



A (re)configuração do espaço público nas ondas das rádios comunitárias¹

Kalliandra Quevedo CONRAD²

Maria Ivete Trevisan FOSSÁ³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O objetivo deste trabalho é refletir sobre o papel das rádios comunitárias na organização popular, buscando identificar a maneira pela qual elas contribuem para a democratização da esfera pública ampliando discussões de interesse coletivo visando à construção da cidadania em contextos locais de comunicação. Este artigo, de caráter bibliográfico, busca compreender o papel das rádios comunitárias na organização popular através do resgate de aspectos históricos e políticos das rádios comunitárias no Brasil. Posteriormente, refletiremos sobre a relação do conceito de esfera pública com os meios de comunicação, a fim de identificar como as rádios comunitárias podem servir de instrumento de democratização e construção da cidadania na configuração da esfera pública contemporânea.

Palavras-chave

Rádio comunitária; esfera pública; democratização.

Introdução

Percebemos que, desde a Revolução Industrial, as transformações e avanços tecnológicos e científicos possibilitaram o que chamamos hoje de Revolução da Informação. No entanto, o que ocorre atualmente não é exatamente uma revolução, mas sim uma mutação tecnológica – já que não se trata de descobertas inovadoras, mas sim da “maturação tecnológica e do avanço científico, que resulta em hibridização e rotinização dos processos de trabalho e recursos técnicos já existentes sob outras formas (telefonia, televisão, computação) há algum tempo.”⁴

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Estudante de graduação - 7º semestre do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

E-mail: kalliandraconrad@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

E-mail: fossa@terra.com.br

⁴ SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010. P. 13.



Ocorre uma evolução ou uma continuidade no processo científico e tecnológico não a partir do surgimento da máquina a vapor ou do computador na contemporaneidade. Mas, sim, as transformações de cunho econômico, político e social ocorrem com a invenção da ferrovia, na Revolução Industrial e, com a invenção da internet, na Revolução da Informação. O que se modifica, então, é a

“recombinação de recursos técnicos já existentes -, que unificou nações e mercados, modernizando processos e mentalidades. O “novo”, como se vê, consistiu propriamente no aumento da velocidade de deslocamento ou “distribuição” de pessoas e bens no espaço. (...) novo mesmo é o fenômeno da estocagem de grandes volumes de dados e a sua rápida transmissão, acelerando, em grau inédito na História, isto que se tem revelado uma das grandes características da Modernidade – a mobilidade ou a circulação de coisas no mundo. Se a Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiqüidade humana”.⁵

Apontadas algumas características das Revoluções Industrial e Informacional, podemos observar que o avanço tecnológico pode causar impactos econômicos, políticos e sociais, sendo restrito a apenas uma parcela da população brasileira. Entre os dados divulgados pelo Ministério da Cultura em relação à realidade cultural brasileira, nos chama a atenção o consumo de livros. Segundo esses dados, apenas 73% dos livros estão concentrados nas mãos de apenas 16% da população, sendo que o brasileiro lê aproximadamente dois livros per capita/ano.⁶ Atualmente, o cenário não se modifica, apenas muda de nome – são os chamados “info-excluídos”:

“Nem todos (pessoas, povos e países), porém, têm licença e meios para andar por auto-estradas da informação. Há “info-excluídos” (e não são poucos) que não estão podendo tirar proveito dessa descentralização de conteúdos informativos e de estratégias de comunicação em rede. Por esse e por outros motivos, cabe também ao comunicador social, esteja em atividade profissional, ocupar-se desse momentoso tema.”⁷

As Relações Públicas, não se tornando estáticas em suas funções básicas de pesquisa, diagnóstico, planejamento, assessoria e avaliação dos processos de comunicação podem e devem ocupar-se desse tema, que envolve a mobilização de

⁵ Idem. P. 13-14.

⁶ Fonte: <http://mais.cultura.gov.br/2009/02/10/434/> acesso em 27/fevereiro/2011.

