



## Um Perfil das Rádios Comunitárias no Brasil<sup>1</sup>

Bruno Araújo TORRES<sup>2</sup>  
UNIPAC, Juiz de Fora, MG

### RESUMO:

O presente trabalho pretende provocar e ampliar o debate sobre o tema das rádios comunitárias no Brasil. Embora seja um tema muito comentado na nossa atualidade, ainda é pouco estudado dentro da sua devida importância na comunicação científica. Este estudo traz novas informações a respeito de como estão operando as rádios comunitárias devidamente legalizadas no Brasil desde a sua criação em 1998. Os dados apresentados neste estudo foram catalogados durante o desenvolvimento de uma tese de doutorado cujo foco foi o funcionamento das rádios comunitárias no Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; rádio comunitária; comunicação comunitária.

Esta pesquisa foi realizada com o objetivo de traçar um perfil das emissoras comunitárias legalizadas operantes no Brasil. Mas, antes de começar qualquer discussão sobre o tema, é fundamental compreender que, apesar das exigências legais, a maior parte das emissoras que se dizem comunitárias, na verdade não o são. Muitas associações fantasmas foram criadas por políticos, arregimentando a participação popular graças às práticas clientelistas, que envolvem um indiscriminado intercâmbio de favores. No Ceará, por exemplo, conta-nos Vidal Nunes (2001) que, das quase quatrocentas emissoras existentes, apenas 10% são autenticamente comunitárias, ou seja, têm gestão coletiva, programação plural e participação popular efetiva em todas as instâncias.

Na opinião da autora, essas emissoras autenticamente comunitárias são fundamentais para a vida dessas comunidades onde surgiram, pois, além de servirem a inúmeros interesses coletivos - serviços de utilidade pública, tais como coleta de contribuições para o enterro das pessoas, localização de meninos perdidos, recados, chamadas telefônicas etc. - contribuem para o processo de organização e para a ampliação do nível de consciência política da comunidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Formado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na Universidade de Ribeirão Preto, SP. Doutor em *Comunicación Audiovisual* na Universidade de Valencia, Espanha. Título revalidado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul como Doutor em Comunicação e Informação.



Há uma verdadeira proliferação de emissoras clandestinas que, por operarem em baixa frequência, com programação cultural e sem fins lucrativos, se autodenominam comunitárias. Entretanto,

“não possuem qualquer autorização para seu funcionamento, sob o argumento de que não necessitariam prévia autorização por parte do Poder Público, uma vez que uma eventual proibição afrontaria o dispositivo de art.5, inciso IX, da CF/88, que estabelece a livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” (SARDINHA, 2004, p.226).

O primeiro passo para este estudo, que culminou em uma tese de doutorado, foi dado no segundo semestre de 2004, quando começamos a procurar alguma entidade que representasse as rádios comunitárias no Brasil. Como bem ilustra Nestor Buso<sup>3</sup>, dirigente da Aler, Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica, na reunião de redação do documento final do Foro Social Mundial, em Porto Alegre, em fevereiro de 2000, que “no Brasil as entidades que representam as rádios comunitárias se confundem, enfrentam-se, eventualmente realizam parcerias”. Segundo Buso, todas se alimentam das emissoras comunitárias e se afirmam opostas ao monopólio das comunicações. Entretanto, não há registro de qualquer ação geral conjunta visando a democratizar as comunicações. Diz ainda que não existe um único movimento de rádio comunitária. Muitas são as entidades que atuam, e o particularismo impõe uma prática em que cada uma reivindica o pioneirismo, organiza-se de forma vertical e disputa uma parcela de afiliados para seus objetivos exclusivistas. Algumas se dedicam apenas a capacitar as emissoras existentes, independentemente da característica ou proposta. Outras se dedicam a intermediar serviços até a concessão da outorga. Muitas atuam na captação de recursos para promover eventos dos mais variados objetivos e matizes.

Ruas (2004, p. 137) também já nos advertia de que “as rádios comunitárias não dispõem de uma associação que as congregue e que ministre condições necessárias para sua atuação”.

