

RÁDIOS COMUNITÁRIAS DO VALE DO ITAJAÍ: CONTROVÉRSIA LEGAL, SOCIOPOLÍTICA E IDEOLÓGICA

Carlos Roberto Praxedes dos Santos

Sérgio Luís Boeira

Resumo

A pesquisa para a dissertação de mestrado em gestão de políticas públicas¹, na qual este artigo está baseado, teve como objetivo investigar até que ponto as emissoras legalmente comunitárias contribuía com a formação de capital social (cultura cívica) em suas localidades. Fenômeno recente entre os meios de comunicação existentes no Brasil, as rádios comunitárias surgiram a partir das experiências das chamadas rádios livres, com o dever legal de servir como canal de prestação de serviços às comunidades locais. Porém, as finalidades apontadas na legislação foram substituídas por práticas clientelísticas que nada contribuem com o desenvolvimento das comunidades em que estão inseridas, principalmente em se tratando de avanços democráticos. Essas práticas, segundo se pode deduzir modestamente deste estudo, iniciam já na busca de autorização legal para cada canal comunitário e se refletem nas programações e na forma como as rádios dirigem-se aos ouvintes. Este trabalho procura analisar, por meio de estudo de caso, as estruturas e as programações de duas rádios comunitárias situadas no Vale do Itajaí – Santa Catarina (Brasil).

Palavras-chave: Comunicação; comunidade; capital social; rádio comunitária.

Introdução

Apesar dos avanços tecnológicos observados nos últimos anos nos meios de comunicação, principalmente no tocante à redução das distâncias entre os indivíduos do chamado mundo globalizado, tem sido problematizado entre os estudiosos e cidadãos críticos o fato de a mídia continuar sobrepondo interesses mercadológicos aos das reais necessidades da maioria da população, principalmente em se tratando de “países em desenvolvimento”. Após alguns anos de crescimento econômico, desde o Plano Real em meados da década de 1990, a concentração de renda persiste no Brasil e uma parte significativa da população vive no limite da pobreza, não

¹ Este artigo está baseado na dissertação de mestrado defendida em 8 de julho de 2005, no Programa de Mestrado Profissionalizante em Gestão de Políticas Públicas da Universidade do Vale do Itajaí, por Carlos Praxedes dos Santos, sob orientação de Sérgio Luís Boeira.

tendo acesso aos serviços de saúde, saneamento básico e educação, necessários para uma vida digna. Por outro lado, o País ostenta posição invejável no campo das comunicações. É o segundo do mundo em número de emissoras de rádio, perdendo apenas para os Estados Unidos. Possui também uma das maiores redes de televisão do planeta.

Conforme o jornalista Milton Jung (2004, p.60), cerca de 99,9% dos brasileiros ouvem rádio e acreditam no que escutam, como já apontou o IBOPE. Por outro lado, igrejas e partidos políticos encontram no rádio um importante instrumento para difusão de ideologias. Trata-se de um meio popular, de fácil acesso, com retorno geralmente garantido. Outro fato que chama atenção é que o Brasil observa uma verdadeira explosão no número de rádios comunitárias. Já são aproximadamente 2.300 emissoras em apenas oito anos, cerca de 35% de todas as rádios existentes no País. Porém, os princípios de uma comunicação voltada à coletividade demoraram a chegar no Brasil e suspeita-se, ainda assim, que as rádios comunitárias também estejam sendo utilizadas de forma clientelística.

Como objeto central de estudo desta pesquisa encontram-se duas rádios comunitárias situadas na região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. Entre os critérios para escolha das duas emissoras comunitárias como um foco da amostragem está a difusão de ideologias corporativas (em maior ou menor grau na comparação entre ambas). Os principais objetivos deste trabalho são averiguar com quais critérios sociopolíticos e legais as políticas públicas de radiodifusão no Brasil têm tratado as rádios comunitárias e se os programas veiculados pelas rádios comunitárias sediadas no Vale do Itajaí contribuem com a ampliação do capital social e com a democracia.

Para tanto, o estudo de caso contou com pesquisa qualitativa de tipo exploratória entre os dirigentes e profissionais de nove rádios comunitárias existentes no Vale do Itajaí. Entre as técnicas utilizadas, optou-se pela “observação participante”², pois as “entrevistas não estruturadas ou completamente abertas” e “semi-estruturadas” foram realizadas em contextos de pouca interação entre pesquisador-entrevistado. Na técnica de observação participante “[...] não existe tentativa de estabelecer confiança ou desenvolver um bom relacionamento entre as partes” (MOREIRA, 2002, p.54).

A intenção foi examinar os contextos em que estão inseridas as rádios comunitárias do Vale do Itajaí e comparar o perfil administrativo e político dos dirigentes das duas emissoras principais, observando-se se estas realmente atendem às demandas de sua área de abrangência.

² Em evento destinado a debater a realidade das rádios comunitárias.

Nestas entrevistas os aspectos examinados levaram em conta a presença de posturas assistencialistas, clientelísticas, de relações hierárquicas ou horizontais, com o intuito de identificar possíveis entraves aos laços de confiança e solidariedade, indispensáveis à geração de capital social.

Entrevistas “não estruturadas ou completamente abertas” também foram feitas com colaboradores dessas emissoras, de entidades representativas como a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (ABRAÇO), Rede Brasil de Comunicação Cidadã (RBC), Associação Nacional Católica de Rádios Comunitárias (ANCARC) e da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL).

A partir daí aprofundou-se a pesquisa com as duas rádios comunitárias principais por meio da análise de conteúdo (AC) de suas programações, na tentativa de investigar em que grau e sentido elas poderiam ser denominadas rádios “comunitárias”.

Portanto, este artigo inicia com as definições em torno daquilo que passou a ser chamado de capital social, o capital imprescindível para a constituição de laços de solidariedade, reciprocidade, confiança, consciência cívica. Em seguida, discute-se a relevância das rádios comunitárias num país com desigualdades sociais como o Brasil. A terceira parte deste trabalho faz um levantamento das rádios comunitárias em operação no Vale do Itajaí, em Santa Catarina. A seguir, destaca-se a sobreposição de sinais entre duas rádios comunitárias existentes na cidade de Itajaí, o que causa interferência de sinais entre duas emissoras de inspiração religiosa: uma católica e outra evangélica. Depois, passa-se ao exame estrutural e da programação de duas das nove rádios comunitárias sediadas no Vale do Itajaí. Para tanto, preservamos a identidade das duas emissoras. Estimular a geração de capital social por meio do rádio e, sobretudo, de uma rádio comunitária, é a sugestão da última parte deste artigo.