⁷ POLISTCHUK, I.; TRINTA, A. *Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.



pessoas e a democratização dos avanços científicos e tecnológicos. Dessa forma, é que o rádio,

Atinge a todos, sem distinção de escolaridade, classe social ou condição econômica. Fala a todos individualmente e acompanha o ouvinte no carro, na cozinha, na sala, na praia ou no trabalho. Que outro meio é mais adequado para levar informações a milhões de ouvintes num país como o nosso, e que predomina a pouca informação; em que a miséria impossibilita não só o acesso a bens materiais, mas também a cidadania? Nesse país, a informação de toda a natureza, inclusive científica, assume poderes incomensuráveis. No entanto, no Brasil, o rádio não tem sido explorado como um meio de comunicação de divulgação de ciência.⁸

Partindo do pressuposto de que a comunicação é um direito que nós adquirimos enquanto cidadãos é que este artigo tem por objetivo refletir, através de pesquisa bibliográfica, sobre alternativas aos meios de comunicação de massa e, que, mais que isso, os indivíduos, podem (e devem) através desses meios, como as rádios comunitárias, exercerem seu direito à comunicação, como ficou estabelecido na constituição brasileira de 1988.

I. Rádios comunitárias

No ano de 2002, o Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação mostrou, em estudo inédito, que apenas seis principais redes privadas nacionais detinham o poder sobre 667 veículos de comunicação. Esses grupos são “a base de um sistema de poder econômico e político que se ramifica por todo o Brasil e se enraíza fortemente nas regiões”.⁹ Embora haja uma legislação que garanta o direito à comunicação e que regulamente as rádios comunitárias, muitas concessões são dadas devido a interesses políticos. Como mostra esse estudo, “a motivação política para manter veículos de comunicação se superpõe à viabilidade econômica. Em muitos casos, o faturamento desses veículos é sustentado por verbas públicas destinadas por governos comprometidos com os ‘donos da mídia’ local.”¹⁰ Ainda assim, temos alternativa aos meios de comunicação de massa, como as rádios

⁸ WENECK (2002, apud MIURA; ESCOBAR, 2008) apud DEVÉNS,P. WEBER, A. F., 2010, p. 47). In: DEVÉNS,P. WEBER, A. F. O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul. *Rádio-leituras*:<http://radioleituras.wordpress.com>, Ano I, nº 01, p. 41-59, julho-dezembro 2010.

⁹ Disponível em <http://WWW.cartacapital.com.br> Acesso em: 08 mar. 2011

¹⁰ Idem.



comunitárias. O surgimento do rádio está intimamente ligado à história política do Brasil e, “desde o seu início, o veículo serviu de expressão às diferentes manifestações culturais do país, principalmente através da música, do esporte e da informação. Mas, possibilitou, também, outros usos, como o político e, também mais recentemente, o religioso”¹¹. Nos anos de 1930, o marketing político de cunho nacionalista da Era Vargas interferiu nos meios de comunicação de massa, que criou o Departamento de Imprensa e Propaganda. Ao contrário do presidente anterior, o governo de Juscelino Kubitschek foi voltado para o desenvolvimento econômico com foco internacional e, logo após o breve governo de Jânio Quadros, esteve na presidência brasileira, o governo militar. Com ideia de colocar a opinião pública a favor da política militar e centralizar a comunicação, foi criada a Assessoria Especial de Relações Públicas que, mais tarde, foi substituída pela Assessoria de Imprensa e Relações Públicas. Foi também nesse período que surgiram as rádios comunitárias como um meio alternativo à repressão política brasileira. Desde os anos 1970/1980, já existiam meios de comunicação alternativos, como a rádio comunitária. Entretanto, sua legalização efetivou-se apenas no ano de 1998. Posteriormente, no ano de 1979, o general João Batista Figueiredo criou a atual Secretaria de Comunicação Social. A partir daí, iniciava-se o período de abertura democrática do país.¹² Ao pontuar alguns aspectos do contexto brasileiro, não podemos deixar de notar que a contexto histórico-político esteve relacionado com os meios de comunicação de massa e, o mesmo ainda ocorre até os dias de hoje. Entretanto, o rádio teve desde o seu início um papel peculiar na construção da identidade do nosso país. Esse veículo, que embora se dirija as massas, modificou-se ao longo dos anos, passando a se dedicar às comunidades e a tornar-se um veículo capaz de proporcionar transformação social. Dessa forma, podemos definir as rádios comunitárias podem de acordo com as seguintes diretrizes: a) Ter caráter público; b) Sustentabilidade; c) Incentivar o debate público; d) Ser laica; e) Ter compromisso com a sustentabilidade ambiental e os direitos humanos; f) Promover a cultura local; g) Defender a radiodifusão comunitária; h) Lutar pela democratização da

