

A Mídiação Digital na Comunicação Comunitária: Um Estudo sobre os Sujeitos-Comunicantes e as Apropriações Midiáticas¹

Rodrigo Severo RODEMBUSCH²

Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter), Porto Alegre, RS

Resumo

Este estudo tem como tema o processo de mediação digital e suas possíveis implicações no espaço da comunicação comunitária, em especial nas rádios. Ao entender que as RADCOM são importantes meios no processo de democratização da produção da informação, é importante que se faça uma reflexão acerca das apropriações midiáticas dos sujeitos-comunicantes na atualidade e dos espaços *online* oferecidos pelas emissoras. Como objeto de estudo, foram selecionadas três rádios comunitárias de Porto Alegre/RS: Voz do Morro, Lomba do Pinheiro e Ipanema Comunitária e entrevistas foram conduzidas com os gestores pelas emissoras.

Palavras-chave: comunicação comunitária; rádio; mediação; sujeito-comunicante.

Introdução

O rádio é o terceiro meio de comunicação mais acessado pela população brasileira³. Conforme levantamento da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a televisão ainda é o meio de comunicação predominante, uma vez que 95% dos participantes do estudo informaram assistir TV, sendo que 77% têm o hábito de assistir diariamente. Em segundo lugar está a internet com 26%. No que tange ao rádio, 35% dos entrevistados afirmaram que ouvem o meio, 7 dias por semana (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2016), dados que ainda demonstram a amplitude do acesso a esse meio de comunicação entre os brasileiros. Segundo Cogo, na escolha do meio de comunicação comunitário, o rádio é o que tem “maior capacidade tecnológica de se introduzir no cotidiano de suas audiências, pelo fato de ter um baixo custo, não exigir habilidades prévias de seus ouvintes, podendo ser consumido a qualquer hora e lugar” (1998, p. 98). Nesse sentido, através dos anos, as rádios comunitárias se tornaram espaço para o debate e a discussão acerca de temas de interesse local, despertando a atenção pública e governamental (EGARGO, 2008, p. 24-

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter), de Porto Alegre/RS, onde é docente da Faculdade de Comunicação Social. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestre em *International Media Studies* pela Deutsche Welle (Bonn-Alemanha). Contato: r.rodembusch@gmail.com

³ Mais informações: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view> Acesso: 14 de julho de 2017.

25). Mas para que isso ocorra, é preciso um fluxo constante e significativo de trocas entre a RADCOM e se público. Assim, meios de comunicação são elementos fundamentais para a manutenção e existência da rádio comunitária.

Se as rádios produzidas e veiculadas em suas respectivas comunidades podem alterar a percepção do cidadão quanto ao seu papel social, é necessário dar um segundo passo para a compreensão deste fenômeno na contemporaneidade, focalizando nos espaços criados pela RADCOM, antes analógicos por natureza e, agora, com atravessamentos digitais. Em países com significativas diferenças sociais, como o Brasil, fica claro o papel de espaços democráticos de expressão no estabelecimento de diferentes vozes que compõem a esfera pública, espaço habitado, até então, por um grupo restrito e homogêneo de atores sociais – um contexto de comunicação massiva e de concentração de mídia, que é questionado em um cenário digital. Com as transformações oriundas do desenvolvimento da tecnologia, que redesenhou o cenário do produtor-consumidor de informação, bem como as formas de participação e colaboração, algumas rádios têm a possibilidade de oferecer outros espaços comunicacionais, que não os analógicos. Ouvintes participativos de uma mídia com vocação cidadã podem se encontrar no ambiente *online*, garantindo a troca de informações e a pluralidade de vozes antes inacessíveis. Dessa forma, a rádio comunitária pode expandir uma característica preconizada pela UNESCO⁴ como fundamental enquanto mídia alternativa: a diversidade de vozes e opiniões no ar.

Assim, é necessário pesquisar o processo de midiaticização digital e suas possíveis implicações no espaço da comunicação comunitária, em especial nas rádios, as relações que estabelecem com os sujeitos-comunicantes, as consequências da abertura do ambiente *online* e os usos e apropriações feitos pelo público a partir dessa plataforma. Como objeto de estudo, foram selecionadas três rádios comunitárias de Porto Alegre/RS: Voz do Morro, Lomba do Pinheiro e Ipanema Comunitária e entrevistas foram conduzidas com os gestores pelas emissoras.

