

Configurações e tendências das rádios comunitárias da região administrativa de Bauru, no interior paulista¹

Marcelo de Oliveira Volpato²

Universidade Metodista de São Paulo – UMESP
volpatomarcelo@gmail.com

Resumo

Este texto apresenta as principais discussões de pesquisa realizada no segundo semestre de 2009, que mapeou as tendências e configurações das 23 rádios comunitárias legalizadas na Região Administrativa de Bauru, interior paulista. Com o objetivo de entender como estas emissoras operam e qual sua relação com a população local, promove-se uma discussão acerca dos modelos de programação e gestão adotados, assim como das estratégias de sustentabilidade, promoção da cidadania e participação popular e as circunstâncias do processo de legalização. Utiliza-se do estudo de casos múltiplos e de pesquisa bibliográfica, além de entrevistas com os gestores das emissoras, estudo de documentos e observação da programação.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Rádio Comunitária; Interior Paulista;

Abstract

This paper provides the main discussions of research conducted in the second half of 2009 that mapped trends and configurations of the 23 legal community radio stations active in Administrative Region of Bauru, located in Brazil's state of São Paulo. Its objective was to understand how they operate, their relation to the local population by means of to research their programming, management models strategies for sustainability, citizenship and promoting popular participation and the circumstances of the case legalization. The methodology of research adopted was the study of multiple cases combined to bibliographical research, also interviews with managers of the radio stations, study of documents and observation of their programming.

Keywords: Community Communication; Community Radio; Countryside of São Paulo

Resumen

Este texto presenta los principales debates de la investigación llevada a cabo en el segundo semestre de 2009, que proporcionó una cartografía de las principales tendencias y características de las estaciones de radios comunitarias legalizadas de la Región Administrativa de Bauru, Estado de São Paulo, por un total de 23 estaciones. Los objetivos fueron comprender la relación de estas radios con la población local y aprender cómo estas están operando, incluyendo los modelos de gestión adoptados, las circunstancias que fueron aprobadas, si y cómo han hecho posible la participación y cómo han contribuido a la expansión de la ciudadanía. La obra se fundamenta en el estudio de casos múltiples, como el tipo de investigación, así como de la revisión bibliográfica. Las técnicas empleadas fueron entrevistas con los directores de las radios, el estudio de los documentos y observación de sus programaciones.

Palabras clave: Comunicación comunitaria; Radio Comunitaria; Interior de São Paulo

¹ Síntese da dissertação de Mestrado “Configurações e tendências das rádios comunitárias do interior paulista da região de Bauru”, defendida pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

² Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e jornalista pela Universidade de Marília. E-mail: volpatomarcelo@gmail.com

Introdução

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

Este texto apresenta o resultado de uma pesquisa empírica realizada no segundo semestre de 2009, que buscou apreender as principais tendências das 23 rádios comunitárias legalizadas do interior paulista, da Região Administrativa³ de Bauru. Do ponto de vista metodológico, trata-se de um estudo de casos múltiplos e que se utiliza também de pesquisa bibliográfica. As técnicas utilizadas foram entrevistas com os gestores das emissoras, estudo de documentos e observação da programação.

O trabalho representa apenas uma das inúmeras possibilidades de se pesquisarem os fenômenos comunicacionais, em específico as configurações da comunicação comunitária no País, neste início de século. Muito mais do que oferecer conclusões e considerações prontas, espera-se ter trazido à luz do conhecimento científico indicativos sobre esse segmento do campo da Comunicação, além de outras questões para serem investigadas que, ao partirem destes apontamentos, propiciem maiores avanços na sistematização do conhecimento.

Rádio Comunitária: alento e esperança na democratização das comunicações

As rádios comunitárias são emissoras de baixa potência, regidas pela Lei 9.612, de 1998. As emissoras que merecem ser nomeadas como tal são aquelas que veiculam informações de interesse da população, abertas à participação popular e que contribuem para o desenvolvimento local, para a ampliação da cidadania, da

³ Região Administrativa é uma subdivisão do Estado que agrupa municípios levando em consideração aspectos geopolítico-econômicos. O Estado de São Paulo divide-se em 15 Regiões Administrativas: Metropolitana de São Paulo, Registro, Baixada Santista, São José dos Campos, Sorocaba, Campinas, Ribeirão Preto, Bauru, São José do Rio Preto, Araçatuba, Presidente Prudente, Marília, Central, Barretos e Franca. A Região Administrativa de Bauru possui 39 municípios.

educação e da cultura dos integrantes da comunidade. Possuem vocação comunitária porque estão intimamente ligadas à realidade local, assumindo com intensidade um compromisso com o desenvolvimento da comunidade e de seus integrantes. Em outras palavras, apresentam finalidades, motivações, estratégias, conteúdos e gestão voltados para o bem-comum, isto é, para a ampliação da cidadania e da educação da sociedade. Possuem uma forma peculiar de trabalho que se diferencia, em alguns aspectos, das emissoras público-governamentais, comerciais e/ou religiosas, principalmente quanto à gestão, conteúdos, objetivos e finalidades.

Quando colocada a serviço da população local, a emissora é capaz de cumprir sua função social, integrando os cidadãos e desenvolvendo suas capacidades. Nas palavras de López Vigil (2004, p. 508),

comunitário não é uma declaração de princípios assinada no primeiro dia de emissões e que depois fica guardada na gaveta. É um estilo de viver, de pensar, de relacionar-se com o público. Uma escala de valores. Aqueles que trabalham em uma rádio comunitária têm de responder com a mão na Bíblia, no Corão, no *Capital* ou na fotografia de sua mãe: 'Trabalho prioritariamente para o meu próprio benefício ou para ajudar a melhorar a qualidade de vida de meus semelhantes?'. Tal é a pergunta que deve queimar-lhes a alma.

