



As rádios comunitárias brasileiras sob a ótica da Teoria Crítica, dos Estudos Culturais e do Pensamento Comunicacional Latino-americano

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Resumo: Este trabalho faz um estudo reflexivo de como as rádios comunitárias no Brasil são percebidas e explicadas nas perspectivas teórico-comunicacionais dos estudos críticos, estudos culturais e do pensamento comunicacional latino-americano. Têm-se como objeto de pesquisa as rádios comunitárias no Brasil sob as perspectivas críticas, culturais e sob a visão comunicacional latino-americana. Busca-se elucidar o questionamento de como diferentes olhares teóricos explicam o fenômeno das emissoras radiofônicas comunitárias brasileiras em uma perspectiva sócio-política-cultural. Objetiva-se entender teoricamente as rádios comunitárias brasileiras em relação às teorias críticas e aos estudos culturais, lincando-as com o Pensamento Comunicacional Latino-americano bem como refletir o papel das rádios comunitárias frente a atual conjuntura teórico-comunicacional. Mostra-se ainda o atual papel crítico de pontes e antagonismos teóricos sobre os conflitos das rádios comunitárias em sua forma de vivenciar o *status quo* comunicacional da atualidade.

Palavras-chave: Rádio Comunitária; Teoria da Comunicação; Teoria Crítica; Estudos Culturais; Pensamento Comunicacional Latino-americano.

¹Doutorando em Comunicação Social da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo – SP). Mestre em Comunicação Social pela mesma instituição. Professor universitário, extensionista e pesquisador da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (campus de Teresina – PI). Bolsista da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí.



1. Introdução

Pensar Comunicação no Brasil é enveredar por diversos caminhos e formas de entender os preceitos comunicacionais, desde a interlocução própria de um pensamento (comunicação intrapessoal) até uma perspectiva mais massiva, fruto de uma comunicação social (de muitos para muitos ou de poucos – meios de comunicação de massa – continuando para muitos).

Entre os instrumentos de Comunicação Social (que é a área comunicacional que se preocupa com os estudos midiáticos) encontram-se as rádios comunitárias que têm presença em praticamente todos os rincões do País.

Entender as rádios comunitárias é um desafio cada vez mais instigador à Academia, principalmente nas perspectivas de contributos que esse tipo de emissora traz à população (comunidades e grupos específicos marginalizados pelos meios de comunicação convencionais), ou, no mínimo, compreender o fenômeno comunicacional dessas emissoras, com seus processos, políticas, culturas e outras demandas.

Estima-se haver no Brasil (*locus* deste estudo) quase trinta mil emissoras radiofônicas que utilizam o termo comunitário para funcionar. Isso ocorre porque, entremeio a rádios verdadeiramente comunitárias, há emissoras que se utilizam dessa denominação para proselitismo político-partidário, religioso e até opressão econômica. Mesmo à margem da legislação brasileira, também cresce o número de rádios sem a menor função comunitária. Essa é a primeira diferença a se entender entre as múltiplas rádios e “rádios” comunitárias brasileiras.

Tamanha proporção, diversidade, importância do fenômeno e suas interfaces nos processos comunicacionais contemporâneos instigam este trabalho, que tem como sujeito-objeto de pesquisa: as rádios comunitárias sob as perspectivas teóricas: crítica e da cultura, a partir de um olhar latino-americano.

Encaminha-se para um lado teórico dado a possibilidade da teoria na ligação com o pensamento pragmático. Teoriza-se e baseia-se nos postulados para se fazer ciência e trazer reflexões teóricas e práticas sobre o sujeito-objeto em questão.

O trabalho é guiado pelo problema de pesquisa: como diferentes olhares teóricos explicam o fenômeno das rádios comunitárias no Brasil em uma perspectiva sócio-política e cultural?

Têm-se como objetivos: realizar o entendimento teórico das rádios comunitárias brasileiras em relação à Teoria Crítica da Comunicação, bem como



o mesmo tipo de entendimento para os estudos culturais comunicacionais e em relação ao Pensamento Comunicacional Latino-americano; e ainda pretende-se refletir teoricamente o papel das rádios comunitárias frente à conjuntura atual teórica-comunicacional.

Metodologicamente envereda-se por uma pesquisa qualitativa com análise teórica e procedimentos de pesquisa bibliográfica.