1. O que é capital social?

Viver em comum, estabelecer relações de reciprocidade, de confiança, de ação mútua em busca de objetivos comuns são ações para o estabelecimento da comunidade. Essas ações, se bem construídas, podem levar ao surgimento de capital social, imprescindível para o desenvolvimento de consciência cívica nas comunidades. Termo provido de conotação altamente política, o capital social está em voga há alguns anos e vem sendo estudado por pesquisadores do mundo inteiro.

Para tentar explicar o que significa isso, é importante pensarmos sobre duas questões que estão na pauta das discussões do termo. A primeira remete à essência da palavra comunidade e tenta desvendar o motivo do atraso de determinadas comunidades em relação a outras semelhantes. Como algumas comunidades obtêm um nível de desenvolvimento muito maior ou menor do que outras com características semelhantes? Outra questão levantada quando se trata do assunto: por que o crescimento da economia não leva necessariamente ao desenvolvimento das populações de países pobres? As explicações para a primeira e para a segunda remetem à discussão do capital social, um capital completamente diferente do econômico, mas considerado fundamental para a manutenção ou construção deste.

Embora seus efeitos já fossem conhecidos desde a primeira metade do século XX, somente a partir da década de 1960 antropólogos e urbanistas como Jane Jacobs “começaram a desconfiar que as redes sociais constituíam um fator decisivo para o desenvolvimento local, como se fossem uma espécie de ‘capital’” (FRANCO, 2003a). Jacobs teria sido, segundo Franco (2000, p. 85) “a primeira pessoa a explorar, depois de Tocqueville, a intimidade sociológica do fenômeno que se quer captar com o conceito de capital social”.

Para Rosa Helena Stein (2003, p.172), citando Fukuyama, o termo foi utilizado pela primeira vez em 1916 por Lyda Judson Hanifan “para descrever centros comunitários de escolas rurais”. O capital social voltou à tona nas ciências sociais e vem ganhando adeptos desde a década de 1980 por todos os cantos do mundo. Stein destaca as contribuições dos estudos de Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert Putnam, Douglas North, Robert Bates e outros. Na perspectiva do Banco Mundial (BIRD), o termo refere-se “às redes e relações que estimulam a confiança e a reciprocidade” (STEIN, 2003, p.158). A relação entre crescimento econômico e desigualdade social tem levado o organismo internacional a propor políticas econômicas e sociais que tratem de gerar um círculo virtuoso e a propor três áreas críticas nas quais as políticas públicas deveriam atuar: educação, emprego e proteção social.

No Brasil é importante relacionar capital social como conceito primordial para alavancar o desenvolvimento, principalmente segundo os estudos de Augusto de Franco divulgados pela Agência de Educação para o Desenvolvimento (AED) e no projeto Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS). No exterior, Robert Putnam estudou as diferenças entre o Norte (desenvolvido social e economicamente) e o Sul (atrasado) da Itália e chegou à conclusão de que

os níveis diferenciados de capital social, formados gradualmente ao longo da história, explicariam o fenômeno naquele País.

Em sua pesquisa sistemática sobre os fundamentos teóricos do conceito de capital social, Sílvia Higgins parte do seguinte pressuposto: a construção deste conceito é uma “espécie de elipse com dois focos” (HIGGINS, 2005, p. 29), um político e outro utilitarista ou econômico. No primeiro, distinguem-se assimetrias na obtenção de recursos por intermédio de redes de relação social; no segundo, parte-se do pressuposto de que relações de troca simétricas permitem a obtenção de recursos presentes nas estruturas de relação social. Além das diferenças, diz ele, as duas perspectivas são convergentes na idéia de que as relações sociais constituem um patrimônio “não visível”, mas altamente eficaz, a serviço dos sujeitos sociais, sejam estes individuais ou coletivos. Neste sentido, “se as relações sociais estão baseadas na reciprocidade e na expectativa de cumprimento mútuo – caso contrário haveria sanção social –, os motores da ação coletiva serão a confiança e a cooperação” (HIGGINS, 2005, p. 29).

Ao tratar do foco político, Higgins destaca a obra de Pierre Bourdieu, apontado por ele como pioneiro na literatura sociológica a identificar o conceito de capital social. Bourdieu critica a teoria econômica por esta fixar-se no capital econômico convertível em dinheiro e direitos de propriedade, reduzindo o universo dos intercâmbios à troca mercantil, em que os agentes econômicos procuram a maximização de seus interesses. Como alternativa a esta redução, observa Higgins, o sociólogo francês propõe o desenvolvimento de uma ciência geral da economia prática capaz de estudar o capital, entendido como poder, incluindo o capital social e o cultural. Para ele, o capital social é um agregado de recursos atuais ou potenciais, vinculados à posse de uma rede duradoura de relações de familiaridade ou reconhecimento mais ou menos institucionalizadas. Esta abordagem foi objeto de diversas críticas: a análise do poder e da dominação em Bourdieu é considerada mecanicista, por não levar em conta a iniciativa humana, as complexas dinâmicas de criação, resistência e acomodação social. Mas, embora este autor não tenha aprofundado suas notas preliminares sobre capital social, Higgins considera que sua contribuição é relevante por tentar superar a teoria do capital presa à dicotomia econômico/não-econômico, bem como por seus aportes para esclarecer as relações entre cultura, redes sociais e poder.

Ao tratar do foco utilitarista ou econômico, Higgins analisa criticamente a obra do sociólogo norte-americano James Coleman, considerado um dos autores que mais contribuiu para

o desenvolvimento e difusão do conceito de capital social. Na concepção de Coleman, o capital social é entendido em termos funcionais e está relacionado aos fundamentos normativos capazes de produzir integração social. Ou seja, capital social consistiria, de acordo com a síntese de Higgins, em “todos aqueles elementos de uma estrutura social que cumprem a função de servir como recursos para que atores individuais atinjam suas metas e satisfaçam seus interesses” (HIGGINS, 2005, p. 33). O autor afirma que esta perspectiva utilitarista tem no *dilema do prisioneiro* um modelo e na reciprocidade estratégica a solução dominante. As normas sociais, consideradas como recurso da ação utilitária (capital social), “têm por função controlar, pela inibição ou pelas sanções positivas ou negativas, os comportamentos oportunistas que geram efeitos negativos sobre os demais atores” (HIGGINS, 2005, p.249). O autor conclui que a estratégia dominante conduz a um equilíbrio deficiente no qual ninguém colabora. Impera aqui a racionalidade instrumental.