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

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

Há também que se desmistificar um conceito que vem sendo defendido de que as rádios comunitárias devem trabalhar pela comunidade. Sem dúvida, a emissora que assim o faz cumpre uma função importante. Mas há que ir além e proporcionar canais efetivos de participação, para que a própria população local

preste serviços para si mesma. Por isso se diz que uma emissora comunitária precisa ter gestão da “comunidade”, quando os próprios cidadãos vão administrá-la em benefício de suas principais necessidades e a partir de sua realidade, produzindo uma comunicação autóctone e participativa. Em última instância, há que se recuperar algo dito há quase 80 anos, pelo alemão Bertold Brecht (2005 [1932], p. 42), sobre a necessidade de transformar o rádio de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação:

O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores (BRECHT, 2005 [1932], p. 42).

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

Os veículos de cunho comunitário e, neste caso, especificamente as rádios comunitárias, possuem condições de desenvolver processos educativos não somente pelos conteúdos veiculados, mas também por aqueles envolvidos na produção de mensagens, no planejamento e gestão da mídia. Capacitam para a realidade, para a atuação social e para o exercício dos direitos e deveres. Em outras palavras, educa-se para a cidadania. Conforme mostra Mário Kaplun (1978, p. 34-35),

junto ao desenvolvimento da inteligência, este tipo de educação procura o desenvolvimento da consciência. Visa promover um processo que leva ao questionamento e à transformação dessa visão de mundo acomodada e fatalista que assola as massas latino-

⁴ Ver Manuel Castells (1999, p. 24).

americanas e que se constitui um empecilho tão paralisante para seu desenvolvimento genuíno.

O que se nota é que espaços como a família, ambiente profissional, a participação em mobilizações populares e a participação no fazer comunicação comunitária promovem processos educativos⁵ mais eficazes do que a simples veiculação de conteúdo com este fim. Por exemplo, quando as pessoas se organizam para planejar e produzir uma reportagem sobre meio ambiente, entrevistam especialistas, pesquisam, produzem textos, gravam, editam, levam ao ar, desenvolvem processos educativos mais aprofundados qualitativamente em comparação à simples recepção de conteúdos midiáticos sobre meio ambiente e educação ambiental. São experiências que têm sido observadas em projetos concretos de comunicação comunitária e, portanto, não se trata de elucubrações.

Até mesmo o Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial⁶, criado entre 2004 e 2005, por Decreto do presidente da República, com a finalidade de analisar o panorama da radiodifusão comunitária no Brasil, propor melhorias em seus procedimentos legais, visando à ampliação do acesso da população na participação, teve que reconhecer tais benesses educativas destas mídias. Conforme aponta o documento, a radiodifusão comunitária

exerce o papel de construtora da cidadania, não apenas por propiciar a discussão dos conteúdos das mensagens divulgadas, como pela possibilidade de participação popular em sua produção, em seu planejamento e em sua gestão. Diz respeito ainda ao direito constitucional das pessoas manifestarem livremente sua opinião e terem acesso à diversidade de ideias por meio desses sistemas como garantia da ocupação da esfera pública. Este exercício se concretiza através do uso dos meios de comunicação comunitária (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2005, p. 11).

Na mesma perspectiva, a educação propiciada pela mídia comunitária configura-se como promotora de cidadania porque faz do cidadão sujeito ativo da

⁵ Ver exemplos em Peruzzo (2007a, p. 84).

⁶ Sob coordenação do Ministério das Comunicações, o GTI era composto ainda por representantes da Casa Civil da Presidência da República, da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República, da Secretaria-Geral da Presidência da República, da Assessoria Especial da Presidência da República, do Ministério da Educação, do Ministério da Cultura, nomeados pela Portaria nº 76, de 10 de fevereiro de 2005. Importante registrar que se trata de um documento ainda não divulgado pelos órgãos federais, permanecendo, ainda, de certa forma, em certo sigilo.

sua realidade, capaz de transformá-la. Mudando sua forma de pensar, ampliando sua própria consciência e, por isso, conscientizando-se da realidade social e de seu entorno, o próprio indivíduo passa a desenvolver suas próprias potencialidades e as do local onde vive. Por isso, defende-se a premissa filosófica de que “o meio é produto do homem”, pois um homem educado para a realidade e para a cidadania fará um meio, uma sociedade melhor, transformando-a.

Rádios comunitárias da Região Administrativa de Bauru

Com uma área total de 16.105 km², o que representa 6,5% do território do Estado, a Região Administrativa (RA) de Bauru está localizada no Centro-Oeste Paulista, na porção central de São Paulo. Composta por 39 municípios, no ano de 2008 registrou 1.070.555 habitantes, ou seja, 2,6% do total do Estado (SEADE, 2009, p. 4).

Do total de 39 municípios da RA de Bauru, apenas 23 deles possuíam rádio comunitária⁷ com outorga para funcionamento do Ministério das Comunicações, em 26 de maio de 2009⁸. São elas: 87 FM, de Agudos; Alternativa FM, de Lins; Centenário FM, de Mineiros do Tietê; Cidade Jaú FM, de Jaú; Rádio Criança, de Presidente Alves; Eclusa FM, de Igarapu do Tietê; Educadora FM, de Iacanga; Educadora Ruah, de Duartina; Fama FM, de Borebi; Jornal FM, de Pirajuí; Objetiva FM, de Cabrália Paulista; Pongaí FM, de Pongaí; Popular FM, de Bocaina; Rainha FM, de Reginópolis; Real FM, de Piratininga; Renascer FM, de Guaimbê; Rádio RM, de Bauru; Rádio RM 97, de Lençóis Paulista; Serena FM, de Bariri; Sol FM, de Arealva; Terra FM, de Getulina; Verde é Vida FM, de Itapuí; Rádio Vila Nova, de Macatuba.