O trabalho é dividido em cinco momentos: o primeiro deles enfatiza o que é uma rádio comunitária e suas peculiaridades no Brasil, trazendo uma perspectiva de inserção do sujeito-objeto da pesquisa. O segundo, terceiro e quarto momentos do trabalho enveredam pela perspectiva de fundamentação teórica, trazendo apanhados sobre as teorias comunicacionais: Crítica, dos Estudos Culturais e do Pensamento Comunicacional Latino-americano. O último momento é analítico, e nele se procura desvendar o problema da pesquisa através da ligação do objeto com as teorias, mostrando as interfaces das três teorias estudadas com as rádios comunitárias brasileiras consideradas sérias e verdadeiramente comunitaristas.

2. O que é uma rádio comunitária?

As rádios comunitárias são uma das categorias de meios de comunicação social radiofônicos existentes no Brasil entre os rádios: convencionais, públicas, educativas, livres, de poste; cada uma com seu modo e intencionalidade de reverberar, através de sons, processos comunicacionais, geralmente massivos e com vivências, confluências, conseqüências próprias. Tudo isso torna a rádio comunitária uma das maiores e mais heterogêneas formas de pluralização da comunicação.

Em termos de funcionamento e emissão de sinais, as rádios comunitárias são iguais a qualquer outra rádio. Operam em Freqüência Modulada (FM) e hoje estão presentes em praticamente todas as regiões do Brasil chegando a, aproximadamente, trinta mil rádios no país (proporcionalmente: mais de quatro emissoras para cada município brasileiro).

Segundo Orlando Maurício de Carvalho Berti (2009) as primeiras legalizações de emissoras de rádio que utilizam e se assumem como comunitárias só ocorreram há pouco mais de dez anos com a implantação da Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, mais conhecida como Lei das Rádios Comunitárias.

Mesmo assim, o movimento de rádios comunitárias e rádios livres no Brasil é muito mais antigo que a Lei, tendo suas primeiras organizações vinte anos antes.



O início da legalização das rádios comunitárias brasileiras foi uma consequência histórica desse movimento em uma série de lugares no País e de milhares de embates Brasil afora para garantir o direito de transmitir radiofonicamente o que ocorria em comunidades e localidades, geralmente não assistidas e não representadas por meios de comunicação convencionais. Rádio comunitária no Brasil é:

um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 km a partir de sua antena transmissora, criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades. Trata-se de uma pequena estação de rádio, que dará condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas idéias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais. A Rádio Comunitária deve divulgar a cultura, o convívio social e eventos locais; noticiar os acontecimentos comunitários e de utilidade pública; promover atividades educacionais e outras para a melhoria das condições de vida da população. Uma Rádio Comunitária não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como: partidos políticos, instituições religiosas etc (MANUAL DE ORIENTAÇÃO PARA RÁDIOS COMUNITÁRIAS, 2010).

Ainda, segundo o Manual de Orientação para Rádios Comunitárias (elaborado pelo Ministério das Comunicações – MC) que ensina como instalar uma emissora desse tipo, no Brasil, o serviço de radiodifusão comunitária pode ser operado por entidades consideradas comunitárias pelo MC.

Luiz Artur Ferrareto (2001, p.50) destaca também uma rádio comunitária como sendo as emissoras com transmissores de baixa potência e antenas não superiores a 30 metros de altura, sendo que essas rádios devem atender as comunidades onde estão instaladas, difundindo idéias, elementos culturais, tradições e hábitos locais, além de estimular lazer, integração, convívio e prestar serviços de utilidade pública.

Márcia Detoni (2004, p.279), aderindo aos aspectos teóricos mais aceitos, classifica rádio comunitária como a que têm:

programação voltada para os problemas e realidades do bairro ou região, que valorize a cultura local e tenha um forte compromisso com a educação para a cidadania;



participação direta da população ao microfone e na produção dos programas; participação da comunidade no gerenciamento e na definição dos programas da emissora por meio de assembléias coletivas; finalidade não lucrativa. Os recursos para o funcionamento da emissora são arrecadados através de apoio cultural e de contribuições da comunidade.

José Ignacio López Vigil (2003, p.495) destaca que o termo rádio comunitária é apenas uma das formas de se chamar mundialmente essas emissoras de rádio, visto que em outros países também são conhecidas como rádios livres, rádios rurais, educativas, populares, participativas, indígenas, públicas e associativas.

