

Universidade Federal Fluminense

Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS)

Curso de Comunicação Social

**Rádio comunitária Bicuda FM: nadando contra a corrente da comunicação
hegemônica**

Monografia apresentada por **Lara Vieira de Faria**, aluna do Curso de graduação em Comunicação Social, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dra. Ana Baumworcel

Niterói
2015

RESUMO

Esta monografia é um estudo de caso da rádio comunitária Bicuda FM. Seu objetivo é entender o papel de uma rádio comunitária na democratização dos meios de comunicação e sua importância como espaço de luta contra-hegemônica. Para isso, faremos uma análise da emissora Bicuda FM e traçaremos um histórico de sua atuação na região de Vaz Lobo, a partir da observação de campo, da entrevista em profundidade e da avaliação de sua programação. Também apresentaremos um panorama da comunicação comunitária e da participação popular dentro da mídia. Em seguida, o estudo foca na evolução das rádios piratas e livres, principalmente no Brasil, para que seja possível entender a importância do meio escolhido.

Palavras-chave: rádio comunitária, contra hegemonia, democratização da comunicação.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Márcia e Cláudio, por me apoiarem incondicionalmente e acreditarem sempre no meu potencial. Pela paciência e cumplicidade nos dias de angústia e por todos os ensinamentos ao longo da vida. Só pelo esforço de vocês esse trabalho foi possível.

A minha irmã, Luiza, por ser minha melhor amiga e caminhar ao meu lado no que foi e no que ainda será.

A minha família, por manter unido o que nós temos de mais bonito.

Ao Pedro, meu namorado e melhor amigo, pela ajuda nos momentos difíceis e pela companhia nas horas de descanso.

Aos amigos de antes, durante e depois: pelo lado doce da vida e pelas histórias para contar.

A minha avó Maria e meu padrasto Maurício, que viram essa jornada começar, mas não terminar. Obrigada pelo tempo ao lado de vocês. Obrigada, vó, por me fazer jornalista.

Ao CEAT, por me mostrar o mundo e me ensinar a questioná-lo.

Aos professores e alunos do curso de comunicação comunitária do NPC, por ajudarem a transformar em realidade o jornalismo em que acreditamos.

A todos os mestres com quem tive o prazer de aprender e conviver durante minha graduação na Universidade Federal Fluminense, em especial a minha orientadora Ana Baum. Ana, obrigada por todos os projetos, incentivos e discussões. Por fazer florescer esse trabalho e estar sempre presente ao longo deste percurso.

“Quem não se movimenta, não sente as correntes que o prendem.”

Rosa Luxemburgo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. MÍDIA CONTRA-HEGEMÔNICA: A DEMOCRACIA ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO	
2.1 O conceito de hegemonia e contra- hegemonia	10
2.2 A dominação hegemônica capitalista a partir da imprensa	12
2.3 Comunicação popular, comunitária e participativa	16
3. COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA NOS DIAS DE HOJE	
3.1 A descentralização da comunicação popular	21
3.2 Educomunicação comunitária	23
4. UM EXEMPLO DE EDUCOMUNICAÇÃO: AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS	
4.1 O que veio antes: Rádios piratas e livres	28
4.2 Rádios comunitárias: um instrumento de luta	32
4.3 Rádios comunitárias no Brasil	38
5. BICUDA FM, UMA EXPERIÊNCIA COMUNITÁRIA	
5.1 A história por trás da rádio	42
5.2 As pedras no caminho	44
5.3 Uma emissora, várias vozes	46
5.4 Além das ondas do rádio	48
5.5 Espalhando essa ideia	50
6. ANÁLISE DA RÁDIO BICUDA FM	

6.1 Uma experiência contra-hegemônica	53
6.2 Patrocínio e parcerias	54
6.3 Programação	56
6.4 Além da rádio	61
6.5 Análise do programa <i>Bicuda Entrevista</i>	62
7. CONCLUSÃO	70
BIBLIOGRAFIA	74

1. INTRODUÇÃO

A princípio, a ideia deste trabalho de conclusão de curso era trabalhar com uma rádio comunitária na República Dominicana que possui um programa de educação à distância no país, onde já alfabetizou mais de 90 mil pessoas. A *Escuelas Radiofônicas de Santa Maria*, fez suas primeiras transmissões em 1956, época em que o povo dominicano ainda estava sob domínio da ditadura de Rafael Leónidas de Trujillo. Segundo Paiva (2009, p. 5), era um período sem a presença de organizações sociais reivindicativas, sem nenhuma liberdade civil e com taxas de analfabetismo que chegavam a 40% da população adulta.

Porém, as poucas informações disponíveis sobre a rádio e seu programa unidas às tentativas frustradas de contato com a equipe acabaram por mudar o objeto de estudo dessa monografia. Procurei, então, por uma rádio comunitária carioca que trouxesse desde sua criação a bandeira da democratização dos meios de comunicação e que se reconhecesse como porta-voz de grupos periféricos da sociedade.

Foi assim que cheguei à Rádio Bicuda FM, uma emissora comunitária criada em 1996 na Vila da Penha, no Rio de Janeiro, voltada para a democratização dos meios de comunicação e a preservação do meio ambiente, em especial, da Serra da Misericórdia. Após diversos problemas com a Polícia Federal e órgãos governamentais, hoje a rádio funciona de forma legalizada no bairro de Vaz Lobo¹, zona norte da cidade, e tem em sua grade programas que refletem as raízes culturais dos grupos sociais que representa além de tratar de assuntos que fazem parte do dia-a-dia desses moradores.

¹A Serra da Misericórdia abrange cerca de 43,9 km² no município do Rio de Janeiro e engloba 27 bairros do subúrbio carioca, inclusiva Penha e Vaz Lobo. Como a rádio surgiu incentivada por movimentos ambientais de proteção à região, era coerente com a proposta da emissora que ela ocupasse qualquer um desses bairros em contato com a Serra.

Para compreender melhor o papel das rádios comunitárias na luta pela democratização midiática e sua importância como canal de abertura para a participação popular dentro da comunicação, é necessário traçar um panorama do surgimento da comunicação comunitária no Brasil e sua evolução ao longo dos anos, o que será apresentado no capítulo 2.

Como o foco deste trabalho de conclusão é um estudo de caso de uma rádio carioca, é fundamental entender o papel que o rádio ocupa na produção e disseminação de informações. Entender porque este foi o formato escolhido pelos veículos populares, em especial pela Bicuda FM, e quais seriam as vantagens e desvantagens da utilização do rádio para a comunicação popular. Aprofundando o que, já nos *Cadernos do cárcere*, Gramsci (1891 – 1937) observou como um meio mais eficaz na tarefa de difundir ideias e ideais.

Também hoje a comunicação falada é um meio de difusão ideológica que tem uma rapidez, uma área de ação e uma simultaneidade emotiva enormemente mais amplas do que a comunicação escrita (o teatro, o cinema e o rádio, com a difusão de alto-falantes nas praças, superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal, o jornal mural) (GRAMSCI apud MORAES 2010, p. 62).

Para tratar especificamente da Bicuda FM, visto que não encontramos na pesquisa bibliográfica teses ou dissertações que usassem a emissora como objeto, optou-se pela aplicação da entrevista em profundidade e da observação de campo. Com esses métodos, buscamos explorar o assunto *a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada* (DUARTE, 2008 p. 62). Essas metodologias permitiram uma flexibilidade tanto do entrevistado quanto do entrevistador, buscando maior qualidade nas respostas e não a quantificação ou representação estatística destas. A entrevista e a observação de

campo foram consideradas métodos adequados por contribuírem para o entendimento e a análise da experiência da Rádio Bicuda.

O objetivo desse trabalho é averiguar se a emissora pode ser considerada como uma experiência contra-hegemônica e se foram encontradas soluções para as dificuldades enfrentadas por uma rádio não comercial, ou se, mesmo com todo o esforço, há ainda características da experiência da Bicuda FM que podem ser consideradas como reprodução do modelo hegemônico de fazer rádio hoje no Brasil. Com essa finalidade, iremos analisar a programação da emissora a fim de relatar o diferencial da sua grade, sua estrutura organizacional, sua linguagem, conteúdo e relação com os ouvintes.

Para tornar isso possível, nos capítulos 5 e 6 será apresentado um histórico da Rádio Bicuda a partir de entrevistas feitas com funcionários da emissora e análises da interação desta com o público. Com esta análise, também será possível observar se o objetivo da rádio comunitária é atingido.

Por fim, este trabalho de conclusão procura entender, a partir do caso específico da Rádio Bicuda, como o trabalho das rádios comunitárias pode auxiliar na inserção de certos núcleos da população na sociedade, fazendo com que estes se sintam representados pelos meios de comunicação e participantes, aptos a contribuir para a democratização midiática.

A motivação para esta monografia surgiu da vontade de entender e contribuir para a luta pela democratização dos meios de comunicação. Ao longo da minha Graduação na Universidade Federal Fluminense, pude aprender, dentre outras coisas, como o jornalismo feito de forma consciente pode ser um instrumento poderoso na construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Na minha concepção, é através da análise dos erros e acertos de experiências como a da Rádio Bicuda que aprendemos a

usar esses instrumentos de forma eficiente. Em última instância, esse trabalho de conclusão de curso é para mim um passo a mais em direção ao jornalismo em que acredito, a uma comunicação plural, que dê voz e espaço a todos que tenham algo a dizer.

Esse trabalho se apoia no conceito de hegemonia, proposto pelo italiano Antônio Gramsci (1929) e na noção de contra-hegemônia, das ideias da pesquisadora Cicília Peruzzo (2006) sobre o que caracteriza um meio de comunicação como popular e comunitário. Para falar também da luta das classes menos favorecidas da população por um espaço na mídia, será imprescindível entrar no conceito de comunicação dos trabalhadores a partir do panorama trazido pelo comunicador popular, Vito Giannotti (2014).

Como o objeto deste trabalho é uma rádio comunitária, entraremos ainda nas categorias de rádios piratas e rádios livres, também trazidas por Cicília Peruzzo (1999). A fundamentação teórica, portanto, deste TCC, será a partir destes autores e se encontra nos capítulos 2, 3 e 4.

Nos últimos anos, os países da América Latina vêm estimulando diversos debates sobre comunicação e o monopólio midiático. Esses debates, consequência direta de governos mais democráticos, vêm abrindo espaços para a discussão do papel da mídia contra-hegemônica no cenário da comunicação social que temos hoje. De acordo com o pesquisador Denis de Moraes que cita Gramsci, os aparatos contra-hegemônicos se caracterizam como *instrumentos para criar uma nova forma ético-política* (GRAMSCI apud MORAES2010, p. 73), cujo objetivo é denunciar e tentar reverter as condições de exclusão da parte marginalizada da sociedade.

Dentro da comunicação, essas ações se traduzem em canais de expressão e conteúdos diversos da grande mídia usados como espaço de contestação às notícias

veiculadas pelos meios de comunicação hegemônicos. Se tratando de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, a comunicação contra-hegemônica procura suprir suas necessidades de sobrevivência e participação dentro da sociedade.

Como forma de comunicação popular conhecida e difundida na América Latina, e em especial no território brasileiro, a rádio comunitária tem papel de destaque. Como aparato da mídia alternativa, essas rádios procuram dar voz às minorias e nadar contra a corrente hegemônica dos meios de comunicação de massa através de programas radiofônicos de baixo custo, propiciando novas formas de reflexão. É a partir deste ponto de vista que a Bicuda FM será analisada.

2. MÍDIA CONTRA-HEGEMÔNICA: A DEMOCRACIA ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO

2.1. O conceito de hegemonia e contra-hegemonia

Já nas primeiras páginas do livro de Luciano Gruppi *O conceito de hegemonia em Gramsci*, o estudioso atenta para o fato que podemos encontrar na fala de Lênin, ainda no final do século XIX, a noção de hegemonia em suas passagens sobre ditadura do proletariado e o partido revolucionário russo.

Embora não utilizasse o termo *hegemonia*, o dirigente defendia que, por ter o partido uma visão geral de toda sociedade, sua ação deveria envolvê-la como um todo, movimentando-se entre todas as classes da população. Lênin acreditava que a ação revolucionária se aplicava a toda uma realidade social, envolvendo a sociedade enquanto unidade orgânica. Isso significa que, para conquistar uma consciência de classe o proletariado deveria ir além de operar sobre si mesmo, intervindo sobre todos os momentos da vida social e política.

O termo não é empregado por Lênin, mas é evidente que seu significado está de acordo com o que mais tarde foi nomeado por Gramsci como *hegemonia*, presente na fala do revolucionário russo enquanto capacidade de intervir nas reivindicações das massas, a fim de orientá-las para a luta socialista.

O proletariado pode se tornar classe dirigente e dominante na medida em que consegue criar um sistema de alianças de classe que lhe permitam mobilizar contra o capitalismo e o Estado burguês a maioria da população trabalhadora. (GRAMSCI apud GRUPPI, 1978, p. 58)

Conforme explicita Gruppi ao interpretar Lênin, a opressão capitalista determina uma série de reações e oposições, nem todas estão na mesma direção, mas todas possuem o mesmo objetivo porque nascem da mesma situação de opressão do capitalismo. É preciso então unificar esse processo, juntar as diferentes formas de reivindicações e assumir a direção, aglutinando os descontentamentos.

Já na década de 30, a hegemonia é caracterizada por Gramsci como a capacidade de direção e domínio, exercida através da persuasão e do consenso, mas também da força para reprimir as classes adversárias, adotando em sua totalidade a visão de Lênin acerca da conquista da maioria da população trabalhadora.

A hegemonia é isto: determinar os traços específicos de uma condição histórica, de um processo, tornar-se protagonista de reivindicações que são de outros estratos sociais, da solução das mesmas, de modo a unir em torno de si esses estratos, realizando com eles uma luta contra o capitalismo e, desse modo, isolando o próprio capitalismo. (GRAMSCI apud GRUPPI, 1978, p. 59)

Gramsci ainda acrescenta que a hegemonia se faz não só no campo político, mas somente se torna possível quando descobre laços com outras forças sociais, enquanto encontra vínculos também culturais e faz valer nesse campo as próprias posições.

De acordo com o filósofo italiano, as classes sociais subalternas têm sua concepção de mundo imposta pelas classes dominantes, que por sua vez seguem ideologias baseadas em seus interesses e não nos interesses dessas camadas sociais mais baixas. Dessa forma é construída uma influência das classes dominantes sobre as subalternas, de modo a formar a consciência delas: essa influência é a própria hegemonia. Ela é construída ao longo da vida dessas pessoas em ambientes como a escola, a igreja e os meios de comunicação.

Conforme vimos, Gramsci defende que em todo homem está presente uma consciência imposta pelo ambiente em que ele vive, ou seja, a consciência é resultado de uma relação social. É preciso então, formar criticamente a própria concepção de mundo, *escolher a própria esfera de atividade e participar ativamente na produção da história do mundo* (GRAMSCI apud GRUPPI, 1978, p. 67). Na concepção do pensador italiano, esse não é trabalho de uma reflexão individual, mas sim resultado de um processo social.