No entanto, em junho de 2005, descobrimos o Sinerc, Sindicato das Entidades Mantenedoras do Sistema de Radiodifusão Comunitária de São Paulo, que muito gentilmente nos cedeu uma lista que continha as emissoras associadas do Estado de São Paulo. Esta lista era formada por 145 emissoras registradas em ordem alfabética, de

---

<sup>3</sup> Conceituando o Movimento - texto para Encontro de Ouro Preto - Luiz Carlos Vergara [www.rbc.org.br](http://www.rbc.org.br) “Nós Queremos transformar a sociedade e por isso fazemos rádio. Nestor Buso, dirigente da Aler, na reunião de redação do documento final do Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, fevereiro de 2000.

acordo com a cidade em que estavam instaladas. A planilha também continha dados como o nome de fantasia da emissora, nome do responsável, telefone, e-mail, endereço e CEP.

Enviamos e-mail a todas as emissoras que tinham registrado seu e-mail na lista enviada pelo Sinerc, totalizando 120 mensagens enviadas.

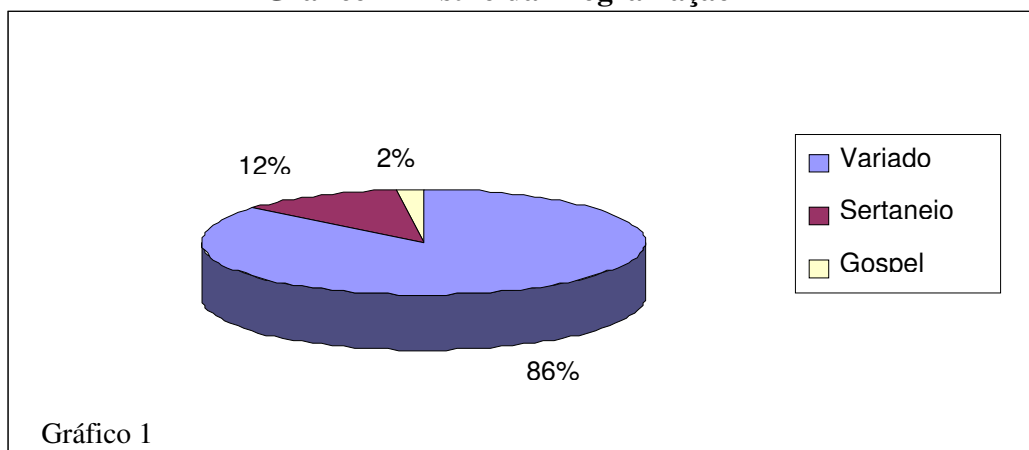
No dia 18 de julho, começamos a telefonar para as emissoras que não tinham fornecido o e-mail ou cujo e-mail tinha “voltado”, totalizando 25 emissoras nessa situação. Nos três primeiros dias de pesquisa, somente tentamos entrar em contato com estas emissoras na esperança de que as outras respondessem meu e-mail. Desde o quarto dia de pesquisa, fomos selecionando as rádios aleatoriamente. Ao final, somente cinco emissoras nos responderam o questionário por e-mail e as demais quarenta e cinco foram questionadas por telefone<sup>4</sup>. A coleta de dados se encerrou no dia 29 de julho.

Setenta e oito por cento dos questionários foram respondidos pelos dirigentes da emissora. Um pré-teste foi realizado para ajustar as perguntas do questionário. Também é importante ressaltar que a aplicação dos questionários via telefone foi realizada exclusivamente pelo autor deste trabalho.

Somente duas pessoas se recusaram a responder o questionário por telefone. O contato impessoal causado por este método de pesquisa foi o maior problema diagnosticado, mas não interferiu na apuração do resultado final.

Na sequência, faremos uma análise dos resultados do trabalho de campo desta tese.