A midiaticização digital e as transformações na comunicação comunitária

O desenvolvimento da tecnologia, com especial atenção ao ambiente digital, possibilita novas formas de expressão do cidadão no que tange ao protagonismo nos

⁴ Para mais: Fraser, C.; Estrada, S. R. **Community Radio Handbook**. Paris: UNESCO, 2001, p.18-22.

processos comunicativos. Neste novo espaço a cidadania comunicativa pode ganhar novos contornos uma vez que, perspectivando a realidade brasileira, a popularização da internet é um fator significativo na (re)configuração do cenário midiático no país. Antes de compreendermos os conceitos e as implicações da midiatização digital e seu impacto na realidade dos sujeitos, trago brevemente, dados do *Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação* (TIC) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2014, que nos auxiliarão a contextualizar o momento em que se encontra o Brasil, resultado do desenvolvimento e evolução tecnológicos.

Conforme o levantamento, “o uso do telefone celular para acessar a internet ultrapassou o do computador pela primeira vez no Brasil” (AGÊNCIA BRASIL, 2016, s/n), o que sinaliza o crescimento das mídias móveis entre a população. No que tange ao acesso de internet nos domicílios, a pesquisa indica que “mais da metade dos 67 milhões de domicílios brasileiros passaram a ter acesso à internet em 2014 (54,9%). Em 2013, esse percentual era 48%. Mais de 60% dessas casas estavam na área urbana” (ibidem). Sobre o celular, a Pnad apontou que o dispositivo móvel para navegar na rede estava presente em mais de 80% das casas com acesso à internet, “já o computador para esse fim estava em 76,6% desses domicílios” (ibid).

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2014 também trouxe informações sobre o uso da banda larga móvel, que aumentou em comparação ao ano anterior, com destaque para as regiões Norte e Nordeste. Quanto ao uso propriamente dito do celular, são mais de 135 milhões de brasileiros, acima dos 10 anos de idade que têm, pelo menos, um aparelho. Um crescimento de 5% em relação a 2013. A partir desse cenário, é possível compreender as possibilidades que se criam a partir da expansão da comunicação digital. Para Peruzzo, o acesso à tecnologia “é uma possibilidade sem igual para o exercício da liberdade de comunicação, cerceada apenas pelo impedimento do acesso às infraestruturas necessárias e a educação para o uso das novas tecnologias” (2011, p.34), o que significa que abordar o tema da midiatização digital ainda carrega o hiato que existe com relação ao acesso dos meios digitais.

Mesmo assim, são perceptíveis as implicações consequentes da reconfiguração dos processos comunicacionais nos serviços de radiodifusão comunitária, o que é destacado por Peruzzo (2010), que classificou as rádios comunitárias em 4 diferentes modalidades, duas delas, como atenção especial para o ambiente digital – como mostrado anteriormente. O que se apresenta não é uma realidade de igualdade de acesso

para todos. Conforme Maldonado, “ao mesmo tempo em que a cultura da tecnicidade proporciona a estruturação de um mundo inteiramente conectado e amplia os horizontes daqueles que têm acesso ao mundo digital, ela exclui uma parcela considerável da população, excluída das redes informacionais” (2011, p.155).

O mesmo autor acrescenta que, mesmo com uma parcela excluída das possibilidades que o digital oferece, alguns modos comunicacionais, alheios à realidade hegemônica capitalista “superam, na sua essência configurativa, a lógica dos monopólios e do lucro de poucos” (MALDONADO, 2013, p.32). Os argumentos de Castells (2006) se alinham aos de Maldonado ao apresentar esse contraponto significativo em relação à internet enquanto possibilidade de democratização comunicacional. Para Castells, “a internet, mesmo sofrendo cada vez mais interferências à livre comunicação, é o meio de comunicação local-global mais livre que existe, permitindo descentralizar os meios de comunicação de massa” (2006, p.227).

É neste cenário que se situa o objeto dessa pesquisa, num contexto de midiatização digital. A fim de constituir elementos de compreensão desse processo, início pensando a midiatização. Para Sodré (2006), a sociedade é regida pelo processo de midiatização, que é, a “tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação” (SODRÉ, 2006, p.20). Maldonado lembra que “a midiatização é um processo histórico singular que aconteceu de forma expansiva e intensa no século XX, como necessidade sistêmica das formações sociais” (2002, s/n), já que foi um período de intenso desenvolvimento tecnológico o que acarretou, por consequência, transformações em diferentes modalidades de comunicação. O autor destaca que já no século passado, os sistemas midiáticos

estabeleceram conjuntos de redes de funcionamento, penetração e divulgação que midiatizaram as sociedades modernas de maneira intensiva, enquadrando os hábitos sociais cotidianos em agendas midiáticas programadas que condicionaram (e orientam) significativamente os costumes, valores, posicionamentos, ideologias, gostos, imaginários e sensibilidades dos cidadãos (MALDONADO, 2012, p.5)