O que, no Brasil, não deixa de congrega todos esses termos em um único só, mostrando que essas emissoras podem ser um diferencial em relação aos meios de comunicação considerados comerciais ou público-estatais e que, sendo chamado de comunitário ou não, é importante na essência e na função de ser diferente, agregador, socializador e emancipador.

Segundo o Ministério das Comunicações do Brasil² há atualmente no País³ 3.959 emissoras de rádio comunitárias autorizadas a funcionar. Essas emissoras são conhecidas por legalizadas. Entidades como a Abraço (Associação Brasileira de Rádios Comunitárias⁴) e a Amarc-Brasil (Associação Mundial de Rádios Comunitárias⁵ no Brasil), que têm forte atuação junto ao movimento de emissoras radiofônicas comunitárias⁶, dizem, em estatísticas não oficiais, que esse número, no País, é apenas um décimo do total de emissoras comunitárias também conhecidas como rádios livres por não terem autorização oficial para funcionarem.

Há ainda um desafio hercúleo no sentido de legalização dessas outras quase vinte e seis mil emissoras, além da garantia de comunitarismo para as já legalizadas.

²Órgão do Governo Federal que regulamenta e autoriza o funcionamento de rádios comunitárias no País.

³Dados de 09 de junho de 2010.

⁴<http://www.abraconacional.org>

⁵<http://amarc.brasil.flujos.org>

⁶O número exato de emissoras de rádios comunitárias no País (com a inclusão das não legalizadas, propriamente comunitárias ou livres, e suas respectivas variações) varia muito principalmente por conta do fechamento e abertura diário de emissoras. Calcula-se que haja diariamente no Brasil mais de 50 fechamentos e aberturas desse tipo de rádio. Os fechamentos geralmente ocorrem por conta da ação de fiscalização da ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações – órgão do Governo Federal, com ligação ao Ministério das Comunicações, responsável pela fiscalização desse tipo de emissora radiofônica no Brasil



3. Um breve apanhado sobre a Teoria Crítica da Comunicação

Na perspectiva da Comunicação, a Teoria Crítica é uma espécie de postulado teórico, político comunicacional cujo principal objetivo é fazer uma severa crítica ao entendimento de uma mídia supostamente manipuladora, concentradora de produção, não participativa e, principalmente, pasteurizadora de bens veiculados nesses meios de comunicação. A Teoria Crítica, apesar de ser da primeira metade do Século XX ainda tem fortes influências, principalmente entre os pensadores da comunicação no Brasil.

A Teoria Crítica influencia outros campos, ao criticar a mídia, entendendo comunicação como mercadoria produzida por uma indústria cultural. Preocupa-se com o que o público será atingido através das perspectivas dos meios de comunicação de massa (via produtos dessa indústria cultural). É uma teoria mais de caráter epistemológico⁷, partindo da leitura histórica dos fatos, com ênfase no contexto e nos efeitos da comunicação na sociedade, onde o receptor é o objeto da ação. Também é considerada uma das teorias comunicacionais fundadoras do pensamento comunicacional, pois foi a partir dela que se começou a atender para os fenômenos desse campo científico⁸.

Venício Lima (2001, p. 38-39) enfatiza que o modelo teórico da Mercadoria (como prefere traçar a Teoria Crítica, pois entende a comunicação como uma mercadoria da indústria cultural) tem como definição os produtos comunicacionais produzidos por essa indústria cultural, com explosão teórica na Alemanha, Inglaterra, França e América Latina.

Venício Lima (2001, p.38-39) diz que a Teoria Crítica historicamente questiona o Iluminismo, debatendo a cultura popular da primeira metade do século XX, tendo também como mídia dominante quaisquer culturas de massa, com uma visão de sociedade como classista. O autor destaca como questão básica de pesquisa: qual é a lógica da produção cultural? Essa teoria tem como disciplina de apoio o marxismo e a categoria de análise como a indústria cultural. Venício Lima (2001, p.39) aponta que a audiência na visão da Teoria Crítica da Comunicação é passiva, com conformismo.

⁷Epistemologia neste trabalho entendida como teoria da teoria. Ou seja, segundo Luiz Carlos Martino (2003, p.70) é uma tomada de posição e garantia de cientificidade (p.79).