Por um diagnóstico dos dados

Fazer rádio comunitária não implica a aplicação de um modelo predeterminado. Cada emissora, então, possui características relativas aos diversos fatores que a integram e perpassam, em outras palavras, concernentes ao contexto sociocultural-econômico-político da localidade em que estão instaladas e, talvez

⁷ As configurações de cada uma das 23 emissoras estudadas estão detalhadas em Volpato (2010, pp. 87-130).

⁸ A pesquisa de mestrado, que serviu como base para a elaboração deste texto, considerou 26 de maio de 2009 como data-limite para composição da amostra.

principalmente, à forma de gestão adotada por seus administradores, representantes e colaboradores. Refere-se aqui às motivações e finalidades de surgimento, às circunstâncias de outorga junto ao Ministério das Comunicações, às formas e conteúdos de programação, à relação com as legislações, às formas de sustentação, ao interesse ou desinteresse em promover a participação popular e a cidadania, às formas de relacionamento com a população e com as instâncias do poder local.

As emissoras estudadas estão mais próximas, ao menos fisicamente, da população local, estimulando e promovendo laços de identidade que, se comparados à grande mídia, tendem a ser mais fortes e baseados em sentimentos de pertença, já que estão em jogo sentimentos comunitários e localistas, como a vizinhança, a familiaridade e ações de interesse coletivo. Apesar de não apresentarem as características dos conceitos clássicos de comunidade, não deixam de engendrar formas de ações solidárias e de articulação junto a suas audiências locais. Como exemplo, pode-se citar a multiplicidade de serviços de arrecadações e doações materiais, de capacitação técnico-profissional, de organização de eventos beneficentes, de conscientização da população por meio da informação ou, ainda, pela veiculação de mensagens de cunho emocional e de autoestima, promovidas por tais emissoras.

Infere-se que a comunicação promovida pelas rádios comunitárias não se atém a limites territoriais imutáveis e absolutos⁹. Assim, na prática, na maioria das vezes, não há como distinguir entre a comunidade, o local e a região, pois são formas de comunicação dinâmicas, que rompem demarcações territoriais físicas, já que se relacionam muito mais aos elementos identitários.

Já que se configuram como mídias locais e comunitárias, as iniciativas de comunicação parecem contribuir para o fortalecimento de algumas identidades locais. As iniciativas estudadas dão conta de demonstrar, empiricamente e de forma preliminar, como estes movimentos ocorrem. Se ao darem visibilidade às mensagens e conteúdos intrínsecos às suas localidades, ao mobilizar a população para determinado fim, visando a algum tipo de ajuda mútua, seja material, emocional, intelectual, espiritual, ao capacitar técnica e/ou profissionalmente,

⁹ Sobre as inter-relações e diferenças entre dimensões espaciais, ver Peruzzo e Volpato (2009).

promovem identidades localistas e comunitaristas; ao reproduzir programas, formatos e conteúdos da grande mídia, ao se servir dela como fonte jornalística ou, mesmo, ao comprometer a política editorial da emissora com interesses das instâncias do poder, ao não primar pela pluralidade local, ao não viabilizar canais efetivos de participação, contribuem para o fortalecimento de identidades legitimadoras das instituições dominantes. Resta-nos entender em que medida as rádios comunitárias brasileiras estão contribuindo para a construção de cada uma dessas identidades.

Nota-se que existem casos de emissoras que começam suas atividades abertas à participação e primando pela prestação de serviços e pela cidadania, mas que, com o passar do tempo, por um ou outro motivo, acabam com uma gestão centralizadora que transforma a emissora em instituição privada, como também pode ocorrer o contrário. Há casos ainda de emissoras que, mesmo tendo algum tipo de vínculo religioso – porque possui uma programação gospel ou porque algum de seus gestores está ligado a alguma igreja – desenvolvem importantes trabalhos em suas localidades. Há também casos de emissoras que se serviram do auxílio de algum representante político para agilizar a morosidade dos processos de outorga, mas nem por isso possuem vínculo político-partidário. Nestes casos, nem mesmo a presença destes membros políticos junto à equipe de gestão, determinando ou sugerindo a veiculação de algum conteúdo, foi observada. E há também aquelas rádios comunitárias que possuem apoios culturais de empresas privadas e que se mantêm independentes, sem fins lucrativos e com um foco na “rentabilidade sociocultural”, na perspectiva apontada por Rafael Roncagliolo (apud LÓPEZ VIGIL, 2004, p. 505). Uma emissora pode abarcar diversas características e, ao mesmo tempo, manter-se comunitária.

Por terem a contingência como uma de suas propriedades, há que se ter prudência ao estabelecer classificações para estas rádios. Sem dúvida, como mostra Peruzzo (2007a, p. 70), “a flexibilidade na classificação das rádios comunitárias é recomendável”. É claro que existem casos de emissoras estritamente monopolizadas, seja por algum segmento religioso, por algum político ou mesmo por algum membro da população local. Tais casos, sem dúvida, apresentam distorções. Mas também não podem ser generalizados.

As emissoras da RA de Bauru, de certa forma, possuíram ou possuem alguma relação ora com segmentos religiosos, ora com representantes de instâncias do poder local ou federal, ora com empresas. Entretanto, na maioria das vezes, esse vínculo não representa um desvio. Como exemplo, pode-se citar a Rádio RM, de Bauru, em que alguns de seus gestores são membros da Igreja Católica, mas a própria igreja ou seu representante local nem participam das decisões tomadas pela rádio. Ou também, o caso da Rádio Vila Nova, de Macatuba, em que seu gestor ocupa o cargo de vereador no município, mas está aberta à participação de voluntários e cumpre importante papel como única emissora da cidade. Cita-se ainda o caso da Fama FM, de Borebi, que recorreu a um deputado federal para agilizar a tramitação de concessão de outorga, mas que não possui nenhuma ligação e nem sofre nenhuma ingerência do político. Destaca-se também a Centenário FM, de Mineiros do Tietê, que teve ajuda de membros da Igreja Católica no início da fase de implantação, ou a Eclusa FM, que possui uma gestão centralizada em duas pessoas e sustentabilidade centrada na arrecadação de apoios culturais, mas desenvolve inúmeros trabalhos sociais junto à população local.