A hegemonia é isso: capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas sim marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante até o momento em que – através de sua ação política, ideológica e cultural – consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças exploda. (GRAMSCI apud GRUPPI, 1978, p. 70)

2.2. A dominação hegemônica capitalista a partir da imprensa

No Brasil, o primeiro esboço de representação social da classe trabalhadora dentro de veículos de comunicação aconteceu justamente como parte do plano do Estado de atrair a cooperação das camadas populares nas primeiras décadas do século XX, nos anos seguintes à abolição da escravatura. A iniciativa visava à legitimação da industrialização da capital, garantindo o apoio da parcela mais pobre da sociedade, que nesta nova fase se viu mais forte e, ainda que timidamente, apta a começar a reivindicar seus direitos. O governo, sentindo necessidade de buscar apoio das classes dominadas no exercício do poder, passava do estágio de coerção escravocrata para uma forma de direção e influência sobre o proletariado pela formação de alianças e imposições de ideologias.

Diante desse cenário, os jornais cariocas começaram a lançar seções que, embora ainda de maneira superficial, davam voz à classe trabalhadora. O modelo sensacionalista influenciado pela imprensa escrita norte-americana tinha uma clara motivação mercadológica, trazendo reclamações e apelos da camada mais pobre da sociedade. Nesta época, publicações conhecidas como o Jornal do Brasil se colocavam na posição de mediador entre a classe trabalhadora, a burguesia e o governo, criando sessões especiais que prometiam ajuda ao proletariado, ganhando sua aprovação e ajudando a concretizar o projeto de dominação hegemônica capitalista. Naquela época, enquanto os veículos midiáticos ainda engatinhavam, a ideia da comunicação como forma de convencimento e divulgação de ideias já era clara.

A simpatia dos periódicos com as causas do povo, porém, tinha um limite claro: quando suas reivindicações passavam a questionar o sistema político ou econômico, os trabalhadores eram tratados como vândalos e arruaceiros pelos jornais, não muito diferente do cenário midiático que encontramos atualmente no país.

Na página cinco da edição do Jornal do Brasil de 1918, o periódico deixa claro esse limite e a postura adotada diante das reivindicações da classe trabalhadora. Apesar de defender os direitos da classe operária, o jornal também exalta o uso de violência no que eles consideram “perturbação da ordem pública”:

[...] a polícia se mantém vigilante. Sendo o firme propósito do Sr. Dr. Aurelino Real, de acordo com as deliberações tomadas pelo governo, não permitir a menor tentativa de perturbação da ordem pública, tentativa que só pode partir dos elementos nocivos que exploram o operariado, arrastando-o aos excessos que todos lamentamos e que não se devem de forma alguma reproduzir. [...] A ação da polícia vai agora se fazer sentir energética e inflexível contra esses elementos, perseguindo-os e castigando-os de forma a obstar de uma vez por todas a sua maléfica intromissão no seio da família operária, concorrendo tão-somente para prejudicá-la e arrastá-la à ruína (Jornal do Brasil, 1918, p. 5, apud COUTINHO, 2008, p.75)

Conforme elucidou Eduardo Granja Coutinho em seu texto *Processos contra-hegemônicos na imprensa carioca, 1899/1930*, apesar de tratar com superficialidade dos interesses populares, a construção desse modelo hegemônico ao longo da República Velha abriu brecha para o desenvolvimento de processos contra-hegemônicos, já que conscientizou a classe trabalhadora da importância da criação de espaços para reivindicações e luta por seus direitos.

As modernas relações de dominação, baseada no consenso, envolviam, como forma de controle, a assimilação do popular ao nacional, isto é, o reconhecimento das camadas subalternas como sujeito político e cultural, isso abriria brecha para a contestação popular à dominação a partir de dentro do próprio sistema simbólico dominante. A contra-hegemonia se coloca como possibilidade no momento em que a dominação de classe já não se dá apenas pela coerção, mas também pelo consenso. (COUTINHO, 2008, p. 70)

Antes de falarmos, porém, nas publicações que surgiram a partir do século XX por parte da classe operária no Brasil, é necessário esclarecer que a contra-hegemonia não pode ser caracterizada apenas como uma substituição de forças no poder, pois ela se define pela consistência da oposição e não por um revezamento de potências.

Conforme explica com maestria a comunicadora Raquel Paiva em seu texto *Contra-mídia-hegemônica*

A radicalidade do que pode se configurar como contra-hegemonia talvez resida no fato de não se desejar nunca o lugar de sujeito hegemônico, no fato de a contra-hegemonia se orientar por uma razão fundamental que se configure de modo contrário e oposto à hegemonia. É uma contraposição que pode vir acompanhada de ações e atuações no cotidiano, que pode e deve vir acompanhada de uma reflexão contundente sobre o *status quo*, e que, necessariamente, vem harmonizada com o desejo de recusa da situação dominante. (PAIVA, 2008, p. 165)

A contra-hegemonia, então, não pode ser encarada como uma mera troca de poder, mas deve ser vista como uma verdadeira oposição aos preceitos que regem às ações da classe que exerce o controle hegemônico dentro da sociedade.

Já naquela época, a comunicação contra-hegemônica que surgia no cenário midiático tinha o papel fundamental de fazer pensar, de refletir, transformar o senso comum e libertar consciências.

O surgimento das primeiras publicações contra-hegemônicas no Brasil veio junto com a intensificação da luta operária no século XX. Essa luta foi influenciada por imigrantes recém-chegados da Europa, onde a ideia do uso dos meios de comunicação como local de expressão de vozes dissonantes dentro da sociedade já era consolidada. O período que se seguia no Brasil pode ser caracterizado como uma época de lutas anarquistas.

Na Rússia, um exemplo disso é o cenário político e social do começo do século. Em 1901, o uso de recursos midiáticos para afirmar ideias e organizar as massas com o objetivo de mudar o sistema hegemônico em vigência dentro de uma sociedade já tinha sido explicitado por Lênin em seu artigo *Por onde começar*. Segundo o revolucionário, a criação de um jornal para toda Rússia com o intuito de formar e informar a classe operária seria o primeiro passo a ser dado na construção da revolução.

Voltando para o Brasil, a classe trabalhadora começou na década de 20, então, a dar importância à formação político-ideológica e à divulgação de suas ideias entre as massas, fazendo e publicando periódicos que também difundissem as ideias que defendiam e seu projeto de construção da sociedade. Nesse momento, os jornais passaram a ser, também para o proletariado, um instrumento de divulgação e convencimento para tentar pôr fim à hegemonia da classe burguesa.

A colaboração de anarquistas e socialistas na divulgação de um novo ideal aconteceu tanto na grande mídia como em publicações alternativas. Em periódicos como o Jornal do Brasil e o Correio da Manhã, jornalistas se valiam de seus espaços para a divulgação de ideias libertárias e também se pondo contra publicações caluniosas contra o proletariado. Militantes como José Oiticica, Leônidas Resende, Maurício de Lacerda e Astrojildo Pereira foram alguns dos que conseguiram dar voz aos trabalhadores na grande mídia.

2.3. Comunicação popular, comunitária e participativa

Conforme explica Peruzzo, movimentos sociais populares são articulações da sociedade civil constituída por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos, mas que ainda não são efetivados na prática. *Esses movimentos se organizam na própria dinâmica de ação e tendem a se institucionalizar como forma de consolidação e legitimação social* (Peruzzo, 2008, p. 35).

Em toda a história, esses movimentos sociais utilizaram a comunicação como parte do processo de mobilização, conforme os recursos disponíveis em cada época. O empoderamento de processos comunicacionais autônomos tem sido fundamental como canal de expressão na mobilização e organização popular.

Um exemplo desses canais de expressão foram as pequenas e médias publicações alternativas das décadas de 20 e 30. Intelectuais da época focavam em informar e reunir a massa de trabalhadores e todos que pregavam ideias contrárias ao sistema hegemônico em vigência. Com o país se industrializando gradativamente e recebendo um grande número de imigrantes europeus, era natural que o começo da mídia alternativa no país se desse através de jornais operários, publicações feitas por e para os trabalhadores.

Nesta monografia, quando falamos de mídia alternativa, popular e comunitária, usamos o conceito trazido pela comunicadora Cicília Peruzzo. Segundo Cicília, apesar de algumas características particulares de cada uma, esses tipos de comunicação se caracterizam pela expressão das lutas populares por melhores condições de vida e representam um espaço para a participação democrática do povo. Os meios de comunicação são usados como *instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seus anseios e compromisso na construção de uma sociedade mais igualitária e socialmente justa*(Peruzzo, 2006, p. 6).

Por movimentos populares, Peruzzo entende o conjunto de organizações das classes subalternas com objetivo explícito de obter um melhor nível de vida através do acesso a bens de consumo individual e coletivo, da garantia de satisfação dos direitos básicos de sobrevivência e dos direitos de participação política na sociedade.

A comunicação comunitária é um exemplo de comunicação que atua por meios alternativos, ela é baseada em princípios públicos, pois tratam não só do direito do cidadão à informação, enquanto receptor, como costumamos ver na grande mídia, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de emissor e difusor de conteúdos. A comunicação comunitária é mais do que meio e mensagem: ela se organiza como parte essencial da mobilização social e abre espaço para o cidadão exercer papel ativo nesse processo, como protagonista da gestão e da emissão de informações.

Esse tipo de comunicação desenvolve trabalho importante na democratização da informação e no exercício da cidadania, uma vez que amplia o número de canais por onde o cidadão pode se informar gerando um conteúdo diversificado, além de transformá-lo no emissor de sua mensagem, abrindo espaço para que ele exerça seu direito de acesso ao poder de comunicar através da mídia.

A comunicação alternativa da década de 20 já representava uma opção enquanto fonte de informação, com conteúdos e abordagens diferentes dos encontrados na grande mídia comercial.

Conforme explicado pelo comunicador popular Vito Gianotti em seu livro *Comunicação dos trabalhadores e hegemonia*, os jornais operários brasileiros escritos nessa época davam destaque às reivindicações cotidianas dos trabalhadores, como salários, condições de vida e trabalho e conquistas de direitos que começavam a ser reconhecidos no mundo industrializado.

Era claro que nas publicações alternativas de menor porte a liberdade de expressão era maior e temas mais polêmicos importados da Europa podiam ser tratados de forma mais clara e sem censura. Assuntos que fugiam das reivindicações do dia-a-dia e que eram reprimidos em grandes meios de comunicação também encontravam seu espaço nesses jornais.

De 1875, quando começaram a aparecer as primeiras fábricas, até 1930, época de ouro do anarquismo no Brasil, foram publicados centenas de jornais operários. A historiadora cearense Adelaide Gonçalves fala de 500 títulos diferentes de jornais ‘operários’, em sua imensa maioria de tendências anarquistas (GIANNOTTI, 2014, p. 81).

O forte combate ideológico ao sistema capitalista, à burguesia e à aristocracia, assim como questionamentos ao clero e ao militarismo encontravam voz e apoio entre as páginas dos jornais operários. Um grande exemplo da imprensa anarquista do século XX é a capa do periódico da Confederação Operária (COB) do 1º de maio de 1913, onde um operário sem camisa exhibe no pulso uma aljava arreventada, com os pés apoiados em um monte de caveiras identificadas com placas que dizem “capitalismo, clero, burguesia, militarismo e aristocracia”.

Desde aquela época, essas publicações apresentavam uma ameaça ao controle da burguesia sobre a população e, portanto, sobre a manutenção da hegemonia. Por conta disso, diversas falas foram abafadas e marginalizadas. Jornalistas foram presos, ameaçados e espancados.

Em 1923 a lei da imprensa, criada pelo senador Adolfo Gordo, veio tentar por vias oficiais calar as vozes da comunicação operária e os jornalistas críticos e alternativos da grande imprensa. Baseado nos processos de legislação franceses, o projeto proibia o anonimato nas sessões livres e editoriais dos periódicos, atentando contra a liberdade dos jornalistas. Os jornais da época defendiam que tentar adaptar o Brasil às regras francesas sem levar em consideração as diferenças entre os dois países era uma iniciativa “desastrosa” e “infeliz”.

Apesar da imposição da lei de imprensa, as vozes contra-hegemônicas que surgiram no cenário brasileiro na década de XX influenciaram na dinâmica governamental do país depois da Revolução de 1930 e deram o pontapé inicial na concepção de comunicação alternativa e popular que vemos vigorar no cenário midiático nacional até hoje.

Conforme este capítulo ilustra, já é consolidada a visão de que a mídia exerce papel de influência na realidade social, sendo instrumento fundamental na constituição da memória e identidade de uma sociedade. Através de seus discursos, os diversos meios de comunicação fortificam visões de mundo de acordo com preferências política e mercadológicas, seguindo os interesses das diferentes posições de classe dentro de uma sociedade. A comunicação se afirma, portanto, como *lugar estratégico para a implementação da dominação hegemônica, atrelada a esses interesses* (ENNE, 2008, p. 197).

A existência desses discursos, usados na construção da hegemonia de uma classe social específica, pressupõe a existência de discursos que questionem os interesses desta camada e os preceitos por ela defendidos. Portanto, é possível afirmar que para cada discurso hegemônico, existe um contra-hegemônico com o qual o dominante precisa lidar, garantindo a hegemonia não só através da imposição, do uso de força, mas mantendo-se no poder por persuasão, sabendo controlar e lidar com essas diferentes falas.

Conforme escreveu a pesquisadora Ana Lucia Enne em seu texto *Práticas midiáticas e disputas por hegemonia*

Estamos propondo (...) uma visão acerca da mídia em que a mesma seja pensada como lugar de hegemonia, mas também de contra-hegemonia, de disputa pelo controle do discurso e pelo direito de construir significados para a realidade social. (...) A luta social está se deslocando, acentuadamente, do campo explícito das relações de produção ou das disputas partidárias para o campo da cultura, no qual a mídia ocupa lugar central (ENNE, 2008, p. 199).

3 COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA NOS DIAS DE HOJE

3.1.A descentralização da comunicação popular

Apesar de regida pelos mesmos princípios da comunicação alternativa da década de XX, Peruzzo atenta para as diferenças das reivindicações da comunicação popular atualmente.