Esse processo de agendamento midiático pode ter limitado as possibilidades de ação dos cidadãos no que tange à cidadania comunicativa, uma vez que constituiu-se em atravessamentos nas diferentes dimensões constitutivas do sujeito, fortalecendo e perpetuando um pensamento hegemônico e limitando possibilidades de produção

comunicacional midiática pelos sujeitos. Entretanto, com a midiaticização digital, novas possibilidades se apresentaram ao campo comunicacional com renovadas formas de participação, como no caso da comunicação comunitária, na qual os sujeitos são protagonistas nos processos comunicativos. É importante considerar que a midiaticização não pode ser pensada sem que se leve em conta múltiplos fatores que incidem nos processos comunicacionais. Isto porque compartilho com Maldonado a ideia de que

[...] os processos de comunicação estão atravessados, também, por *mediações* conjunturais, circunstanciais, situacionais, interacionais, temporais, (tecnológicas) estratégicas, sociais (macro: estrutura de classes/ micro: grupos de pertença), políticas (poderes, campos de força), institucionais, religiosas, sexuais e econômicas (consumo/produção/trabalho; propriedade/possessão/despossuir) (2002, s/n).

Assim, a mediação é um conjunto de atravessamentos que operam sobre os processos de comunicação e que dão particular textura aos processos de midiaticização. Maldonado segue contribuindo para o debate acerca das implicações do processo de midiaticização ao afirmar que “na última década, o desenvolvimento das redes digitais multimídia sintetiza as competências tecnológicas alcançadas pela eletrônica e a informática, que ofereceram ao campo da comunicação suportes de realização midiática cada vez mais flexíveis e complexos” (2006, p.30). Conforme o autor, a mídia hegemônica, com suas lógicas de produção massiva, é confrontada por grupos que também, por meio do acesso à tecnologia, são capazes de produzir mensagens. Tais sujeitos “enriqueceram suas possibilidades de inter-relação simbólica de modo intenso e abrangente, mudando suas cotidianidades, seus círculos sociais, suas habilidades de construção de signos e sua concepção do que é fazer comunicação” (2012, p.14). É importante atentar que existe no cenário latino-americano uma desigualdade de acesso às tecnologias e, dessa forma, mesmo com o crescimento da penetração da internet, diferentes níveis de acesso e uso estão presentes.

Os sujeitos-comunicantes e as apropriações midiáticas

Como não se pode compreender fenômenos em sua totalidade de forma isolada, uma vez que existem diversos atravessamentos que os constituem e os redefinem, a questão dos ouvintes das rádios comunitárias demanda essa reflexão, pois os cenários analógico e digital podem operar sobremaneira nos elementos constitutivos desse sujeito

enquanto integrante dos processos comunicativos comunitários. Nesse sentido, Rabelo traça um cenário de transição que ilustra a mudança dos perfis dos ouvintes e dos respectivos processos nos quais estão incluídos. Para a autora,

[...] seguem em uso rádios cornetas, os fantoches e os murais. Mas a recente revolução tecnológica, além das novas mídias, democratizou as possibilidades de acesso e produção nas antigas e novas. O padrão “todos por um” rapidamente está sendo substituído pelo “todos por todos”. Hoje, tecnicamente, mais que meros receptores, todos podemos ser produtores (RABELO, 2007, p.120).

Nesse sentido, o exercício da comunicação comunitária em um outro ambiente que não o analógico, coloca em xeque questões que se perpetuaram por décadas na academia no que tange os papéis de emissor e do receptor⁵. O que motivaria uma pessoa a buscar mudar uma/sua realidade por meio de um *smartphone*, uma câmera ou uma rádio comunitária? Ou a motivação intrínseca por comunicar-se com sua RADCOM ou, por intermédio dela, com outras pessoas? Para Brambilla (2006) a motivação referida tem relação com o desejo de pertencer a um contexto, de aperfeiçoamentos pessoais e de obtenção de respostas sociais. Nesse sentido, os sujeitos envolvidos nos processos ligados à radiodifusão comunitária não podem ser considerados meros *receptores* do que é produzido, uma vez que estão envolvidos nos processos. Democratizar a comunicação como argumenta Peruzzo, implica uma série de ações, entre elas está “potencializar mecanismos para que qualquer cidadão possa sair da condição de receptor para a de emissor, como sujeito da produção e difusão de conteúdos” (2007b, p.89). Wolton reconhece o papel *dos receptores* – aqui entendido como ouvintes-comunicadores – e dos excluídos com relação à plataforma digital ao afirmar que

[...] o receptor é o quebra-cabeça da comunicação. É preciso de resto lembrar a existência da desigualdade de conhecimentos, de competências, mas também de interesses. Para alguns, a Internet é uma nova fronteira; para outros, um simples instrumento; para outros ainda, uma obrigação de comunicação suplementar (2004, p. 152).