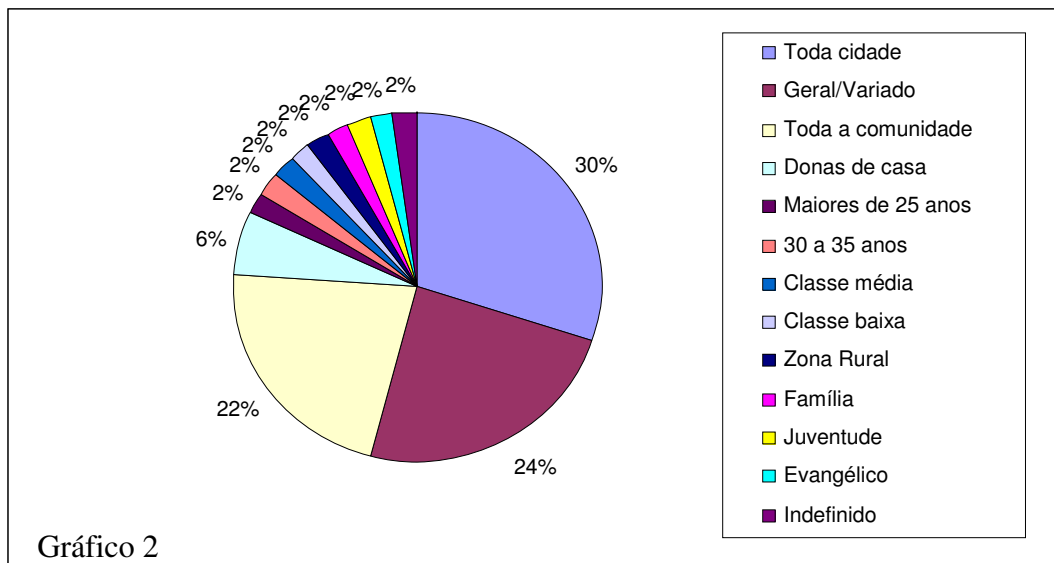
**Gráfico 1 - Estilo da Programação**



4 As cidades que responderam o questionário foram: Álvares Machado, Andradina, Araraquara, Assis, Avaré, Bady Bassit, Barueri, Batatais, Bertioga, Campinas, Cananeia, Cerqueira César, Cravinhos, Guararema, Guareí, Guarulhos, Igaratá, Itajobi, Itatiba, Itirapina, Itupeva, Jales, Laranjal Paulista, Lençóis Paulista, Mesópolis, Miguelópolis, Mogi-Guaçu, Nova Europa, Paranapanema, Paulínia, Pedrinhas Paulista, Penápolis, Piracaia, Pirajuí, Pirassununga, Pompéia, Presidente Bernardes, Ribeirão Bonito, Ribeirão Pires, Salto Grande, Santa Albertina, Santa Cruz das Palmeiras, Santa Fé do Sul, Santa Gertrudes, Santa Isabel, São João da Boa Vista, Taquarituba, Taubaté, Três Fronteiras e Valinhos.

O Gráfico 1 mostra que nenhuma emissora respondeu que a rádio era de um estilo comunitário. A pergunta “qual é o estilo de programação da rádio” era aberta, e o entrevistado estava livre para responder o que quisesse. Todos responderam em função do estilo mais tocado de música. Normalmente, quando o entrevistado respondia que a rádio tocava de tudo, o pesquisador insistia na pergunta e a resposta era “ecclético ou variado”, como bem podemos observar no Gráfico 1, em que 86% dos entrevistados declararam que a emissora era de um estilo variado.

**Gráfico 2 – O público alvo da emissora**



A pergunta “qual o público alvo da rádio” tinha por objetivo principal identificar se a emissora comunitária estava interessada em representar somente a comunidade onde ela estava inserida ou se ela tinha a intenção de cobrir a cidade onde ela estava instalada, como um todo. Interessante é notar que nenhum entrevistado respondeu que o público alvo da rádio era a comunidade onde ela estava instalada. Mais uma vez a pergunta era aberta e dava margem para que o entrevistado respondesse livremente. Assim sendo, 30% das rádios comunitárias têm como público alvo toda a cidade onde ela está instalada, 24% disseram que seu público alvo é geral/variado - um dado que eu considero vago - e 22% das emissoras disseram ser toda a comunidade seu público alvo. Outros 6% disseram orientar a rádio às donas de casa e os demais 18% estão divididos por igual entre outros públicos, como bem podemos observar no Gráfico2.

