



As rádios comunitárias do Vale do Itajaí enquanto geradoras de capital social¹

Carlos Roberto Praxedes dos Santos²
Universidade do Vale do Itajaí – Itajaí /SC.

Resumo

Fenômeno recente entre os meios de comunicação existentes no Brasil, as rádios comunitárias nasceram a partir das rádios livres, com o dever legal de servir como canal de prestação de serviços às comunidades locais. Porém, as finalidades primeiras foram substituídas por práticas clientelísticas que nada contribuem com o desenvolvimento de uma determinada localidade, principalmente em se tratando de avanços democráticos. Essas práticas iniciam já na conquista do canal comunitário e refletem nas programações deste e na forma como a rádio dirige-se aos ouvintes. Este trabalho procura analisar, por meio de estudo de caso, as programações de duas rádios comunitárias situadas no Vale do Itajaí, principalmente em relação ao conteúdo jornalístico.

Palavras-chave

Comunicação; comunidade; capital social; rádio comunitária.

Os interesses mercadológicos se impuseram ao meio rádio desde a década de 1930. Rapidamente o país assistiu ao surgimento de centenas de emissoras com sotaques diferentes, com estilos musicais diferentes, espalhadas por todas as regiões. Estações de rádio de propriedade da iniciativa privada, com fins puramente comerciais que irradiavam programas de auditório e radionovelas oferecidos por multinacionais que se estabeleciam aqui. A publicidade foi permitida por meio de decreto em 1º de março de 1932, mas ela era limitada no início a 10% da programação, depois foi ampliada para 20% e na década de 1980 para 25% (ORTRIWANO, 1985, p.15).

Faltava, na verdade, um tipo de rádio dedicado às reais necessidades culturais, educacionais, destinado à prestação de serviços e disposto a democratizar os meios de comunicação no país. Apenas sessenta anos após a implantação da primeira emissora, viu-se surgir o rádio eminentemente educativo, atrelado a instituições de ensino públicas ou privadas e, mesmo assim, até hoje essas emissoras representam uma parcela ínfima

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação para a Cidadania, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² O autor é professor no curso de Comunicação Social da Univali, em Itajaí, e da Uniasselvi, em Indaial. É formado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, especialista em Leitura e Produção de Textos e Mestre em Gestão de Políticas Públicas. praxedes@univali.br



perante as demais de origem comercial. As emissoras de rádio consideradas educativas foram instituídas em 29 de outubro de 1982, em Olinda, durante encontro de representantes de emissoras de televisão e rádio não-comerciais (FERRARETTO, 2001, p.76).

As rádios comunitárias só passaram a ser regulamentadas, no Brasil, a partir da lei nº 9.612 de 19 de fevereiro de 1998, como forma de conter a disseminação de rádios livres. Para obter a autorização de funcionamento, é preciso constituir uma associação sem fins lucrativos. O que chama atenção é o fato das rádios comunitárias somarem, nestes oito anos, mais de 30% de todas as 6.200 rádios brasileiras. No entanto, o crescimento numérico de emissoras contrasta com a qualidade do que vai ao ar pelas ondas do rádio.

A rádio comunitária não pode transmitir comerciais, apenas custear a manutenção da emissora através de apoios culturais de empresas existentes dentro da área de abrangência da rádio. Ao contrário das emissoras educativas e comerciais, a rádio comunitária só pode operar com 25 watts de potência e sua antena não pode ter mais que 30 metros de altura (BRASIL, 1998). A intenção é que a rádio sirva realmente apenas a uma determinada comunidade. Outra diferença em relação às rádios comerciais é que as comunitárias não podem formar rede, precisam operar com programação própria e não podem vender espaço para terceiros dentro da sua grade de programação.