Nos anos de 1970 e 1980 o conteúdo da comunicação popular centrava-se na proposta de contestação ao *status quo*, conscientização política e organização para transformação da sociedade capitalista. Atualmente, apesar de algumas premissas continuarem vivas, a conjuntura é outra e as preocupações das pessoas também, e assim vão sendo incluídas novas temáticas e mudando as linguagens e os tipos de canais adequados ao momento atual. Hoje, o cerne das questões gira em torno da informação, educação, arte e cultura, com mais espaço para o entretenimento, prestação de serviços, participação plural de várias organizações (cada um falando o que quer, embora respeitando os princípios éticos e normas de programação) e divulgação das manifestações culturais locais. (PERUZZO, 1998, p. 152 apud PERUZZO 2005, p. 21)

A comunicação comunitária atualmente vem sendo produzida por pequenos grupos com identidades e interesses em comum, priorizando assuntos que lhes são particularmente significativos e expressando, na maioria das vezes, uma visão alternativa às prioridades hegemônicas. É uma comunicação que se compromete com os interesses da “comunidade” em que está inserida e procura contribuir para a ampliação da cidadania.

Podemos perceber então que os meios de comunicação comunitários nos dias de hoje não se propõem a falar para grandes públicos, nem lutar pela audiência com os meios de comunicação de massa. A comunicação comunitária se baseia em questões

específicas da própria comunidade que representa e trata de demandas e conflitos dessa parcela da sociedade.

É através da comunicação comunitária que se dá a participação direta do cidadão no fazer comunicacional nos dias de hoje, uma vez que esta é muito mais acessível à população do que os meios de comunicação de massa. Primeiro por se localizar próximo à comunidade onde atua e em segundo lugar por se propor a fazer uma comunicação inclusiva, onde a população deixa de ser somente receptor da mensagem para construí-la e autá-la de acordo com seus anseios e necessidades.

No cenário atual, embora muitas vezes se articulem com a grande mídia em termos de formato e linguagem, diversas ações midiáticas operam por vias alternativas, funcionando como uma opção às grandes mídias. Esses meios de comunicação buscam brechas no cenário midiático para a produção de um discurso alternativo, que levante questões e abordagens que não costumam fazer parte dos interesses econômicos e políticos da classe social dominante e detentora dos meios de comunicação tradicionais. Essa comunicação, portanto, não chega a ser uma força predominante, visto que seu discurso costuma nadar contra a corrente dos meios de comunicação de massa, mas são fundamentais na democratização da informação e cidadania, tanto na ampliação dos canais de informação e do aumento de emissoras, como pelo caráter educativo do qual falaremos mais adiante.

Os meios de comunicação, nesse caso, são instrumentos democráticos que permitem a comunicação e a expressão dos que querem intervir no debate e na formação de uma sociedade, mas muitas vezes não encontram espaço. Existe uma parcela da população, que não pode ser ignorada, que está em busca de alternativas às falas hegemônicas encontradas na mídia tradicional. Uma parcela que não se sente representada pelo discurso que essa mídia traz. Se essas experiências alternativas

podem ser consideradas projetos de comunicação contra-hegemônicos é o que vamos tentar responder nos próximos capítulos deste TCC.

3.2. Educomunicação comunitária

O caráter inclusivo da comunicação comunitária faz com que ela contribua efetivamente para o avanço do desenvolvimento social e local da comunidade e do desenvolvimento pessoal de quem participa dela, estimulando a construção de identidades. Nesse sentido, ela pode ser considerada um processo educativo, já que envolve indivíduos no fazer comunicacional e nos próprios movimentos populares, rompendo fluxos unilaterais de comunicação e partindo do princípio de que qualquer indivíduo pode sair da condição de receptor para a condição de emissor. Essa característica é nomeada pela comunicadora Cicília Peruzzo como *Educomunicação comunitária*. (PERUZZO, 2002)²

Segundo escreveu a educadora Geneviève Jacquinet, no texto *O que é um educador?* apresentado em São Paulo durante o I Congresso Internacional de Educação e Comunicação em 1998, Educomunicação diz respeito às inter-relações entre comunicação e educação nos processos de educação formal, não-formal e informal. Ou seja, a Educomunicação se caracterizaria pelo uso dos meios de comunicação no aprendizado.

O comunicador e educador argentino Mário Kaplun é ainda mais específico ao destacar a necessidade da educomunicação dentro do rádio. Para ele, o educativo e cultural no veículo deveriam ir além dos espaços marcados e categorizados, através da produção de programas informativos e de entretenimento com uma perspectiva educativa. Para Kaplun, o processo de formação educacional que traz “elementos de

² Peruzzo, 2002, In <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>

reflexão e de consciência crítica” deve ser priorizado. Segundo pregao comunicador em diversos textos, seu objetivo *não é só informar ou conformar comportamentos, mas formar as pessoas para transformar sua realidade, num processo contínuo de educação*(Kaplún, 1998, p. 49)

Kaplún defendia que todo comunicador é um educador, sendo responsável pelo processo de desenvolvimento do sujeito e dando destaque especial para o papel do comunicador nas classes mais baixas e marginalizadas da sociedade. Segundo ele, o rádio é um instrumento que pode e deve ser usado para suprir as carências da população - em específico, a latinoamericana -e dar visibilidade e voz para suas questões. Dessa forma, a educação radiofônica deve ser entendida para além das emissoras especializadas, incluindo em sua definição aquelas que promovem o desenvolvimento humano e que procuram fazer das pessoas, sujeitos ativos de sua transformação social.

Nesse âmbito, Kaplún prega que a função do comunicador é identificar as necessidades prioritárias da população – que muitas vezes não são sentidas ou reconhecidas por ela – investigando essas temáticas não numa postura paternalista, mas se colocando a serviço do povo, relacionando o conteúdo educacional e cultural à realidade do ouvinte.

Para o educomunicador, todo programa radiofônico pode ser considerado uma experiência educativa se exercer a função de espaço de promoção e constituição de uma massa crítica, ajudando a diminuir desigualdades sociais e promovendo o desenvolvimento, fomentando o debate e o diálogo entre ouvintes e educadores.

Kaplún também destaca que para atingir seu objetivo como experiência educativa, transformando o rádio em um meio útil e eficaz para a comunidade, é fundamental a relação entre o conteúdo educacional e cultural à realidade do ouvinte. É preciso que o comunicador identifique as necessidades reais e prioritárias da população, conheça seu

perfil social e econômico. Além disso, é necessário aliar isso a uma boa estética, usando uma linguagem de fácil compreensão e conteúdos interessantes.

No plano da educação formal e não formal no rádio, o MEB³ é considerado a mais importante e ampla experiência de educação popular com recepção organizada. Sua prática, como conscientização e politização, incentivou a participação popular pela pedagogia. O contato direto com as comunidades rurais, que o MEB denominou “animação popular”, criou maior interação entre os atores do processo educativo, contribuindo para a estruturação das comunidades, assumido por seus próprios membros, numa ação educativa que ia além da alfabetização da comunidade rural.

O MEB esteve presente, entre 1961 e 1966, em quinhentos municípios de catorze estados e no território de Rondônia. Em 1963, mantinha em funcionamento 7.353 escolas radiofônicas sintonizadas nas 29 emissoras católicas que tinham audiência de oito milhões de pessoas e que irradiavam as aulas no início da noite. Nos cinco primeiros anos, alfabetizou diretamente, com auxílio dos monitores, 320 mil alunos matriculados na área rural (BAUMWORCEL, 2008, p. 3).

Da experiência do MEB³ podemos destacar a utilização de líderes das comunidades como monitores, que mediavam o contato entre os alunos ouvintes e o sistema educativo. Dessa forma, foi possível a criação de uma via de mão dupla e diálogo na experiência de educação radiofônica. O conhecimento desses monitores acerca das comunidades em que estavam inseridos e os problemas enfrentados por elas também foi essencial e deram ao MEB o diferencial da experiência de alfabetização e conscientização social pelo rádio e ajudaram a nortear os debates sobre a comunicação educativa que queremos, feita por e para a população, como destacou Baumworcel.

³ Movimento de Educação de Base

Saindo da educação formal, Cicília Peruzzo afirma que a *Educomunicação Comunitária* é um processo que se refere às inter-relações entre comunicação e educação informal (adquirida no dia-a-dia em processo não organizado) e não-formal (formação estruturada que pode levar a uma certificação, mas difere da educação formal ou escolar).

A educação nos movimentos populares e comunitários teria então como objetivo inserir a população num projeto de comunicação onde ela exerce o papel de sujeito no processo de construção do conhecimento, se educando através de atividades concretas em um ambiente que permita essa construção, ampliando o papel do receptor no fazer comunicacional. Baumworcel esclarece:

Destaco, então, que o rádio, desde o seu surgimento no país, com um grau de eficiência e resultados variáveis, contribuiu com a instrução de seus ouvintes, mas que sua natureza educativa não se restringe a esse 'lugar de escola', como pregava Roquette-Pinto. (...) Mas talvez, até hoje, o senso comum sobre o conceito de rádio educativo seja o que se classifica aqui como rádio instrutivo. (BAUMWORCEL, 2015, p. 5)

Conforme vimos, a Educomunicação Comunitária parte do princípio que a educação não se dá apenas no ambiente escolar, mas acontece em igual intensidade através dos meios de comunicação, no âmbito da comunicação comunitária e nas relações sociais que ela proporciona.

A comunicação popular/comunitária, que inicialmente se valeu de instrumentos simples, de pequeno alcance e artesanais, aos poucos inspirou as apropriações das tecnologias de comunicação, especialmente o rádio, a televisão e mais recentemente a internet. (PERUZZO, 2002)⁴

A comunicação e os veículos midiáticos são postos aqui como mais do que meio e mensagem: eles são parte de uma dinâmica de mobilização social a serviço dos

⁴ <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>

interesses populares. A pesquisadora Cicília Peruzzo atentou para o momento cada vez mais favorável à implantação de programas e iniciativas que amplie os direitos e deveres de cidadania e contribua para a melhoria social.

Alimentada por um contexto de efervescência social, no seio de grandes contradições, a comunicação comunitária vem se desenvolvendo no País através de múltiplas formas e linguagens, pois há uma convivência de formatos artesanais, modos grupais, de canais massivos de rádio difusão e de meios digitais de comunicação. (PERUZZO, 2005, p.22)

De acordo com Peruzzo, uma das formas mais efetivas de fazer educomunicação é através das ações das rádios comunitárias.

4. UM EXEMPLO DE EDUCOMUNICAÇÃO: AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

4.1 O que veio antes: Rádios piratas e livres

O termo *rádio pirata* surgiu na Inglaterra no final da década de 50 para denominar barcos equipados com transmissores que, navegando pelos mares, emitiam sua programação fora do território da Grã-Bretanha numa tentativa de burlar a tutela estatal. Era costume erguer uma bandeira negra, como a dos piratas, nas embarcações, dando origem à expressão.

Segundo o livro *Rádios Livres, a reforma agrária no ar*, essas emissoras também eram piratas por outro motivo. Elas buscavam o lucro através da conversão do rádio em um veículo comercialmente lucrativo. Eram financiadas por multinacionais e precisavam fazer com que a publicidade perfurasse o monopólio do governo. As rádios piratas são caracterizadas por possuírem um dono e não contarem com a participação da comunidade na sua gestão.

No Brasil, apesar das embarcações não chegarem a ser usadas, as rádios piratas também procuravam explorar o rádio comercialmente, através da publicidade, para obter lucro.

São consideradas rádios piratas as que veem o rádio como um negócio lucrativo e, em termos de programação, não apresentam nada de novo em relação à programação das rádios oficiais. Pelo contrário, apenas repetem de forma massificada e, pouco elaborada, o que já é feito pelas rádios que possuem concessão (SOUSA, 1997, p. 11)

Podemos traçar aqui um paralelo com o cenário das rádios não-oficiais no Brasil atualmente e concluir que as rádios piratas hoje em dia seriam, então, aquelas que ainda não receberam autorização do governo e funcionam ilegalmente com finalidades

comerciais, políticas e/ou evangelizadoras, se apropriando indevidamente do espectro de radiodifusão comunitária.

A primeira rádio pirata na Inglaterra foi a rádio Merkur, que estreou em julho de 1958, emitindo da costa de Copenhague, na Dinamarca. Um mês após ser posta no ar, a emissora já contava com verbas publicitárias de 150 mil dólares, mostrando o potencial dessa nova forma de radiodifusão. A publicidade era, então, a principal forma de financiamento das rádios piratas.

O desafio ao monopólio na Europa e em especial na Itália na década de 70, abriu brecha para as *rádios livres*, uma experiência radiofônica inédita, *dirigida por uma gestão alternativa de informações e para o exercício direto da democracia, através da ligação com movimentos sociais contestatórios*.(MACHADO, MAGRI e MASAGÃO, 1987, p. 63)

As rádios livres se diferenciam das rádios piratas por não priorizarem o lucro. O movimento, iniciado na Itália em 1975, procurava acabar com o monopólio estatal das telecomunicações através de emissoras ilegais ou não autorizadas. As rádios livres surgem como instrumento de lutas políticas contestatórias, estimulando as pessoas a passar da condição passiva de ouvintes, para agentes ativos do seu discurso e a colocar no ar a programação, a ideia e o modo de comunicar que desejavam. Elas podem ser consideradas as antecessoras das rádios comunitárias, que a partir do final da década de 90 no Brasil ganharam uma legislação que, apesar das falhas e limitações, permitiram que essas rádios funcionassem legalmente no país.

O *Canale 96*, de Milão, a rádio *Milano Centrale*, a rádio *Cittá Futura de Roma* e a rádio *Bra Onde Rosse* foram algumas das primeiras emissoras livres italianas.

A *Milano Centrale* mantinha conexão direta com fábricas ocupadas e contava com uma rede de informações sobre a vida da cidade (...) Suas ramificações na vida política da cidade lhe

permitia manter os ouvintes informados sobre concentrações, greves e manifestações e dar em primeira mão, ao vivo, notícias dos diversos movimentos reivindicatórios. (MACHADO, MAGRI e MASAGÃO, 1987, p. 63)

No final de 1975 havia quase uma centena de emissoras clandestinas em toda Itália e pelo menos um terço delas eram rádios democráticas sem fins comerciais. Já em junho de 1978, de acordo com números oficiais, a Itália já contava com 2275 rádios locais e 503 emissoras de TV, porém apenas 10% representava uma programação alternativa e contestatória. Apesar da migração para uma programação comercial que visava o lucro, o movimento das rádios livres na Itália abriu uma brecha de luta contra o monopólio da comunicação. Este movimento se espalhou ao redor do mundo, inclusive no Brasil.

Durante a década de 70, quando novas tecnologias da comunicação e da informação aparecem nos países industrializados, as rádios piratas e livres aumentam de modo considerável e ao longo da década seguinte, surgem em vários países. No Brasil, alguns grupos isolados começam a enxergar nas novas tecnologias uma outra forma de comunicação, com a possibilidade de atingir mais pessoas estimulando-as a participar da luta por melhorias sociais.

Em um país de território extenso como o Brasil, com povoados distantes e grande parte da população analfabeta, a popularização das tecnologias de radiodifusão surgiu como resposta à demanda desses grupos sociais por um maior alcance e integração da parcela da sociedade que não se sentia representada pelas mídias tradicionais e que procuravam uma nova forma de fazer comunicação.