Nossa abordagem do conceito de capital social reconhece a controvérsia existente entre os enfoques político e econômico, optando por uma interpretação que, partindo do primeiro e criticando as limitações instrumentais do segundo, seja democrática e pluralista, no sentido de reconhecer a relevância do associativismo democrático como fator de ampliação da cidadania em todas as organizações e instituições.

2. A relevância social das rádios comunitárias

Antes de abordarmos a legislação brasileira sobre rádios comunitárias, cabe destacar o artigo 221 da Constituição Federal, segundo o qual “a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios” (CONSTITUIÇÃO DE 1988, 2002, p. 134):

- I- preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II- promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III- regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV- respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

As emissoras comunitárias foram regulamentadas em 1998, uma década após a Constituição de 1988. Para obter a autorização de funcionamento de uma rádio comunitária é preciso constituir uma associação sem fins lucrativos. A rádio não pode transmitir comerciais,

apenas custear a programação com apoios culturais de empresas existentes dentro de sua área de abrangência. Ao contrário das emissoras educativas e comerciais, a rádio comunitária só pode operar com 25 watts de potência e sua antena não pode ter mais que 30 metros de altura. A intenção é que a rádio sirva realmente apenas a uma determinada comunidade. Outra diferença em relação às rádios comerciais é que as comunitárias não podem formar rede, precisam operar com programação própria e não podem vender espaço para terceiros dentro da sua grade de programação.

O maior objetivo é prestar serviço à comunidade abrangida pelo sinal da rádio, que pode ser apenas um bairro, no caso de cidades grandes, ou chegar a atingir todo um município de pequeno porte, caso não haja impedimentos geográficos para isso.

A regulamentação pelo Ministério das Comunicações seria o primeiro passo para a liberdade tão sonhada pelas emissoras livres – mas parece que a mesma teve efeitos contraditórios. Além disso, existe pressão dos oligopólios privados no sentido de impedir, desestimular ou proibir a formação de rádios comunitárias e de meios de comunicação alternativos (ARBEX JR., 2003, p.389).

As comunitárias pertencem a entidades criadas, em alguns casos, apenas para fazer jus à legislação e atender às exigências do Ministério das Comunicações. Essas entidades são associações ou fundações *formalmente* responsáveis pelas rádios comunitárias. Em alguns casos, tais associações recebem designações do tipo “obras assistenciais”.

[...] A lei aprovada está repleta de problemas. Os grupos de comunicação conseguiram impor uma série de restrições técnicas e burocráticas ao serviço de radiodifusão comunitária. Hoje, há pelo menos cinco mil pedidos de regularização na fila; as concessões são dadas em ritmo deliberadamente lento, sendo óbvio que as comunidades solicitantes não dispõem de recursos para pagar advogados e fazer *lobby*. E não podem funcionar sem autorização, sob pena de ter seu material apreendido (ARBEX JR., 2003, p.389-390).

A legislação brasileira garante o direito de funcionamento, mas o próprio Ministério das Comunicações não é claro o suficiente no sentido de disciplinar o conteúdo dos programas existentes atualmente nas rádios comunitárias. Disciplinar aqui não deve ser entendido como controlar, vigiar, mas no sentido de garantir que a programação das rádios comunitárias não sirva somente aos interesses de grupos religiosos ou político-corporativos, ou seja, a interesses particularistas, contrários à formação de um capital social enquanto cultura cívica.

3. Rádios comunitárias do Vale do Itajaí

Nove emissoras de rádio comunitárias estavam em operação no Vale do Itajaí até julho de 2005 nos municípios de Agrolândia, Balneário Camboriú, Bombinhas, Camboriú, Indaial, Itajaí (2), Mirim Doce e Taió. Como veremos a seguir, as nove emissoras destacam-se por confundir-se com o estilo de comunicação apresentados por FM's comerciais ou apresentam ligação direta com instituições religiosas.

A Rádio Comunitária de Agrolândia (ZYM 552), emissora da Associação Comunitária de Apoio às Entidades de Agrolândia, faz parte da Associação das Rádios Comunitárias do Vale do Itajaí (ARCOVALI), entidade criada no final de 2004 para incentivar a proliferação de rádios comunitárias na região e para fornecer assistência técnica e jurídica às mesmas. A emissora entrou no ar pela primeira vez em 2001, de forma livre. Foi fechada pela ANATEL em 2002 e em 24 de novembro de 2003 obteve licença provisória de funcionamento, entrando no ar em 1º de fevereiro de 2004. O responsável pela rádio diz que é difícil se manter em virtude da impossibilidade de divulgar os preços praticados pelo comércio nos anúncios em forma de apoios culturais. Segundo ele, a rádio é atuante na comunidade e mantém parcerias com a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais, colégios e o hospital do município.

A programação musical é variada, composta de música sertaneja, gauchesca, MPB, *rock* e *pop*. A rádio transmite poucos programas religiosos porque “algumas igrejas estavam prometendo curar câncer e Aids” (Entrevista)³, atitude condenada pelo conselho de programação. A emissora confunde-se com uma FM comercial, na forma de comunicação de seus locutores e de apresentação das músicas. A cidade não possui nenhuma outra emissora de rádio.

Em Taió também há rádio comunitária. Trata-se da 105 FM (ZYD 776), emissora pertencente à Associação Taioense de Cultura e Radiodifusão Comunitária. A rádio entrou no ar em 6 de outubro de 2001, mas recebeu licença definitiva somente em 22 de junho de 2003. A programação contém dois programas religiosos: diariamente das 6h às 6h15min, de origem católica e, às quartas-feiras das 11h às 12h, um programa evangélico. A emissora dispõe de cinco comunicadores e a programação musical é composta dos estilos sertanejo, gauchesco, *pop* e *rock*.

³ Informação fornecida durante entrevista concedida pelo responsável da Rádio Comunitária de Agrolândia (que preferiu não se identificar), em 28 de março de 2005.

Ou seja, a programação, que vai das 6h às 24h, também assemelha-se às rádios comerciais. A cidade possui outras duas emissoras de rádio.

A Associação Comunitária e Cultural de Mirim Doce foi criada em 1998, mas somente em 3 de abril de 2004 conseguiu obter licença provisória de funcionamento de sua rádio – a Rádio Comunitária Mirim FM (ZYM 569). Nesses seis anos a comunidade se mobilizou para conseguir a primeira emissora do município. A rádio – única na cidade – está situada no centro e não possui vínculo religioso. A programação, que inicia às 6h e termina às 22h, conta com músicas sertanejas, gauchescas, *pop* nacional e internacional (Entrevista)⁴. Um computador gerencia a programação que conta com três locutores. O estilo é o mesmo das duas rádios anteriores, ou seja, assemelha-se com uma rádio comercial em FM.