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

Desta forma, a rádio comunitária pode se transformar em instrumento de auxílio à disseminação dos laços de solidariedade, de reciprocidade, contribuindo com a ampliação do capital social de uma determinada comunidade. Viver em comum, estabelecer relações de reciprocidade, de confiança, de ação mútua em busca de objetivos comuns são ações para o estabelecimento da comunidade. Essas ações, se bem construídas, podem levar ao surgimento de capital social, imprescindível para o desenvolvimento das comunidades.

Para Rosa Helena Stein (2003, p.172), citando Fukuyama, o termo foi utilizado pela primeira vez em 1916 por Lyda Judson Hanifan “para descrever centros comunitários de escolas rurais”. O capital social voltou à tona nas ciências sociais e vem ganhando adeptos desde a década de 1980 por todos os cantos do mundo. Stein destaca as contribuições dos estudos de Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert Putnam,



Douglas North, Robert Bates e outros. Na perspectiva do Banco Mundial (BIRD), o termo refere-se “às redes e relações que estimulam a confiança e a reciprocidade” (STEIN, 2003, p.158).

Os próprios traços da política existente hoje no Brasil são fatores limitadores para o desenvolvimento das comunidades e para a existência de capital social. Segundo Augusto de Franco, citando Paul Valéry, a política no país tem sido “a arte de impedir as pessoas de participarem de assuntos que, propriamente, lhes dizem respeito” (FRANCO, 2002). Historicamente patrimonialista e clientelista, a sociedade brasileira sabe como nenhuma outra envolver principalmente os mais necessitados através de trocas de conveniência que se revelam principalmente em períodos eleitorais. Mas ao fazer isso, a sociedade enfraquece as relações sociais horizontais, impedindo a capacidade de agir em comunidade.

Ao verticalizar as relações e desestimular as conexões horizontais, ao desmobilizar a criatividade e a inovação (capital humano) para enfrentar coletivamente os problemas, ao substituir a colaboração pela competição por recursos exógenos e ao impedir que essa colaboração se amplie e se reproduza socialmente (capital social), o sistema político está exterminando os fatores necessários para que aquela comunidade possa se desenvolver (FRANCO, 2002).

De acordo com o autor, a capacidade de se tornar comunidade destacada pelo capital social faria de uma comunidade uma “comunalidade”, ou seja, “uma comunidade que atingiu um grau de complexidade tal que a combinação do seu padrão de organização (em rede) com o seu modo de regulação (democrático) lhe confere características análogas às da autopoiese, características inclusive de reprodução” (FRANCO, 2001, p.474). Essa “capacidade de comunidade a que se refere o conceito de capital social é constituída, fundamentalmente, pela capacidade que tem o ser humano de colaborar ou de cooperar com outros seres humanos...” (IBIDEM, p.67).

Discursos religiosos e conflitos de sinais

Nove emissoras de rádio comunitárias estão em operação no Vale do Itajaí e outras três aguardam autorização de funcionamento do Ministério das Comunicações. Elas estão instaladas, por ordem alfabética de município, em: Agrolândia, Balneário Camboriú, Bombinhas, Camboriú, Indaial, Itajaí (2), Mirim Doce e Taió.



No entanto, as rádios comunitárias situadas atualmente no Vale do Itajaí não podem ser vistas como disseminadoras de capital social. As programações destas emissoras buscam assemelhar-se às rádios comerciais, com programações recheadas de interesses político-partidários, corporativo-religiosos ou mercadológicos, o que vai de encontro à comunicação democrática e participativa.

Algumas emissoras comunitárias existentes no Vale do Itajaí não se intitulam religiosas, até porque a legislação do serviço de radiodifusão comunitária proíbe tal afirmação. Mesmo assim, essas rádios se dizem de “inspiração católica ou evangélica”, uma forma de minimizar o discurso religioso. Algumas são enfáticas e chegam a adotar uma espécie de proselitismo religioso. Fonseca (1997, p.113) entende a presença evangélica na mídia como uma forma de defesa institucional. Segundo o autor, os evangélicos não buscam somente a construção de uma imagem positiva junto à sociedade, mas também assumem em determinados momentos o contorno de proselitismo agressivo que ataca outras religiões.