Quando as rádios ilegais surgiram no território brasileiro, quem colocava um transmissor no ar sem autorização do governo denominava seu trabalho *pirataria*. Na época, a imprensa também adotou o termo, sem fazer distinções sobre emissoras ilegais e piratas.

Com o aperfeiçoamento do movimento de rádios livres no Brasil o termo passou a ser motivo de preocupação:

A rádio Xilik lançou em meados de 1985 o slogan: “Piratas são eles. Nós não estamos atrás do ouro”, com o objetivo de deixar bem claro que as verdadeiras rádios piratas são aquelas preocupadas única e exclusivamente com o lucro. E nesse caso estão incluídas tanto as rádios oficiais, de gênero comercial, quanto algumas rádios ilegais. (SOUSA, 1997, p. 26)

A primeira experiência de rádio livre no Brasil foi a da rádio Paranóica, de Vitória (ES), em 1970. Seus idealizadores eram dois irmãos adolescentes sem motivações políticas e com vontade de fazer rádio. A emissora tinha como slogan “Paranáica, a única que não entra em cadeia com a Agência Nacional”. Apesar de sofrer intervenção e ter seu criador preso por subversão, a rádio voltou a funcionar em 1983 e continua no ar até hoje com o nome de Rádio Sempre Livre.

Conforme explica Cicília Peruzzo em seu texto *Participação nas rádios comunitárias no Brasil*, com a abertura gradual do regime militar, no final da década de 70 e início de 80, as rádios livres passaram a se desenvolver com mais intensidade no país. No começo, a grande maioria dos idealizadores das rádios livres eram jovens com interesses no fazer rádio, pouco ou nada envolvidos com grandes causas sociais ou políticas.

Aos poucos foram surgindo emissoras preocupadas com a questão da centralização dos meios de comunicação e que acabavam tratando também de problemas centrais de natureza socioeconômica no país. Houve também experiência em sindicatos e nos movimentos comunitários, como a dos bancários de São Paulo. Após criarem uma rádio-poste com alto-falantes, puseram a rádio Teresa no ar em 1985.

As rádios livres (...) são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço. Elas contribuem para o debate sobre a estrutura antidemocrática dos meios de comunicação de massa no Brasil (PERUZZO, 1999, p. 5)

4.2 Rádios comunitárias: um instrumento de luta

O movimento das rádios comunitárias hoje no Brasil é resultado de processos de mobilização social pela regulamentação da radiodifusão de baixa potência, ou seja, das rádios livres. Elas começaram a aparecer a partir da década de 70 como porta-voz de grupos que defendiam causas minoritárias, geralmente excluídos pela sociedade e que não se sentiam representados pelos grandes meios de comunicação. As rádios comunitárias podem também ser consideradas a evolução tecnológica do sistema de rádio-poste, que nada mais é do que um conjunto de alto falantes instalados em locais específicos da comunidade que representa. Atualmente, apesar de muito menos utilizados, os rádios-poste ainda podem ser encontrados em alguns bairros, favelas e escolas.

A expansão das rádios comunitárias está inserida na revolução tecnológica a partir da década de 80, que introduziu a frequência modulada (FM), barateou aparelhos e custos tecnológicos, facilitando o aumento das rádios não comerciais.

A nomenclatura usada para se referir a essas rádios é importante: Quando são chamadas de comunitárias, normalmente atribuímos um caráter público a elas, que são vistas como engajadas nos interesses comunitários, contribuindo para o desenvolvimento social e a construção da cidadania. Se taxadas de piratas, essas rádios são tidas como ilegais, invasoras e um problema a ser combatido.

De acordo com a pesquisadora Terezinha Silva, em seu livro *Gestão e Mediações nas Rádios Comunitárias*, a expressão *rádio comunitária* começou a se institucionalizar

a partir de 1995, no 1º Encontro de Rádios Livres Comunitárias, em Macaé, no Rio de Janeiro. Na ocasião, as rádios comunitárias foram definidas como algo que já eram: uma emissora que se propõe a ter gestão pública, programação plural, que opera sem fins lucrativos e em baixa potência.

O Brasil chegou a ser o único país da América do Sul sem uma legislação para rádios de baixa potência. Esse cenário começou a mudar a partir de 1995, quando o ministro das Comunicações da época, Sérgio Motta, recebeu um grupo de representantes de rádios livres e comunitárias. Nessa ocasião, ele reconheceu publicamente a existência de milhares de emissoras de baixa potência no país e assumiu o compromisso de regulamentar seu funcionamento.

Em dezembro de 1996 foi feito o Projeto de Lei 1.521, que deu origem a Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Segundo a lei, o Serviço de Radiodifusão Comunitária Sonora deveria ser feito em frequência modulada, permitindo uma potência de no máximo 25 Watts e antena não superior a 30 metros, além de cobertura restrita à comunidade que representa. Segundo a pesquisadora Peruzzo, existiam em 1998 entre 7.000 e 10.000 emissoras no país e elas eram frutos de movimentos sociais, populares, sindicais e religiosos.

Alguns aspectos presentes na lei assinada em 1998 garantiam o caráter social e comunitários das rádios. Ela exigia, por exemplo, a formação de um conselho composto por, no mínimo, cinco entidades locais, uma programação de interesse social e que facilitasse o acesso não discriminatório do cidadão.

Apesar disso, a lei não difere a utilização da rádio comunitária como instrumento de educação cidadã de experiências de indivíduos ou instituições que se apropriam da radiodifusão comunitária por interesses políticos-eleitorais, financeiros ou religiosos. Muitas vezes essas instituições acabam tomando o espaço de rádios com fins

comunitários, já que a lei prevê apenas uma rádio por localidade e a obrigatoriedade de todas as emissoras operarem na mesma frequência em todo o país.

(A lei define) as regras de participação da sociedade civil, vetando a formação de redes, impedindo a utilização de publicidade, praticamente inviabilizou a existência da maior parte das experiências autenticamente comunitárias, favorecendo, na prática, a sobrevivência de emissoras ligadas a políticos e comerciantes, que são as que estão recebendo as autorizações para funcionamento legalizado em sua maioria. (NUNES, 1995, p. 172 apud NUNES, 2007, p. 107)

Nos dias de hoje, as rádios comunitárias continuam operando dentro da legislação de 1998 e ainda são caracterizadas como emissoras voltadas para o interesse social de uma comunidade específica. *Elas não têm fins lucrativos, contribuem para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas*(PERUZZO, 2007, p. 69)

No Brasil não há legislação que garanta uma diversidade de fontes e conteúdos e que proíba um só proprietário de controlar várias mídias. A luta pela regulamentação do setor acontece em toda a América Latina desde 1970, mas até hoje nada foi feito no país sob a alegação de que regulamentar atentaria contra a liberdade de imprensa. Dessa forma, a comunicação comunitária procura atuar nas brechas da legislação, abrindo caminho para uma nova forma de comunicação.

Uma vez que procuram construir um novo fazer comunicacional, diferente do defendido e praticado pelos meios de comunicação comerciais de massa e, logo, do pensamento determinante e dominante da sociedade, as rádios comunitárias podem ser caracterizadas como meios de comunicação contra-hegemônicos. As instâncias no poder, numa tentativa de manter sua hegemonia, procuram limitar a ação dessa forma de comunicação através de uma legislação que mais dificulta do que favorece sua prática.

Conforme resumiu Peruzzo em seu texto *Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento*, o desenvolvimento social não interessa a todos os setores da sociedade.

As rádios comerciais convencionais receiam a expansão das rádios comunitárias por medo da pulverização da audiência. E se houver redução da audiência poderá haver perda de anunciantes. Além disso, o conteúdo político e o potencial para estimular a cidadania dos ouvintes é um risco à manutenção da hegemonia. A ABERT – Associação Brasileira de Rádios e Televisão –, que representa os interesses das empresas comerciais de comunicação de todo Brasil, tem a maioria confessadamente contrária à difusão radiofônica comunitária.

Segundo o jornalista Nivaldo Manzano (NUNES, 2007, p.108), a oposição às rádios comunitárias é, em grande parte, pelo o que elas representam na disputa pelo poder político no Brasil: Cerca de 60% dos parlamentares são proprietários ou sócios de empresas de comunicação de massa e os demais, dependentes delas para se reeleger.

Desde o auge do movimento das rádios comunitárias, em 1995, muitas emissoras entraram no ar mesmo antes da promulgação da lei 9.612/98. Ainda depois dela, diversas rádios continuaram operando sem licença por conta da demora do processo e de práticas clientelísticas que prejudicam o andamento da autorização do Ministério das Comunicações às associações de radiodifusão comunitária. *Mesmo sabendo ser ilegais, várias emissoras comunitárias de rádio entram no ar porque reconhecem possuir o direito à liberdade de expressão e ao acesso aos canais de comunicação.* (PERUZZO, 2004, p. 31)

Segundo a pesquisadora Raquel Paiva (2007), mesmo após a lei de 1998, as rádios comunitárias continuam sendo perseguidas e vitimadas. Dados de 2007 indicavam que já naquela época a repressão aumentou em torno de 35% em todo o Brasil. No Rio de

Janeiro esse número é ainda maior: aparecem 72 emissoras entre multadas e fechadas. Além da repressão de órgãos governamentais, as exigências para a produção de um veículo de qualidade e os altos custos de produção também dificultam o desenvolvimento das rádios comunitárias.

Conforme destacamos, as rádios comunitárias permitem a participação ativa do receptor e têm uma comunicação mais abrangente e libertadora, que procura contribuir com a cidadania da comunidade em que atua. Essas emissoras atendem a uma carência crescente da comunicação em nível local, colaborando efetivamente para o desenvolvimento social e local a partir do conteúdo diferenciado que divulgam até na participação no processo de fazer rádio. Nesse quesito, Peruzzo ainda acrescenta a capacidade da rádio comunitária de se tornar uma unidade de produção econômica, a medida que impulsiona a aplicação de recursos na comunidade através da aquisição e manutenção de equipamentos e da divulgação de serviços locais.

A rádio comunitária é pouco custosa, fácil de manejar e tem a vantagem de alcançar a todos os membros da comunidade em sua própria língua. Como meio de comunicação de massa, incrementa consideravelmente o potencial do desenvolvimento implícito no intercâmbio de informação, de conhecimento e de experiência. A rádio comunitária não só informa, educa e entretém, mas dota a comunidade de mais poder ao outorgar a palavra a todos os “sem-voz”, favorecendo a transparência nos assuntos públicos (UNESCO)

As conquistas em direção aos avanços da cidadania são em relação à consciência, organização e ação de forças alternativas para a melhoria das condições de vida de segmentos populacionais excluídos, fazendo valer seus direitos e vontades. A rádio comunitária visa chamar atenção para carências que o poder público não consegue ou não tem interesse em atender. É, portanto, no lugar de mobilizadora para ampliação da

cidadania que a rádio comunitária encontra seu papel mais relevante para a sociedade em que atua.

As rádios comunitárias contribuem também para o rompimento dos fluxos unilaterais de comunicação ao trazer os ouvintes para dentro da emissora. Elas atuam como facilitadoras de processos educativos mais amplos, convertendo receptores em emissores e vice-versa, num processo de comunicação dialógica.

Para fazer a rádio comunitária, é necessário também a preparação das pessoas para o uso das técnicas e tecnologias empregadas no rádio. Há, portanto que se garantir ainda o acesso ao conhecimento técnico e especializado em comunicação.

Segundo Terezinha Silva (2008) a rádio comunitária pode ser definida a partir de três critérios: O primeiro seria de caráter técnico, dado sobretudo pela definição de potência e frequência contidas na lei. Do ponto de vista técnico, a rádio comunitária é uma emissora sonora que opera em frequência modulada e de baixa potência.

O segundo critério seria sociológico em duas vertentes: Primeiro, temos um alcance geográfico limitado, portanto, quando falamos de rádio comunitária falamos de um determinado espaço e de um determinado alcance social. Em segundo lugar, ao usar o termo *comunidade* pressupomos a construção coletiva da rádio e, portanto, da identidade social de quem está inserido nela.

O terceiro critério seria político/normativo: a rádio comunitária é aquela que não visa lucro nem a propaganda de um setor ou grupo social, ela se preocupa com o bem-estar da comunidade onde atua, promovendo a participação de entidades e/ou indivíduos que tenham os mesmos interesses.

4.3 Rádios comunitárias no Brasil

Como já mencionamos, as rádios comunitárias brasileiras têm origem nas experiências de rádio-poste não só daqui, como de outros lugares da América Latina. Segundo a pesquisadora Márcia Vidal Nunes (2007), uma das experiências mais conhecidas é a da Vila El Salvador, em Lima. Uma comunidade de 200 mil habitantes, estabelecida a partir de um assentamento, que usava o sistema de alto-falantes para mobilização e educação popular.

Por outro lado, as rádios comunitárias são também a evolução das rádios livres europeias e brasileiras da década de 70, como ambas as experiências radiofônicas visavam uma comunicação plural, com assuntos de interesse da comunidade e sem lucro, as histórias dessas duas formas de fazer rádio se misturam.

Segundo a pesquisadora Sandra Sueli Garcia de Souza, as rádios comunitárias se diferenciam das ilegais por ter uma participação mais aprofundada dos ouvintes na construção do processo radiofônico. Esta não se limita a telefonemas para pedir músicas, mandar recados ou conversar com os apresentadores.

Acredita-se assim que o simples fato do ouvinte ligar para pedir música e ser atendido imprime à emissora caráter de comunitária. Mas não se pode isolar o significado da rádio comunitária adotando apenas esse critério de participação. É preciso ir além, aumentando os níveis na qualidade participativa da comunicação (SOUSA, 1997, p. 66)

Diversas experiências de rádios livres se destacaram no Brasil, e deram os primeiros passos em direção à rádio comunitária que conhecemos atualmente. Um desses projetos foi o Proconel – Projeto de Comunicação não-escrita da Zona Leste II, em São Paulo, que, constituído por um representante de cada rádio da região, deu origem em 1985 ao extinto Centro de Comunicação e Educação Popular (CEMI). O centro, vinculado a Igreja Católica da região de São Miguel Paulista, criou um

departamento de rádio popular que funcionou até 1990. O CEMI encerrou suas atividades logo depois, em 1992.

Outra iniciativa significativa foi a implantação de um projeto de rádios comunitárias feito pela prefeitura de Fortaleza em 1987. Com o projeto, foram contabilizadas no início da década de 90, vinte rádios comunitárias em funcionamento nas regiões de Parangaba (Serrinha), Antônio Bezerra (Conjunto São Francisco), Barra do Ceará (Buraco do Céu), Mucuripe (Jardim Nova Esperança), Mondubim (Acarape), e Messejana (LagoaRedonda).