¹¹ Haussen, D. F. Texto publicado em Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (orgs.) *Rádio – sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004, p:51-62.

¹² TORQUATO, G. Da gênese do jornalismo empresarial e as relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K. *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009. P. 07-28.



comunicação; i) Divulgar a cultura livre.¹³ Além disso, ainda há quatro modelos de rádios comunitárias que foram se desenvolvendo ao longo do tempo e das necessidades dos cidadãos. São elas as rádios comunitárias legalmente constituídas, as rádios livres comunitárias, rádio de alto-falante e rádios virtuais comunitárias.¹⁴

As rádios comunitárias caracterizam-se como um veículo de baixa frequência criado para “acirrar o debate sobre a democratização dos meios de comunicação de massa no Brasil, historicamente concentrados nas mãos de grandes grupos econômicos e políticos.”¹⁵ Podem ser diferenciadas de outros meios de comunicação por serem sem fins lucrativos, sendo que os recursos adquiridos são utilizados como investimento; são feitas com a participação da comunidade envolvida, tanto na gestão quanto na programação da rádio; visa o incentivo à cultura local, à educação e ao desenvolvimento social; enfim, democratiza o poder de comunicar.¹⁶

Embora a globalização tenha facilitado “os deslocamento de capitais e informações, tornados possíveis pelas tecnologias”¹⁷, o fenômeno da globalização é regional. Isso acontece porque os investimentos concentram-se em determinadas regiões do mundo, desfavorecendo outras. É assim que uma das características das rádios comunitárias ganha força atualmente. Enquanto as novas tecnologias proporcionam o acesso a informações a respeito de qualquer parte do mundo, distanciando os indivíduos de sua localidade, as rádios comunitárias aproximam, criando vínculos com a comunidade na qual está inserida:

“Assim, além de receber informação, cada pessoa pode também comunicar, ou seja, pesquisar, produzir e distribuir informações através de diversos meios de comunicação, abordando assuntos que domina, contando sobre a realidade em que vive, os problemas que ela e seus vizinhos encontram, as novidades que interessam a comunidade. Afinal, as pessoas mais indicadas para falarem sobre determinada realidade são aquelas que a vivenciam.”¹⁸

¹³ ABRAÇO NO AR *apud* PERUZZO, 2009, p.5.

¹⁴ PERUZZO, C. M. K. Políticas Públicas para Radiodifusão Comunitária no Desenvolvimento Local. In: Encontro da Compós, XVIII, 2009, Minas Gerais. P. 1-3.

¹⁵ PERUZZO, C. M. K. *Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXI, 1998, Recife. P. 2.

¹⁶ Idem.

¹⁷ SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

¹⁸ GIRARD, I. JACOBUS, R. ROCHA, B. L. et. al. (org.) *Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo*. Porto Alegre: Revolução de Ideias, 2009.



II. Rádios comunitárias e esfera pública

Para refletir a respeito de como as rádios comunitárias podem democratizar o espaço público é importante compreender o contexto da sociedade do espetáculo¹⁹ e o conceito de esfera pública, tido aqui como sinônimo de espaço público. A sociedade do espetáculo, movida pelo capitalismo monopolista buscou o “diferencial”, ao mesmo tempo que promove e propõe o “gosto médio”, valorizando “padrões universais de consumo”²⁰, sendo permeada pela cultura de massas que, para Habermas, recebe esse nome por atender as necessidade de entretenimento de grupos com nível de formação baixo enquanto deveria formar um público amplo educado para a cultura. E, “o conceito de esfera pública, trazido à discussão central da teoria social pela mão de Habermas, provou-se, ao longo dos anos, uma ferramenta absolutamente preciosa para a compreensão da política contemporânea.”²¹