Por outro lado, a Igreja Católica também participa das rádios comunitárias do Vale do Itajaí, assim como acontece em várias regiões do Brasil. O padre Alvino Broering, pioneiro na instalação de rádio livre na região de Itajaí, é um dos responsáveis pelo setor de rádios comunitárias da arquidiocese de Florianópolis. De acordo com o jornalista Milton Jung (2004, p.58), 58% das dioceses possuem emissoras de rádio no Brasil.

Padre Alvino é o responsável pela Rádio Conceição FM, uma das duas rádios comunitárias instaladas em Itajaí. A outra rádio comunitária existente na cidade é a Luz do Amanhã FM. Ambas operam em 105.9MHz. O maior problema enfrentado pelas duas rádios de Itajaí é o fato delas dividirem a mesma frequência e estarem situadas a apenas quatro quilômetros de distância uma da outra, limite mínimo permitido pela legislação. Tal fato merece destaque porque não há precedentes na história da radiodifusão comunitária, em se tratando de uma cidade como Itajaí, que tem um relevo predominantemente plano.

Por estes motivos, o conflito de sinais é evidente em boa parte da cidade. Localidades como o bairro São João, por exemplo, são atingidas pelas duas rádios ao mesmo tempo. Não há possibilidade de compreensão do que cada uma emite. Simplesmente há conflito de sinais, o que prejudica ambas as rádios.



Pautas gerais para uma comunidade local

As ideologias presentes nas emissoras comunitárias podem ser evidenciadas com as análises das programações e de um programa de cada emissora em especial. A intenção foi a de esclarecer interesses político-ideológicos em disputa nessas estações e se esses interesses influenciam a programação. Para tanto, das nove emissoras em operação no Vale do Itajaí, foram escolhidas duas que serviram para uma análise aprofundada. Foram elaboradas entrevistas com colaboradores e dirigentes destas duas emissoras, assim como as programações dessas estações foram gravadas. Um programa de caráter jornalístico de cada uma foi escolhido para uma análise mais apurada do discurso das emissoras, em virtude de que em uma delas apenas o radiojornal diferia do restante da programação, constituída em sua quase totalidade por programas musicais.

A partir deste momento as rádios analisadas passarão a ser denominadas de emissora A e emissora B. Dados relativos à localização e caracterização das estações serão excluídos porque o objetivo não é denunciar as entidades envolvidas. Trata-se de estudar casos que podem ter graus diversos de representatividade no conjunto das rádios comunitárias – sem a pretensão de deduzir do particular o geral. As classificações que atribuem o caráter comercial, religioso ou popular também são abandonadas, aqui, a fim de preservar-se a identificação das emissoras analisadas.

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

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



artesanais, dicas de saúde, dicas de beleza, de comportamento cívico, de preservação ambiental, de nutrição e outros.

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

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

Cerca de duzentas pessoas estão envolvidas direta e indiretamente com os cerca de 50 programas produzidos pela emissora comunitária, mas são apenas três os funcionários registrados atualmente. Entre esses colaboradores, pelo menos os comunicadores residem dentro da área de abrangência da rádio, como prescreve a legislação das comunitárias. Como os recursos são escassos, a emissora foi montada com contribuições vindas da comunidade, com realização de promoções como festas, bingos, jantares dançantes. Hoje em dia essas promoções ocorrem em menor número. Já há apoio cultural na forma de patrocínio para alguns programas e em relação à programação geral da rádio. Porém, poucos programas diários são mantidos com apoios culturais.

Um ponto negativo observado indica que poucas pessoas da comunidade fazem parte do conselho de programação da rádio, formado exclusivamente por integrantes da organização maior que ganhou a licença do canal comunitário. Este conselho ainda é pouco atuante no sentido de opinar sobre os rumos da rádio comunitária.