No Rio de Janeiro, a primeira rádio livre foi a Frívola City, fundada em 1986. Ela foi uma das primeiras emissoras a se engajar nas campanhas políticas para eleições nesse ano, apoiando a candidatura de Fernando Gabeira (PV) e ampliando o espaço eleitoral dos pequenos partidos, muito reduzido nas emissoras comerciais.

Com a mobilização e crescimento das rádios comunitárias no Brasil, o que mudou foi que, na década de 90, as rádios livres, posteriormente chamadas de rádios comunitárias, passaram a ser uma iniciativa não mais de jovens amantes da tecnologia, restritas ao eixo Sul e Sudeste do Brasil, e sim experiências existentes por todo território brasileiro, envolvendo também iniciativa dos movimentos sociais e culturais populares, e o aparecimento de emissoras financiadas e promovidas por políticos e por comerciantes e religiões evangélicas (OLIVEIRA, 2002, p. 51, apud NUNES, 2007, p.106)

Na cidade de Sorocaba, em São Paulo, um movimento iniciado como *hobby* para jovens de baixa renda deu início a uma onda de rádios comunitárias nos anos 80. A falta de programações diversificadas nas rádios da cidade fez com que em 1982 estivessem no ar, oficialmente, 43 emissoras, porém, segundo a pesquisadora Sandra Sueli Garcia de Souza (1997), há informações de que mais de 100 rádios transmitiam na época.

Essa onda culminou na criação de um conselho das rádios clandestinas de Sorocaba, na tentativa de organizar o movimento e impedir as interferências sobre as frequências oficiais e também às das rádios não autorizadas.

De acordo com Sandra de Souza, o conselho foi extinto um mês depois de criado devido à impossibilidade de controlar tantas rádios e sob ameaças do antigo Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel) – hoje Departamento Nacional de Fiscalização das Comunicações -, que prevê prisão para quem transmitir sem concessão na faixa de FM.

Em 1983 durante a Primeira Conferência Mundial de Rádios Comunitárias foi criada uma associação mundial que agregava cerca de 600 rádios comunitárias distribuídas pela Europa, África e América Latina: A Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc), com sede no Canadá.

De acordo com Bruce Girard (SOUSA, 1997, p.85), coordenador do projeto de secretariado da Amarc, a associação é uma organização internacional não-governamental que presta serviços ao movimento de rádios populares promovendo e facilitando a cooperação e o intercâmbio entre emissoras de todo o mundo. Hoje em dia a Amarc reúne nos cinco continentes mais de quatro mil rádios comunitárias, federações e aliados em mais de 115 países.

Em 1995 foi criada a Amarc Brasil, com a missão de *promover a democracia na comunicação, especialmente no rádio, para favorecer a liberdade de expressão e contribuir para o desenvolvimento igualitário e sustentável das sociedades*⁵ dentro do território brasileiro.

Atualmente a parte brasileira da associação está organizada em torno de um conselho deliberativo que acompanha as diretrizes tomadas em suas assembleias bienais

⁵<http://amarcbrasil.org/>

de associadas. Segundo o site da Amarc Brasil, ela conta com 12 rádios comunitárias, seis centros de produção e dez ativistas.

5. BICUDA FM, UMA EXPERIÊNCIA COMUNITÁRIA

5.1. A história por trás da rádio

Escondida no terceiro andar nos fundos de um prédio em Vaz Lobo, funciona a rádio Bicuda FM. A emissora, que já viveu seus dias de glória no final dos anos 90, hoje ocupa um pequeno espaço de duas salas no final do corredor sem nem um cartaz que indique seu funcionamento no local. As condições são precárias e o material escasso. A sala com a mesa de som que abriga o locutor está com o ar-condicionado quebrado: um ventilador barulhento foi improvisado para que os radialistas tenham condições de trabalhar.

Influenciada pela Eco 92, a marca Bicuda surgiu na Vila da Penha com a proposta de servir como porta-voz de causas ambientais e tendo como carro-chefe a Serra da Misericórdia, que fica no bairro e é uma área constantemente desmatada. Idealizada pela associação de moradores local, composta na sua maioria por professores, a organização encabeçou uma campanha sobre falta de água – batizada de “Eu não sou camelo não” – mas sofreu com a dificuldade de mobilização e comunicação com os moradores locais. Foi assim que surgiu a ideia de criar uma rádio comunitária com a missão de atingir o maior número de pessoas possíveis.

A rádio Bicuda FM foi então fundada em 1996 para auxiliar o movimento ambientalista da região. Logo na sua criação, a emissora trouxe também como bandeira a luta pela democratização dos meios de comunicação em uma época em que ainda não existia nenhuma lei de regulamentação de rádios comunitárias em vigor no país. A rádio foi rapidamente difundida entre os moradores da região e em poucos meses se tornou uma das emissoras mais ouvidas na Leopoldina, disputando o público com rádios comerciais conhecidas, como a Transamérica e Cidade. Sediada em um casarão na Vila

da Penha, a rádio botava no ar mais de 60 programas, além de realizar shows, eventos e promover ações sociais. Dois anos depois, sentindo necessidade do amparo de uma entidade jurídica que apoiasse o movimento ambientalista local, a associação de moradores da Vila da Penha formou a organização não-governamental Bicuda Ecológica.

Em agosto de 1998, com a criação da Lei 9.612 de rádios comunitárias, o grupo deu entrada com o pedido de outorga da rádio rebatizada de Bicuda Ecológica. Por problemas políticos na concessão, a emissora permaneceu fechada de 2002 a 2005, período em que a ONG tentou desarquivar o processo de outorga da rádio e resolver os impasses legais aos quais a Bicuda tinha se submetido no período em que funcionou ilegalmente. A licença para funcionamento só saiu em outubro de 2009 após uma série de burocracias.

Para botar a rádio no ar, tivemos que arrumar duas indicações de deputados em quinze dias e depois disso teríamos mais seis meses para instalar tudo. É muito difícil, o equipamento é muito caro e o governo não ajuda em nada. Nossa rádio foi construída a mil mãos, cada um doando o que podia, mas era um momento em que o movimento social estava muito mais unido, focado em construir ao invés de protestar. (Osório, Carlos. Entrevista para a autora no dia 09/04/2015)

Quando a emissora conseguiu a licença legal para operar, a mobilização da comunidade já não era mais a mesma, o movimento ambiental não foi reestabelecido e hoje a rádio conta com um número bem menor de funcionários que fazem de tudo para que ela consiga funcionar. De acordo com o coordenador e presidente da rádio Bicuda, Carlos Osório, atualmente a maioria das pessoas que procuram a emissora não está preocupada nem com a questão ambiental, nem com a luta pela democratização dos meios de comunicação. Elas querem fazer rádio, botar o programa no ar, sem se importar com as diretrizes que a Bicuda segue e defende.

Eles não têm os ideais da Bicuda, o que faz com que os poucos que têm se desgastem. A rádio sempre foi bancada por quem participa dela e hoje nós somos muito poucos. Nós não podemos anunciar e isso torna nosso trabalho muito difícil, a Bicuda para mim é uma agência de notícias e nós deveríamos ter jornalistas, radialistas, estagiários, trabalhando e ganhando um salário para manter isso aqui funcionando. (Osório, Carlos. Entrevista para a autora no dia 09/04/2015).

5.2. As pedras no caminho

A Bicuda FM apresentou as mesmas dificuldades da grande maioria dos veículos comunitários segundo seu atual coordenador, que relatou o caminho que a emissora teve de percorrer até conseguir a concessão para seu funcionamento, permanecendo três anos fechada e onze anos esperando o processo ser finalizado.

No começo da outorga em 2009, a rádio teve muitos problemas. A Polícia Federal chegou a entrar na emissora seis vezes em menos de três meses e em cada visita desmontava toda a rádio e revirava os equipamentos na busca por alguma coisa que provasse a ilegalidade da Bicuda. Mas há cinco anos funciona normalmente sem a intervenção da polícia.

Atualmente, o grande problema tem sido a censura sofrida por parte da Anatel e do Ministério Público, o que acontece com todas as rádios comunitárias. A emissora recebeu três notificações da Anatel de abertura de processo de multa nos últimos dois meses.

Nós temos uma série de restrições, não podemos, por exemplo, dar o preço de nada durante a transmissão. Uma vez num anúncio sobre restaurante popular eu falei “alimentação balanceada por menor preço”, e eles querem me multar em R\$ 5 mil por isso. (Osório, Carlos. Em entrevista para autora no dia 09/04/2015)

A luta da Bicuda é a mesma de todas as rádios comunitárias: Com uma lei que proíbe a veiculação de publicidade nas emissoras e ao mesmo tempo dá pouco ou nenhum apoio financeiro para elas, os idealizadores do movimento de rádios comunitárias têm que fazer malabarismo para conseguir botar a emissora no ar. Além dos equipamentos caros, é necessário ainda contar com um grande número de funcionários, desde repórteres e radialistas até operadores de som, que em sua maioria não recebe salário para trabalhar e ainda tem que contribuir financeiramente para fazer a emissora funcionar, já que não há fonte de renda nas rádios. Ao mesmo tempo, por não ter estreitos compromissos econômicos, financeiros ou políticos, a Bicuda se sente muito mais livre para ampliar sua produção discursiva.

Conforme elucidou Peruzzo em seu texto *Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento*, ser uma emissora sem fins lucrativos não significa proibição de gerar recursos, e sim, não ser movida por interesses financeiros, tendo os recursos revertidos para o próprio veículo de comunicação e não para o lucro particular de alguém.

Conforme destacamos, a Bicuda FM não tem fonte de renda e seus funcionários são voluntários. Dessa forma, a rádio ainda não consegue contribuir na geração de empregos na região. Porém, com a divulgação do comércio e de artistas da comunidade, o papel de fomento para a economia local é parcialmente desenvolvido pela emissora.

O objetivo da Bicuda FM é conseguir se sustentar através do dinheiro do Estado. A lei 6892/14, sancionada em setembro de 2014, prevê 1% do total das verbas destinadas às campanhas publicitárias no Rio de Janeiro para rádios e televisões comunitárias. Porém, além da falta de informação a respeito de como fazer valer a lei, a emissora precisa estar com suas contas em dia, o que não é o caso da rádio de Vaz Lobo. O dinheiro que a Bicuda dispõe atualmente é de apoio cultural de comerciantes

locais ou políticos que utilizam o espaço da rádio para comentar algum assunto – sempre respeitando os princípios da emissora – e dos próprios funcionários da rádio, que não recebem salário para trabalhar.

5.3. Uma emissora, várias vozes

Com uma equipe de dez pessoas, a rádio Bicuda põe no ar hoje dez programas que tratam de assuntos de interesse da comunidade na qual atua, desde programas sobre política até entrevistas com artistas locais e um programa especial sobre a escola de samba Portela. Por ser uma emissora comunitária, as relações de trabalho e os sistemas produtivos da rádio encontram-se menos demarcados em funções específicas e pré-estabelecidas, *o profissional sente-se responsável pelo produto final, desde a sua idealização e, da mesma maneira, integrado com os seus colegas de trabalho.* (PAIVA, 2007, p. 142)

A emissora tem um alcance de 500 mil habitantes e está na internet desde maio de 2010 com a programação ao vivo, onde contabiliza em torno de quatro mil ouvintes por dia.

Com a internet, nós começamos a ter ouvintes do mundo inteiro. A rádio Bicuda tem mais audiência na China do que na Europa Inteira. Temos público nos EUA, Paraguai, Equador, Alemanha... E recebemos mensagens e e-mails deles. Quando lançamos o programa da Portela, recebemos e-mail de um cara do interior do Brasil dizendo que era Portelense e havia adorado o programa, o público com certeza aumentou. (Osório, Carlos. Entrevista para a autora no dia 09/04/2015)

A Bicuda FM pode ser considerada uma emissora polifônica, uma vez que promove a comunicação plural, feita pelos próprios moradores da região. Além de incentivar a participação dos ouvintes através de ligações, e-mails e visitas à emissora, a Bicuda procura promover encontros com os moradores para discutir os próximos passos da rádio.

A pluralidade (das rádios comunitárias) constitui uma de suas maiores bandeiras, contribuindo de maneira decisiva, não apenas para democratizar o diálogo, mas principalmente para reduzir visões preconcebidas e preconceituosas sobre os mais diversificados grupos humanos e propostas (PAIVA, 2007, p. 141)

Além disso, grande parte dos funcionários da Bicuda FM são moradores da própria comunidade, que trazem os anseios e vontades da região para dentro da emissora. A rádio faz ainda um trabalho em torno da divulgação de artistas da comunidade, mostrando seus talentos e muitas vezes tornando esses moradores partes da programação fixa da Bicuda.

Embora parte da emissora o desejo de estar cada vez mais atrelada à comunidade, atualmente ela encontra dificuldade em atrair os moradores para participar na construção da comunicação alternativa. Isso porque a grande quantidade de rádios que se denominam comunitárias, mas que na realidade usam o *dial* para benefícios políticos, religiosos ou comerciais é cada vez maior e isso acaba causando desconfiança entre os moradores da região, que muitas vezes questionam a intenção das rádios comunitárias como um todo. Conforme destacou o representante da emissora, Carlos Osório é muito mais fácil que um político influente consiga uma concessão para botar no ar uma rádio para atrair eleitores, do que uma rádio de fato comunitária consiga.

Para o representante da rádio, a Bicuda está cada vez mais focada em conquistar a comunidade do entorno de Vaz Lobo e de representar a população local. Para cumprir esse objetivo, a rádio conta com alguns funcionários que são moradores da região e que ajudam a criar a programação, refletindo os gostos e preferências da comunidade no entorno da Bicuda. Mesmo assim, de acordo com Carlos Osório, a Bicuda FM ainda tem muito caminho a percorrer quando diz respeito à integração com a comunidade.

Lamento que nós não tenhamos conseguido ainda trazer uma parte maciça dos moradores para as reuniões, para pensar a rádio. Houve época, no começo da Bicuda, em que 70 pessoas se reuniam para discutir os próximos passos da emissora, mas hoje em dia não é mais assim. Muita gente da comunidade pensa que temos algum envolvimento político, alguma briga de governo, e fica desconfiado. (Osório, Carlos. Em entrevista para a autora no dia 09/04/2015).

Além de participar da construção da identidade da comunidade que representa, a rádio comunitária tem como papel servir de porta-voz para os problemas da população. Ela procura fazer com que sua programação reflita a comunidade em que está inserida, ajudando na formação de sua identidade. Dessa forma, está sempre em busca da capacidade de contar as histórias em queos indivíduos estão inseridos, *de maneira que eles possam se perceber como participantes na construção da história coletiva e, conseqüentemente, possam se qualificar como membros da comunidade atual, resultante desse processo histórico* (PAIVA, 2007, p. 141)

5.4. Além das ondas do rádio

A Bicuda FM se instalou em Vaz Lobo na mesma época em que estavam sendo feitas as obras para o corredor da Transcarioca, um projeto de mobilidade urbana que liga a Barra da Tijuca ao aeroporto internacional Tom Jobim. Através de conversas com os moradores, os funcionários da rádio descobriram que as obras derrubariam o cinema de rua do bairro, além de desapropriar mais de 3 mil e 500 moradores da região.