A Rádio Ponte FM (ZYM 544 – 105.9 MHz)⁵, pertencente à Associação Comunitária de Difusão Cultural de Indaial, faz parte da ARCOVALI, com sede no mesmo município. Campanhas são organizadas para doação de sangue, doação de agasalho no inverno e de sacolões para pessoas necessitadas.

Em 1998 a associação entrou com pedido de concessão, mas só em 27 de outubro de 2002 a rádio passou a funcionar. A programação musical da emissora compreende pagode, músicas românticas e *pop* nacional. O estilo apresentado pela Ponte FM se assemelha às rádios comerciais.

A Rádio Natureza ⁶ (ZYM 520 - 105,9 MHz) pertence à Associação Comunitária e Ecológica do Rio Camboriú; entrou no ar em 28 de março de 2001 em caráter experimental e em 28 de maio do mesmo ano em caráter definitivo. Um dos objetivos da emissora é servir como meio de denúncia contra agressões ao meio ambiente, embora grande parte da programação seja destinada à emissão de música *pop* nacional e internacional, além de transmitir também os gêneros gauchesco e sertanejo romântico. Igrejas evangélicas já produziam programas durante a noite. Atualmente, boa parte da programação da rádio é evangélica. A emissora mantém um *site* na Internet com possibilidade de participação da comunidade por meio de pesquisa de opinião. A

⁴ Informação fornecida durante entrevista concedida pelo responsável da Rádio Mirim FM, que preferiu não se identificar, em 28 de março de 2005.

⁵ Informação fornecida por um funcionário da Rádio Ponte FM, que preferiu não se identificar, em 22 de novembro de 2004.

⁶ Informações sobre a Rádio Natureza foram retiradas do próprio site da emissora e através de audição de sua programação.

análise da programação da emissora também indica que a mesma se assemelha às rádios comerciais.

Emissora semelhante é a Rádio Mariscal⁷ (ZYM 521 - 104,9 mHz), de Bombinhas, pertencente à Associação dos Amigos da Praia de Mariscal (AMAR). A rádio obteve licença definitiva para funcionamento em 22 de março de 2002. Um dos poucos programas com apresentação ao vivo é o “Comunidade em Ação”, no qual os ouvintes ligam para a emissora e oferecem músicas. Neste programa também há prestação de serviço de achados e perdidos e de oportunidades de empregos. Na Rádio Mariscal também há espaço para programas de igrejas evangélicas no período noturno.

A Rádio Paz no Vale (ZYM 524)⁸, de Camboriú (105,9 mHz), pertence à Associação e Movimento Comunitário Rádio Paz no Vale FM, autorizada pela primeira vez a operar uma emissora de rádio em 21 de junho de 2000. A associação é ligada à Igreja Evangélica Assembléia de Deus. Está instalada no complexo de prédios da entidade, situada no Centro de Camboriú. Não possui computadores, mas trabalha com MD e CD.

A Rádio Paz no Vale entrou no ar em 1997, mas somente a partir de agosto de 2001 começou a operar de forma regularizada. A programação musical da Paz no Vale é eminentemente evangélica com hinos religiosos. A prestação de serviço através do rádio também acontece durante todo o dia e envolve não só os ouvintes evangélicos de Camboriú, mas toda a comunidade.

A Rádio Conceição FM (ZYM 777, canal 290, 105.9mHz) foi a primeira emissora comunitária de Itajaí. Em virtude da demora do Ministério das Comunicações em julgar o processo de outorga do canal, no dia 13 de junho de 2000 a emissora obteve liminar da justiça e conseguiu entrar no ar no dia 16 de junho do mesmo ano, ou seja, três dias depois.

A Conceição está no ar vinte e quatro horas por dia com programação variada. Possui cerca de 50 programas que envolvem mais de 200 pessoas direta ou indiretamente. São entidades diversas, incluindo a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Fundação Cultural de Itajaí, pastorais ligadas à igreja como a Pastoral dos Enfermos do Hospital Marieta e alunos do curso de Jornalismo da UNIVALI, numa iniciativa popular de programa intitulado “Barca do Povo”.

⁷ Informações sobre a Rádio Mariscal foram conseguidas por meio da audição da programação da emissora e por intermédio de um funcionário da rádio que preferiu não se identificar.

⁸ As informações referentes à Rádio Paz no Vale foram fornecidas durante entrevista concedida em 6 de maio de 2004 por um dos responsáveis pela emissora, que preferiu não se identificar.

Os programas são direcionados para os mais diversos públicos, dos mais jovens até os idosos. Eles tratam de saúde, educação, cidadania, cultura, lazer, música, informação, religião. Não é uma rádio segmentada, “porque a comunidade não é feita só de um segmento”, diz o padre Alvino Broering. De todos os programas, apenas três têm apoios culturais. De resto, a própria diretoria da rádio busca patrocínio. A comunidade auxilia na manutenção por meio de doações espontâneas na conta de luz. A abrangência da rádio compreende a área central de Itajaí e os bairros Promorar, Itaipava, Fazenda, além da área central de Navegantes. A emissora faz parte das Obras Sociais e Culturais Conceição de Itajaí (OSCONI), entidade fundada já em 26 de novembro de 1951.

Em termos religiosos, a Rádio Conceição tem espaços reservados para programas de origem católica e evangélica. Representantes de outras igrejas foram convidados desde o início a participar da programação da rádio e o fazem até hoje. Mesmo assim, há predominância de programas católicos.

A segunda emissora comunitária existente em Itajaí também abre espaços de sua programação para programas religiosos. Diferente da Conceição, de inspiração católica, a Rádio Luz do Amanhã FM (ZYM 533, canal 290, 105.9mHz) é de inspiração evangélica. A emissora funciona no bairro Cordeiros, o mais populoso de Itajaí. A licença provisória para a rádio sairia apenas em 12 de junho de 2002, segundo dados do Ministério das Comunicações, mas a Luz do Amanhã operava com liminar da justiça desde 12 de outubro de 2001. A licença definitiva saiu em agosto de 2004, segundo o Ministério das Comunicações. Os ouvintes participam pedindo música ou fazendo solicitações de ajuda no programa “Balcão de Negócios”, uma espécie de classificados de jornal via rádio, onde se compra, vende e troca de tudo, além de busca de empregos por meio da emissora.

