

Radiodifusão comunitária e o ambiente web – Um olhar sobre o cenário paranaense¹

Matheus Dias Galdino SOARES²

Karina Janz WOITOWICZ³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO: O presente trabalho buscou lançar um olhar sobre as instituições comunitárias de radiodifusão do estado do Paraná. Sob critérios determinados, a pesquisa traça um panorama de informações básicas de todas as rádios comunitárias do Estado que estão matriculadas nos anais da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Além disso, a pesquisa buscou também analisar a migração destes veículos de comunicação para o cenário digital da internet, testando se estas instituições têm cumprido o papel social das rádios de caráter comunitário. A pesquisa se pautou por pesquisas em comunicação comunitária, legislação vigente na área, pesquisas de rádio na internet e apropriação dos meios digitais pelas comunidades.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, Radiodifusão comunitária, Radiodifusão na web, Folkcomunicação.

Introdução

A radiodifusão comunitária tem caráter importante dentro do contexto social e econômico das discussões em comunicação. É um tipo de propagação de informações de baixo custo, com limitações de público pautadas pela restrição geográfica, porém com alcance considerável, levando-se em conta que não se encontra encerrada por empresas operadoras de sinal, tal qual estão sujeitas as lógicas de produção de uma televisão comunitária, por exemplo.

Apesar das limitações de público já mencionadas, combinadas com uma série de burocracias impostas pela legislação que regulamenta a outorga, funcionamento e fins de uma rádio comunitária, esse tipo de comunicação tem forte presença no estado do Paraná, onde 295 dos 399 municípios têm pelo menos uma outorga concedida pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), segundo informações coletadas no próprio sistema de catalogação das Entidades Autorizadas de Serviços Privados (Easp) da Anatel.

O fato de aproximadamente 74% dos municípios paranaenses contar com alguma rádio comunitária é demonstrativo da relevância do tema. Ademais, conforme se mostrará posteriormente, o cenário da radiodifusão comunitária no Estado é diverso, no sentido de

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Acadêmico da 4ª série do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, bolsista de iniciação científica (Fundação Araucária). E-mail: aomatheusao@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: karinajw@gmail.com

existirem veículos operando de várias maneiras, da emissora mais precária à sofisticação que lembra uma rádio comercial, que dispõe de mais recursos para operar com qualidade técnica.

O retrato das rádios comunitárias feito por este trabalho se baseia em uma análise dos conteúdos exibidos em seus portais na internet, pautando-se pela proposta de relacionar o trabalho desenvolvido pelas radcom's à tendência destes veículos de cada vez se digitalizarem mais e lançarem vistas sobre quais são as estratégias das instituições de apropriação a esse ambiente virtual.

Rádios Comunitárias e a lei

A lei que regulamenta a atividade das rádios comunitárias no país foi sancionada pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso, em 19 de fevereiro de 1998. A lei nº 9.612 determina que:

Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço. (BRASIL, 1998)

O artigo primeiro desta lei já deixa claras as principais características da operação deste tipo de comunicação. Ou seja, as rádios comunitárias operam em FM, com baixa potência de antena e raio de cobertura restrita, associada a instituições comunitárias de caráter privado, porém sem fins lucrativos, deixando claro também que o veículo de comunicação deve, invariavelmente, estar ligado à localidade onde a rádio está instalada e presta serviços, por se considerar que a função das rádios comunitárias é atender aos interesses e demandas da comunidade. As definições da lei são bastante claras no que diz respeito às limitações técnicas de alcance: antena de, no máximo, 30 metros de altura e potência máxima de 25 watts, estabelecidas para o atendimento a um bairro ou uma vila, como consta no artigo segundo.

Apesar de não constarem logo no artigo de abertura da lei, outros aspectos fundamentais da radiodifusão comunitária estão presentes nos artigos terceiro e quarto da lei de 1998, que legislam, respectivamente, sobre as finalidades e os princípios de operação de uma instituição de radiodifusão comunitária.