Em compensação, há transparência nas ações da emissora, pois os nomes de todos os componentes do conselho de programação da rádio foram divulgados para esta pesquisa. Não há personalização por parte da direção da rádio, já que a pessoa encarregada de administrar a estação se refere à condução dos trabalhos sempre na

primeira pessoa do plural: “nós”. Essa pessoa também não ocupa qualquer cargo público.

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

Da mesma forma como ocorre com a emissora A, também há uma entidade forte a que a rádio B está vinculada hierarquicamente. A emissora cede espaços para a difusão de um programa religioso católico semanal, embora mais de 90% de sua programação diária tenham vinculação com a mensagem evangélica. Fora o programa de prestação de serviços e o jornalístico, a emissora B mantém sua programação eminentemente musical. Há possibilidade de participação da comunidade somente em pedidos de música.

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

Durante a entrevista concedida para esta pesquisa, o diretor da emissora B utilizou várias vezes a expressão “minha rádio”, reafirmando um viés personalista. O diretor ainda negou-se a divulgar os nomes das pessoas que fazem parte do conselho de programação da rádio, o que nos leva a imaginar que este conselho é inexistente ou



pouco atuante. Disse ainda que pretende concorrer a cargo público nas próximas eleições municipais, embora não tenha adiantado detalhes.

Análise da programação jornalística das rádios

Para comparar as programações entre duas rádios comunitárias existentes no Vale do Itajaí, analisou-se um programa de cada emissora. Como em uma das emissoras a programação musical rege praticamente a totalidade das emissões diárias, preferiu-se analisar um programa de caráter jornalístico, já que este tipo de programação é o único a se igualar atualmente nas duas emissoras. Outros motivos levaram a este tipo de comparação: a) a segunda emissora analisada – rádio B – possui apenas um programa jornalístico diário como programa ao vivo sem interferências religiosas, por isso considera-se relevante comparar o mesmo tipo de programa nas duas emissoras; b) acredita-se que um programa de caráter jornalístico foge da estrutura-padrão das duas emissoras, já que não veicula conteúdo musical, comercial ou religioso, presentes na maioria das rádios comunitárias do Vale; c) um programa jornalístico em uma emissora de rádio caracteriza-se, em princípio, pela isenção. Também em princípio, o nível de atenção dos ouvintes é maior. Resta saber apenas como essa informação é passada ao público.

O objetivo é o de averiguar o número de notícias veiculadas nas emissoras, dentro e fora da área de abrangência de cada uma. A intenção é saber se o espaço jornalístico da emissora comunitária está sendo preenchido com informações que dizem respeito à comunidade, que são inerentes a ela, que trazem algum tipo de ganho àquela comunidade.

Comentários contra ou a favor dos órgãos públicos ou empresas privadas também foram considerados. O mesmo vale para problemas de ordem técnica que comprometam a informação. A seguir, apresentam-se as análises de quatro edições de cada um dos programas jornalísticos das emissoras A e B. No caso da emissora A, os programas analisados foram ao ar entre os dias 30 de novembro e 3 de dezembro de 2004. No caso da emissora B, os programas jornalísticos analisados foram ao ar entre os dias 23 e 26 de novembro de 2004.

O programa da emissora A vai ao ar de segunda a sexta-feira das 8h às 8h50min. Durante os dias analisados percebe-se que o programa entrou no ar rigorosamente no horário, portanto seus dois apresentadores se preocupam em manter a identidade da



atração e o respeito aos ouvintes. As leituras das notícias são feitas diretamente de jornais e *releases* enviados por prefeituras e empresas³. Além dos dois apresentadores, dois assessores de imprensa entram no ar com boletins ao vivo, um direto da Câmara de Vereadores e outro do Batalhão da Polícia Militar. O programa é ordenado por zonas geográficas, com notícias locais, estaduais, nacionais e internacionais, além de contar com a editoria de esportes.