O espaço público é considerado a esfera intermediária que se constituiu, historicamente, entre a sociedade civil e o Estado. É um espaço simbólico no qual vão se opor os discursos dos agentes políticos, sociais, culturais e intelectuais que constituem a sociedade. Simboliza a realidade de uma democracia em ação e a expressão contraditória das informações, das opiniões, dos interesses e das ideologias. Ou seja: “Esfera pública” designa o âmbito, domínio ou espaço, socialmente reconhecido, mas não-institucionalizado, onde há a livre flutuação de questões, informações, pontos de vista e argumentos provenientes das vivências quotidianas dos sujeitos”²²

A esfera pública burguesa “surgiu historicamente no contexto de uma sociedade separada do Estado: o “social” podia constituir-se numa esfera própria à medida que a reprodução da vida assumia, por um lado, formas privadas, mas, por outro, como setor privado em seu conjunto, passou a ter relevância pública”²³. Os

¹⁹ DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

²⁰ POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. *Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. P. 39.

²¹ GOMES, W. *Publicidade, visibilidade, discutibilidade: para uma revisão do conceito de esfera pública política*. Encontro da Compós, XVI, 2007, Curitiba. P. 2

²² Idem. P. 3

²³ HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 2ª Ed. Trad. F. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. P. 152.



salões e os cafés eram lugares onde se fazia o uso público da razão e se debatiam e argumentavam assuntos de interesse público. A esfera pública burguesa começa a modificar-se com a chegada da imprensa, quando os jornais passaram a ter circulação em massa destinando-se à esfera íntima das famílias. O debate de questões públicas modificava-se. Agora, ele era mediado por um jornalista e, era através desse olhar que as questões públicas obtinham visibilidade. Entretanto, a imprensa, com a chegada da publicidade deixou de atender aos interesses coletivos para se interessar por interesses mercadológicos. Dessa forma, podemos observar que, de acordo com o conceito habermasiano, a esfera pública possui duas premissas – a discutibilidade e a visibilidade. O declínio da esfera pública acontece devido ao fato de que os meios de comunicação geram apenas visibilidade, não proporcionando discussão e participação.²⁴

“*Mudança Estrutural* tratava da decadência da esfera pública, sobretudo em virtude do seu controle e manipulação por parte dos meios de massa. A esfera pública presente, seguia-se das premissas ali apresentadas, é deficiente e anti-democrática. Em *Direito e Democracia*, a esfera pública presente é parte constitutiva da engrenagem que faz funcionar, para o bem da democracia, os encaixes entre a esfera civil e a esfera política do Estado. A história da esfera pública antidemocrática de *Mudança Estrutural* aparentemente não convenceu ninguém, pois se o livro de Habermas fez sucesso foi exatamente pela apresentação da noção e não pelo diagnóstico sobre seu fim. Conviner-nos-á Habermas, em *Direito e Democracia*, que apesar dos riscos e perigos a que está submetida, a esfera pública pode operar para o bem e geralmente o tem feito?”²⁵

As transformações ocorridas na esfera midiática tornaram os meios de comunicação empresas que visam lucro; e os espaços destinados à discussão, ao debate, ao esclarecimento e à argumentação de questões que afetam os cidadãos deram lugar à lógica do mercado. Dessa forma, os cidadãos tornam-se espectadores, o conteúdo visa o entretenimento e a audiência a qualquer custo. O importante é atingir o máximo número de pessoas, para atingir máxima audiência. E isso acontece, no Brasil, com a maioria dos veículos de comunicação de massa, já que as maiores emissoras são controladas por pequenos grupos que detêm o poder da comunicação. Sendo que, o poder da comunicação, é inerente a todo indivíduo e pertence a todo cidadão por direito. O poder e a importância que os meios de comunicação assumem nos fazem questionar a

²⁴ Idem.