Iremos observando com a análise dos outros gráficos que se segue que as rádios comunitárias não estão dirigidas, como deveriam estar, a um público específico, ou seja, a uma comunidade específica. Temos conhecimento que de acordo com a lei não pode haver proselitismo, mas não é isso o que quero dizer. Digo que as rádios comunitárias



deveriam representar um bairro, uma comunidade, ser a voz do povo de uma determinada localidade. A rádio comunitária deve ser mais aberta ao diálogo e ao debate, ser menos musical. Apresentar propostas diferentes de fazer rádio. Ser criativa, procurar essa criatividade. Afinal, foi para esta finalidade que as comunitárias foram criadas: para fazer algo diferente das emissoras comerciais. E a cada gráfico apresentado neste trabalho, concluímos que não é bem isso o que está acontecendo.

Não nego que existam emissoras realmente de caráter comunitário. Acreditamos que, entre essas emissoras investigadas, como também podemos observar pela análise dos gráficos, existam emissoras realmente comunitárias, mas infelizmente são a exceção e não a regra. Notamos que a maioria delas parece não representar este caráter comunitário que tanto se buscou com a lei 9.612.

Interessante é ressaltar que muitas dessas emissoras comunitárias reivindicam aumento da potência. Mas para quê? Para fazer o mesmo que já fazem as emissoras comerciais? O que não pode acontecer é que uma emissora comunitária funcione como uma emissora comercial. Por que não? Porque se alguém quer transmitir com potência superior a 25 watts, então que instale uma emissora comercial. Simplesmente porque para isso já existem as emissoras comerciais AM e FM e não se precisaria fazer uma lei específica para a radiodifusão comunitária.

Conta-nos Ruas (2004, p. 135) em sua pesquisa que, tanto com os presidentes das associações quanto com os moradores, observou-se falta de conhecimento, tanto da própria comunidade quanto dos integrantes das Associações Comunitárias.

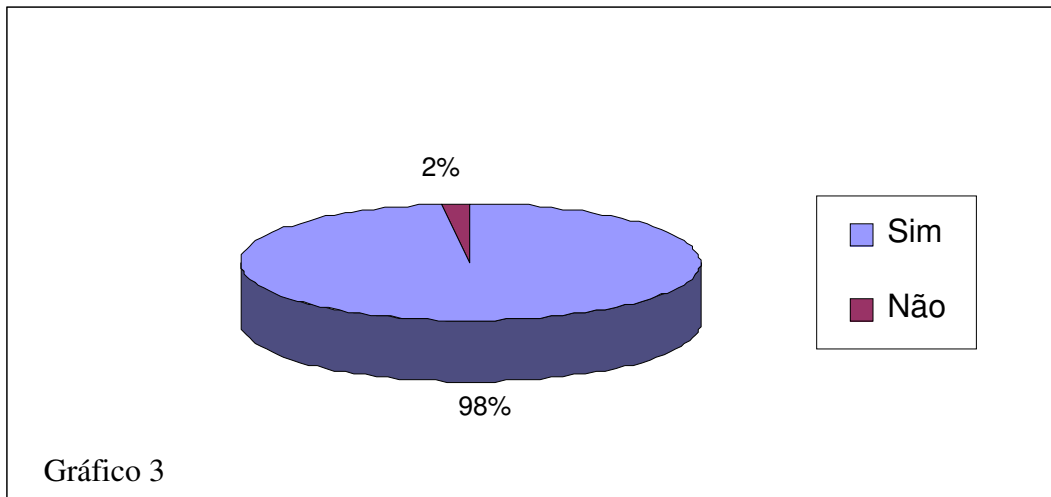
“Ambos confundem conteúdo com o que abrangem. Acreditam que, por estar prestando serviços a uma determinada comunidade e cumprir a lei com relação a manter a potência do transmissor em até 25 watts, já podem intitular as suas emissoras como “comunitárias”. Tendo em conta sua audiência e/ou seu público restrito, já que alcançavam apenas aquela comunidade e eventualmente alguns bairros adjacentes, esqueciam por completo do conteúdo, fazendo parecer que uma emissora é comunitária pelo fato de ser organizada dentro de um bairro ou estar restrita territorialmente. Ao contrário, uma rádio comunitária se intitula comunitária pela participação da comunidade em sua gestão e não por sua audiência e/ou alcance de público”.

