

Você mantém relações com outras associações, rádios ou instituições culturais da região ?

- 1 Sim ou 2 Não

Se sim, quais ?

Q.19

Para você a rádio é um espaço para manifestação de seus ouvintes e para outras associações ?

Q.20

Você pode mencionar 3 projetos (sociais, culturais, radiofônicos, etc) conduzidos pela rádio entre 2003 e 2006 ; quais seriam os mais interessantes ?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.21

Você poderia citar três objetivos da rádio como mídia comunitária ?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.22

Quais são as principais dificuldades em termos de condição de trabalho da rádio ?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.23

Qual (s) orientação (s) predomina (m) em sua radio ?

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Cultural | |
| 2 <input type="checkbox"/> Laica | 6 <input type="checkbox"/> informações locais |
| 3 <input type="checkbox"/> Religiosa | 7 <input type="checkbox"/> Comunitária |
| 4 <input type="checkbox"/> Política | 8 <input type="checkbox"/> Educativa |
| 5 <input type="checkbox"/> Generalista | 9 <input type="checkbox"/> Universitária |

Q.24

Os ouvintes participam dos programas ?

- 1 sim 2 Não

Se sim, de que maneira?

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Por email | 5 <input type="checkbox"/> Eles fazem também programas |
| 2 <input type="checkbox"/> Por telefone | 6 <input type="checkbox"/> Eles participam de reuniões de pauta, de programação, fazem proposições |
| 3 <input type="checkbox"/> Por carta | |
| 4 <input type="checkbox"/> Organizando fóruns ou debates públicos | 7 <input type="checkbox"/> outros tipos de participação |

Q.25

Você tem observações a fazer sobre essa participação ?

Q.26

Como qualificar a relação entre você e os ouvintes ?

Q.27

Como você faz para chamar a atenção da população visada ?

- 1.
- 2.
- 3.

Q.28

Em seu programa há convidados ? Se sim, quem são eles ?

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Pessoas de empresas | 8 <input type="checkbox"/> professores |
| 3 <input type="checkbox"/> Pessoas do comércio | 9 <input type="checkbox"/> produtores culturais |
| 4 <input type="checkbox"/> Pessoas da associação | 10 <input type="checkbox"/> habitantes da região |
| 5 <input type="checkbox"/> profissionais liberais | 11 <input type="checkbox"/> intelectuais |
| 6 <input type="checkbox"/> Funcionários públicos | 12 <input type="checkbox"/> Outros |
| 7 <input type="checkbox"/> Artistas | |

Q.29

Você participa do processo de decisão da programação ?

Q.30

A rádio é um espaço para debates coletivos sobre a programação e conteúdos ? Se sim, quais são esses espaços ?

Q.31

Para fazer seu programa, quais são suas principais fontes de informação?

- 1 Agências de notícia
- 2 Outras mídias
- 3 Ouvintes
- 4 Assessorias de imprensa
- 5 Associações
- 6 Instituições culturais e educativas
- 7 Encontros com o público
- 8 Centros sociais
- 9 Pessoal engajado à rádio
- 10 Outros

Q.32

Seu programa é submetido a algum controle de conteúdo pela administração da rádio ?

1 Sim 2 Não

Q.33

O que justifica sua participação na rádio?

Q.34

Existe relação entre sua atuação e o projeto da rádio?

Q.35

Seu programa foi resultado de sua intenção ou foi pensado coletivamente?

Q.36

Qual objetivo da sua atuação como locutor e do seu programa?

Q.37

Porque você se engajou à radio? Como ficou sabendo da existência dessa mídia em sua localidade? Você mora na localidade?

Q.38

Seu programa é patrocinado? Você paga pelo espaço de seu programa?

Q.39

A rádio, na sua opinião, cumpre seu papel de mídia comunitária?

Q.40

Como é sua relação com a administração da rádio? Suas idéias e atuação são valorizadas?

Q.41

Quais são os interesses que perpassam o interior da rádio onde você trabalha (coletivo, dos membros da associação, dos integrantes da rádio, somente da direção da rádio, apenas de uma pessoa ou vários, ao mesmo tempo)?

Q.42

O que é para você uma rádio comunitária?