²⁵ GOMES, W. *Publicidade, visibilidade, discutibilidade: para uma revisão do conceito de esfera pública política*. Encontro da Compós, XVI, 2007, Curitiba. P. 2



qualidade das informações repassadas e os direitos que possuímos – de sermos cidadãos bem informados e dotados de capacidade crítica de análise dos conteúdos midiáticos.

A sociedade do espetáculo, de Guy Debord, faz dos acontecimentos uma encenação e, dos cidadãos, a plateia. “É esse o papel do acontecimento. Ele faz dos cidadãos um público; porém público que assiste, e não assembleia que decide” (BRUNE et. al. 2007, p. 77). O público é, assim, espectador e, não cidadão. O conceito de “neocidadania midiática”, não passa de uma moda entre outras que visa produzir/consumir acontecimentos-espetáculos de cidadania. E o que é ainda mais grave: o executivo brasileiro não tem forças para confrontar os grupos dominantes de mídia privados, mas, sim, deles depende para defender seus próprios interesses. A preocupação, no entanto, não está somente na negligência do setor público com a população brasileira. É necessário e salutar modificar a mentalidade dos sujeitos envolvidos a fim de que percebam que assim como os setores de saúde, habitação e educação, as comunicações também são um direito humano básico.

Assim,

“Um dos direitos mais preciosos dos seres humanos é o de comunicar livremente suas ideias e opiniões. Nas sociedades democráticas, a liberdade de expressão não somente é garantida como se faz acompanhar por outro direito fundamental: o de ser bem informado. Ora, esse direito é posto em risco pela concentração dos meios de comunicação, pela fusão de jornais – que antes eram independentes – em grupos que se tornaram hegemônicos. Deverão as pessoas tolerar esse abuso contra a liberdade de imprensa? Aceitarão que a informação seja reduzida a uma mera mercadoria?”(p. 97).

É assim que as rádios comunitárias assumem um papel fundamental na (re)configuração do espaço público, sendo meios que materializam a democracia e o desenvolvimento social dos cidadãos.

Considerações Finais

Como forma de discutir o papel da mídia e as formas de comunicação no mundo, as políticas públicas são um mecanismo de regulação das práticas dos meios de comunicação. É uma forma de torná-los públicos no sentido de servir ao interesse público e não exclusivamente aos interesses de mercado. Ou seja, “se constituem em um conjunto de princípios e dispositivos processuais consubstanciados, em última instância, em leis, normas e demais mecanismos regulatórios que orientam o funcionamento dos meios de comunicação, das tecnologias a eles associados e de seu papel público na



sociedade.”²⁶ É através da mídia que as políticas públicas chegam ao conhecimento dos cidadãos, são fiscalizadas e avaliadas. Entretanto, a mídia possui suas convicções e ideologias próprias. Os jornalistas possuem seus pontos de vista e é através deles que os cidadãos vão perceber o mundo. Cada fato transmitido ao público é moldado de acordo com um olhar específico e, cada indivíduo, interpreta as informações que recebe de acordo com seu repertório, suas experiências, seus valores. Entretanto, além de saber analisar o que a mídia nos diz, é preciso saber ser crítico em relação aquilo que ela não nos diz – os silenciamentos do discurso midiático.

“(…) Pois a maior influência que a mídia exerce sobre a política não é proveniente do que é publicado, mas do que não o é, de tudo o que permanece oculto, que passa despercebido. A atividade midiática repousa sobre uma dicotomia: algo existe no pensamento do público se está presente na mídia. O seu poder fundamental reside, portanto, na sua capacidade de ocultar, de mascarar, de omitir.”²⁷

Dessa forma, podemos observar dois aspectos. O primeiro, relacionado ao papel da mídia e, o segundo, relacionado à postura dos profissionais de comunicação na sociedade. Embora, o papel da mídia seja informar com qualidade, o que acontece é uma concentração dos meios de comunicação de massa que impõe sua ideologia sob a lógica do mercado e sob o pensamento neoliberal:

“o verdadeiro poder está atualmente nas mãos de um punhado de grupos econômicos planetários e de empresas globais cujo peso nos negócios do mundo inteiro parece, às vezes, mais importante do que o dos governos e dos Estados” (p.31).