A partir dessa questão trazida pelos moradores, foi criado o programa *Bicuda Entrevista*, que, no ar até hoje, veio com o objetivo de debater políticas públicas, a começar pelas obras que estavam sendo feitas no bairro. Nas ruas, a emissora entrevistou moradores, produziu uma espécie de jornal chamado *Bicuda Notícias* contando a história das desapropriações e promoveu um debate com a participação de técnicos engenheiros em uma escola da região para mais de 300 pessoas. O debate foi

transmitido ao vivo pela Bicuda FM e resultou num abaixo assinado com mais de 1 milhão de assinaturas durante o ano em que ficou disponível para os moradores da região. A Bicuda tinha como parceiro o movimento Cine Vaz Lobo, que também tinha como objetivo a manutenção do cinema do bairro. O abaixo assinado era disponibilizado para a população nas diversas atividades organizadas em conjunto.

Com as ações fomentadas pela rádio, a Bicuda conseguiu fazer com que o cinema da região não fosse demolido, porém as desapropriações aconteceram mesmo após a mobilização social da região. O episódio serviu para que os idealizadores da rádio percebessem a importância da interação com os moradores.

A partir de então, todas às vezes em que nós fomos para a rua o retorno foi imediato. As pessoas passam a ouvir mais a rádio nos meses seguintes, comentar, opinar e lembrar da gente. Se você demora muito a estar na calçada debatendo as questões importantes com eles novamente, a bola murcha de novo. É um exercício contínuo, é preciso estar sempre nas ruas. (Osório, Carlos. Em entrevista para a autora em 09/04/2015).

Conforme traduziu Osório, essas ações dão à população a possibilidade de se movimentar, se organizar e negociar uma solução melhor para seus problemas sociais.

Como vimos no terceiro capítulo desta monografia, sejam quais forem os projetos de um veículo de comunicação comunitária, sua natureza é sempre de fundo educacional, fazendo com que sua função não se esgote na transmissão de notícias.

A Bicuda FM, por exemplo, lança em sua programação vinhetas de conscientização para problemas sérios da cidade, como o uso de drogas e a proliferação da dengue, além de promover debates como o que discutiu a Transcarioca. Ações como essas, porém, não são tão comuns na emissora de Vaz Lobo, já que são necessários

recursos financeiros para realizar eventos que ultrapassem as ondas dos rádios e uma maior participação da comunidade na sua organização.

Acredito que a semente para questões importantes para a sociedade seja plantada pela rádio constantemente. Se a comunidade tiver interesse, nós somos uma fonte para um tipo diferente de comunicação do que a feita nas grandes mídias (Osório, Carlos. Em entrevista a autora no dia 09/04/2015)

A rádio promove também ações de divulgação, pensadas pela equipe de marketing da emissora⁶: um evento de dia das mães patrocinado por comerciantes locais foi organizado pela Bicuda. Na véspera da data comemorativa, as mães da região ganharam camisetas com seus nomes e a marca da rádio, com o objetivo de atrair novos ouvintes.

5.5. Espalhando essa ideia

Outro problema enfrentado pela rádio diz respeito ao modo como as emissoras comunitárias são vistas por outras empresas e entidades governamentais. De acordo com Osório, por se tratar de uma rádio sem fins comerciais, outras instituições julgam que não há dinheiro ou contratos a serem cumpridos dentro da emissora.

O Sebrae, por exemplo, que tem dinheiro, acaba pedindo para anunciar de graça. Diz que não tem verba para publicidade e dois dias depois passa com carro de som anunciando, faz propaganda nas rádios comerciais. Duvido que essas emissoras anunciem de graça. (Osório, Carlos. Em entrevista para a autora no dia 09/04/2015).

⁶ Até o meio de 2015 a emissora contava com uma equipe de marketing formada por duas pessoas. A equipe realizava reuniões semanais para organizar ações locais que promovessem a rádio, com a entrega de brindes em datas comemorativas como dia dos pais e dia das mães. Por falta de financiamento e dedicação, de acordo com Carlos Osório, as reuniões se tornaram cada vez mais escassas até que a equipe de marketing acabou.

Diante de tantos problemas para construir uma emissora comunitária, muitas vezes o esforço de algumas pessoas não é suficiente. Durante novembro e dezembro de 2013 a rádio Bicuda permaneceu fechada pelo o que o coordenador da rádio traduziu como “falta de força de vontade”. Com pouca verba, poucos funcionários e quase nenhum retorno, o trabalho muitas vezes se torna extenuante.

Apesar da relação da Bicuda com outras rádios sem fins lucrativos ser boa, Osório atenta para as emissoras que não tem um propósito comunitário em sua criação. Segundo ele, essa parcela faz com que o movimento de rádios comunitárias hoje esteja desacreditado.

Tem gente que se apropria do movimento das rádios comunitárias. São elites financeiras e intelectuais que não fazem parte da população e tem algum interesse velado. Querem tirar proveito político e a Bicuda não faz parte desse grupo, movimentos políticos ou religiosos não representam nossas lutas. (Osório, Carlos. Em entrevista para autora no dia 09/04/2015).

A Bicuda recebe ainda visitas de estudantes de jornalismo e emissoras estrangeiras que querem aprender mais sobre o funcionamento de rádios comunitárias. Durante 2014, uma emissora de TV francesa e dois alunos de comunicação da Alemanha foram conhecer a rádio. Além desses contatos, os funcionários da Bicuda recebem constantemente e-mails e ligações de pessoas de outras partes do Brasil pedindo ajuda para montar emissoras comunitárias.

Eu acho muito importante ajudar e dar dicas para todos que tem o mesmo objetivo que a gente. Todo mundo que passa por aqui acaba levando uma semente da luta da democratização dos meios de comunicação para fora da Bicuda.(Osório, Carlos, em entrevista a autora no dia 09/04/2015)

Para Osório, o movimento de rádios comunitárias é essencial para abrir um espaço onde a sociedade possa se expressar e ouvir falar dela mesma através de assuntos que construam sua identidade e revelem sua herança cultural. Para ele, a rádio comunitária representa a aproximação com o ouvinte.

Uma vez um ouvinte entrou em contato com a gente porque queria ouvir um programa específico, mas o nosso site na internet tinha sido hackeado. Acabei entrando no meu e-mail e mandando o streaming do programa pra ele, junto com um beijo ao vivo. A pessoa ficou tão feliz que se tornou ouvinte cativo da nossa rádio. Para mim, rádio comunitário é isso, fazer o ouvinte se sentir representado. (Osório, Carlos. Em entrevista a autora no dia 09/05/2014).

6. ANÁLISE DA RÁDIO BICUDA FM

6.1. Uma experiência contra-hegemônica

A ideia gramsciana de hegemonia, que engloba aspectos como a cultura, arte, religião, filosofia, que junto com a política produzem um pensamento determinante e dominante, permite que a comunicação e seus veículos também se situem no campo das produções hegemônicas. Segundo a pesquisadora Raquel Paiva em seu texto *Para reinterpretar a comunicação comunitária*, uma vez que os veículos de comunicação de massa podem ser considerados produções hegemônicas, toda comunicação que é verdadeiramente comunitária constitui, então, força contra-hegemônica no campo comunicacional.

Por esse motivo, encontramos tanta resistência por parte das esferas dominantes da sociedade e dos meios de comunicações tradicionais – aparatos de manutenção da hegemonia – no que diz respeito à legitimação dos meios de comunicação comunitários, representados aqui pelas rádios comunitárias, conforme destacamos no capítulo quatro deste trabalho.

A partir dos aspectos que identificamos no capítulo anterior, podemos perceber na experiência da Bicuda FM os mesmos desafios e os mesmos propósitos encontrados nos veículos legitimamente comunitários: Produzir uma comunicação plural, sem fins lucrativos, que atenda aos desejos e necessidades da comunidade que representa, integrando seus moradores e tornando a emissora um instrumento de melhoria social. Portanto, a partir do ensinamento de Raquel Paiva, podemos concluir que a Bicuda FM pode ser considerada um meio de comunicação contra-hegemônico.

Apesar disso, algumas características da emissora repetem o modelo hegemônico de radiodifusão. Apesar de não se limitarem ao aspecto econômico, o modo

de financiamento da rádio influi diretamente sobre as dificuldades que a emissora enfrenta na hora de passar para a prática os aspectos contra-hegemônicos que defende.

6.2. Patrocínio e parcerias

Apesar de não poder fazer publicidade, os apoios de comerciantes e políticos são, em escala bem menor, uma repetição do modo de financiamento dos grandes meios de comunicação e de certo modo podem acabar influenciando em parte a programação da emissora.

Dois políticos cariocas patrocinam a rádio todo o mês desde o começo de sua atuação em Vaz Lobo: Eliomar Coelho, deputado estadual pelo PSOL, e o vereador do PT, Reymont. Com o dinheiro que doam à emissora, os políticos têm direito a um espaço dentro da programação. Esse espaço é para discussão de assuntos em pauta no cenário da cidade e, em especial, da região onde a Bicuda atua. Porém, não deixa de ser um local onde os patrocinadores podem anunciar seu produto, no caso, a candidatura ou mandatos políticos.

De acordo com Carlos Osório, qualquer pessoa interessada em patrocinar a emissora poderá fazer parte dela. Desta forma, apesar de, na teoria, a rádio comunitária ser uma rádio livre para construir sua grade e escolher seus próprios critérios de noticiabilidade, esses patrocínios podem acabar pautando a programação, ocupando um espaço que poderia ser usado com assuntos de maior relevância e interesse da população e dessa forma, interferindo na *agenda setting*⁷(McCombs e Shaw, 1970) da emissora.

Além disso, a interação do público com os patrocinadores dentro da rádio, feita através de perguntas por telefone ou e-mail, passa primeiro pela aprovação do próprio

⁷ Agenda setting é uma teoria comunicacional formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1970 que diz que, ao escolher determinados temas em detrimento de outros, a mídia determina quais assuntos serão discutidos entre os consumidores desses veículos.

entrevistado antes de ser posta no ar, o que também vai contra o princípio comunitário de espaço plural e democrático. Hoje em dia apenas um comerciante contribui para as despesas da Bicuda FM, o resto do dinheiro vem de políticos e dos próprios funcionários da emissora.

A Bicuda FM tenta também meios alternativos de apoio financeiro, como a captação de recursos online chamada Crowdfunding. O processo funciona como uma “vaquinha”. Em uma página da web a emissora explica quanto e para que pretende arrecadar e quem se sentir mobilizado pela ação pode deixar a contribuição que achar conveniente. Apesar do esforço da emissora, meio não tem se mostrado eficiente e muito pouco foi arrecadado através dele até agora.

No entanto, caso houvesse grande participação da população, essa ferramenta poderia ser usada com êxito, livrando a emissora dos vínculos publicitários e políticos e contribuindo para que ela mantivesse certa independência, fundamental para os meios de comunicação comunitários. O Crowdfunding vem sendo usado para dar visibilidade e viabilidade aos projetos sociais e comunitários que não têm espaço na mídia, nem verba suficiente para serem concretizados. O objetivo do site é promover o encontro entre ideias e pessoas afim de contribuir para concretizá-las através de ajuda financeira ou de divulgação, com pessoas se reunindo para alavancar projetos de impacto social.

Em parceria com algumas ONGs e rádios comunitárias, a Bicuda FM entrou no ano passado para a Associação de Emissoras de Rádio e Televisão do Estado do Rio de Janeiro (AERJ) para ficar mais perto das rádios e televisões comerciais e poder legitimar, cada vez mais, o trabalho que a emissora faz. A iniciativa é uma forma de diminuir o preconceito e a repressão sofrida pela rádio pelos órgãos reguladores e pela grande mídia.

Como já vimos as rádios comunitárias não procuram competir com as emissoras comerciais. Suas premissas e objetivos são diferentes da grande mídia. Porém, ganhando mais visibilidade elas podem acabar conquistando parte da audiência, que procura uma programação menos pasteurizada. Por conta disso e por lutar pela democratização da comunicação, as emissoras comunitárias não costumam ser bem recebidas nesse tipo de ambiente.

A Bicuda FM é uma rádio membro da AMARC. Apesar disso, a relação da emissora com a associação não é de muita proximidade, visto que não há nenhuma forma de apoio ou parceria entre elas. A única interação real é a eventual presença de radialistas da emissora em congressos e palestras da AMARC para falar sobre rádio comunitária, visto que, apesar de todas as dificuldades, a Bicuda FM é considerada uma experiência de sucesso entre o universo das emissoras alternativas.

6.3. Programação

Mesmo com todas as dificuldades, a liberdade de expressão que as rádios comunitárias, aqui tratando da Bicuda FM, têm para discutir qualquer assunto de interesse da comunidade onde atua não se compara com as das grandes rádios comerciais.

A programação veiculada na rádio é escolhida pelos próprios funcionários de acordo com os assuntos em pauta na cidade, em especial na região onde a Bicuda FM atua. Dos dez programas veiculados pela emissora hoje, apenas dois são de conteúdo jornalístico. Os outros oito são programas de entretenimento, em sua maioria musical.

Conforme vimos no capítulo 3 deste trabalho, a comunicação comunitária estimula a construção de identidades, contribui para o avanço do

desenvolvimento social da comunidade e de quem participa dela. Ela também torna possível que as pessoas se reconheçam na programação da emissora e se sintam representados por ela. De acordo com Raquel Paiva, a rádio comunitária permite recontar a história de uma forma que os indivíduos possam se perceber como participantes da história coletiva e da própria rádio.

É isso que a Bicuda FM faz em termos de programação musical: A maioria de seus programas de entretenimento é voltada para o samba, cultura enraizada na história de Madureira. A estratégia tem dado certo:

O Programa Portela, que vai ao ar todo sábado de 12h às 14h, encontra grande aceitação entre os ouvintes, que costumam mandar e-mail e fazer ligações, muitas vezes de fora da cidade, para elogiar. Em um dos e-mails enviados para a emissora, um ouvinte de fora do Rio de Janeiro afirmou que o programa fazia com que ele “se sentisse novamente em casa”, atingindo o objetivo da rádio comunitária de ser um espaço onde a comunidade se sinta reconhecida e possa contar a própria história.

Dos dois programas jornalísticos da Bicuda FM, o *Manhã Carioca* vai ao ar diariamente de 09h às 12h e trata das principais notícias do dia anterior em pequenas notas. O formato é bastante parecido com os noticiários das rádios comerciais.

O segundo programa jornalístico da emissora é o *Bicuda Entrevista*, ele é transmitido todo sábado de 14h às 16h e reprisado no domingo às 22h. Esse é o único programa da rádio que trata de forma mais aprofundada, questões relevantes para a sociedade. O *Bicuda Entrevista* será analisado mais profundamente em outro subcapítulo deste trabalho de conclusão.