⁸Parte dessas características compõem os resumos e anotações de assuntos das aulas da disciplina Correntes Teóricas da Comunicação Social, ministrada pelo professor-doutor Laan Mendes de Barros, no Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação Social (nível Mestrado e Doutorado) da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo.



A pesquisadora Bárbara Freitag (1986, p.14) enfatiza que a Teoria Crítica baseia-se no materialismo e na psicologia social dos processos históricos societários em que:

a elaboração dessa teoria somente seria possível se fossem incluídas na reflexão teórica as contribuições empíricas e históricas da sociologia e da moderna historiografia. Isso não deveria ocorrer de forma acrítica e indiscriminada, mas sim a partir de uma teorização freudo-marxista flexível, cuja dinâmica se basearia em uma metodologia dialética, de inspiração hegeliana e marxista (FREITAG, 1986, p.15-15).

Bárbara Freitag (1986, p.71) diz ainda que, na visão da Teoria Crítica o produto cultural integrado à lógica do mercado e das relações de troca deixa de ser “cultura” para tornar-se valor de troca. Ou seja, mercantilizam-se os produtos e, no caso, a Comunicação, que segundo FREITAG (1986, p.65) é a principal herança dessa teoria. A mesma autora ressalta que a indústria cultural não é: “simplesmente mais um ramo da produção na diversificada produção capitalista, ela foi concebida e reorganizada para preencher funções sociais específicas, antes preenchida pela cultura burguesa, alienada de sua base material (FREITAG, 1986, p.72)”.

A Teoria Crítica da Comunicação se caracteriza como:

a construção analítica dos fenômenos que investiga e, por outro lado e simultaneamente, como capacidade para atribuir esses fenômenos às forças sociais que os provocam [...] propõe-se como teoria da sociedade entendida como um todo. [...] A teoria crítica pretende ser o oposto⁹ (WOLF, 1991, p.73).

Esse caráter de oposição é nítido na forma funcionalista da comunicação que entende que a produção de bens culturais é normal e saudável para uma cultura de massa (termo que contrapõe a perspectiva de indústria cultural do pensadores comunicacionais críticos).

⁹Oposição principalmente à Teoria Funcionalista (que, na perspectiva teórica não faz parte do escopo deste trabalho). Mas a Teoria Funcionalista prevê na perspectiva da Comunicação o bom funcionamento dos organismos sociais e os instrumentos comunicacionais são vistos como meios que ajudam na organicidade social em uma cultura de massa.



Armand Mattelart e Michèle Mattelart (2003, p.77) destacam, ao analisarem os postulados de Theodor Adorno e Max Horkheimer (dupla de principais pensadores dessa teoria), que a produção industrial dos bens culturais é movimento global de produção da cultura como mercadoria. Na mesma obra, os autores ainda fazem crer que não exista apenas uma indústria cultural, mas indústrias culturais que, através dos meios de comunicação, criam costumes e pasteurizam o que é consumido.

Segundo Theodor Adorno (1978, p.295), a indústria cultural “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”.

Os produtos culturais, os filmes, os programas radiofônicos, as revistas ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo (MATTELART; MATTELART, 2003, p.77).

Umberto Eco (2006, p.14) fala da indústria cultural como um sistema de condicionamentos, ao qual todo operador de cultura deverá prestar contas, se quiser comunicar-se com seus semelhantes. Já, ao analisar o pensamento de Umberto Eco, Everardo Rocha (1995, p.62) diz que a visão de indústria cultural dos apocalípticos (como também são conhecidos os adeptos à Teoria Crítica da Comunicação) pode ser definida como uma máquina de imposição da ideologia dominante sobre o restante da sociedade.

4. Um breve apanhado sobre os Estudos Culturais

Nos estudos culturais, a comunicação é um fenômeno cultural e não político. Os preceitos comunicacionais sociais são entendidos como formas de compartilhamento, sendo que as relações dos meios de comunicação com o receptor são mais fortes.

Os Estudos Culturais¹⁰ fazem uma síntese entre o texto e o contexto da Comunicação Social, ou seja, enveredam quase que simultaneamente por dentro e por fora dos objetos comunicacionais, visando uma economia interna com foco nos meios, tendo a sociedade como produtora de processos sógnicos enquanto processos sociais.