Ainda com o objetivo de tentar identificar o estilo das emissoras, outras perguntas foram feitas em diferentes pontos do questionário que serviriam como “perguntas de controle”, estratégias utilizadas nas investigações sociais para analisar as respostas recebidas. Essas perguntas, quando cruzados seus resultados, teriam que revelar um

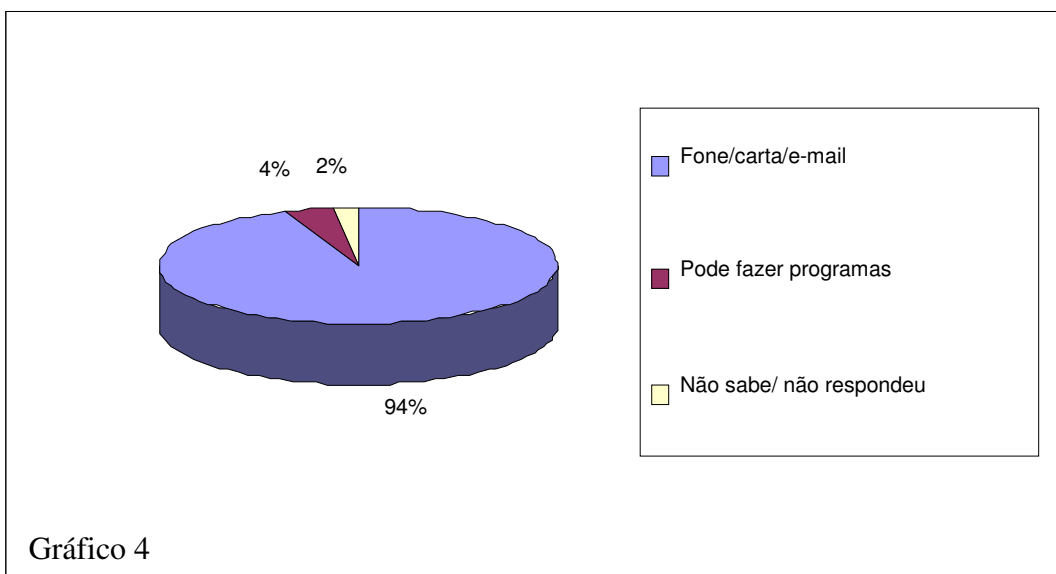
resultado parecido/semelhante. Por exemplo, havia uma pergunta sobre o estilo de programação da emissora, outra sobre o público alvo da rádio, outra querendo saber qual era o programa mais ouvido da rádio e de que estilo era este programa. Para finalizar, eu perguntava se a emissora tinha algum programa específico para a comunidade onde ela estava inserida.

Com estas perguntas, tentamos identificar o que uma emissora comunitária faz em seu dia a dia e qual seria seu perfil verdadeiro. Por considerar este tema um dos mais importantes desta investigação, insisti tantas vezes em fazer perguntas diferentes, mas cujas respostas deviam ser parecidas. Por isso, as chamei de “perguntas de controle”, com a finalidade de identificar possíveis contradições entre as respostas dos entrevistados.

**Gráfico 3 – O ouvinte pode participar da programação?**



**Gráfico 4 – Como o ouvinte pode participar da programação**





Como esperado, no Gráfico 3, 98% dos entrevistados responderam que sim à primeira parte da pergunta, mas sem antes saber que estavam sendo avaliados sobre o “real” estilo da emissora e questionados sobre “como” o ouvinte poderia participar da programação da emissora. Nesta análise, descobrimos um dado que nos surpreendeu muito, pois 94% dos entrevistados responderam que o ouvinte poderia participar por telefone/carta ou e-mail e somente 4% disseram que o ouvinte poderia participar ativamente na programação da emissora, fazendo e produzindo programas de acordo com seu gosto.