⁵ Por estabelecer esse contraste é apresentada, a partir de Beltrán, uma percepção (hoje defasada) do modelo clássico de comunicação e a posição que assumia o sujeito, visto como um mero receptor de mensagens que “[...] é passivo e está submetido, uma vez que nunca se lhe dá a oportunidade adequada para atuar também como verdadeiro e livre emissor, seu papel consiste em escutar e obedecer. Tão vertical, assimétrica e quase autoritária relação social constitui, a meu ver, uma forma antidemocrática de comunicação” (BELTRÁN, 1981, p.23)

Maldonado (2014) destaca a fraqueza do termo *receptor* quando se trata de entender o lugar dos sujeitos no processo de comunicação. O sujeito comunicante, termo utilizado pelo autor, não pode ser reduzido a uma simples figura que recebe a informação sem questionamentos ou que nada faz ou nada pode fazer com o que lhe é ofertado. Ele possui especificidades que extrapolam características reducionistas e passivas, como o espírito crítico e o engajamento social – a vontade e o interesse em participar, de ser ouvido. Essa reflexão está presente, também, no pensamento de Pinheiro ao salientar que, para sobrepor a submissão do receptor, “a palavra de ordem dos críticos exigia a conquista dos meios e sua transferência para o público” (2006, p.75), o que entendo como um processo possível na esfera comunitária por meio das apropriações dos cidadãos com relação aos meios de comunicação. A mesma autora destaca que, ainda dentro da dimensão do receptor,

[...] outra perspectiva teórica via nos atos da recepção uma leitura produtiva e significativa que escapava ao controle dos emissores, indicando certa autonomia do receptor diante do pólo produtor, possível pela reserva de valores e sentido da sociedade, que ainda escapava das mensagens uniformes produzidas pela mídia (PINHEIRO, 2006, p.75).

Guareschi (2004) também elenca características daquele ator social, que engajado na construção de uma comunicação comunitária, abandonaria uma posição de submissão, massificação e dependência. Para o autor, tal processo estaria relacionado a um sujeito democrático, autônomo e mais equilibrado. Pensamento semelhante é trazido por Fuser, que argumenta que “algumas experiências têm sido construídas com base na preocupação de romper com o modelo tradicional de divisão entre emissor e receptor e na valorização dos aspectos locais e do cotidiano das comunidades em que e inserem” (2006, p.142). Maldonado considera que “pensar o espaço/tempo da receptividade comunicativa leva-nos, necessariamente, a situar os públicos na sua história pessoal, familiar, de classe, de região, de raça, de etnia, de tribo, de talentos-competências, de concepções e de subjetividades comunicativas” (2014, p.21).

Em outras palavras, a complexidade dos atravessamentos que constituem os sujeitos comunicantes precisa ganhar um espaço de destaque no universo da pesquisa. Para o autor, o reducionismo traz prejuízos para a compreensão dos processos comunicativos que levam em conta os sujeitos e suas apropriações. O autor lembra que a inclusão de *pesquisados* dentro do universo da pesquisa precisa extrapolar o sentido

simplório e superficial de seres passivos. “São sujeitos que têm a contribuir em suas falas, ações, questionamentos etc.” (2014, p.27).

As ideias de Hall (2009) se alinham às de Maldonado quando propõe que “é preciso levar em consideração os cenários que constituem o indivíduo”. Hall (2009) faz um resgate da construção acerca do sujeito, que foi compreendido no âmbito do funcionalismo como um ser desconectado do seu contexto e influenciado pelos meios de comunicação. Tal visão foi quebrada por certos pesquisadores dos Estudos Culturais que reconheceram que os sujeitos são situados contextual e culturalmente e que são produtores de sentidos que tem marcas destes contextos. É nesse cenário que a estratégia transmetodológica é necessária justamente para dar conta, para conseguir contemplar a diversidade de atravessamentos que constitui o sujeito comunicante. Quiçá somente com essa perspectiva multifacetada seja possível chegar a uma realidade mais próxima dos verdadeiros porquês e das reais motivações dos referidos sujeitos.

Segundo dados da Unesco⁶, mais de 2 bilhões de pessoas no mundo recorrem à mídia comunitária como canal de comunicação. Entre suas especificidades está a potencial liberdade, ou capacidade de formular suas próprias regras e não sofrer com pressões externas, como políticas, econômicas e sociais, por exemplo. Maldonado (2014, p.17) observa que “parte dos públicos e dos sistemas midiáticos contemporâneos sabe aproveitar as assimetrias, as brechas, as potencialidades e as facilidades que as condições técnicas comunicativas oferecem”. É neste sentido que os atalhos, ou o que Certeau (1994) denominou de *táticas* podem ajudar a constituir a autonomia, uma das premissas para a construção de uma comunidade independente e que se reconhece internamente a partir de características em comum.