“Os Estudos Culturais atribuem à cultura um papel que não é totalmente explicado pelas determinações da esfera econômica (ESCOSTEGUY, 1999,

¹⁰Ideias obtidas nas aulas da disciplina Correntes Teóricas da Comunicação Social no PPGCOM (nível de Mestrado e Doutorado da Universidade Metodista de São Paulo) durante o primeiro semestre letivo de 2010.



p.144)”. Essa forma de ver a Comunicação Social também compreende: “os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia (ESCOSTEGUY, 1999, p.146-147)”.

Ressalte-se que, na visão de Ana Carolina Escosteguy (1999, p.155), ao falar da atual esfera dos Estudos Culturais, o centro desses estudos deslocou-se para questões de subjetividades e identidades para textos culturais que ocupam os domínios privado e doméstico aos quais se dirigem, mostrando assim uma evolução teórica em prol de novos sujeitos-comunicacionais.

Mais atual ainda são as discussões sobre: “a globalização, a força das migrações e o papel do Estado-nação e da cultura nacional e suas repercussões sobre o processo de construção das identidades (ESCOSTEGUY, 1999, p.155)”.

Armand Mattelart e Michèle Mattelart (2003, p.103) destacam, ao analisarem os postulados de Raymond Leavi, um dos pais dos Estudos Culturais, que o “desenvolvimento do capitalismo industrial e suas expressões culturais têm efeito pernicioso sobre as diversas formas de cultura tradicional, tanto do povo como da elite”. Os mesmos autores, apontando a evolução dos estudos culturais, enfatizam, através dos postulados de Raymond Williams, a cultura como sendo um processo global por meio do qual as significações são social e historicamente construídas, sendo a literatura e a arte uma parte da comunicação social.

Também citando o pensador Stuart Hall, outro ícone dos estudos culturais, Armand Mattelart e Michèle Mattelart (2003, p.109), afirmam que “a audiência é ao mesmo tempo o receptor e a fonte da mensagem, pois os esquemas de produção – momento de codificação – respondem às imagens que a instituição televisiva se faz da audiência e aos códigos profissionais”.

Para Venício Lima (2001, p.38) os estudos culturais (que ele prefere chamar de modelo teórico da Cultura) são sistemas de significação, em que a ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada, bem como o processo simbólico destaca-se como realidade que é produzida e mantida, restaurada e transformada.

O mesmo autor frisa que essa teoria tem como berço geográfico a Inglaterra, principalmente com o CCCS¹¹ e os Estados Unidos. A Teoria tem como contexto histórico uma situação com críticas ao marxismo ortodoxo e ao modelo transmissivo positivista, com estudos de mídia voltados principalmente à televisão,

¹¹ Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham, na Inglaterra, berço da explosão dessa teoria da Comunicação.



tendo uma visão de sociedade como essa sendo de classes ou de comunidades. A questão básica de pesquisa dos estudos culturais é: qual a representação da realidade construída pelos meios de comunicação de massa? Tem como disciplinas de apoio o Marxismo, a Crítica Literária e ainda a Psicologia social (cognitivista), a Antropologia e a Literatura.

Venício Lima (2001, p.39) aponta que, na perspectiva dos estudos culturais, o leitor/audiência é ativo no processo comunicacional, tendo essa teoria como metodologia de pesquisa análises histórico-críticas, etnográficas, e hermenêuticas.

Mauro Wolf (1991, p.96) diz que os estudos culturais centram-se, principalmente, “na análise de uma forma específica de processo social, relativa à atribuição de sentido à realidade, à evolução de uma cultura, de práticas sociais partilhadas, de uma área comum de significados”, sendo a cultura não somente uma soma de hábitos ou costumes sociais. No conceito de cultura, são abordados significados e valores.

Os Estudos Culturais também tiveram avanços e evoluções para explicarem os fenômenos comunicacionais antes dissoantes ou não explicados na dicotomia: Teoria Crítica versus Funcionalismo, inclusive oferecendo uma nova via para as perspectivas culturais “periféricas” (no sentido de margem de estudos) como a América Latina.

5. Perspectivas atuais do Pensamento Comunicacional Latino-americano

O Pensamento Comunicacional Latino-americano é uma espécie de terceira via para os estudos comunicacionais, fugindo-se de uma dicotomia: estudos europeus (mais críticos) e estudos norte-americanos (mais funcionalistas)¹², ou então um novo caminho, levando-se em conta os postulados de Umberto Eco (2006) ao trazer as discussões sobre apocalípticos e integrados.