A programação é variada. Existem programas de utilidade pública, jornalísticos, de participação de integrantes da comunidade, muitos programas musicais e alguns de ordem religiosa. A Luz do Amanhã também mantém espaço para programas católicos.

A idéia de colocar uma rádio no ar surgiu exatamente como forma de auxiliar o Abrigo Luz do Amanhã. Conseguir recursos, chamar a atenção da comunidade para o trabalho desenvolvido no orfanato, conclamar as autoridades para os problemas diários da instituição. O Abrigo Luz do Amanhã tem onze anos e é destaque por ter sido a segunda casa a atender crianças com o vírus HIV em Santa Catarina.

4. Sobreposição de sinais

O maior problema enfrentado pelas duas rádios comunitárias itajaienses é o fato de elas dividirem a mesma frequência – 105.9 mHz – e estarem situadas a apenas quatro quilômetros de distância uma da outra, limite mínimo permitido pela legislação. A cidade de Itajaí tem um relevo predominantemente plano – por isso a sobreposição de sinais é evidente em boa parte da cidade. Localidades como o bairro São João, por exemplo, são atingidas pelas duas rádios ao mesmo tempo. Não há possibilidade de compreensão do que cada uma emite.

A primeira emissora a entrar no ar nesta frequência foi a Conceição. Como ela ainda não havia recebido sua licença de funcionamento definitiva, não houve impedimento para o trâmite dos papéis da segunda emissora, a Rádio Luz do Amanhã. Nenhuma das duas pretendia dividir o espaço. O que se esperava, na realidade, é que uma frequência alternativa fosse concedida pela ANATEL, o que nunca ocorreu. Tanto a agência nacional quanto o Ministério das Comunicações foram omissos neste caso. Há referência na legislação sobre a possibilidade de existência de duas emissoras na mesma localidade, o que seria resolvido com um canal auxiliar. Mesmo assim, embora as duas rádios tenham solicitado este tipo de canal à ANATEL, nunca houve resposta positiva do órgão.

Como não há possibilidade de barrar as ondas eletromagnéticas no espaço, afinal elas se propagam enquanto não há obstáculos naturais, a sobreposição de sinais entre as duas rádios é inevitável no caso de Itajaí. Talvez o erro maior das duas emissoras tenha sido não chegar num acordo antes de iniciar as operações. Segundo o Ministério das Comunicações, quando há dois pedidos para rádio comunitária na mesma localidade, é preferível que essas duas associações se mobilizem e utilizem juntamente o canal.

5. Contradições ideológicas nas rádios comunitárias

Para examinar se as rádios comunitárias em operação no Vale do Itajaí podem realmente ser consideradas comunitárias, ou seja, se conseguem gerar capital social nas comunidades nas quais estão inseridas, foram escolhidas duas emissoras entre as nove existentes na região. Este exame detalhado envolve a programação, relações internas e externas e identificação perante o

público-alvo. A partir deste ponto os nomes das emissoras e de seus respectivos colaboradores serão preservados, evitando-se, com isso, constrangimentos aos entrevistados. Utilizaremos como identificação as letras A e B.

A programação da rádio A vai ao ar durante vinte e quatro horas por dia, todos os dias, mas durante a madrugada não existem comunicadores. Mesmo assim a programação ao vivo é extensa e vai das 8h às 24h. Raros são os programas em que seus conteúdos se assemelham na grade geral de programação, o que representa variedade de atrações à disposição do ouvinte. O dia na emissora A inicia com programa de origem religiosa. Após essa atração, dois comunicadores produzem um radiojornal durante quase uma hora, passando em seguida a programas que variam conforme o dia da semana.

Durante o dia a estação abre espaço para a veiculação de programas evangélicos, embora os programas de origem católica existam em maior número. Nesses programas há presença de vários integrantes da comunidade, ligados a pastorais, clube de idosos, associações de moradores de bairro, organizações não governamentais diversas e entidades representativas como a Ordem dos Advogados do Brasil. Esses programas transmitem músicas e informações sobre realização de cursos de capacitação, cursos artesanais, dicas de saúde, dicas de beleza, de comportamento cívico, de preservação ambiental, de nutrição e outros.

Ao meio dia há um programa religioso e durante a tarde um programa musical com participação da comunidade apenas por meio de telefone para pedidos de música. Existem ainda programas alternativos elaborados por estudantes, sempre de forma voluntária. Esses programas envolvem temáticas sociais importantes e são dirigidos principalmente à população de uma favela existente no município.

Em termos musicais, a rádio possui programação eclética, com destaque especial para músicas de origem católica, *gospel* e *pop* nacionais. As músicas internacionais são evitadas, mas quando são veiculadas os comunicadores informam aos ouvintes do que tratam suas letras. Tradução literal não é feita, apenas destaca-se o enfoque da composição. Apesar de procurar dar ênfase aos programas comunitários, os programas musicais compreendem cerca de 80% da programação da rádio A. Como ponto positivo destaca-se ainda que a rádio A não terceiriza qualquer programa dentro de sua grade de programação, ou seja, não comercializa espaços.

Cerca de duzentas pessoas estão envolvidas direta e indiretamente com os cerca de 50 programas produzidos pela emissora comunitária, mas são apenas três os funcionários registrados

atualmente. Entre esses colaboradores, pelo menos os comunicadores residem dentro da área de abrangência da rádio, como prescreve a legislação. Como os recursos são escassos, a emissora foi montada com contribuições vindas da comunidade, com realização de promoções como festas, bingos, jantares dançantes. Hoje em dia essas promoções ocorrem em menor número. Já há apoio cultural na forma de patrocínio para alguns programas e em relação à programação geral da rádio. Porém, poucos programas diários são mantidos com apoios culturais.

Um ponto negativo observado indica que poucas pessoas da comunidade fazem parte do conselho de programação da rádio, formado exclusivamente por integrantes da organização maior que ganhou a licença do canal comunitário. Este conselho ainda é pouco atuante no sentido de opinar sobre os rumos da emissora. Outro ponto que contraria a legislação das rádios comunitárias foi observado durante a gravação da programação, em que um apoio cultural não fazia parte da área de abrangência.

Em compensação, há transparência nas ações da emissora, pois os nomes de todos os componentes do conselho de programação da rádio foram divulgados durante esta pesquisa. Não há, aparentemente, personalização por parte da direção da rádio, já que a pessoa encarregada de administrar a estação se refere à condução dos trabalhos sempre na primeira pessoa do plural – nós. Esse dirigente também não ocupa qualquer cargo público-estatal.