Ainda dentro da temática que alicerça uma das dimensões de pesquisa está a questão da autonomia em relação a outra plataforma: a digital. Sobre o tema, Castells (2013, p.14) ressalta que “os meios tradicionais de comunicação têm como seus principais controladores, empresas e governos. Por outro lado, a sociedade em rede dispõe de canais com menos obstáculos e, conseqüentemente, menos influência de terceiros, como as redes sociais mediadas por computador”. É neste novo ambiente que são possíveis diferentes formas de apropriação e resgate de identidades locais, bem como de manutenção do sentimento de pertença – a um grupo ou a uma causa, por exemplo. Em outras palavras, o fazer parte é um fator motivacional para a integração e

⁶ Para mais informações: Community Radio Handbook – Unesco. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595e.pdf> Acesso em 10 de julho de 2017.

o engajamento. García Canclíni afirma que “movimentos populares inserem suas reivindicações no rádio” (2005, p.18), em uma sinalização de que o dispositivo pode ser utilizado para o fortalecimento de demandas de uma comunidade, em um processo de construção de cidadania.

Certeau (1994) explica que este mesmo sujeito comunicante, dominado por um determinado sistema, tem condições de desenvolver táticas, mecanismos que possibilitem um certo desvio. Como já referido anteriormente, a dominação existe, mas considerar este sujeito um ser passivo é equivocado. O desvio, então, é uma modalidade de resistência. O autor (1994, p.39) relembra o que os índios faziam com a cultura dominante que lhes era imposta: eles a subvertiam, a utilizavam de forma que fazia sentido para o grupo. Este é exemplo de que a tática, diferente da estratégia, tem seus propósitos dentro de uma realidade cultural dominada. É interessante analisar, como o próprio autor menciona, os usos e a “manipulação pelos praticantes que não a fabricam” (1994, p.40), no caso, a cultura dominante. Para Certeau, esse processo tático é, muitas vezes, compreendido como uma forma de vulgarização ou degradação da cultura (1994, p.95). Outras possibilidades neste sentido são também apresentadas por Santos como a prática da sociologia das ausências que “torna possível que os oprimidos assumam a sua experiência da in experiência dos opressores e que, com base nisso, logrem um conhecimento mais esclarecido dos mecanismos mais profundos de dominação e uma capacidade acrescida para lutar contra eles” (2008, p.198).

Ainda no que se refere à ideia de subversão, o autor dialoga com Certeau (1994) trazendo à discussão as apropriações acerca da festa barroca, que “revela um potencial subversivo que aumenta na medida em que a festa se distancia dos centros de poder, mas que está sempre presente, mesmo quando são os próprios centros do poder os promotores da festa” (SANTOS, 2008, p.210). E sintetiza grande parte do que foi apresentado até o momento ao lembrar que “nas periferias a transgressão é quase uma necessidade” (SANTOS, 2008, p.111). Nessa realidade, a mídia comunitária não só demanda participação e protagonismo dos sujeitos, conforme Peruzzo (2012), como também representa um espaço propício para romper com a dominação hegemônica. Daí, de acordo com Santos (2008), é que vem a demanda crescente por essa forma de comunicação. E quando as táticas se inscrevem nas apropriações do ambiente digital? Esse é um questionamento pertinente para a pesquisa aqui apresentada.

Com relação às apropriações midiáticas propriamente ditas, Peruzzo (2004) apresenta níveis de participação⁷, isto é, diferentes modalidades de processos comunicativos dentro das possibilidades oferecidas pelos serviços de comunicação comunitária. A saber: mensagem; produção da mensagem, materiais e programas; planejamento dos meios e gestão dos meios. De uma forma mais didática, explica que as apropriações dos ouvintes-comunicadores podem

significar numa gradação crescente: o simples envolvimento das pessoas, geralmente ocasional, no nível das mensagens, ou seja, dando entrevistas, avisos, depoimentos e sugestões ou cantando, pedindo a inserção de músicas e aderindo a concursos; elaborar matérias (notícias, poesias, desenhos); compartilhar a produção global do jornalzinho, do programa de rádio etc.; tomar parte na definição da linha política, do conteúdo, do planejamento, da edição, do manejo de equipamentos; compartilhar o processo de gestão da instituição comunicacional como um todo (2004, p.142-143).