Também não é por isso que se configuram como rádios comunitárias idealizadas. A maioria destes 23 casos não abarca todas as características da comunicação comunitária, como programação de interesse local, sem fins lucrativos, promotora da cidadania, aberta à participação, gestão coletiva, preocupação com a promoção de processos educativos. Uns desenvolvem melhor uma programação mais plural, outros estão mais próximos dos assuntos locais; uns promovem cursos de capacitação, outros tentam contestar o *status quo*. Como diz Peruzzo (2007a, p. 70), para ser comunitária não é necessário comportar, ao mesmo tempo, todas as suas dimensões, “pois fazer comunicação comunitária implica um processo que tende ao aperfeiçoamento progressivo, principalmente, quando assumido coletivamente”.

Vale registrar que, dentre as 23 rádios estudadas, algumas delas possuem finalidades completamente distorcidas quanto às suas finalidades, formas de gestão, conteúdos veiculados, por exemplo. Existem casos de emissoras que são monopolizadas, com uma gestão fechada e que atuam como empresas comerciais ou como veículos de marketing político local. Do total de emissoras da RA de Bauru,

a quantidade que ficou com algum tipo de vínculo evidente é a seguinte: a) comercial: 5; b) político-partidário: 2; c) religioso evangélico: 2; d) religioso católico: 4. É importante registrar que as emissoras que possuem algum tipo de vínculo com a Igreja Católica, são bastante abertas e estão preocupadas em desenvolver um trabalho social, enquanto que as rádios com vínculos a Igrejas Evangélicas apresentam-se com programação estritamente gospel e gestão centralizada, preocupando-se mais com o proselitismo religioso.

Para tentar classificar cada caso, apontando seus reais vínculos e relações, uma possibilidade seria estudá-los um a um e se servir de observação participante como recurso metodológico, para entender a dinâmica e apreender qual o foco de trabalho da equipe responsável pela gestão. Ainda assim, é preciso cautela. Pode-se incorrer em um diagnóstico precipitado e tendencioso.

Programação

Cada uma das 23 emissoras possui peculiaridades em suas grades de programação. Enquanto a Eclusa FM e a Renascer FM, por exemplo, possuem predomínio de programas religiosos, na Educadora FM, de Jacanga, há maior incidência de musicais. Existem também aquelas emissoras, como a Objetiva FM, de Cabrália Paulista, e Fama FM, de Borebi, que transmitem músicas de forma automatizada na quase totalidade dos horários porque não possuem voluntários. Nestes casos, resta-nos a dúvida: por que a emissora ainda não conseguiu mobilizar as pessoas de seu entorno para participarem como produtores de conteúdo?

Algumas características recorrentes nas 23 emissoras também se destacam. Esses casos tendem a primar por grades de programação de predomínio musical. Nessa perspectiva, podem estar reproduzindo a lógica dos padrões de rádios locais. Por outro lado, a preponderância é por músicas sertanejas, estilo que encontra pouco respaldo em algumas rádios comerciais da região, a exemplo da Rádio 96 FM, de Bauru, e da Jovem Pan FM, de Marília, o que indica que as rádios comunitárias podem se configurar como uma alternativa de conteúdo, atendendo a um segmento de ouvintes que não se identifica com as emissoras convencionais.

Nos casos da Eclusa FM e Renascer FM, há predomínio de veiculação de músicas de estilo gospel. Se por um lado essas rádios segmentam sua programação

e não dão abertura à pluralidade religiosa da população local, por outro, podem também estar atendendo a outro segmento que não encontra seus interesses musicais e de conteúdos nas rádios comerciais.

Há casos ainda de rádios que vendem espaços na grade de programação, seja para segmentos religiosos, políticos, locutores e outros interessados em ter algum programa na emissora da cidade. Como exemplo, pode-se citar a Jornal FM, de Pirajuí que vende espaços para locutores e para igrejas evangélicas. Como defende Adilson Cabral Filho (2008, pp. 8-9), trata-se de uma prática perversa e que compromete o caráter público da emissora:

A submissão aos interesses privados de anunciantes que sustentam comercialmente as rádios coloca belas iniciativas a perder e perverte o sentido político de suas práticas. Por outro lado, a própria compreensão da rádio como locatária de espaços de programação não é tão menos perversa, impondo aos programadores o acesso a partir de sua competência financeira e elitizando a iniciativa a partir do limite àqueles que não dispõem de condições para terem disponível o acesso ao meio para se expressarem, ou que fazem de seu programa algo mais comercialmente vendável para contar com o interesse de anunciantes.

A maioria das informações jornalísticas veiculadas pelas emissoras é construída com base em notícias da mídia comercial, seja da região ou da grande mídia, alguns retirados da internet, de jornais da própria cidade ou cidades vizinhas. Em alguns casos se produzem algumas informações de caráter local, mas de forma bastante tímida. Tal tendência também foi diagnosticada por Terezinha Silva (2008, p. 256):

A maioria ainda não conseguiu avançar para além de uma programação majoritariamente musical. Não conseguem fazer produção própria de notícias, em geral divulgadas apenas sob a forma de avisos de utilidade pública; as campanhas educativas são eventuais e os debates sobre problemas do município e demandas da cidadania são raros ou inexistentes.

Em diversos casos, como da 87 FM, Eclusa FM, Educadora Ruah, Rádio RM de Lençóis Paulista, Terra FM, Vila Nova FM, foi possível identificar a postura de não desenvolver um “jornalismo de contestação” e/ou de denúncias. Trata-se da prática do não conflito, do não atrito e do não mexer em feridas também diagnosticada por

Silva (2008, p. 110): “a programação não avançaria para além do musical, para conteúdos mais críticos, porque isso implicaria debate local e polémicas, que repercutiriam na sustentação econômica e político-social da rádio”.