Já a programação da emissora B é composta em cerca de 98% por músicas religiosas. Trata-se de rádio em que prevalece o tipo linear de programação, ou seja, em que, mesmo com nomes diferentes de programas, o conteúdo destes é semelhante. Não há grandes diferenças, por exemplo, entre um programa musical apresentado de manhã cedo e outro veiculado no final da tarde. Esse tipo de programação reflete a falta de atrações diferentes para os ouvintes da emissora. As músicas apresentadas pela emissora B são, na sua totalidade, músicas evangélicas. O restante da programação divide-se em um programa jornalístico e outro de prestação de serviços. O perfil religioso é visível embora a estação não esteja ligada diretamente a nenhuma instituição de origem católica ou evangélica.

Da mesma forma como ocorre com a emissora A, também há uma organização vinculada hierarquicamente, conforme é exigido pela legislação. A emissora cede espaços para a difusão de um programa religioso católico semanal, embora mais de 90% de sua programação diária tenham vinculação com a mensagem evangélica. Fora o programa de prestação de serviços e o

jornalístico, a emissora B mantém sua programação eminentemente musical. Há possibilidade de participação da comunidade somente em pedidos de música.

Um dos comunicadores da rádio B descumpre a exigência do Ministério das Comunicações porque reside fora do raio de 1 km da emissora, pois mantém residência em outro município. O diretor afirmou, durante entrevista, que a emissora não terceiriza a programação, ou seja, não vende espaços na programação. Outro ponto positivo foi observado pela gravação da programação da rádio. Os apoios culturais veiculados são pertencentes à área de abrangência da rádio.

Na emissora B há relação hierárquica visível dentro da emissora. Os técnicos de som (2) tratam o coordenador da emissora como “chefe” e o diretor da rádio como “patrão”. O próprio coordenador refere-se ao diretor como seu “patrão”, o que não poderia ocorrer numa emissora dita comunitária. Há também personalização evidente na rádio B. A estação foi montada com recursos próprios de seu diretor, portanto não houve manifestações de apoio por parte da comunidade na promoção de eventos que viessem a financiar a instalação da mesma. Isto não representaria problema algum se a iniciativa de investir sozinho na estação não tivesse partido exatamente do diretor. Quer dizer, desde o início, o objetivo era financiar os equipamentos de forma individual e não expor o projeto à apreciação e participação da comunidade.

Durante a entrevista concedida, o diretor da emissora B utilizou várias vezes a expressão “minha rádio”, reafirmando um viés personalista, individualista. O diretor ainda negou-se a divulgar os nomes das pessoas que fazem parte do conselho de programação da rádio, o que nos leva a imaginar que este conselho é inexistente ou pouco atuante. Disse ainda que pretende concorrer a cargo público nas próximas eleições municipais, embora não tenha adiantado detalhes.

6. Ampliação de capital social por meio de rádio?

Em vez de servirem apenas como recursos de diversão, os meios de comunicação poderiam auxiliar comunidades, tanto nos países periféricos quanto nos países semiperiféricos e centrais do sistema de poder mundial, no sentido de fomentar os laços sociais fundamentais ao desenvolvimento do ambiente democrático. A sugestão principal deste trabalho é que as rádios comunitárias sejam concebidas como canais para a disseminação de valores éticos, de ajuda-mútua, de educação popular e ambiental na sociedade. Conforme diz Baquero (2001b, p. 63) a

“estrutura educacional de um país, os meios de comunicação, o funcionamento das instituições na formação de valores, pode contribuir ou não para a formação de capital social”.

Fenômeno recente na comunicação brasileira, as rádios comunitárias representam um avanço em termos de legislação destinada a atender às comunidades, sobretudo as menos favorecidas, em todo o território nacional. Porém, desde que o serviço foi regulamentado pelo Ministério das Comunicações, houve uma verdadeira explosão no número de emissoras comunitárias por todo o Brasil. As autorizações desenfreadas de várias rádios em contradição com a morosidade no encaminhamento dos processos de outras – populares – torna cada vez mais o poder público desacreditado: ao menos uma parcela de cidadãos-ouvintes percebe nas rádios comunitárias um reflexo de uma democratização deficiente, que não gera confiança nas instituições públicas.

É justo reconhecer, por outro lado, que essas emissoras podem estar, em parte, contribuindo com a ampliação da cidadania, com o estabelecimento de relações de confiança e com o espírito comunitário, ao serem geridas por integrantes da comunidade em relações ditas horizontais, sem a relação hierárquica presente nas empresas que visam a apropriação particular do lucro (como é o caso das empresas convencionais de comunicação). Mas – e quando isso não ocorre? E quando uma rádio comunitária se torna exatamente aquilo que não deveria? O que fazer no caso de emissoras que abandonaram sua bandeira social em prol da concorrência desleal com rádios comerciais ou emissoras religiosas? Ou quando as rádios comunitárias surgem sem a pretensão de levantar qualquer bandeira social, sem qualquer propósito de fato comunitário?

Para tentar responder a todas essas perguntas se faz necessário observar como as relações sociais são complexas no Brasil. O clientelismo, cuja noção originalmente foi associada aos estudos de sociedades rurais em que o contato pessoal entre camponeses e coronéis, os chefes locais, se dava numa relação de subordinação dos primeiros, dado que não possuíam a terra (NUNES, 2003, p.26-27) – é evidenciado na distribuição dos canais de rádio e televisão há décadas. As rádios comunitárias não foram excluídas desse mesmo tipo de negociação. Utilizando-se de táticas clientelísticas essas emissoras são manipuladas como canais de troca de favores em práticas assistencialistas imbuídas de interesses político-partidários (personalístico-populistas) ou corporativistas (religiosos) junto às comunidades atendidas por essas rádios.

Bem diferente disso, pensamos que o papel a ser desempenhado pelas comunidades na manutenção dessas emissoras implicaria na participação cidadã em todas as fases inerentes à

programação. Tal papel também incluiria uma relação de cooperação entre os líderes de emissoras, sem troca de favores com os ouvintes ou grupos poderosos, sem assistencialismo, sempre com o objetivo de trabalhar coletivamente, disseminando e desenvolvendo valores cívicos e éticos.

Em várias regiões subdesenvolvidas do Brasil essas emissoras desempenham papel primordial para suas audiências, que vêem nelas uma possibilidade de ampliação da cidadania (seja por meio do trabalho voluntário, na organização de bingos, festas, atividades para as crianças, para os idosos, etc). Essa é a tônica central da teoria do capital social. “[...] A participação em associações voluntárias gera normas de cooperação e confiança entre seus membros e [...] essas normas são exatamente aquelas exigidas para a participação política [...]” (BAQUERO, 2001a, p.36).