Como referido por Peruzzo, a partir do que se compreende por uma rádio comunitária, todas as modalidades de processos comunicativos podem estar presentes no participar do ouvinte-comunicador, “a participação das pessoas pode tanto se concretizar apenas em seu papel como ouvintes, leitores ou espectadores, como significar tomar parte dos processos de produção, planejamento e gestão da comunicação” (PERUZZO, 2007a, p.10). A autora ressalta, entretanto, que é no nível de planejamento dos meios que a RADCOM se insere. Para se atingir o último nível, o de gestão, demanda-se envolvimento da comunidade, já que pressupõe tomada de decisões para a manutenção do serviço de radiodifusão.

O rádio comunitário em Porto alegre – seleção de RADCOMs

Uma etapa inicial apontou, por meios digitais, 11 rádios comunitárias operando em Porto Alegre. Entre elas estão emissoras outorgadas e não outorgadas, uma vez que esta característica não é excludente para esta pesquisa.⁸ A partir do levantamento foi realizado um segundo movimento: (1) Verificar a existência de *site* e da versão online das RADCOM; (2) Observar nos ambientes digitais, espaços de comunicação do

⁷ Conforme explica a autora no livro *Televisão Comunitária – Dimensão pública e participação cidadã na mídia local*, “os níveis possíveis de envolvimento que partem dos modos de participação” (PERUZZO, 2007, p.10) foram apontados por Merino Utreras, a partir de reuniões ocorridas no fim dos anos 70.

⁸ São elas: Rádio Ipanema Comunitária; AmorB FM; Rádio Obirici FM Comunitária; Rádio Glória FM Comunitária; Rádio da Lomba do Pinheiro; Rádio Nonoai FM; Rádio Comunitária Restinga FM; Rádio Vila Nova FM; RCB Belém Velho; Quilombo FM; A Voz do Morro.

ouvinte-comunicador com a rádio comunitária - Facebook/atividade da mesma; e de espaços de possível comunicação do ouvinte-comunicador com a rádio comunitária: E-mail (E); Box de comentário no site (B); Bate-papo – Chat (BP); Telefone (Te); Twitter (Tw); e/ou Whatsapp (W). A partir das observações realizadas, verificou-se a proporção equilibrada entre ter ou não um espaço virtual (site), isto é, 6 estão no ambiente online e 5 não. Das que estão presentes no digital, metade oferece o serviço de radiodifusão comunitária por meio da internet (Rádio Ipanema Comunitária – Rádio Vila Nova FM e A Voz do Morro). Como nenhum dos critérios aqui apresentados são excludentes, manteve-se o próximo passo com as 11 RADCOM. Observou-se nos ambientes digitais espaços de comunicação do ouvinte-comunicador com a rádio no *Facebook – Fanpage*. Os resultados apontam um quase equilíbrio, isto é, 5 rádios comunitárias criaram *Fanpage* e 6, não. Das que estão no *Facebook*, 3 delas estão ativas (Rádio Ipanema Comunitária, Rádio da Lomba do Pinheiro e Rádio Vila Nova FM).

A segunda observação inicial nos ambientes digitais se deu na busca de espaços de comunicação do ouvinte-comunicador com a rádio comunitária: E-mail (E); Box de comentário no site (B); Bate-papo – Chat (BP); Telefone (Te); Twitter (Tw); e/ou Whatsapp (W), meios estes que são oferecidos pela RADCOM. Do total das 11 rádios comunitárias, a investigação apontou que 4 delas não apresentam nenhuma dessas formas de comunicação, São elas: Rádio Obirici FM Comunitária, Rádio da Lomba do Pinheiro, Rádio Nonoai FM, Rádio Comunitária Restinga FM e RCB Belém Velho. Por fim, foram realizadas saídas de campo pré-agendadas com as emissoras a partir dos contatos obtidos nas observações *online*. Dessa forma, de 11 RADCOM, 7 foram excluídas por estarem com seus serviços de radiodifusão inoperantes, apesar de presentes do ambiente *online*. A exclusão se deu somente nesta fase do processo exploratório, uma vez que elas não podem ser encontradas facilmente no *dial* devido às restrições de alcance do sinal. Restaram, portanto, as rádios: Ipanema Comunitária; Amorb FM; da Lomba do Pinheiro; A Voz do Morro. Desse total, 3 RADCOM foram visitadas e foram realizadas entrevistas com um representante da emissora, isto é, um integrante da comunidade que exerce a função de gestor e/ou coordenador e que conhece os processos comunicacionais da RADCOM com seu público⁹. O procedimento metodológico para a realização da coleta de dados da pesquisa

⁹ As formas de contato, todos ocorridos em final de abril e início de maio de 2016, foram as seguintes: Rádio Ipanema Comunitária – e-mail / contato telefônico; Rádio da Lomba do Pinheiro – contato telefônico / Facebook; A Voz do Morro – contato por e-mail / Facebook.

exploratória utilizado foi entrevista semiestruturada. O bloco de questões procurou aproximar o ambiente digital da realidade vivenciada pela RADCOM, além de mapear os meios de comunicação oferecidos ao ouvinte-comunicador. Participaram das entrevistas os gestores: Flávio Cassal (Lomba do Pinheiro); Rodrigo Rodrigues (A Voz do Morro) e João Batista Santafé Aguiar (Ipanema Comunitária).