Com relação ao primeiro tema, o artigo é claro no sentido de estabelecer finalidades específicas para a radiodifusão comunitária, onde se destacam a difusão de ideias, elementos culturais e de tradição de determinada comunidade. Priorizar a instrução e a

capacitação do público comunitário, bem como estimular a integração entre setores do bairro ou vila, além de oferecer informações de utilidade pública à população.

O objeto do artigo quarto, ou seja, os princípios éticos de operação destes veículos de comunicação, também determina que o serviço das rádios se pautar pela diversidade de discursos, a preferência de programação de caráter educativo, o incentivo à produção e difusão de conteúdos artísticos e culturais produzidos na própria comunidade, bem como veta qualquer discurso de ódio ou preconceito de qualquer natureza. Proíbe também conteúdos baseados no proselitismo e a divulgação de informações polêmicas infundadas ou abordadas de acordo com apenas um ator.

Mas o parágrafo terceiro deste artigo também se destaca, pois ele é uma das diretrizes da razão de ser de uma rádio comunitária:

Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária. (BRASIL, 1998)

A participação popular, que é exigida pela lei, foi um dos dados verificados pela pesquisa. Ele ajuda a entender se as rádios comunitárias funcionam como verdadeiros instrumentos de integração da comunidade, ou instituições que atendem aos pressupostos burocráticos para sustentar uma rádio comunitária, mas que operam na mesma lógica econômica das emissoras comerciais.

Os artigos posteriores da lei também são relevantes, mas abordam questões burocráticas da operação de radcoms, que não cabe discutir aqui. Dentre elas, se estabelece que o órgão responsável pela emissão de outorgas é o Ministério das Comunicações, e a fiscalização fica por conta da Anatel. Sanciona-se também que toda instituição de comunicação de caráter comunitário deve ter um conselho consultivo de no mínimo cinco pessoas, oriundas da comunidade, além de designar a validade das outorgas das radcoms por um período de 10 anos.

As infrações cometidas pelas rádios comunitárias também são relevantes. Dentre elas, configura falta à legislação estabelecida utilizar equipamento com potência superior ou características diferentes das nominadas pela lei e, entre outras, arrendar ou ceder horários de programação da rádio para terceiros. E a última ação aqui mencionada é realizada por alguns veículos, conforme se verificou na coleta de dados, e apresentar-se-á posteriormente.

Radiodifusão comunitária: folkcomunicação, cidadania e mídia social

Embora o conceito de folkcomunicação desenvolvido por Beltrão (1967) seja bem anterior ao estabelecimento das radcoms tal qual elas operam nos dias atuais, algumas aproximações podem ser feitas, no sentido da natureza da comunicação que propagam. Afinal de contas, não há dúvidas de que a radiodifusão comunitária funcione em um caráter alternativo e fora das mídias chamadas hegemônicas, de maior alcance e receita financeira.

Isso obriga essas instituições a adotar novas estratégias comunicacionais para que o propósito das mensagens tenha efeito. Tal como Luiz Beltrão enxergava na literatura de cordel do século XX um exemplo típico de comunicação horizontal e informal protagonizada por grupos marginalizados (BELTRÃO, 1971), as rádios comunitárias também utilizam uma linguagem própria de difusão das mensagens, pautada pela proximidade, pela propriedade que um agente da comunidade tem de sua própria vizinhança ou até pelo idioma, já que algumas rádios comunitárias estão empregadas em localidades com alto número de imigrantes e descendentes de estrangeiros.

Outra característica da radiodifusão comunitária presente nas teorias da folkcomunicação trabalhadas por Beltrão se relacionam ao líder de opinião ou agente folkcomunicacional. Beltrão (2004, p. 39) discute o “fluxo de comunicação em dois níveis”, considerando o papel do líder de opinião, personagem capaz de exercer algum tipo de influência no meio social, assumindo a função de mediador entre os meios de comunicação e o público.