Contrariando os ensinamentos de Bertold Brecht, não tendo o ouvinte condição de participar do processo por meio de opiniões, ele fica restrito à participação por telefone, a pedidos de músicas previamente selecionadas, reclamações de serviços e explorações dramatizadas de cartas geralmente em programas policiais. Dentro desse espectro, segundo Moraes Dias, podemos afirmar que a comunicação de massa, sob o domínio da indústria cultural, volta-se então para uma bem armada informação para as massas, dirigida e filtrada pelo poder.

“Podemos dizer que a questão cultural, no controle político e ideológico de meios de comunicação, é pouco valorizada pelas forças progressistas brasileiras. Podemos notar que são poucas as entidades organizadas (sindicatos, associações de classe ou de bairro, comunidades ou partidos políticos) que se interessam pela prática da radiodifusão livre e comunitária, que, se organizada coletivamente, seria um contraponto às forças que determinam o monopólio das comunicações” (DIAS, 1999, p. 5).

O pior é que muitas vezes quando estas associações se organizam e obtêm uma licença de rádio comunitária, fazem igual às rádios comerciais já existentes. Para Ruas (2004, p. 152), no caso das rádios comunitárias, a participação popular deveria ser entendida e exercida como um todo, de forma completa, desenvolvendo os três níveis primordiais de participação: decisões, execução e verificação de resultados. Mas participação não é algo que se possa impor à comunidade. Trata-se de um processo de conscientização, de desenvolvimento de consciência. Uma aprendizagem e, conseqüentemente, uma conquista.

Cláudia Ruas, em sua obra intitulada “Rádio comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento local”, já havia comprovado em sua investigação que os ouvintes das rádios comunitárias investigadas por ela, “em sua maioria, participavam pouco, e quando participavam, chamavam apenas para pedir músicas e as oferecer a alguém”. Para Ruas (2004, p. 153), nos modelos atuais de radiodifusão comunitária, a forma da



organização e a falta de recursos, aliadas aos problemas de recursos humanos - falta de preparação dos produtores e locutores que são representantes da própria comunidade - revelam os grandes obstáculos das emissoras investigadas, limitando-as a oferecer formas de interação coletiva apenas através de programas de seleção musical. “Não há conhecimento suficiente assimilado pelos locutores para que sejam fomentadores de debates, críticas, questionamentos; entretanto, fazem o que sabem, ficando extremamente prejudicada a interatividade com a emissora”.

A rádio comunitária deveria pôr o ouvinte cada vez mais em contato com sua realidade, para compreendê-la e poder transformá-la, já que, segundo Peruzzo (1991, p. 162), “a rádio comercial nunca fala da realidade do povo, mas sim de outras coisas, de outras realidades, justamente para estorvar a luta popular pela transformação da sociedade em que vivemos”.

Acreditamos que a real intenção de se criar uma legislação em relação às rádios comunitárias era que a comunidade realmente pudesse participar ativamente na emissora e não só participar por telefone, e-mails ou cartas. Pois isso, as comerciais já o fazem.

Qual seria o papel das rádios autenticamente comunitárias no século XXI, calcula-se em mais de quarenta mil o número de emissoras não legalizadas hoje no Brasil<sup>5</sup> e, infelizmente, as experiências de emissoras autenticamente comunitárias representam uma mínima parcela desse total. O exercício da cidadania por meio da rádio se encontra ameaçado em função da apropriação privada por comerciantes e políticos de um espaço que deveria ser público.

Entretanto, deixemos claro que não há, na verdade, limitação do direito de manifestação. O Poder Público tão somente estabelece regras prévias para análise técnica de instalação de emissoras de radiodifusão com o fim de preservar a segurança pública e evitar interferências no sistema de radio transmissão.