O rádio comunitário em Porto alegre – observações e considerações finais

Em relação aos meios através dos quais se realiza a comunicação com os ouvintes, na Lomba do Pinheiro, a realidade analógica se faz muito presente em toda a programação. O diretor da emissora, Flávio Cassal, faz questão de destacar que os meios de comunicação são os tradicionais e que não há interesse, da parte dele, de migrar ou oferecer outras opções no ambiente digital: “o ouvinte da Lomba do Pinheiro participa muito por telefone ou vem aqui na rádio. As ligações são sempre anotadas e tabeladas a partir do que eles pedem: música, recado, denúncia. Assim, podemos ter uma ideia de quantos telefonemas temos por programa e por ano (CASSAL, 2016).

Já na Voz do Morro, são várias as formas de participação digital, porém, Rodrigo Rodrigues ressaltou que “a gente tem também o encontro com o morador na rua, quando o pessoal fala contigo e essas atividades quando a gente leva a rádio para a rua”. Na Ipanema Comunitária, segundo João Batista, a situação é semelhante: opções digitais de comunicação, bem como a possibilidade de visita do ouvinte no estúdio. Sobre a forma com que as RADCOM instigam seus ouvintes a participar, as três informaram que durante a programação fazem convites à comunidade. Rodrigo Rodrigues da Voz do Morro enfatizou que realiza trabalho paralelo em escolas para motivar a participação. Percebe-se um movimento não antes aventado nessa pesquisa e que surgiu após a entrevista na Ipanema Comunitária: o interesse do próprio ouvinte em participar. Conforme João Batista, “só não há mais participação porque o ouvinte não tem interesse”. Outra consideração relevante diz respeito aos meios de comunicação oferecidos. Na Lomba do Pinheiro, o ouvinte participa em uma realidade totalmente analógica, principalmente por meio do telefone.

Durante visita à RADCOM, foi possível observar inúmeras vezes o telefone tocar apenas uma vez, o comunicador identificar a origem da chamada pelo sistema de identificador de chamada e entrar no ar mandando um abraço ao ouvinte. Questionado sobre como ele conseguia identificar de quem era a ligação, Flávio Cassal respondeu:

“eu não preciso atender o telefone para saber quem liga, geralmente já reconheço o número, anoto o nome e quando entro no ar, mando um abraço dizendo que o morador está ligado na rádio”. Na Voz do Morro, o digital tem mais força. Um dos motivos é o custo que existe em manter uma linha telefônica e as possibilidades de comunicação gratuita que o ambiente digital oferece.

Outras questões buscaram conhecer os meios de comunicação oferecidos pelas RADCOM ao seu público, além de confirmar os dados coletados na primeira parte do movimento exploratório, que objetivou elencar as opções disponíveis. Nesse item, pode-se respaldar a constatação quanto à influência do comunicador no que é disponibilizado de meios de comunicação ao ouvinte. Na Lomba do Pinheiro, a questão foi respondida por Flávio Cassal da seguinte forma: “Não temos nada digital. Um comunicador ou outro traz um computador e coloca a rádio na internet, mas não quero que o ECAD cobre mais do que podemos pagar. Não temos nada de celular. Vou fazer um curso agora que vai me ensinar a mexer nisso”. Em uma realidade diferente tem-se a Voz do Morro e a Ipanema Comunitária. Como relata Rodrigo Rodrigues da Voz do Morro, “o caminho do comunitário é o digital porque facilita. Por exemplo, nós não tínhamos condição de pagar por um telefone, mas tinha condições de instalar um aplicativo no celular e o pessoal ligava pra cá e nós pagávamos como um pré-pago”. João Batista, da Ipanema Comunitária, também expressa consciência das possibilidades do digital, porém, com ressalvas. Para ele “o problema é manutenção. Há uma disposição da Associação de que a comunidade acesse os meios digitais para participar. Eles podem usar um telefone para gravar um convite e vamos colocar no ar. Mas infelizmente o pessoal não tem facilidade em utilizar essas ferramentas.