A acumulação de capital social difere do capital monetário em um detalhe básico: quanto mais se investe no capital social, maior é o retorno (de confiança) obtido pelos próprios indivíduos envolvidos, ou seja, a reciprocidade torna-se eficiente e gera ainda mais confiança. É por isso que se torna urgente, segundo Baquero (2001b, p.58), reterritorializar o conceito de capital social. Em vez de algo inatingível, utópico, o capital social pode ter aplicabilidade como “alternativa potencial e viável de construção democrática mais eficiente...”.

Muitas rádios comunitárias trabalham com a difusão de informações sobre direito, educação, cultura, saúde, aquilo que interessa a essas comunidades, com uma linguagem que – pelo menos parece ser esta a intenção – busca ser bastante próxima à dos integrantes da comunidade e não com uma linguagem “importada”, que vem de fora daquela localidade com a intenção de padronizar os costumes, as crenças, as motivações, com apelo principalmente comercial. Tal importação não acrescenta valor algum àquela comunidade, muito pelo contrário.

Uma rádio participativa no dia-a-dia da comunidade adapta-se às circunstâncias reais, seja nos acontecimentos dramáticos, como os desmoronamentos ocasionados em épocas de enchentes, em casos de acidentes naturais ou em homicídios presenciados na localidade; em épocas festivas com a intenção de revelar novos talentos artísticos, ou na busca solidária pela solução negociada de problemas recorrentes, como falta de saneamento básico, por exemplo.

Giddens, citado por Baquero (2001b, p.59), destaca que é a vida cotidiana que permite compreender o sentido das instituições sociais mais amplas. Tais realidades comunicacionais já são observadas em grandes cidades brasileiras como São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Rio de

Janeiro e outras, mas podem estender-se por todo o país se a causa das rádios comunitárias for realmente compreendida pela população em geral e, principalmente, pelos governos que as autorizam e regulamentam.

O aumento significativo no número de emissoras comunitárias vem despertando a ira de empresários do setor de comunicações que acompanham, nessas localidades atingidas pelo sistema RADCOM, a diminuição da audiência de suas estações comerciais. Essa reação é compreensível, já que, muitas vezes, a programação das comunitárias é feita pelos integrantes da própria comunidade, num misto de trabalho e paixão, na busca de informar seus conhecidos, colegas, parentes, numa comunicação com ideal igualitário entre emissor e receptor. O primeiro não está longe do segundo. Muitas vezes a relação física de vizinhança pode tornar-se efetiva, enquanto relação social, com uma interação simbólica viabilizada pelo rádio.

Jovens desprovidos de qualificação profissional podem encontrar nas rádios comunitárias um campo de aprendizado e em seguida aprimorar seus conhecimentos para trabalhar em emissoras comerciais como *disk-jockeys* profissionais, técnicos especializados em edição sonora e em apoio às equipes de reportagem. Pessoas excluídas do mercado podem trabalhar para a emissora na qualidade de representantes em busca de apoio cultural para os programas. Nesse trabalho de encontrar anunciantes, vale a interação simbólica, em forma de amizade, assim como a conquista de participação nos valores negociados pelo próprio conhecimento que possuem dos comerciantes de uma determinada região. Por exemplo, se uma panificadora não pode anunciar seus produtos e serviços na mídia convencional, pode entrar com apoio cultural permutando produtos que serão entregues às famílias dos comunicadores. Por que não anunciaria nos programas elaborados pelos próprios conhecidos e com preços irrisórios, em comparação com as rádios comerciais, já que sua área de abrangência é limitada, concentrando-se apenas na clientela da panificadora?

A violência poderia, conforme supõem os autores que tratam da teoria do capital social, diminuir numa localidade em processo de formação de sua capacidade de agir comunitariamente; os laços de solidariedade, aumentando entre vizinhos, constituem um contexto normativo entre os indivíduos em geral. A dimensão social da moral não é necessariamente repressiva e contrária ao desenvolvimento do potencial humano dos indivíduos, conforme supõe uma interpretação meramente individualista e atomista das relações sociais.

Também é relevante observar-se que, não sendo estimulada a formação de capital social voltado explicitamente para os bens públicos, abre-se espaço para os conhecidos casos de controle de localidades pelo crime organizado, que, inclusive, utiliza instalações de rádios comunitárias para seus fins, como o comércio de drogas. Essa forma perversa de “capital social” pode ser melhor compreendida como um “contracapital social”, já que gera insegurança pública, ou seja, desconfiança generalizada e cinismo individual.

Conclusões

No Brasil, em que a desigualdade social está instituída, milhares de crianças passam fome, grande parte das residências não possui saneamento básico, os problemas de moradia se acumulam em todas as grandes e médias cidades, há crescimento de inúmeros problemas de saúde e a violência impera. Talvez por isso o rádio represente muitas vezes a única fonte de informação ou de entretenimento de uma parcela excluída de quase tudo.

Neste cenário o tema comunidade merece maior destaque, pois, independentemente do caos social, todos vivem de certa forma em comunidade (em pequenos grupos com valores compartilhados), seja na família, nas associações, nas empresas. Cada uma dessas comunidades é singular, mas a base que as fundamentam tem algo de comum. Trata-se de uma unidade de agrupamento social imprescindível para a conquista de direitos individuais e coletivos, principalmente em uma sociedade em que poucos têm muito e a grande maioria luta dia-a-dia para sobreviver.

Embora a região do Vale do Itajaí seja uma das mais prósperas de Santa Catarina, do ponto de vista dos indicadores econômicos, o mesmo não ocorre do ponto de vista dos indicadores sociais, que são semelhantes aos das regiões brasileiras menos desenvolvidas. É na luta conjunta e diária que essas comunidades podem ampliar valores essenciais como a solidariedade, a confiança, o que acaba conseqüentemente gerando capital social.

O capital social pode representar o início de um processo de mudança social apenas a partir do momento em que os indivíduos comecem a ampliar esses laços de solidariedade cada vez mais ausentes do sistema industrial-capitalista. Buscar alternativas de socialização, de ampliação da confiança, de resgate da cidadania – pode ser a saída para as crises constantes da sociedade e para a falta de crença nas instituições públicas. Por intermédio dos meios de

comunicação, o capital social poderia ser estimulado, testado, discutido, reformulado e reaprendido constantemente. Não seria este o efetivo papel e o potencial das rádios comunitárias? Ao nosso ver, os princípios defendidos no artigo 221 da Constituição Federal apontam nesse sentido, ainda que com outras palavras (como visto na seção 2 deste trabalho).