Nessa perspectiva, essas rádios não desenvolvem formas de comunicação de linha contra-hegemônica porque se inserem na lógica do fluxo de informação dominante. Sua grande maioria, na maior parte do tempo, não consegue contestar o atual sistema e suas instâncias de poder, nem ao menos geram espaços públicos de debate, que provoquem a reflexão, ou o fazem de forma quase insignificante. Nenhuma forma mais efetiva de contestar o *status quo* foi encontrada, ou por falta de interesse ou por desconhecimento e falta de capacitação de alguns gestores, ou, ainda, pela histórica tradição brasileira de subordinação e falta de consciência mobilizatória.

Como também constatou Peruzzo (2004, pp. 149-158), em pesquisa desenvolvida no final da década de 80 e início de 90, do século passado, “as limitações em relação ao conteúdo da comunicação popular escrita e de áudio são gritantes, tanto na linguagem quanto na variedade da programação ou dos materiais divulgados”. Quase 20 anos depois, ao se estudarem estas 23 rádios, constata-se que se avançou muito pouco para além de alguns avisos de utilidade pública, de raras notícias sobre decisões políticas locais e da veiculação de informações retiradas da grande mídia. É praticamente inexistente a veiculação de conteúdos críticos, como constatou Peruzzo (2004, p. 156), nos meios de comunicação ligados aos movimentos sociais: “tanto em nível de denúncia descritiva quanto de interpretação ou de opinião, levantando reivindicações, apelando à organização e à mobilização popular, apontando para a necessidade de mudanças”.

Sobre as formas de produção, na grande maioria dos casos, as emissoras têm apresentado características da “imprensa artesanal”, para citar Wilson Bueno (1977, p. 202), com infraestrutura precária e mão de obra, voluntária ou não, sem competência técnica, como também identificou Peruzzo (2004, p. 150). Mas existem casos de emissoras que dispõem de instalações bem equipadas, como Educadora FM, Jornal FM e 87 FM.

Gestão

Cada vez mais se percebe a importância de gestores capacitados para o trabalho popular, abertos a um projeto público-político de rádio comunitária e capazes de envolver a população no fazer comunicação. Quando a gestão possui outro foco, o lucro, o proselitismo religioso ou político-partidário, os reflexos no conteúdo, nas motivações e nas formas de participação popular da emissora apresentam-se de forma bastante clara. Em outras palavras, pode-se dizer que, na maioria dos casos, são o foco e as intenções da equipe de gestão que dão o tom de uma rádio comunitária. Nesse sentido, concorda-se com Peruzzo (2007a, p. 70), ao dizer que uma rádio se mostra mais comunitária na medida em que o modelo de gestão adotado for coletivo, democrático e constituído com base em critérios de representatividade.

As rádios comunitárias do interior paulista adotam, em sua grande maioria, um modelo de gestão centralizada em uma ou duas pessoas, como nos casos da Popular FM, Terra FM, Jornal FM, Educadora FM, Pongaí FM, Fama FM, Objetiva FM, Sol FM. Foi possível identificar uma forma de gestão pouco mais coletiva na Alternativa FM, que reúne seus diretores mensalmente para deliberações e tomada de decisões.

Nem sempre os membros da Associação mantenedora são os responsáveis pela gestão da emissora e, em alguns casos, a Associação não opera na prática, como no caso da Sol FM. No caso da Rádio RM 87, de Lençóis Paulista, existe um gestor que faz a mediação entre os membros da Associação e a rádio.

Para os entrevistados, a existência e as funções do Conselho Comunitário e da Associação mantenedora não estão muito claras. Para alguns, trata-se da mesma organização. Isso significa que, na prática, o Conselho Comunitário, exigência do artigo 8 da lei 9.612/98, responsável por acompanhar a programação da emissora, não atua. A programação fica fadada a não cumprir suas finalidades educativas, culturais, artísticas e outras, previstas em lei. A grade de programação, então, geralmente é decidida pelos gestores ou por membros da emissora. No caso da 87 FM, existe um “diretor de programação” que, contratado pelo gestor da rádio, planeja e administra os programas, seus nomes e horários.

Não foi possível identificar mecanismos de rotatividade e representação na constituição dos cargos de gestão. A rádio Vila Nova FM alega fazer eleições

anualmente, entretanto a mesma pessoa está à frente da emissora desde sua criação.

Vale registrar que, em algumas rádios, seus gestores ocupam, ocuparam ou tentaram ocupar cargos políticos no município. Como exemplo, citam-se os casos da Renascer FM, Sol FM, Eclusa FM, Educadora FM, Popular FM e Vila Nova FM. Se os mesmos se serviram de sua popularidade na emissora para conquistar visibilidade política na cidade, carece de investigação.

Em geral, segundo os casos estudados e conforme também diagnosticou Orlando Berti (2009, p. 282), ao pesquisar rádios comunitárias do sertão do Piauí, “as emissoras que têm dono ou com controle firme de alguma pessoa, geralmente são as mais utilizadas política e comercialmente e são as que têm menores compromissos com a causa coletiva da comunicação”. Como exemplo de exceção a essa tendência, cita-se a Educadora FM que, apesar de ter uma gestão centralizada em duas pessoas, desenvolve inúmeras campanhas sociais na localidade. A real finalidade da promoção das campanhas, por parte dos gestores, também carece de melhor investigação, já que um deles se candidatou como vice-prefeito às eleições de 2008, usando um nome que fazia alusão à emissora: “Fulano da rádio”. Há que se registrar também o caso da Popular FM, com acesso e gestão monopolizados pela família do ex-prefeito da cidade, nas gestões de 1997-2000 e 2001-2004.