Pensamento comunicacional constitui-se, segundo Bernard Miège (2000, p.128): “com a contribuição de teóricos (geralmente rompendo com suas disciplinas ou “escolas” de origem) e com a sistematização de concepções que dependem diretamente da atividade profissional e social”.

A caracterização desse pensamento latino-americano voltado à comunicação é regionalizada na América Latina, área historicamente dominada econômica,

¹²Não se generaliza, apenas apontam-se tendências para essa perspectiva dicotômica em termos de estudos comunicacionais nos principais centros de conhecimento do Mundo.



cultural, política e cientificamente por potências européias e pelos Estados Unidos. A necessidade de visualização de uma comunicação latino-americana, especialmente em língua e cultura hispano-portuguesa traz reflexões para essa área e seus processos comunicacionais.

Para o pensador Miguel de Moragas Spa (In: MELO, 1998, p.100) a comunicação na América Latina é singular porque:

pela vivência da mudança social e das transformações comunicativas, apareceram mais claramente, como em nenhum outro contexto mundial, as implicações políticas da pesquisa sobre a comunicação. A história da pesquisa na América Latina se encarna, completamente, na luta pela emancipação e/ou nos êxitos e dificuldades dos processos de dominação. A problemática comunicacional, diferenciando-se do que ocorre na Europa, aparece claramente como um instrumento, a serviço da dominação ou da emancipação (MORAGAS SPA IN: MELO, 1998, p.100).

Jesus Martin-Barbero (1997, p.278) aponta que o paradigma hegemônico para a análise da comunicação na América Latina ocorre em duas etapas: a ideologista e a cientificista. Na ideologista:

a pesquisa se concentrava no objetivo de descobrir e denunciar, articulando essa base epistemológica com uma posição de crítica política, as estratégias mediante as quais a ideologia dominante penetra o processo de comunicação, ou melhor, para falar com a linguagem coeva, penetra a mensagem provocando determinados efeitos (MARTIN-BARBERO, 1997, p.278).

Já na fase cientificista, Jesus Martin-Barbero (1997, p.279), tem por base o “modelo informacional, com um revival positivista, que proíbe a problematização de tudo aquilo que não tivesse a correspondência de um método”. Nesse mesmo modelo, que o autor chama de mediações, há a redescoberta do popular (1997, p.284), onde a comunicação traz uma revalorização das articulações e mediações da sociedade civil.

Jesus Martin-Barbero (1997, p.280) fala que os modelos tradicionais da Comunicação deixam de lado os processos do comportamento coletivo, ficando



de fora os conflitos de interesses em jogo na luta por produzir, acumular ou veicular informações e, por conseguinte, os problemas da desinformação e do controle.

José Marques de Melo (1998, p.101), uma das maiores autoridades desse Pensamento Comunicacional Latino-americano, ainda cobra e contribui ao debate que a tarefa dos pesquisadores de comunicação não é outra senão realizar contributos para a construção de sistemas democráticos comunicacionais ao mesmo tempo sendo dinamos e espelho das sociedades democráticas, os quais se deseja implantarem na América Latina.

Nestor Garcia Canclini (1998, p.19) diz que é necessário o redesenho dos planos que comuniquem os níveis horizontais da comunicação. Ele diz isso ao analisar a culturação e mestiçagem dos povos latino-americanos, as culturas híbridas tão interconectadas hoje com a comunicação e não mais apenas instrumentos de cultura ou somente instrumentos de politização ou dicotomização.

Atualmente, o Pensamento Comunicacional Latino-americano, além de se voltar para uma terceira via das perspectivas científicas da Comunicação Social, também apresenta contributos para o campo das culturas híbridas (levando-se em conta os postulados de Garcia-Canclini) e para as relações entre a Comunicação e educação, em uma perspectiva instigada por Paulo Freire, principalmente dando mais voz aos pensamentos brasileiros e do restante dos países da América Latina.

6. Os diferentes olhares teóricos na explicação do fenômeno das rádios comunitárias no Brasil na perspectiva sócio-política e cultural

Os processos comunicacionais contemporâneos abrangem as rádios comunitárias como um tipo de nova mídia. “Novo” não por ser novidade em relação de estar a par das tecnologias atuais, mas pelo desprezo, quase histórico, dos acadêmicos em estudar esse tipo de meio de comunicação e também pelo histórico preconceito à qualidade e eficácia social desse meio de comunicação no Brasil.