Nos quadros abaixo podemos ver como é dividida a programação da emissora:

Segunda a Sexta

Horário	Programação
00:00 até 06:00	programação musical Todas as segundas, às 05:30 horas, Programa Prosa Rural em parceria com a Embrapa
06:00 até 09:00	programação musical
09:00 até 12:00	Programa Manhã Carioca com Carlos Osório
12:00 até 15:00	programação musical
15:00 até 17:00	Programa Sem Paranoia com Renato Silva e Renata Guilherme (Somente às quartas-feiras)
17:00 até 19:00	programação musical
19:00 até 20:00	A Voz do Brasil
20:00 até 22:00	Programa Berço do Samba
22:00 até 23:59	programação musical

Sábado

Horário	Programação
00:00 até 08:00	programação musical
08:00 até 10:00	Programa Subúrbio Carioca com Cláudio Rangel
10:00 até 12:00	Programa Bicuda MPB com Lúcia Mara
12:00 até 14:00	Programa Portela com Wellington Catão
14:00 até 16:00	Programa Bicuda Entrevista com Carlos Osório
16:00 até 18:00	Programa Rock, Pop, Entre Outros Sons com Mary Difatto
18:00 até 23:59	programação musical

Domingo

Horário	Programação
00:00 até 06:00	programação musical
06:00 até 08:00	Programa Bom Dia com Rafael Dalessandro
08:00 até 10:00	Programa Cida Santos Show com Cida Santos
10:00 até 12:00	Programa Samba em Kasa Com Carlos Fabiano e Karen dos Anjos
12:00 até 14:00	Programa Lado A Com Carlos Fabiano e Karen dos Anjos
14:00 até 22:00	programação musical
22:00 até 23:59	Programa Bicuda Entrevista Repeteco

Além da sua programação normal, a Bicuda FM divulga ainda boletins informativos do Supremo Tribunal Federal, da Embrapa e da Rádio Câmara. Os boletins são uma parceria da rádio com esses órgãos para divulgar informações de relevância pública para os ouvintes. Eles são veiculados diariamente.

Boletins Informativos

Horário	Programação
05:00	Programa Boletim do Judiciário em parceria com o Supremo Tribunal Federal
05:30 (segundas-feiras)	Programa Prosa Rural em parceria com a Embrapa
07:00	Programa Panorama Político em parceria com a Rádio Câmara
10:00	Programa Boletim do Judiciário em parceria com o Supremo Tribunal Federal
15:00	Programa Boletim do Judiciário em parceria com o Supremo Tribunal Federal
18:00	Programa Panorama Político em parceria com a Rádio Câmara
00:00	Programa Panorama Político em parceria com a Rádio Câmara

A emissora produz também alguns spots de conscientização para assuntos de interesse público. Essas peças sonoras são trocadas a cada semana e seus temas são variados. Atualmente, os spots no ar na Bicuda FM tratam da conscientização no combate ao mosquito *Aedes Aegypti* e de combate às drogas.

Apesar de procurar um modelo de comunicação que preze por assuntos de interesse da comunidade e seja diferente da programação exibida pela grande mídia, a Bicuda ainda encontra dificuldade em transformar suas ideias em ações.

Dois dos programas de entretenimento da emissora trazem uma programação pasteurizada e que pouco acrescenta ao público ouvinte. Eles são voltados para curiosidade de celebridades e para horóscopo. Apesar desse tipo de veiculação muitas vezes encontrar público, não é um programa que esteja de acordo com o tipo de comunicação educadora defendida pelos pensadores da comunicação comunitária.

Os outros programas, apesar de possuírem um viés cultural condizente com a história da comunidade onde a rádio atua, a maioria traz conteúdos superficiais e que também podem ser encontrados em grandes rádios. A diferença está nas vezes em que a emissora traz artistas da região, muitas vezes ouvintes, para apresentarem seu trabalho. Quando isso acontece, a Bicuda consegue pôr em prática a dinâmica da rádio comunitária, fazendo com que o público se torne construtor da rádio, se reconhecendo e formando a identidade da comunidade através da emissora.

Nos programas de formato jornalístico, o único que procura abordar novos temas, que não são vistos na mídia comercial, e trazer novos pontos de vista para acrescentar às discussões, é o *Bicuda Entrevista*. Com temas criativos e entrevistas aprofundadas, o programa apresenta muitas vezes um viés educativo, auxiliando a população em questões públicas.

Em um dos programas deste ano, o entrevistado era um funcionário do INSS que trabalhava em um departamento que auxiliava pessoas que tivessem o recurso de seu processo negado. O departamento era, até então, desconhecido pela maioria da população. Após o programa ir ao ar, cinco ouvintes entraram em contato com a rádio e foram encaminhados para esse departamento. Outras informações e telefone para contato também foram fornecidos no site da Bicuda FM.

Após a análise, ficou claro que, tendo em sua maioria programas com formatos similares aos das rádios comerciais, o objetivo da rádio é atrair os ouvintes, que muitas vezes procuram na Bicuda FM o que normalmente encontrariam em uma emissora comercial. Depois de conquistar o público a emissora procura, então, fazê-los pensar um novo formato de fazer rádio, ainda que aos poucos.

No fim, apesar de toda dificuldade, da falta de recursos e na falta de um público mais interessado em participar na construção da rádio comunitária, a Bicuda FM consegue fazer germinar novas ideias e pontos de vista. Mesmo quem sintoniza na emissora procurando apenas música e distração, acaba se deparando com algumas discussões interessantes, novas abordagens e assuntos que não costumam ser tratados.

Por isso, em um ambiente em que é cada vez mais difícil fazer comunicação comunitária, a Bicuda FM pode ser considerada uma experiência positiva no sentido contra-hegemônico, como defendido neste trabalho.

6.4. Além da rádio

Ações que vão além do limite do rádio, como a feita pela Bicuda FM na época da construção da Transcarioca, mostram o poder de melhoria social que a rádio comunitária pode ter. Infelizmente, na emissora analisada, esse foi o único caso. Antes da rádio ser legalizada, ações que buscavam o exercício de direitos dos moradores,

como a campanha *eu não sou camelo não*, também podem ser consideradas exemplos de inserção da defesa dos interesses comunitários na própria construção da emissora.

No entanto, a desconfiança e falta de interesse dos ouvintes, além da falta de estímulo por parte dos funcionários da rádio limitaram esses projetos, já que para mobilizar uma comunidade é necessário que ela esteja disposta a lutar por esses interesses. É difícil acabar com certa apatia que acaba predominando.

Atualmente a emissora não está mais focada em organizar ações fora da rádio e conseqüentemente, em conduzir a organização da população em torno de uma causa. A Bicuda FM prioriza a produção e veiculação de informações que não tem espaço na grande mídia, além de dar voz aos moradores de Vaz Lobo e a entrevistados que façam coro às causas da emissora.

6.5 Análise do programa *Bicuda Entrevista*

Conforme citamos no capítulo anterior, o programa *Bicuda Entrevista* surgiu em 2010 com a mobilização da rádio em torno das obras da Transcarioca, quando houve a desapropriação de 3 mil e 500 moradores, mas a comunidade conseguiu a preservação do cinema do bairro. O programa vai ao ar todo sábado de 14h às 16h e apresenta entrevistas sobre temas variados, onde um ou mais especialistas conversam com o apresentador, Carlos Osório, tirando dúvidas, debatendo e explicando questões sobre o assunto escolhido.

No dia sete de junho de 2015 o *Bicuda Entrevista* trouxe a coordenadora da associação Pamen – Cheifa - Central Humana de Educação, Ideias e Formação Alternativa, Maria de Fátima Silva. A entrevistada foi também coordenadora da pastoral do menor, na região Leste 1 por treze anos. O programa falou sobre a caminhada por

melhorias sociais na região de Jardim Gramacho, em Duque de Caxias, e também discutiu a redução da maioria penal. Ao longo da entrevista o fechamento do lixão de Gramacho, também foi debatido.

O programa começa com uma melodia em BG⁸ com duração muito maior do que a recomendada: a música fica no ar por um minuto e quinze segundos até que o locutor comece a apresentar o programa, dando a impressão de que a programação saiu do ar ou houve algum erro dentro da rádio. Após esse tempo, o locutor cita o nome do programa e apresenta a entrevistada e o tema da semana, informação que é repetida diversas vezes nas duas horas de duração do *Bicuda Entrevista* além de uma vinheta com o nome do programa e do apresentador. Esses recursos facilitam a fixação do programa e do tema pelo ouvinte.

Depois da introdução o apresentador chama uma música da programação da emissora, a mesma coisa se repete algumas vezes durante a entrevista. A pausa é importante para que o debate não fique longo e cansativo para os ouvintes.

A linguagem utilizada durante a conversa tanto pelo locutor como pela entrevistada é informal, de modo que os ouvintes compreendam o que está sendo debatido e ao mesmo tempo crie um clima de empatia com a emissora.

(BG de 1,15 minutos)

Locutor – Hoje no programa *Bicuda Entrevista*, eu, Carlos Osório, vou conversar com Maria de Fátima Silva. Ela é coordenadora da associação Pamen central humana de educação, ideia e formação alternativa. Além disso, ela é agente pastoral, conselheira no conselho estadual de direitos humanos e coordenou a pastoral do menor no Leste 1 por treze anos. Ela foi convidada aqui ao programa *Bicuda Entrevista*, para falar sobre a caminhada que aconteceu no Jardim Gramacho, em Caxias, em prol de melhorias para a região e, claro, diante de sua história vamos falar também sobre maioria penal, enfim.. Uma série de assuntos que estão estourando de forma maliciosa na grande mídia. Então hoje o programa *Bicuda Entrevista* promete!

⁸ Back Ground, a música fica por baixo do texto lido pelo locutor

O programa tem um tom de denúncia, não se propondo em nenhum momento a ser uma entrevista neutra. Tanto o entrevistado quanto a entrevistadora têm pontos de vista claros e buscam passá-los aos ouvintes. A primeira parte da entrevista procura denunciar o descaso público e a falta de políticas eficientes para a região de Duque de Caxias, já a segunda parte do programa debate a ineficiência da redução da maioria penal.

Ao falar sobre o descaso com Jardim Gramacho e o lixo da região, denunciando a falta de políticas públicas para revitalização da área e indenização dos moradores, a entrevistada cita questões ambientais, uma das diretrizes que incentivou a criação da Bicuda FM e fez dela uma rádio comunitária.

Entrevistada – (A revitalização) Não aconteceu e pior, Carlos, você não imagina. Nós estamos lá nesse projeto, nesse local, há dez anos, trabalhando com crianças, adolescentes, familiares e mulheres e você vai no território, você só conhece quando sente o ar, o cheiro, toda violação que você imagina de meio ambiente. Aproveitar que a Rádio Bicuda é uma preocupação com o meio ambiente. Meio ambiente lá está degradado. Saneamento básico, saúde, educação, nada. Não tem nada.

A entrevistada muitas vezes se perde no meio da fala e se enrola com o que está explicando, o que dificulta a compreensão do ouvinte. Porém o relato é feito de forma muito simples, informal e verdadeira, fazendo com que ela consiga passar a importância de seu relato para o público. É quase como se fosse uma conversa em uma roda de amigos, feita em tom de denúncia e desabafo. A entrevistada usa expressões e gírias populares, fazendo com que a audiência se identifique com o que está sendo falado e se veja representada na emissora.

A participação dos ouvintes durante o programa foi por meio de perguntas ou comentários lidos pelo locutor. Eles não tiveram participação direta e não puderam entrar ao vivo no debate para contribuir para a discussão. A falta de interação vai contra o princípio plural e polifônico da rádio comunitária e reproduz o formato de participação dos ouvintes na grande mídia.

Ao mesmo tempo, as denúncias feitas pela entrevistada sobre a condição de vida dos moradores no Jardim Gramacho, gerou uma série de ligações de ouvintes querendo contribuir para a melhoria de vida daquela região. O debate sensibilizou o público e gerou uma rede de doações, contribuindo para a melhora da qualidade de vida dos moradores da região de Duque de Caxias, e nesse caso, comprovando que a solidariedade também pode ser força motora da rádio comunitária. A entrevistada disponibilizou o endereço da associação e convidou os ouvintes a visitarem Jardim Gramacho para entenderem um pouco mais da situação daquelas pessoas. Além disso, a Bicuda FM disponibilizou em seu site um vídeo produzido pelos próprios moradores que mostrava a realidade de quem convive diariamente com o lixão, para trazer mais informações ao ouvinte e promover maior ajuda para a região.

Locutor – recebi a ligação agora a pouco da senhora Sônia, de Rocha Miranda, ela fez a seguinte pergunta, já agradecendo a participação da senhora Sônia: como as pessoas que querem doar roupas, alimentos, como elas podem fazer para doar?

Entrevistada – Elas podem deixar o telefone, se puder entregar lá elas até conhecem nosso trabalho. Muitas vezes as pessoas não podem ir, dão o telefone e a gente dá um jeito de ir buscar. A gente precisa de tudo, qualquer coisa. As famílias precisam desde roupa até móveis. É uma situação muito pobre.

Na segunda parte do programa, o locutor e a entrevistada debateram a questão da redução da maioria penal. Sempre com um tom de denúncia, passaram por questões como a ideia senso-comum de que “direitos humanos são para humanos direitos”, chamando atenção para o cuidado que se deve ter com discursos que se assemelhem aos proclamados na época da ditadura militar.

Durante a entrevista, o locutor cita as matérias parciais que a grande imprensa produziu na época, afirmando que *os veículos de comunicação comerciais têm dado destaque negativo à diminuição da maioria penal* e aos assaltos por menores de idade com o uso de armas brancas. Quando o apresentador utiliza a expressão “destaque negativo a diminuição da maioria penal”, a frase fica dúbia, podendo passar a impressão de que a grande mídia é contra a redução da maioria penal. Porém, como o debate em nenhum momento se propõe a ser imparcial, o ouvinte já sabe a posição do veículo sobre o tema, o que facilita a compreensão sobre quais são os personagens e que lado cada um ocupa nessa discussão.

Locutor – Boa parte da sociedade está crucificando essas crianças e adolescentes, mas ninguém questiona a ausência e responsabilização dos pais e do Estado. Qual a sua opinião sobre isso?

Entrevistada – (...) a sociedade civil, os programas e projetos, sofrem um abandono social, a falta de uma política pública para as crianças e os adolescentes, desde de muito tempo. A gente percebe que dentro da cidade do Rio de Janeiro, desde o começo dos anos 2000 acabaram os projetos sociais de abordagem de crianças em situação de rua.