Em outros casos, a capacitação dos gestores para o trabalho popular e para a administração de rádios comunitárias, quer seja na competência de se criarem canais de participação popular, na implantação de repórteres populares ou na mobilização para atuação como locutores, técnicos de som, redatores, faria das emissoras exemplos mais democráticos e participativos. É o caso da Rádio RM 87, de Lençóis Paulista, Eclusa FM, Real FM, Terra FM e Verde é Vida FM. Existe o interesse por parte de alguns gestores em abrir a rádio à participação, mas não sabem bem como lidar com tal prática. É para esses casos que poderiam entrar em cena cursos de capacitação promovidos por universidades e organizações do terceiro setor, interessadas na democratização das comunicações.

Circunstâncias de outorga e legislação

Há muito tempo se sabe da existência de morosidade e excessiva burocracia, por parte do Ministério das Comunicações, nos processos de outorga, desde o momento em que a Associação protocola um projeto de rádio comunitária, até a concessão da autorização provisória.

A média de espera das rádios comunitárias da RA de Bauru foi de cinco a dez anos, desde a data de protocolo do pedido até o início efetivo de operação da emissora, o que já pode ser considerado como um primeiro desafio de acesso ao sistema de radiodifusão comunitária, no Brasil.

A morosidade e burocracia, de certa forma, têm levado a três consequências principais, conforme pudemos diagnosticar: a) muitas emissoras acabam operando na ilegalidade, pois não conseguem autorização do órgão federal competente; b) como forma de resolver o impasse, algumas rádios têm procurado a ajuda de políticos, para agilizarem a outorga; c) podem representar repressões à mobilização popular.

A grande maioria das rádios comunitárias estudadas afirma que a restrição à veiculação de espaços publicitários e à área de cobertura são as principais falhas da Lei 9.612. Nas palavras de Wagner de Oliveira¹⁰, da Fama FM, o setor de radiodifusão comunitária carece de uma reformulação em suas leis:

Rádio comunitária, para existir, tinha que se mudar, há 30 anos, a legislação. Dar poder, dar força, dar verba porque senão, como é que você, dentro de um sistema capitalista, vai viver sem ter capital? Não tem condição. Então, se você quer que o seu exército vença a batalha, arme o seu exército.

Um aspecto exaustivamente apontado pelos entrevistados relaciona-se à área de cobertura das rádios comunitárias. Segundo alguns deles, como Luis Claudio da Silva, da Renascer FM, existe uma necessidade de a emissora atingir toda a cidade.

Ela [a Lei] tem vários pontos falhos, eu diria. Ela restringe a potência da rádio para uma potência muito pequena, com uma wattagem muito pequena, que é 25 watts, no máximo. E isso, em municípios grandes, é uma dificuldade, na área rural. Então, é um dos pontos falhos. Ela não permite que nós tenhamos comerciais iguais aos das

¹⁰ Todos os depoimentos de gestores de emissoras citados neste texto foram retirados de Volpato (2010).

rádios grandes, que deveríamos ter, abrir este leque para expandirmos.

Aumentar a potência da emissora para servir determinado segmento da comunidade é, a nosso ver, uma necessidade e algo que poderia ser repensado pelos representantes do legislativo federal. Contudo, vale dizer que, como em um processo social multifacetário, interesses desvirtuados sempre existirão, como é o caso de emissoras, intituladas como comunitárias e que possuem interesse em aumentar seus públicos para, assim, aumentar sua receita, como a Rádio Sol FM:

Uma emissora que tem a propagação das suas ondas mais longe, obviamente aumenta o número de ouvintes. Aumentando o número de ouvintes, aumentam-se os apoios culturais. Então, são destes apoios que sobrevivem a emissora. Enquanto a gente estiver em um universo pequeno, obviamente que os apoios serão menores também. E aí fica difícil balançar a receita. É por isso que eu vejo necessário que aumente a potência dos transmissores.

Faz-se importante registrar ainda que existem pontos da Lei 9.612 que ajudam no funcionamento e na manutenção dos aspectos públicos das emissoras. Como exemplo, poder-se-ia citar a obrigatoriedade de se instituir um Conselho Comunitário para acompanhar a programação, além de outros artigos que garantem as finalidades comunitárias, de integração da comunidade, educativas, culturais, de utilidade pública, vedando o proselitismo. Entretanto, ao menos nos casos estudados, não se constatou fiscalização, por parte das instâncias legais, para garantir o efetivo cumprimento das normas.

Observa-se, irrefutavelmente, que o atual sistema de fiscalização tem-se mostrado insuficiente para garantir que práticas ilegais e/ou com outros interesses que não aqueles garantidos pela instituição do serviço de radiodifusão comunitária no Brasil sejam denunciadas e eliminadas.

Promoção da cidadania

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

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

experiências de cidadania marcadas pela efemeridade, instabilidade e desterritorialização, pautadas e organizadas pelo pertencimento a múltiplas identidades e redes sociais, interagem no espaço público, especialmente midiáticos, associando matrizes clássicas a novos modos de expressão cidadã, que resultam de competências e habilidades para apropriação e usos dos recursos comunicacionais e midiáticos, como os digitais, não raramente desenvolvidas à margem da educação formal.

As rádios comunitárias do interior paulista tendem a contribuir para a promoção da cidadania na divulgação de informações de utilidade pública, na realização de campanhas de arrecadação de alimentos, de materiais de utilidade doméstica, como móveis, eletrodomésticos, na divulgação de oportunidades de emprego, na veiculação de mensagens de autoestima e religiosas, na capacitação técnica.