O texto constitucional e a legislação são claros sobre a necessidade de concessão, permissão ou autorização da União, para a execução dos serviços de radiodifusão, e não há exceção para emissoras de baixa potência. Esse controle, continua Sardinha (2004, p. 227), deve-se à necessidade do uso racional do espectro radioelétrico, para evitar pôr em risco a vida de pessoas, com possíveis interferências em serviços de radiocomunicação permitidos a bombeiros, polícia e aeronáutica. Dessa forma, confirmou-se a

---

<sup>5</sup> Dados fornecidos pela Abraço (Associação Brasileira das Rádios Comunitárias).





jurisprudência do STJ, ao decidir que a rádio comunitária, apesar de operar em baixa frequência e não ter fins lucrativos, não pode funcionar sem a devida autorização do Poder Público.

É de saber que a compreensão dos direitos e deveres do cidadão auxiliam na prática da cidadania integrada ao crescimento individual, estimulando o surgimento de lideranças populares e a consolidação dos já existentes. Essa é a maior contribuição do movimento de rádios autenticamente comunitárias hoje e no futuro, já que esperamos que elas representem, cada vez mais, espaços alternativos de exercício da cidadania, ampliando as possibilidades de os cidadãos no futuro lutarem efetivamente por seus direitos junto ao Estado e à sociedade. Entretanto, alerta Vidal Nunes (2001), “o uso comercial ou político partidário dessas emissoras representa uma grave ameaça à legitimação desse espaço alternativo de expressão das classes populares, como comprova a investigação realizada nas eleições de 98 em Ceará”.

“Procurando reproduzir a programação das emissoras comerciais, apresentando uma composição comunitária artificial, reunindo associações comunitárias forjadas em sua maioria pela ação de agentes de propaganda eleitoral, essas emissoras indevidamente chamadas comunitárias se apropriam do espaço comunitário, privatizando a dimensão pública que deve ser um espaço coletivo de articulação, de organização e de conscientização política das comunidades que não dispõem de instrumentos de comunicação próprios” (NUNES, 2001, p. 238).

Compartilho da opinião desta autora quando ela relata que, pela utilização de práticas clientelistas, associações comunitárias são forjadas para justificar a concessão de canais comunitários que acabam nas mãos de políticos e comerciantes, tergiversando assim o verdadeiro sentido de existência dessas emissoras.

Para Sardinha (2004, p. 225), a Lei 9.612/98, alterada pela Lei 10.597/02, deveria ter previsto comprovação de que a entidade candidata à execução do serviço de rádio comunitária realizasse algum trabalho social desde pelo menos um ano antes. “Evitar-se-iam assim entidades sem qualquer conotação social, muitas vezes de objetivo estritamente comercial, político e/ou religioso, sem qualquer compromisso com a comunidade local, se candidatassem à exploração do serviço de rádio comunitária. Isto, infelizmente, não ocorreu”.

Assim como as rádios comunitárias investigadas por Ruas (2004, p. 117), esta investigação constatou também que as emissoras pesquisadas, que deveriam estar servindo como instrumento de descentralização e democratização de meios de



comunicação, não são administradas pela comunidade, o que lhes garantiria, legalmente, o nome de comunitárias. Entretanto, pelos serviços que emprestam à comunidade, mesmo que esporádicos e em pequenas proporções, aproximam o emissor do receptor, criando uma maior proximidade entre o que se diz e o que quer ouvir. Por isso se voltam atrativas, mercadologicamente, pois captam uma parcela da audiência.

Assim, apoiados em Nunes (1995, p. 67), que disse que as chamadas rádios "piratas" "são emissoras que veem a rádio essencialmente como um veículo de comunicação altamente lucrativo", poderíamos nos atrever a concluir que as rádios comunitárias legalizadas que somente têm preocupação com os lucros, poderiam também ser chamadas de "piratas".

Para Cogo (1998, p. 213), as dificuldades na compreensão das mediações relacionadas ao universo cultural dos receptores estão ligadas, sem dúvida, às inumeráveis limitações que enfrentam os produtores das rádios comunitárias e da comunicação comunitária de uma forma geral.