Na oportunidade em que a Rádio Comunitária Acorizal, sediada no município de mesmo nome, no estado do Mato Grosso, foi visitada, o seguinte cenário se desenhava: um único homem trabalhava simultaneamente de sonoplasta, locutor, repórter, técnico e diretor geral. Ou seja, enquanto tocava músicas, o responsável pela rádio buscava notícias, lia recados e pedidos de mais canções, preparava o estúdio para receber entrevistados e atendia telefonemas para tratar de assuntos administrativos da radcom. Embora a Rádio Acorizal não faça parte da amostragem da pesquisa, várias instituições paranaenses também apresentam este caráter, visível pela estrutura do website, que evidencia a figura do líder, ou deixa claro nos créditos da programação que o responsável por diversas funções é, quase sempre, a mesma pessoa.

Outros autores reconhecem a força da radiodifusão como instrumento social, e a influência da internet sobre novas possibilidades que esta mídia pode atingir com uma

estrutura midiática que, através do “www”, pode chegar a qualquer computador ou celular no mundo que possua conexão à web. Uma das principais características das novas possibilidades não está situada na etapa da emissão de informações, mas principalmente no processo de recepção e feedback desta comunicação, que pode ser efetuada em uma fórmula mais horizontal – de muitos para muitos – e não um broadcast – de poucos para muitos.

O rádio encontra-se hoje expandido. Transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos, muitas vezes substituindo a entrada no ar de ouvintes ao vivo por telefone e redesenhando as formas de apropriação pela audiência. (KISCHINHEVSKY, 2012, p.2)

O autor ainda trabalha a lógica social das tecnologias digitais sobre a radiodifusão. Para ele, a assimilação da internet pelos veículos faz com que não apenas concessionários e grandes empresários da mídia tenham a chance de difundir ideias e informações, mas que diversos setores da sociedade civil fora do âmbito mainstream tenham a possibilidade de produzir conteúdo original, de qualidade e interesse público. Para Kischinhevsky, quem ganha com tudo isso é o jornalismo. “Neste cenário de luta para se fazer ouvir, o radiojornalismo emerge como uma opção, uma operação de custo relativamente baixo e grande alcance social” (2012, p.3).

Porém, Bustamante (2003 apud KISCHINHEVSKY, 2012) tende a não enxergar a relação entre rádios comunitárias e internet de uma forma tão pacífica e otimista. Para o pesquisador, quando se extinguem entrepostos e obstáculos de ordem técnica, logística e política relacionados a algum suporte, novos intermédios tomam conta das relações midiáticas. Ou seja, se por um lado, diminui a força da lógica do broadcasting na radiodifusão, a sujeição das mídias à internet coloca a comunicação diante do franqueamento do acesso de mercados eletrônicos, além de fortalecer outros agentes sociais que passam a interferir nas interações entre emissor, público, suporte e conteúdo.

Cicília Peruzzo (2006) se debruçou sobre as relações entre internet e rádios comunitárias. Entre seus diversos estudos sobre a comunicação comunitária, ela pesquisou o crescimento das radcoms no ambiente web, uma vez que achava a migração destas instituições para a mídia digital algo contraditório pois, por natureza, rádios comunitárias tem propostas e públicos alvos majoritariamente locais, em um processo que chamou de “glocalização” - a evolução das telecomunicações a nível mundial e globalizado, amparada

pela internet, mas que também puxou consigo o crescimento de órgãos de comunicação regionalizada.

A autora estabeleceu, portanto, duas hipóteses. A primeira seria de que a presença das rádios comunitárias na internet era modesta, ou seja, com portais precários e pouco conteúdo exclusivo. A segunda hipótese afirma que boa parte das rádios comunitárias, apesar do veto da lei, se comportava como rádios comerciais e/ou religiosas.