Um dos caminhos para uma comunicação democrática foi apontado por Ignacio Ramonet et. al.(2007), ao falar sobre a criação de um “quinto poder”. O “quinto poder” tem por objetivo denunciar os superpoderes do monopólio dos meios de comunicação que deixaram de defender os cidadãos no sentido de dar a eles informações éticas e de qualidade. Um exemplo de comunicação democrática é o observatório Internacional da Mídia. Afinal, a liberdade de comunicar é um direito do ser humano. “Um dos direitos mais preciosos do ser humano é o de comunicar livremente suas ideias e suas opiniões.”

²⁶ PERUZZO (2009, P. 1) In: PERUZZO, C. M. K. *Políticas Públicas para Radiodifusão Comunitária no Desenvolvimento Local*. In: Encontro da Compós, XVIII, 2009, Minas Gerais.

²⁷ Vários autores. *Caminhos para uma comunicação democrática*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007. P. 21.



(p. 43). Os meios de comunicação alternativos, como as rádios comunitárias, são, atualmente, a concretização desse direito.

“No entanto, atenção ao paradoxo: este universo, que reúne milhares de produtores de conteúdo, cuja audiência cresce de modo explosivo, que expressa o surgimento do paradigma que sucederá a comunicação de massa e que é uma alternativa aos riscos de manipulação não recebe apoio de nenhuma política pública relevante. (...) Quando existirem, elas serão capazes de produzir a revolução democrática e participativa de que a comunicação precisa, no Brasil.” (p. 57)

Assim, a partir do momento em que, as outorgas das rádios comunitárias forem condicionadas às cotas parlamentares, a legislação não sofrer as modificações necessárias para que as rádios comunitárias possam exercer seu direito de comunicar (ou seja, quando Estado deixar de interferir negativamente para impedir o funcionamento das rádios comunitárias), de um lado, e a falta de comprometimento com a essência das rádios comunitárias e com o seu papel social não estiverem alinhados, por outro, as rádios comunitárias serão apenas uma tentativa de (re)democratização do espaço público. Entretanto, o movimento das rádios comunitárias permanece. Além disso, com a democratização dos meios de comunicação é possível (re)democratizar a esfera pública, fazendo da comunicação uma responsabilidade não somente do poder público, mas dos próprios cidadãos. Isso implica a função mediadora dos meios de comunicação, na qual “os atores coletivos organizados em movimentos sociais, principalmente, conseguem divulgar, através dos *media* (sobretudo alternativos), suas questões e fazer com que elas se insiram em esferas públicas de discussão e debate”.²⁸

Referências bibliográficas

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEVÉNS, P. WEBER, A. F. O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul. **Rádio-leituras**. <http://radioleituras.wordpress.com>, Ano I, nº 01, p. 41-59, julho-dezembro 2010.

GOMES, W. Esfera pública política In: GOMES, W. ; MAIA, R. C. M. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008. p. 29-68.

_____. **Publicidade, visibilidade, discutibilidade: para uma revisão do conceito de esfera pública política**. Encontro da Compós, XVI, 2007, Curitiba.

²⁸ MARQUES (2008, p. 31) In: MARQUES, A. C. S. Os meios de comunicação na esfera pública: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. **Líbero**, nº 21, p. 23-35, jun. 2008.



HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. 2ª Ed. Trad. F. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HAUSSEN, D. F. Texto publicado em Barbosa Filho, Piovesan e Beneton (orgs.) **Rádio – sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004, p:51-62.

MARQUES, A. C. S. Os meios de comunicação na esfera pública: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. **Líbero**, nº 21, p. 23-35, jun. 2008.

PERUZZO, C. M. K. **Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM**. In: Encontro Anual da Compós, s/n, 2010, Rio de Janeiro.

_____. **Políticas Públicas para Radiodifusão Comunitária no Desenvolvimento Local**. In: Encontro da Compós, XVIII, 2009, Minas Gerais.

_____. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXI, 1998, Recife.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2007. P. 144-158.

TORQUATO, G. Da gênese do jornalismo empresarial e as relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K. **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009. P. 07-28.

Vários autores. **Caminhos para uma comunicação democrática**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007.