Existe forte mobilização para participação da população local apenas em meras campanhas sociais e beneficentes, na formação de agregações solidárias e de fraternidade, na criação de consciência da atual realidade pessoal e local, bem como no incentivo à melhoria, na democratização da informação e do acesso aos meios de comunicação, no desenvolvimento econômico local. Contudo se subutiliza o potencial para o debate, para a contestação do atual sistema social e político, para a denúncia, para reivindicação. Sem dúvida, o principal freio que tem impedido tal prática, ao menos nos casos estudados, tem sido decorrente das relações com as diversas instâncias do poder local, como Prefeitura, Câmara e seus representantes, o que, na maioria das vezes, tem limitado a atuação das rádios para a veiculação de conteúdos alternativos e de contestação¹¹. Como também identificou Terezinha Silva (2008, p. 267), as emissoras se relacionam com o “poder público local numa lógica de concertação muito mais do que de oposição sistemática, especialmente nos

¹¹ Podem-se retomar os dizeres de Peruzzo (2007a, p. 89), para quem democratizar a comunicação implica também, mas não somente, a “ampliação da geração de conteúdos dos setores não dirigentes e dominantes da sociedade”.

municípios de pequeno e médio porte, onde a rádio é o único ou principal veículo de comunicação, inclusive para o governo municipal". Quase inexpressivos são os casos em que se optou pela oposição aos poderes locais e, mesmo assim, se deu por algum motivo que não o interesse público, mas o particular, de defender e dar visibilidade para estes e tecer críticas àqueles outros, sejam partidos políticos ou pessoas. Em outros casos, subutiliza-se esse potencial pela simples ignorância em lidar com o trabalho popular.

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

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

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

Nesse sentido, muitas possibilidades de promoção da cidadania ainda estão por fazer. Ao entrevistar os gestores, notou-se que, para quase todos eles, a promoção da cidadania se resume à divulgação de eventos da localidade, veiculação de spots de campanhas de saúde, divulgação de informações de utilidade pública. Como já procuramos discutir, existem casos em que os líderes de rádios comunitárias não têm a cidadania como foco de trabalho, entretanto, pode-se diagnosticar que a grande maioria subutiliza o "potencial cidadão" das emissoras

porque desconhece as suas possibilidades. Mais uma vez, reitera-se a importância de cursos de capacitação para os gestores.

Participação popular

As rádios comunitárias, mesmo levando em conta toda esta sua atual complexidade e pluralidade de tendências, representam importante avanço na democratização das comunicações. De forma institucionalizada, no Brasil desde 1998, existe um sistema de radiodifusão comunitária e local, ao contrário do que constatou Peruzzo (2004, p. 150), no início da década de 1990, quando, então, não existia no Brasil “uma mobilização mais ampla em torno da reivindicação de acesso à concessão de emissoras de rádio e televisão comunitárias e locais”. Mobilizou-se e conquistou-se acesso e participação mais efetivos, por parte de segmentos das classes subalternas, aos sistemas públicos de concessão de meios de comunicação, já que participação é conquista, para citar Pedro Demo (1988, p. 18), e não pode ser entendida como dádiva, concessão ou algo preexistente, mas como um processo que se constrói, em constante lapidação. Por isso mesmo, não é porque se conquistou o reconhecimento e amparo legal para tal prática que o processo está finalizado. Pelo contrário, ainda há muito que se conquistar. A garantia de participação dos segmentos populares como efetivos representantes e gestores das rádios comunitárias, garantindo que estas emissoras estejam nas mãos e sob o poder dos diversos segmentos das classes subalternas e não nas mãos de oportunistas, é um dos novos desafios do setor.

Como já foi altamente trabalhado por pesquisadores da área, como Peruzzo (2004, 2007a), as rádios comunitárias possuem o potencial de viabilizar a participação popular no fazer comunicação. Em outras palavras, existe a possibilidade de o receptor se tornar emissor, produzindo mensagens, como locutor, como redator e, em casos mais avançados, planejando os rumos da rádio e administrando a emissora ou sua instituição mantenedora. Retomam-se aqui os níveis de participação popular apontados por Peruzzo (2004) e utilizados nesta pesquisa: a) mensagens: participação nas entrevistas, depoimentos, denúncias, avisos; b) produção: participação na produção de notícias, artigos, poesias, conteúdos, duração de programas, horários, locução, edição; c) planejamento:

participação na política editorial, objetivos, formatação dos programas; d) gestão: participação em todo o processo de administração e controle do veículo.

A participação popular, no caso das rádios comunitárias estudadas, acontece, em sua grande maioria, no nível das mensagens, quando as pessoas participam pedindo e dedicando músicas, enviando recados, sendo entrevistadas, dando avisos. Dá-se por meio de telefonemas, cartas, bilhetes, e-mails e até por comunicadores virtuais instantâneos. Além disso, existe a opção de participação presencial, quando as pessoas vão até a emissora solicitar músicas ou mandar recados. Mas ainda ocorre no nível das mensagens. Como também diagnosticou Berti (2009, p. 284), em algumas emissoras, avisos como perda de documentos, venda de materiais domésticos, nota de falecimento e outros são cobrados. Em alguns casos, ainda, até mesmo a participação no nível das mensagens é prejudicada porque a emissora possui programação automatizada por computador. Nos casos em que não existem voluntários e/ou funcionários, por que não promover canais de participação para preencher a programação com locutores e técnicos de som? Desconhecimento das possibilidades ou falta de interesse e consciência da importância da democratização das comunicações?

Torna-se importante registrar que, para os gestores das rádios comunitárias do interior paulista, participação da população é sinônima tão somente de pedir músicas. Questionados sobre como a população participa na emissora, davam respostas como "Ah! Eles participam muito. Estão sempre pedindo músicas por telefone, por carta ou bilhete. A audiência é bem forte!". Mais uma vez, mostraram desconhecer as possibilidades de participação na comunicação popular.