No total de edições pesquisadas, foram ao ar 129 notícias. Destas, 60 notícias (46,5%) eram da área de abrangência da rádio, 57 (44,2) eram de fora da área de abrangência e 12 (9,3) eram indiretamente da área de abrangência. Neste caso, as informações não eram locais, mas pela utilidade pública, podem ser consideradas indiretamente de interesse na localidade. Os números comprovam que a maior parte das informações é dirigida à comunidade atendida pela rádio, embora um número muito próximo de notícias de fora da área de abrangência seja veiculado pela emissora. Das 129 notícias, 17 (13%) foram de política, 17 (13%) de polícia e 5 de economia (0,3%).

Já o programa jornalístico da emissora B é apresentado de segunda a sábado das 12h às 13h, mas, nos quatro dias em que foi gravado para esta pesquisa, em nenhuma edição o horário foi respeitado. Em duas edições o programa começou no horário previsto, 12h, mas na primeira foi encerrado às 12h30min, na segunda, às 12h50min, na terceira iniciou às 12h15min e terminou às 13h10min, enquanto na quarta teve início às 12h10min e conclusão às 13h. Ou seja, não há pontualidade.

As notícias não possuem uma ordem de apresentação, seja por zonas geográficas: locais, estaduais, nacionais ou internacionais, ou por editorias: polícia, política, economia etc. Elas simplesmente são inseridas em qualquer parte do jornal e em qualquer ordem. A apresentação do programa fica a cargo de duas pessoas. O fundo musical existente durante as locuções variou durante as quatro edições pesquisadas, não servindo como meio de identidade do programa. Vários problemas técnicos básicos foram apresentados, desde o vazamento de comentários entre os locutores, até microfones desligados durante a leitura de grandes textos. Nessas ocasiões o fundo musical (Background – BG) ficava mais alto que a locução. A leitura na íntegra de textos extraídos de jornal, principalmente de um conhecido jornal sensacionalista, fazem com que o programa jornalístico da rádio B tenha menos notícias do que o da rádio A. O

³ Informação concedida durante entrevista com um dos apresentadores do programa, que preferiu não se identificar por razões compreensíveis.



ritmo de locução é lento e há inúmeros problemas de leitura que dificultam a compreensão por parte do ouvinte.

No total apresentado pela emissora nos quatro programas analisados, foram 66 notícias, 22 (33,3%) da área de abrangência da rádio, 30 (45,4%) de fora da área de abrangência, 14 (21,3%) indiretamente dentro da área da rádio. Nesses quatro dias, constata-se que 25 notícias (38%) foram da editoria de polícia, 7 de política e outras 7 de economia, cada uma representando 10,6%. Os números demonstram que a intenção do programa é destacar as informações policiais lidas diretamente do jornal impresso, com sensacionalismo, deboche, erros propositalmente de português, características do jornal impresso que fazem sucesso junto ao público leitor, na busca de ouvintes para a emissora. Tais números também deixam dúvidas quanto ao compromisso da rádio com a comunidade atendida e quanto à seriedade do trabalho desenvolvido.

Conclusões

Num Brasil cercado de desigualdade social por todos os lados, milhares de crianças passam fome, grande parte das residências não possui saneamento básico, os problemas de moradia se acumulam em todas as grandes e médias cidades, há crescimento de inúmeros problemas de saúde e a violência impera. Talvez por isso o rádio representa muitas vezes a única fonte de informação ou de entretenimento de uma parcela excluída de quase tudo, até mesmo pelo fato de ser o mais abrangente, mais rápido e mais barato meio de comunicação.

Neste cenário o tema comunidade merece maior destaque e sempre vai merecê-lo pois, independentemente do caos social, todos vivem em comunidade, seja na família, nas associações, nas empresas. Cada uma dessas comunidades é diferente entre si mas a base que as fundamentam é igual. Trata-se de uma unidade de agrupamento social imprescindível para a conquista de direitos individuais e coletivos, principalmente em uma sociedade onde poucos têm muito e a grande maioria luta dia-a-dia para sobreviver.