Com a legalização das primeiras emissoras, principalmente com a prova de que esse tipo de rádio pode¹³ ser instrumento de democratização de uma comunicação social diferenciada e mais plural, novos olhares se voltam para as

¹³O termo “pode” é usado como uma possibilidade, não como uma certeza de que uma rádio comunitária sempre fará transformações sociais e coletivas nos lugares (comunidades) em que está instalada.



rádios comunitárias. Vislumbrou-se a partir daí não apenas o meio em si, mas sua interação (por dentro e por fora) como meio comunicacional.

Exemplos positivos e até contrastantes com essa essência começaram a despertar o interesse da Academia de Comunicação, que agora começa a enveredar para a temática de forma mais atenciosa e menos preconceituosa¹⁴, também tentando construir uma epistemologia mais diferenciada e própria à área.

Por isso, concorda-se com Venício Lima (2001, p.29) ao destacar que as novas mídias alteram algumas características centrais do que se chamam mídias antigas da comunicação de massa, principalmente em termos de unidirecionalidade e massificação.

Essa passagem teórica se enquadra quase que perfeitamente com as rádios comunitárias brasileiras, pois as emissoras sérias instigam novos processos com perspectivas tanto políticas, quanto culturais e sociais.

As rádios comunitárias nesses novos processos e vivências comunicacionais enquanto instrumentos políticos quebram a prática tradicional de emissão ativa e audiência passiva, além de entender essa audiência apenas como massa.

Versando-se teoricamente sobre as rádios comunitárias, à luz das teorias estudadas, a audiência passa a ser privilegiada, participativa, agregadora, socialmente responsável e interessada no processo, politicamente mais interessada, inclusive em discutir o que está em sua volta. A audiência das rádios comunitárias também fica culturalmente mais fortalecida, não aceitando o que vem somente de fora, mas valorizando os aspectos identitários de sua própria comunidade.

Isso consoa com as perspectivas da Teoria Crítica, dos Estudos Culturais e do próprio Pensamento Comunicacional Latino-americano, levando-se em conta que esses preceitos teóricos ajudam a explicar, de forma plausível, parte dos fenômenos ligados às rádios comunitárias no Brasil.

A comunicação está se convertendo num espaço estratégico a partir do qual se pode pensar os bloqueios

¹⁴Ressalte-se as sublinhas de pesquisa em Comunicação Social consolidadas nos programas de pós-graduação da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo – SP); UFG – Universidade Federal de Goiás (em Goiânia – GO); UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro (no Rio de Janeiro – RJ); UFC – Universidade Federal do Ceará (em Fortaleza – CE); UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (em São Leopoldo – RS).



e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva (MARTIN-BARBERO, 1997, p.258).

Por isso, o mesmo Jesus Martin-Barbero (1997, p.258) enfatiza que, atualmente, os eixos dos debates comunicacionais devem ser deslocados para as mediações, ou seja: “para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”.

Entoando-se aí, quase que perfeitamente, as rádios comunitárias, principalmente pela perspectiva de maior mediação, por estarem mais próximas aos grupos sociais (comunidades). Por esse caminho, ajuda-se a explicar o papel das rádios comunitárias perante o Pensamento Comunicacional Latino-americano.

Na perspectiva dos estudos culturais, como aponta Venício Lima (2001, p.38), essa teoria da comunicação tem em sua essência de visão de sociedade a própria comunidade. Isso se dá por conta de os Estudos Culturais em uma de suas vertentes preocuparem-se com o processo social, processo esse realizado pelas rádios comunitárias. Nessa categoria, esse tipo de emissora adentra a preocupação de um processo de síntese e contexto, com um diacronismo em prol do processo comunitário.

Na perspectiva da Teoria Crítica, as rádios comunitárias não se encaixam por conta do criticismo, mas por sua natureza de dicotomia em relação aos meios considerados convencionais (geralmente comandadas por oligarcas, políticos ou grupos de poder). Na visão crítico-comunicacional, realmente as rádios comunitárias fazem o papel oposto, justamente ao dar espaço para a comunidade em não aceitar produtos da indústria cultural, nem pasteurizar comunicacionalmente o que é imposto pela grande mídia.