Buscou-se evidenciar neste artigo que as comunitárias em operação no Brasil conquistaram seu direito de irradiação, mas não usufruem, muitas vezes, deste direito, cujo exercício torna-se por isso mesmo um privilégio chamado “autorização de funcionamento”. Dividiram-se ao longo do tempo em pelo menos três tipos: comerciais, religiosas e populares (ou autogestionárias). Infelizmente apenas este último modelo se enquadra no tipo de rádio comunitária considerado historicamente “ideal”. Enquanto estas trabalham em prol de uma comunidade e suas programações são feitas por estas comunidades, as outras duas competem com as rádios tradicionais em duas grandes frentes: a conquista de público fiel, numa clara transformação de rádio em igreja eletrônica, ou na acumulação de capital, como é o caso daquelas que se assemelham às rádios pertencentes a empresários do setor de comunicação.

Constatou-se ainda que a tão sonhada rádio comunitária muitas vezes não é de fato comunitária. Indivíduos que as dirigem utilizam recursos próprios para estruturar “suas” emissoras e as tornam reféns de interesses particularistas mesmo antes de entrarem em funcionamento.

Nestes casos, o clientelismo fala mais alto e a “gratidão” perdura mais do que os dez anos de licença obtidos do governo para operar um canal de radiofrequência. É o clientelismo o principal vilão das rádios comunitárias. Quando não praticado no início dos trabalhos da emissora, como descrito acima, ele pode manifestar-se de uma outra forma, ainda mais perversa, quando a emissora vira balcão de negócios junto à comunidade atendida e passa a fazer do assistencialismo sua principal bandeira.

Dentro das emissoras os problemas também ocorrem. Recheadas de programas sensacionalistas ou apenas com participação de ouvinte para pedidos musicais, as rádios comunitárias continuam sendo descaracterizadas do ponto de vista social. Atores sociais, utilizando espaços terceirizados para promoção pessoal e possível ascensão a um cargo público, programas especializados apenas em servir como classificados de jornal nos quais se compra, vende e aluga de tudo; programas informativos que não priorizam as informações de caráter local ou da área de abrangência da rádio, feitos por pessoas que nem mesmo residem na localidade,

que desrespeitam os ouvintes com uma linguagem vulgar, contrariando o artigo 221 da Constituição.

Outro ponto negativo observado dentro das emissoras é a relação vertical entre um “patrão” que comanda o “negócio” e os funcionários que simplesmente o obedecem. Nestes casos a geração de capital social se torna no mínimo difícil. Os laços de solidariedade e confiança são substituídos apenas por um falso “respeito”. Trabalhar numa emissora assim representa apenas uma oportunidade de sobrevivência e não uma oportunidade de fazer parte da comunidade, de agir em benefício desta, de ser altruísta e cidadão.

Em decorrência do que foi dito acima, sugere-se a elaboração de novos estudos relacionados às rádios comunitárias e sua rápida expansão na sociedade brasileira. Pesquisas direcionadas à análise da audiência dessas emissoras são importantes para compreender os avanços ou retrocessos democráticos que rondam este meio de comunicação. Uma análise mais aprofundada sobre os programas religiosos desenvolvidos nessas rádios também pode servir de base para avaliação do grau de influência que grupos religiosos exercem nas comunidades.

A luta pela democratização dos meios de comunicação no Brasil pressupõe a investigação de distorções clientelistas e corporativistas nas emissoras de rádio e televisão. A regulamentação e a atuação efetiva de rádios comunitárias constituem ainda objetos pouco investigados e democratizados.

Referências

ANATEL. Agência Nacional de Telecomunicações. **Informação serviços de comunicação de massa**. 2004. Disponível em: < <http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp>> Acesso em 04 out. 2004.

ARBEX JR. J. Uma outra comunicação é possível (e necessária). In: MORAES, Dênis. (Org.) **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 385-400.

BAQUERO, M. Alcances e limites do capital social na construção democrática. In: BAQUERO, M. (Org.). **Reinventando a sociedade na América Latina: cultura política, gênero, exclusão e capital social**. Porto Alegre: UFRGS; Brasília: Ed.Universidade. Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), 2001a. p.19-49.

BAQUERO, M. Capital social na América Latina. In: BAQUERO, M. (Org.). **Reinventando a sociedade na América Latina: cultura política, gênero, exclusão e capital social**. Porto Alegre: UFRGS; Brasília: Ed.Universidade. Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), 2001b. p.50-70.

BRASIL. Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998. Aprova o regulamento do serviço de radiodifusão comunitária. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 4 jun. 1998. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/index.asp?link=/biblioteca/regulamentos/regula_mc/regula_serv_radio_comun.htm. Acesso em: 6 jun. 2004.

BRASIL. Norma complementar nº 1/2004. Serviço de radiodifusão comunitária. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 26 jan. 2004. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Tools/frame.asp?link=/biblioteca/normas/normas_mc/norma_001_2004.pdf. Acesso em: 6 jun. 2004.

CONSTITUIÇÃO DE 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 29ª edição, atualizada e ampliada. São Paulo: Saraiva, 2002.

FRANCO, A. de. **A revolução do local**. Disponível em: <http://www.augustodefranco.org> Jan. 2003a. Acesso em 21 ago. 2004.

FRANCO, A. de. **Capital social**. Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy. Brasília: Instituto de Política Millennium, 2001.

HIGGINS, S. S. **Os fundamentos teóricos do capital social**. Chapecó, Argos Editora Universitária, 2005.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**. Disponível em: www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/12092002pnad.shtm > Publicado em 12/09/2002. Acesso em 08 mar. 2004.

JUNG, M. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

MINASSIAN, A. A. Tecnologias de Inclusão. In: Seminário Políticas Públicas de Rádio e Televisão, 2, 2004. Salvador. **Anais eletrônicos...** Brasília: ANATEL, 2004. Disponível em: www.anatel.gov.br Acesso em: 25 nov. 2004.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

NUNES, E. **A gramática política do Brasil**: clientelismo e insulamento burocrático. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor; Brasília: ENAP, 2003.

SARTORI, R. Doação. **A Notícia Online**. Joinville. 22 jan. 2001. Disponível em Coluna Raul Sartori: <http://www1.an.com.br:8000/2001/jan/22/0sar.htm> > Acesso em: 12 nov. 2004.

STEIN, R. H. Capital Social, desenvolvimento e políticas públicas. Revista **Serviço social & sociedade**: políticas públicas e sociedade civil. São Paulo: Cortez, nº 73, março, 2003, p.157-193.