Para comprovar suas hipóteses, Peruzzo utilizou alguns critérios que estabeleciam o comportamento das rádios na web e no ar, ou seja, no dial sintonizável por receptores convencionais de rádio. Dentre eles, ela analisou se as rádios tinham ou não websites e se os websites disponibilizavam a programação. Através da programação, a pesquisadora descobria características dos conteúdos difundidos pelas emissoras e, com isso, respondia às outras perguntas que atingiriam a argumentação das hipóteses.

Àquela época, os resultados que a autora encontrou deram conta de provar a primeira hipótese (PERUZZO, 2006, p.122), sobre a modesta presença das rádios na web, porém ela não coletou dados suficientes para provar a hipótese da dissimulação das comunitárias em transmitir conteúdo religioso e comercial (2006, p.123), também por dificuldades de pesquisar, encontrar e ouvir as rádios através de portais precários, em uma época onde computadores eram bem menos populares, o que faz com que sua pesquisa, embora importante e norteadora, seja datada. É onde se entra nos percalços metodológicos e na apresentação dos resultados obtidos com o presente estudo sobre as rádios comunitárias na web no Paraná.

Mapeamento das rádios comunitárias no Paraná e o cenário digital

Atentando para os objetivos deste trabalho, que se preocupam com um panorama das rádios comunitárias do Paraná, critérios e parâmetros foram estabelecidos para que os dados pudessem ser coletados e cruzados de maneira a oferecer um recorte do cenário no Estado. Sendo assim, o primeiro passo para a obtenção do material foi procurar no órgão regulador (Anatel) por registros que pudessem dar alguma orientação sobre como conduzir a coleta das informações de cada rádio. Através do Sistema de Registro de Dados (SRD) da agência, onde é possível pesquisar todas as instituições comunitárias de radiodifusão divididas por localidade, extraiu-se a lista de pessoas jurídicas que conduziam radcoms no Paraná. Vale ressaltar que localizar a instituição administradora não significa encontrar a

rádio e seu conteúdo, pois o SRD não continha estes dados, exigindo uma etapa complementar.

Tendo em mãos as razões sociais de cada instituição comunitária sem fins lucrativos, era hora de associar a associação à sua respectiva rádio comunitária. No SRD foi possível encontrar, portanto, nome da instituição, situação da licença (provisória, definitiva ou outorgada), seu CNPJ e sua cidade sede. A partir da cidade que servia de base para a instituição, cujo nome na maioria das vezes era formado pela fórmula “Associação Comunitária de Desenvolvimento Cultural, Artístico e Econômico de tal cidade”, buscava-se em ferramentas de pesquisa on-line pela rádio comunitária do respectivo município.

Como alguns municípios, como Cascavel, Campo Largo, Maringá, Londrina e Curitiba possuem mais de uma rádio comunitária, este processo se tornava mais longo. Pois era necessário um olhar mais minucioso no portal da rádio, na busca da razão social que hospedava a rádio.

Passada esta etapa, era hora de olhar para o portal da rádio em si. A primeira coisa que se observava era se a rádio disponibilizava um player que fizesse o streaming em tempo real do conteúdo do dial, pois este era um dos critérios da pesquisa. Após isso, verificava-se se o website disponibilizava a programação da rádio. Tendo o calendário dos programas em mãos, procurou-se pela presença de programas de caráter jornalístico, uma das diretrizes da lei de radiodifusão comunitária. Outro critério a se chamar atenção era a procura por programação de caráter religioso. Segundo a legislação, não é vetada a transmissão de conteúdo religioso nas rádios comunitárias, no entanto, boa parte das radcoms que propagavam religião em suas ondas o faziam ferindo uma das definições legais que proíbe a cessão ou o arrendamento de parte da programação da rádio a terceiros. Os últimos olhares sobre a página das rádios comunitárias procuraram por um critério que ainda não era consolidado no tempo em que Peruzzo encabeçou pesquisas sobre emissoras comunitárias na internet: a presença e a manutenção de perfis em redes sociais. As mídias sociais oferecem um novo perfil interativo entre o público e a rádio. Em alguns portais, esta era a única ferramenta que fazia a ponte eletrônica entre radialista e ouvintes.