A participação no nível de produção de mensagens e programas mostrou-se bastante restrita nas rádios estudadas. Não foi possível constatar a existência de nenhuma estratégia de viabilização de participação neste nível. Muito provavelmente, a população nem sabe que possui o direito de participar nas rádios comunitárias, como locutor, redator, técnico de som. Assim, a emissora perde a oportunidade de criar laços de pertencimento mais sólidos com a população local. Até mesmo aqueles gestores que possuem interesse comercial ou político perdem a oportunidade de interagir de forma mais efetiva com seus ouvintes, que poderiam estar participando como produtores e emissores. Sem dúvida, devem ter receio de

abrir espaço para a participação e perderem seu modo alternativo de lucro. Poucos são os voluntários que participam no nível da produção, talvez porque não existam canais de incentivo à participação e esta se torna insustentável, como alertou Peruzzo (2004, p. 282): “é necessário criar e desenvolver mecanismos que viabilizem a participação, sem o que esta não ocorre e não se sustenta”. Nessa perspectiva, parece que as palavras de Hans Magnus Enzensberger (2003 [1970], p. 17) continuam fazendo sentido, uma vez que a participação popular, isto é, a transformação do receptor em emissor ainda parece ser evitada conscientemente:

A evolução de um simples meio de distribuição para um meio de comunicação não é um mero problema técnico. Ela é evitada conscientemente, por boas ou más razões políticas. A diferenciação técnica entre emissor e receptor reflete-se na divisão de trabalho entre produtores e consumidores da sociedade; esse mecanismo adquire intenso contorno público na indústria da consciência. Em última análise, essa evolução reside na contradição básica entre classes dominantes e dominados (de um lado, o capital monopolista ou burocracia monopolista e, de outro, as massas dependentes).

Sendo assim, a população não tem acesso à participação nos níveis de planejamento e de gestão, restritos, na grade maioria dos casos, a uma ou duas pessoas e, em poucos casos, a mais de duas. Em outras palavras, com base nas rádios comunitárias estudadas, quanto se avançou para além das relações capitalistas de dominação e exclusão?

Apesar desse panorama, é importante dizer que uma rádio comunitária que desenvolva qualquer um dos níveis de participação discutidos acima consegue prestar válidos serviços à população local. Mas, também é importante registrar que quanto mais democrática for a emissora, mais contribuirá para a ampliação da cidadania e para a transformação e melhoria local.

Considerações finais

Considera-se que não existe uma forte tradição, no contexto em que esses casos foram estudados, de mobilização popular e reivindicação. As pessoas parecem ainda ter certa resistência em aceitar que podem ser senhores de sua história, independente de governo ou de outras forças sociais, já que por meio da

participação em uma rádio comunitária existe a possibilidade de se trabalhar para o desenvolvimento social e para a ampliação da consciência e da cidadania.

As rádios comunitárias estudadas não nasceram como consequência de uma sólida mobilização da população local, mas sim do empenho de profissionais e amantes do rádio, por incentivo do próprio governo, por interesses particulares, ou seja, essas emissoras não nasceram da organização e movimentação comunitária e popular. Claro que essa tendência não pode ser generalizada porque sabemos de vários casos em que as pessoas se organizaram para reivindicar determinado objetivo de melhoria social.

Há que se concluir que as rádios comunitárias estudadas desenvolvem uma forma de comunicação que tende a se assemelhar mais às características da mídia local do que às da mídia comunitária, alternativa e popular. A capacitação dos gestores sobre a lida com o trabalho popular poderia vir a ser uma medida para atenuar o problema. Os mesmos não demonstraram consciência de que a comunicação comunitária possui conteúdos diferentes dos veiculados pela grande mídia porque dá visibilidade à voz das classes subalternas, por meio da participação popular.

Referências

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. Portal on-line. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/>. Acesso em: nov 2007-fev 2010.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Os processos comunicacionais nas rádios comunitárias legalizadas do sertão do Piauí**. 2009. 372 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo.

BUENO, Wilson C. **Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil**. 1977. 486 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, SP.

BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1. [1932].

CABRAL FILHO, Adilson Vaz. **A promoção do desenvolvimento humano pelas rádios comunitárias do estado do Rio de Janeiro**. Trabalho apresentado ao GT “Economia Política e Políticas de Comunicação”, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo-SP, jun. 2008.

CARNICEL, Amarildo Batista. **O jornal comunitário com estratégia de educação não-formal**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2005. (Tese de Doutorado – Educação).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.2.

COELHO NETO, Armando. **Rádio comunitária não é crime**: direito de antena: o espectro eletromagnético como um bem difuso. São Paulo: Ícone, 2002.

COGO, Denise M. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, C. M. K. (org.). **Vozes cidadãs**: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**: noções de política social participativa. São Paulo: Cortez Autores Associados, 1988.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad Editora no Brasil, 2003 [1970].

GEERTS, Andrés; OEYEN, Victor van. **La radio popular frente al nuevo siglo**: estudio de vigencia e incidência. Quito/Equador: ALER, 2001.

GOHN, Maria da Glória. Educação não formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. **Ensaio**: aval. pol. públ. educ. Rio de Janeiro, v. 14, n. 50, jan-mar/2006. P. 27-38.

GOMES, Daniel Augusto Vila-Nova Gomes. **Rádios comunitárias, serviços públicos e cidadania**. Uma nova ótica constitucional para a crise dos serviços de (tele)comunicações no Brasil. São Paulo: LTr, 2009.

KAPLUN, Mario. **Producción de programas de radio**: el guión – la realización. Montevideo: Editorial Cromocolor, 1978.

_____. **El comunicador popular**. Quito: Ciespal, 1985.

LÓPEZ VIGIL, J. I. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. 2 ed. São Paulo: Paulinas, 2004.

MALERBA, João Paulo. A comunicação comunitária no limite. In: PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano H. R. dos. **Comunidade e contra-hegemonia**: rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ, 2008.

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

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

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

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

_____; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferenças. **Líbero**. Revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. 2009.

SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. **Perfil Regional. Região Administrativa de Bauru**. Abril de 2009. Disponível em: <http://www.planejamento.sp.gov.br/des/textos8/Bauru.pdf>. Acesso: maio-jun 2009.

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

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Configurações e tendências das rádios comunitárias do interior paulista da região de Bauru**. 2010. 169 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.