Considerações finais

A visão de rádio comunitária como meio de comunicação e sua importância na perspectiva dos processos da Comunicação Social abrem um leque novo, principalmente para a ainda desprezada, ou não reconhecida em alguns centros de pesquisa, Comunicação Comunitária.

As rádios comunitárias são apenas uma das formas de comunicativas



comunitaristas (abrangendo-se também televisões comunitárias, blogues, jornais impressos comunitários, comunicação em redes sociais e em outras formas via tecnologias atuais de comunicação). Além do meio em que é veiculado a produção comunitária, mais importante é a intencionalidade do processo.

Mesmo com contrastes em suas essências, as três perspectivas teóricas estudadas em ligação com as rádios comunitárias têm pontos socializantes em comum, mostrando que esse meio de comunicação é importante e tem sua função, no caso crítica, no outro caso, cultural e no outro caso, dialógica.

A perspectiva crítica é importante porque as rádios comunitárias, ao se preocuparem com quem recebe suas mensagens, e no aspecto dos efeitos da comunicação na sociedade, portam-se como meio a criticar a hegemonia das rádios convencionais, historicamente dicotômicas ao comunitarismo. Também, pela visão crítica, as rádios comunitárias cumprem o papel por se distanciarem da mídia hegemônica, preocupada apenas na reprodução de bens culturais.

Já a perspectiva cultural é importante porque as rádios comunitárias exercem influência em pensar e agir cultura em prol dos seus receptores, em enveredar pelos processos sociais.

A perspectiva dialógica (ou do Pensamento Comunicacional Latino-americano) é importante porque traz uma perspectiva mais própria, mais regional e mais educacional aos processos desse tipo de emissora.

Por isso, conclui-se que, realmente, diferentes olhares teóricos explicam o fenômeno das rádios comunitárias no Brasil. Em sua perspectiva social, mostrando a importância de novos olhares e diferentes caminhos em prol das próprias comunidades e em uma perspectiva política (e às vezes até dicotômica) se contrapõe à mídia tradicional, instigando, inclusive, uma criticidade social. Instigam também a cultura a uma visão própria de se fazer comunicação e a uma valorização do cultural, do regional e do local nas regiões (e comunidades) em que estão instaladas.

Referências

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1978.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Os processos comunicacionais nas rádios comunitárias legalizadas do Sertão do Piauí**. São Bernardo do Campo:



Dissertação apresentada ao programa de pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

DETONI, Márcia. Rádios Comunitárias: revolução no ar. In: BARBOSA FILHO, André; BENETON, Rosana; PIOVESAN, Ângelo. **Rádio Sintonia do Futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Estudos Culturais: uma introdução**. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). O que é, afinal Estudos Culturais? Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio – o Veículo, a História e a Técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

FREITAG, Bárbara. **A Teoria Crítica**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 1998.

LIMA, Venício Artur de. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. **Manual Urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINO, Luiz Carlos. As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MELO, José Marques de. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MIÈGE, Bernard. **Pensamento Comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Lista das rádios comunitárias autorizadas a funcionar no Brasil**. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br>>



images/radio-comunitaria/processos-autorizados/rel_radicom_entidades_autorizadas-brasil_08062010.pdf>. Acesso em 09 de junho de 2010.

_____. **O que é uma rádio comunitária.** Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/o-que-e>>. Acesso em 08 de junho de 2010.

_____. **Manual de como se montar uma rádio comunitária.** Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/images/2009/08/manual.pdf>>. Acesso em 07 de junho de 2010.

ROCHA, Everardo. **A Sociedade do Sonho: Comunicação, Cultura e Consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1991.

Abstract

This paper is a reflective study of how community radio stations in Brazil are seen and explained from the perspectives of communication theory and critical studies, cultural studies and communication of thought in Latin America. Have been as a research community radio stations in Brazil under the critical perspectives, cultural and communication under the vision of Latin America. The aim is to elucidate the question of how different looks theorists explain the phenomenon of community radio stations in a Brazilian socio-cultural-political. The objective is to understand theoretically the Brazilian community radio stations in relation to critical theory and cultural studies, link them with the Latin American Thought Communicational, and to reflect the paper of community radios in the face of current economic theory and communication. They also show the current critical role of bridges and antagonisms on the theoretical conflicts of community radio stations in your way of experiencing the communicational status quo today.

Keywords: Community Radio, Communication Theory, Critical Theory, Cultural Studies, Latin American Thought Communicational.