O capital social pode representar o início de um processo de mudança social apenas a partir do momento em que os indivíduos comecem a ampliar esses laços de solidariedade cada vez mais ausentes no meio do capitalismo. Buscar alternativas de socialização, de ampliação da confiança, de resgate da cidadania, pode ser a saída para as crises constantes da sociedade e para a falta de crença nas instituições públicas. Através dos meios de comunicação, o capital social poderia ser estimulado, testado em



uma determinada comunidade. É aí que entram as rádios comunitárias, criadas exatamente para servirem a uma pequena comunidade.

O aspecto negativo, neste caso, é que as rádios comunitárias acabaram desvirtuadas dos valores embutidos nas antigas rádios livres. Dentro das emissoras os problemas também ocorrem. Recheadas de programas sensacionalistas ou apenas com participação de ouvinte para pedidos musicais, as rádios comunitárias continuam sendo descaracterizadas de sua função inicial, ou seja, servir a uma comunidade. Pessoas interesseiras utilizando espaços terceirizados para promoção pessoal e possível ascensão a um cargo público, programas especializados apenas em servir como classificados de jornal onde se compra, vende e aluga de tudo; programas informativos que não priorizam as informações de caráter local ou da área de abrangência da rádio, feitos por pessoas que nem residem nessa área de abrangência, que desrespeitam os ouvintes com uma linguagem chula, nem mesmo incentivando o desenvolvimento cultural de uma população.

Outro ponto negativo dentro das emissoras é a relação vertical entre um “patrão” que comanda o “negócio” e os funcionários que obedecem, exemplo observado na emissora B. Nestes casos a geração de capital social se torna impossível. Os laços de solidariedade e confiança são substituídos apenas pelo “respeito”. O fato de estar na emissora representa questão de sobrevivência e não uma sensação de fazer parte da comunidade, de agir em benefício dela, de ser altruísta. O mesmo não ocorre na emissora A, que se aproxima de uma rádio autogestionária com maior possibilidade de ampliação de capital social.

Em se tratando dos possíveis avanços democráticos obtidos com as rádios comunitárias, basta dizer que o fato de serem obrigadas a operar com baixa potência denuncia o descaso do governo na manutenção dessas rádios e a forma perversa pela qual foram legalizadas no Brasil. Isto quer dizer que, além de seus princípios terem sido distorcidos por boa parte daqueles que fazem uso desses canais, a própria legislação concedeu os direitos de operação mas não ampliou os horizontes democráticos. Afinal de contas, não houve preocupação com a responsabilidade social.

Comprova-se com esta pesquisa que a política de concessão de emissoras de rádio e televisão continua privilegiando interesses econômicos e políticos de grupos dominantes, por meio de práticas clientelísticas. As políticas públicas de comunicação atualmente não favorecem o ambiente democrático e muito menos as rádios



comunitárias. Portanto, há necessidade de revisar seus objetivos e dessas emissoras atuarem com mais afinco em benefício da população.

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

Referências Bibliográficas

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

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

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FONSECA, Alexandre Brasil. Além da evangelização: interpretações a respeito da presença das igrejas evangélicas na mídia brasileira. **Revista Comunicação & Política**. Rio de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos. Volume IV, nº 2, nova série, maio-agosto, 1997, p.81-116.

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

_____. **Pobreza & Desenvolvimento Local**. Disponível em: <<http://www.augustodefranco.org/conteudo.php?cont=textos&id=P22>> Abr. 2002. Acesso em 21 ago. 2004.

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

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.



STEIN, Rosa Helena. Capital Social, desenvolvimento e políticas públicas. **Serviço Social & Sociedade: políticas públicas e sociedade civil**. São Paulo: Cortez, nº 73, março, 2003, p.157-193.