O que pode ser constatado após as três entrevistas, no que se refere à presença do digital no contexto das rádios comunitárias, é que existe um papel forte dos gestores no processo de adesão ou não à plataforma digital e também dos próprios comunicadores, responsáveis pelos programas que vão ao ar. Como já mencionado, para Flávio Cassal, o ouvinte da Lomba do Pinheiro não necessita de meios de comunicação digitais para se comunicar com a emissora. Ele ressaltou, entretanto, que fará em breve um curso de capacitação para poder lidar nesse espaço, inexplorado ainda por ele. Durante a entrevista, Flávio Cassal se mostrou um pouco incomodado com o ambiente digital porque, segundo ele, mais custos seriam adicionados ao já curto orçamento da rádio. Na Voz do Morro, o digital não está presente de forma mais intensa por falta de equipe, já

que Rodrigo Rodrigues acredita ser esse o futuro, uma vez que as restrições oriundas do arcabouço legal impedem um exercício mais abrangente de comunicação comunitária. Por outro lado, na Ipanema Comunitária, o digital está presente, porém com pouco uso por parte dos ouvintes, que, de acordo com João Batista, poderia ser motivado pela faixa etária do público – que teria pouca competência para uso e apropriação do digital – e/ou também porque a própria rádio “não se faz conhecer”.

Referências bibliográficas

AGÊNCIA BRASIL. **Celular é principal meio de acesso à internet no Brasil, mostra IBGE**. Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-internet-na-maioria-dos-lares>>. Acesso em 07 de maio de 2016.

BELTRÁN, L. R. **Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal**. Comunicação & Sociedade. São Bernarndo do Campo/IMS, v.3, n.6, setembro, 1981.

BRAMBILLA, A. M. **Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhMynews International**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **Inovação, liberdade e poder na era da informação**. In: MORAES, Dênis. Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda., 2006.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

COGO, D. **No Ar...uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

EGARGO, F. N. **Community Radio Broadcasting in the Phillipines**. Mandaluyong City: National Book Store, 2008.

FRASER, C.; ESTRADA, S. R. **Community Radio Handbook**. Paris: UNESCO, 2001.

FUSER, B. **Rádios comunitárias em Campinas: a perda do espaço da alternativa popular**. In: COGO, Denise; MAIA, João. Comunicação para a cidadania. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006.

GUARESCHI, P. A. **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MALDONADO, A. E. Perspectivas transmetodológicas na pesquisa de sujeitos comunicantes em processos de receptividade comunicativa. In: Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre. (Org.). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**. 1. ed. Salamanca, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2014, v.1.

_____. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: Maldonado, A. E; Bonin, J.A.; Rosário, N. **Perspectivas metodológicas em comunicação: novos desafios na prática interrogativa**. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013.

_____. América Latina, cidadania comunicativa e subjetividades em transformação: configurações transformadoras em uma época de passagem. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**. Fortaleza, 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1645-1.pdf>>. Acesso em 08 de maio de 2016.

_____. A construção da cidadania científica como premissa de transformação sociocultural na contemporaneidade. **XX Encontro da Compós**. Porto Alegre, 2011. Disponível em <www.compos.org.br/biblioteca>. Acesso em 10 de Abril de 2016.

_____. Práxis reflexiva comunicacional e configurações sociais transformadoras. In: COGO, Denise; MAIA, João. **Comunicação para a cidadania**. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006.

_____. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda**, n. 9, Rio de Janeiro, 2002.

PERUZZO, Cecília M. K. **A comunicação no desenvolvimento comunitário e local, com cibercultur@**. In: XXI Encontro Anual da Compós, 2012. Anais do XXI Encontro Anual da Compós. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012.

_____. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, n° 3, 2011.

_____. **Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM**. XIX Encontro Anual da Compós. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.compos.com.puc-rio.br/media/g6_cicilia_peruzzo.pdf>. Acesso em 11 de Abril de 2016.

_____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações do setor**. Palavra Clave, vol. 11, núm. 2, diciembre, 2008, pp. 367-379. Universidad de La Sabana, Colombia.

_____. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local**. Mauad Editora Ltda, 2007a.

_____. **Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento**. In: PAIVA, Raquel (org.). O retorno da comunidade: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda., 2007b.

_____. **Comunicação nos movimentos populares. A participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2004.

RABELO, D. C. **Comunicação comunitária se aprende na escola? Relatos de um aprendiz**. In: PAIVA, Raquel (org.). O retorno da comunidade: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda., 2007.

SANTOS, B. de S. **A gramática do tempo: para uma nova cultura política**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

SECRETARIA de Comunicação Social, **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016 Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em 14 de julho de 2016.

SODRÉ, M. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização**. In: MORAES, Dênis. Sociedade Midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda., 2006.

WOLTON, D. **Pensar a Internet**, In: Martins, Francisco Menezes & SILVA, Juremir Machado da (Orgs.). A genealogia do virtual – comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.