O programa se dispõe a trazer o “outro lado” da discussão apresentada na grande mídia sobre a redução da maioria penal. Enquanto os veículos da grande mídia focam em matérias que mostram crimes cometidos por menores de idade que ficaram impunes por conta da lei em vigor, a mídia comunitária, aqui exemplificada pela Bicuda

FM, trouxe o outro lado da questão: A falta de amparo social e políticas públicas voltadas para crianças e adolescentes em situações precárias.

Nesse ponto, a emissora ocupa o espaço idealizado pelas rádios comunitárias, abordando assuntos de interesse da comunidade em que está inserida e trazendo novas abordagens e pontos de vista, fazendo com o que o ouvinte reflita e dando a eles material suficiente para formar a própria opinião sobre o assunto.

Durante a conversa, a entrevistada ainda sugere medidas a curto prazo que poderiam ser tomadas para melhorar a situação das crianças e adolescentes de rua, enfatizando a união de instituições de ensino com projetos sociais que tenham como objetivo a melhora da qualidade de vida dessa parcela da população. Ao oferecer alternativas em uma emissora de rádio que atinge uma quantidade considerável de pessoas, o programa faz com que o público ouvinte tenha autonomia para mudar a realidade da região, comandando iniciativas e reunindo pessoas que também estejam interessadas na mudança.

A entrevistada ainda põe em debate a questão da burocratização da ajuda a menores infratores que querem se reabilitar e faz um apelo sobre como lidar de forma mais eficiente com essa situação. Sempre utilizando dados que fundamentem sua posição e argumento.

Entrevistada – Na questão dos adolescentes que estão promovendo atos infracionais, eles estão dando um grito, Carlos. Hoje os critérios de inclusão desses jovens em um projeto social, faz com que eles se sintam excluídos. Queria até aproveitar essa deixa para os amigos que estão nos ouvindo, para que quando o adolescente procurar ajuda, não negue. Tem programas e projetos que os adolescentes procuram, mas são tantos critérios, você tem que ter documento... Não tem que ter nada! Tem que ter vontade. Porque o outro lado da moeda aceita esse jovem sem nenhuma documentação.

Locutor – (...) A sociedade já faz essa parte de discriminá-la, de esquecê-la, de não ajudar ou dar oportunidades. E aí quando você tem a oportunidade de ajuda-las acaba fazendo o mesmo que as outras pessoas.

Entrevistada – O Brasil é o quarto país que mais prende no mundo! Você vai reduzir a maioria penal, vai deixar as crianças junto com os presos? Você não fez o dever de casa...

Locutor – É a faculdade do crime

Entrevistada – Exatamente. Aceitar a redução da maioria penal é criminalizar a pobreza. Quem vai ficar preso nesses presídios são pobres, negros, favelados e analfabetos.

Em um dos intervalos do programa é veiculado um spot encorajando mulheres a fazerem denúncias contra violência sofrida por seus parceiros. A peça informa sobre locais onde elas podem procurar ajuda, ter apoio psicológico e aprender uma profissão, para que tenham o próprio sustento. As casas abrigos, como são chamadas, têm seus endereços mantidos em sigilo por conta da segurança, mas a rádio orienta que essas mulheres procurem a delegacia da mulher e peçam para ser encaminhadas para lá.

A veiculação desse tipo de spot em um dos programas de maior audiência da rádio é fundamental para cumprir o papel de agente educador e de transformação social da rádio comunitária.

No final do programa, a entrevistada recomenda um filme que trata sobre a questão de crianças e adolescentes nas ruas, contribuindo para que as discussões abordadas no *Bicuda Entrevista* ultrapassem os limites do rádio. Ela convida ainda os ouvintes e o público que trabalha com esses menores a comparecer ao Fórum da Criança e do Adolescente para discutir essas questões dentro da OAB e para a caminhada “Candelária nunca mais”, movimento contra a violência da criança e do adolescente em situação de rua em repúdio à chacina da Candelária⁹.

⁹ No dia 23 de julho de 1993, oito jovens sem-teto foram assassinados enquanto dormiam nas escadarias da Candelária, no centro do Rio de Janeiro, seis deles eram menores de idade. A chacina foi cometida por policiais militares, três foram condenados, mas já estão em liberdade. O episódio virou um dos maiores exemplos de violência policial contra pessoas pobres no Brasil.

7. CONCLUSÃO

Em uma sociedade cada vez mais marcada pela centralização do poder midiático nas mãos de poucas empresas, fica cada vez mais difícil fazer comunicação comunitária. Muitas emissoras não sobrevivem ao processo e muita gente não consegue se dedicar totalmente a um projeto que traz muito pouco retorno financeiro. Nesse cenário, a rádio comunitária passa a ser tratada como um *hobby* e não como instrumento de mudanças sociais.

A partir do momento em que não se acredita mais na causa que move a rádio, a disponibilidade para remover os obstáculos do caminho também diminui. As dificuldades financeiras, políticas e técnicas que praticamente toda rádio comunitária enfrenta, na maioria das vezes não compensa o esforço de quem trata a emissora como *hobby*. Dessa forma, a Bicuda FM tem grande rotatividade de funcionários, o que influencia diretamente na programação que ela coloca no ar e nas ações pensadas em longo prazo.

Sem funcionários comprometidos com a rádio, é impossível pensar ações que mobilizem a comunidade em torno de uma causa. Sem essa mobilização, confrontar as forças no poder e promover mudanças sociais é muito mais difícil. Nem sempre a força de vontade de alguns é suficiente para que a rádio atinja seus objetivos, principalmente em relação às ações fomentadas fora da programação diária da emissora.

O fato de que mesmo nesse cenário existam tantas emissoras que não tenham desistido e que lutam, ainda que em larga desvantagem, contra a corrente dessas forças hegemônicas, é impressionante.

Fazendo coro a essas emissoras comunitárias, a Bicuda FM se mantém no ar legalmente há sete anos, o que demonstra a seriedade e o comprometimento da rádio com a luta pela democratização da comunicação.

Alguns programas informativos e de entretenimento da rádio trazem elementos de reflexão e consciência crítica para os ouvintes, procurando contribuir para o desenvolvimento social da região e para o desenvolvimento pessoal de seus moradores. Apesar de também existir em sua grade de programação um conteúdo massificado e pouco instrutivo.

A rádio Bicuda FM se propõe a fazer uma comunicação inclusiva, incentivando a participação do ouvinte não só como receptor, mas como parte construtora da rádio, interferindo em sua programação e pautando-a de acordo com seus anseios e necessidades. Porém, nem sempre ela alcança esse objetivo. Ao acompanhar de perto a rotina de produção da Bicuda FM foi possível ver que há uma disputa de sentidos sobre o rumo que a emissora deve seguir.

Com base na análise do programa que mais traduz os ideais comunitários da emissora, o *Bicuda Entrevista*, pudemos perceber que a rádio se esforça em trazer pontos de vista diferentes, assim como outros entrevistadores, entrevistados e dados que não costumam ser citados na grande mídia. Muitas vezes, informações práticas que interferem diretamente na vida dos moradores são divulgadas.

Essa rádio que completa em 2016 vinte anos de história e resistência, passou por muitos momentos contraditórios. Durante sua trajetória, a emissora permaneceu quatro anos fechada e nos outros dezesseis, lutou para transmitir uma programação que fosse de encontro aos seus ideais comunitários. Destaca-se que além de alguns programas, como o *Bicuda Entrevista*, há pessoas na emissora que lutam para que ela mantenha um perfil em defesa dos interesses da comunidade e se posicione contra a mídia

hegemônica como, por exemplo, na questão da redução da maioria penal, na campanha contra a construção da Transcarioca, entre outras.

Este trabalho, ao analisar o caso da Rádio Bicuda FM, demonstrou contradições e dificuldades vividas pela emissora, mas, mesmo assim, não se pode desconsiderar o esforço de alguns, como Carlos Osório, coordenador da Bicuda, que lutam para que o movimento das rádios comunitárias avance em direção ao projeto de uma comunicação contra-hegemônica e mais inclusiva na defesa dos interesses da população.

É por esse motivo que, apesar de na prática a Bicuda FM apresentar diversas falhas no que considerariamos ideal de uma rádio comunitária, a experiência de Vaz Lobo pode ser considerada um exemplo de força e resistência da comunicação contra-hegemônica. Há, porém, que enfatizar que a emissora já esteve muito mais mobilizada e apta a fazer mudanças sociais significativas na região onde atua. Hoje em dia, a Bicuda FM parece estar mais longe - tanto em formato como em parceria - da rádio fundada em 1996 do que das pequenas rádios comerciais que lotam o *dial*. É uma possibilidade, então, que no futuro ou a Bicuda FM se junte a essas emissoras de massa, ou deixe de existir.

Para diminuir as chances de que isso ocorra, é necessário repensar a forma como as rádios comunitárias são vistas hoje no país. Sem poder fazer propaganda ou contar com anunciantes, o apoio do governo é fundamental para a manutenção da radiodifusão alternativa. Uma legislação menos burocrática e que incentive a proliferação dessas emissoras ao invés de repeli-las, aliado a verbas governamentais para a comunicação comunitária, seria o começo de um cenário mais democrático dentro da mídia.

BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, Emanuel. Rádio Grande Tijuca: os desafios de uma emissora comunitária. *Trabalho final de graduação em jornalismo*. Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói. 2006.

BAUMWORCEL, Ana. As escolas radiofônicas do MEB. Em: *Anais do X Congresso nacional de história da mídia*. Porto Alegre: 2008

BAUMWORCEL, Ana. Reflexão sobre o uso educativo do rádio no Brasil. Em: *Anais do 10º encontro nacional de história da mídia*. Porto Alegre: 2015.

BAUMWORCEL, Ana. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. Em: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio: textos e contextos**. Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005.

COUTINHO, Eduardo. Processos contra-hegemônicos na imprensa carioca, 1889/1930. Em: COUTINHO, Eduardo Granja (org). **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

COUTINHO, Eduardo. Gramsci, a comunicação como política. Em: COUTINHO, Eduardo (org). **Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas. 2005.

ENNE, Ana Lucia. Práticas Midiáticas e disputas por hegemonia: reflexões a partir de estudos. Em: COUTINHO, Eduardo Granja (org). **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

GIANNOTTI, Vito. **História dos Trabalhadores e hegemonia**. Rio de Janeiro: NPC, 2014.

GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978

JORNAL DO BRASIL. *Trecho Jornal do Brasil*, p. 5. 22 de novembro de 1918.

KAPLÚN, Mario. **Una pedagogia de la comunicación**. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

LANG, Alice. Leis Adolfo Gordo. Arquivo CPDOC da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/LEIS%20ADOLFO%20GORDO.pdf> [s.d.]

LÊNIN, Vladimir. **Por onde começar?** Em: Iskra. nº 4. 1901. [s. trad.]

LUZ, Dioclécio. **A arte de pensar e fazer rádios comunitárias**. Brasília: [s.n.], 2007.

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

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. Em: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo: Rio de Janeiro: FAPERJ. 2013.

MORAES, Dênis de. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. Em: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo: Rio de Janeiro: FAPERJ. 2013.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia, e contra-hegemonia: A contribuição teórica de Gramsci. Em: *Revista Debates*. Porto Alegre: 2010.

NUNES, Márcia. Rádios Comunitárias: Exercícios da cidadania na estruturação dos movimentos sociais. Em: PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da Comunidade, os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. Em PAIVA, Raquel. (org.) **O retorno da comunidade, os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PAIVA, Raquel. Contra-mídia-hegemônica. Em: COUTINHO, Eduardo (org.). **Comunicação e contra-hegemonia** (pp. 163-174). Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

PERUZZO, Cicilia. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. Publicado em: 1999. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>

PERUZZO, Cicilia. Direto à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. Publicado em: 2004. Disponível em: http://www.portalgens.com.br/comcom/direito_a_comcom.pdf

PERUZZO, Cicilia. (2006). Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. Publicado em: *Anais da Intercom de Brasília*. 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>

PERUZZO, Cicilia. Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento. Em: PAIVA, Raquel (org) **O retorno da comunidade - Os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cicilia. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. Publicado em: *Anais do V Colóquio Brasil-Espanha*. Brasília. 2008. Disponível em: http://www.unifra.br/professores/rosana/Peruzzo_2009.pdf

PERUZZO, Cicilia. A comunicação nos movimentos sociais: exercício de um direito humano. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277274101_A_Comunicacao_nos_Movimentos_Sociais_exercicio_de_um_direito_humano

PERUZZO, Cicilia. Mídia comunitária. Em : *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, n. 30, 1998

RAMONET, Ignacio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? Em: MORAES, Dênis de (org). **Mídia, poder e contrapoder**. Tradução: Karina Patrício. Revisão técnica: Dênis de Moraes. São Paulo: Boitempo. Rio de Janeiro: FAPERJ. 2013.

SERRANO, Pascual. Democracia e liberdade de imprensa. Em: MORAES, Dênis de (org). **Mídia, poder e contrapoder**. Tradução: Karina Patrício. Revisão técnica: Dênis de Moraes. São Paulo: Boitempo. Rio de Janeiro: FAPERJ. 2013.

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

SOUSA, Sandra. Rádios ilegais: da legitimidade à democratização das práticas. *Dissertação de mestrado em Comunicação social*. Universidade Metodista de São Bernardo do Campo (UMES). São Bernardo do Campo, São Paulo. 1997.

UNESCO. (s.d.). Centros Multimedia Comunitario. Paris, França. Disponível em: <http://portal.unesco.org/ci/en/files/13508/10688169375CMC-SP.pdf/CMC-SP.pdf>

CURRÍCULO

Formação

- Graduação em comunicação social com habilitação em jornalismo na Universidade Federal Fluminense (UFF)
- Curso de Comunicação Comunitária do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC)
- Ensino fundamental e médio no Centro Educacional Anísio Teixeira (CEAT)

Experiência acadêmica

- Bolsista no projeto de extensão Universidade no Ar
- Participante no grupo de estudo e pesquisa de mídia sonora e juventude GRUJUV coordenado pela professora Ana Baumworcel
- Bolsista na pró-reitoria de extensão da UFF (PROEX)
- Vencedora regional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) de 2014 na categoria Produção Multimídia.
- Seleccionada para participar da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom) nacional de 2014 na categoria Produção Multimídia

Experiência profissional

- Repórter e redatora da revista impressa e online das três publicações da editora Brasil Energia (*Brasil Energia, Brasil Energia Petróleo e Gás e Brazil Energy*) nas áreas de petróleo, gás e energia.
- Repórter, redatora e produtora da Rede Bandeirantes de rádio e televisão
- Produtora e redatora para o jornal eletrônico *O Estado RJ*

Extras

- Intercâmbio de sete meses na cidade de Siena, na Itália, na área de comunicação
- Redatora do jornal da Universidade Federal Fluminense *O casarão*
- Programa de iniciação científica na Fiocruz (PROVOC) na área de jornalismo

Idiomas

- Inglês avançado
- Italiano avançado
- Espanhol intermediário