"A carência de recursos técnicos e financeiros, escassez de líderes comprometidos com esse tipo de proposta, a falta de planejamento, o caráter voluntário do trabalho das equipes, a baixa escolaridade, a metodologia inadequada, as posturas autoritárias, as expectativas e as relações no interior das equipes restringem as possibilidades de investir no conhecimento e compreensão do universo de recepção".

Nesse caso, a comunicação passa a ser tratada como atividade-fim, perdendo sua potencialidade como função político-educativa para o conjunto das pessoas. O resultado é que poucos fazem tudo e dão aos veículos e a seus conteúdos o rumo que lhes parece bem, formando-os à sua imagem e semelhança e não às da organização social em que estão inseridos. Quando isso ocorre, a participação dos membros ou dos associados em geral é facilitada apenas em mecanismos que não afetem a tomada de decisões ou que não comprometam interesses ou a linha política desses meios. Chegam a ser feitos muitos convites à comunidade para que se envolva, mas na prática não se viabilizam canais para esse fim.

Por que se estaria deixando de propiciar a participação ampliada da população? Em razão, possivelmente, de ingenuidade, ou de objetivos pessoais, ou de interesses partidários, ou de convicções políticas vanguardistas. Ou até de um componente cultural vinculado à inexperiência brasileira no que se refere a uma prática participativa



democrática, o que pode explicar o fato de que tal situação geralmente nem seja rejeitada pela comunidade, que acaba até por encará-la como natural.

A conclusão a que podemos chegar é que com as rádios comunitárias não existe um meio termo: ou elas começam a fazer algo diferente do que foi feito até agora nas emissoras comerciais, ou simplesmente não são necessárias.

As rádios comunitárias deveriam debater diferentes temas, respeitando sempre a diversidade cultural, e não tolerando qualquer tipo de ditadura, nem sequer a musical dos grandes estúdios de produção e gravação. Vigil (1997), em seu Manual Urgente para Radialistas Apaixonados, defende que as rádios comunitárias se definem pelas seguintes características:

- \* não têm fins lucrativos;
- \* a comunidade tem o controle e propriedade da rádio; e
- \* a participação da comunidade é central neste processo.

O autor deixa claro que rádios comunitárias não têm por objetivo fazer algo para as comunidades: a própria comunidade deverá fazer algo para si mesma, controlando seus meios de comunicação.

Embora tenham significado um importante passo para a reivindicação de políticas menos monopolistas de comunicação, despertando nas comunidades a urgência de legislações mais democráticas, as rádios comunitárias carecem de uma mobilização social mais intensa. Restringem-se muito à aventura de romper com o monopólio estatal ou com a postura comercial que norteia aos meios de comunicação de muitos países. Entretanto, muitas vezes, como comprovado por este trabalho, acabam repetindo os mesmos modelos que tanto criticam.



## REFERÊNCIAS:

- BRASIL. Lei n.º 9.612, de 19 de fev. 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária. Diário Oficial, Brasília: 20 fev.1998.
- BRASIL. Decreto n.º 2.615, 3 de jun. de 1998. Aprova o Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária. Ministério das Comunicações, Disponível em <http://www.mc.gov.br/>
- BRECHT, Bertolt. **Teoria de la radio** (1927 – 1932). [ S.l. : s.n. ], 1970.
- COGO, D. M. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.
- DIAS, C. E. d. M. **Rádio livre: um espaço experimental no ensino de radio**. INTERCOM, Rio de Janeiro: INTERCOM, 1999.
- NUNES, M. A. M. **Rádios livres. O outro lado da Voz do Brasil** (Mestrado em Ciências da Comunicação). Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1995.
- NUNES, M. V. **Rádios comunitárias no século XXI: exercício da cidadania ou instrumentalização popular?** Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- NUNES, M. V. **As rádios comunitárias nas campanhas eleitorais**. INTERCOM, Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.
- PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- RUAS, C. M. s. **Rádio comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento local**. Campo Grande: UCDB, 2004.
- SARDINHA, L. R. **Radiodifusão: o controle estatal e social sobre suas outorgas**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2004.