Outro critério fundamental analisado diz respeito à participação da comunidade na programação da rádio. Buscou-se focar o olhar sobre possíveis estruturas de interação direta entre ouvintes e emissores e de maneira facilitada no próprio corpo do website, seja em forma de enquetes, pedidos de músicas, mural de recados ou interações de outra natureza.

Além dos critérios que interessam, de fato, à pesquisa, outros fatores também foram observados das emissoras. Na tabela que concentrou a coleta de dados, foram anotados a cidade sede, a frequência, a razão social da instituição e o nome fantasia pelo qual a rádio se apresentava em suas ondas, para título de contagem e posterior pesquisa de setores interessados, já que uma das propostas é oferecer os resultados posteriormente à Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço).

Outros critérios chegaram a ser cogitados para o estabelecimento de resultados. Por exemplo, tentou-se pesquisar se as rádios apresentavam seus patrocínios na forma de “apoio cultural”, tal como estabelecido pela legislação vigente. Mas como este processo demandaria uma escuta maior de cada rádio, a inviabilidade excluiu esta pergunta da amostragem.

A coleta de dados forçou a redução de amostragem da pesquisa. Estão registradas no SRD da Anatel 295 instituições comunitárias de radiodifusão. No entanto, apenas 274 destas tinham algum registro na ferramenta de buscas, diminuindo a amostra. Das 274 rádios com alguma referência na pesquisa on-line, apenas 195 portais de rádios foram encontrados. As 274 ainda serviam como referência para as perguntas mais abertas, voltadas à burocracia das instituições, mas para a análise da estrutura e perfil das emissoras, os 195 sites de rádios comunitárias se tornaram o índice final da pesquisa.

O cruzamento dos dados obtidos buscou subsidiar as impressões e sanar as dúvidas que a pesquisa tinha com relação ao cenário da radiodifusão comunitária a nível estadual. Buscou-se cruzar o número de rádios com o número de sites, programação, redes sociais e possibilidade de participação on-line, no sentido de analisar se a rádio opera de forma modesta na internet, ou se já atingiu certo nível de sofisticação. Se existe relação entre a presença de conteúdo religioso e a ausência de conteúdo jornalístico, dentre outras possibilidades.

Resultados da pesquisa: as emissoras comunitárias na web

Do ponto de vista quantitativo, a coleta de dados observou que, das 274 instituições comunitárias de radiodifusão, 244 (89,5%) operam com licença definitiva, 2 (0,7%) com outorga sem licença e 28 (10,2%) com licença provisória. Lançando olhar sobre a frequência das rádios (no dial), encontramos os seguintes dados: 10 emissoras propagam em 87,5Mhz, 112 na frequência de 87,9Mhz, uma rádio em 88Mhz, uma em 88,7Mhz, uma em 89,3Mhz, sete no dial de 91,3Mhz, uma em 91,5Mhz, duas em 91,9Mhz, uma a 95,3Mhz,

uma a 98,1Mhz, 30 a 98,3Mhz, duas a 98,7Mhz, 64 a 104,9Mhz, 28 a 105,9Mhz, 7 a 106,3Mhz, 4 a 106,9Mhz e duas a 107,9Mhz. Isso indica que 83,9% das rádios comunitárias do Paraná operam ou na extrema esquerda ou na extrema direita do espectro de um rádio FM convencional.

Das 274 instituições comunitárias de radiodifusão, foram encontrados 195 portais que representassem as rádios. Este número indica que pelo menos 71,1% das rádios comunitárias do Paraná possuem um website, desconsiderando, por enquanto, características e naturezas do portal da web em si. Este dado, por si só, já representa um grande avanço comparado ao cenário encontrado por Peruzzo em 2006, quando o índice beirava os 33%.

Dos 195 portais encontrados, 190 deles possuía algum player de rádio. Ou seja, por mais simples que possam ser os websites, 97,4% deles se preocuparam em disponibilizar o áudio ao vivo da emissora em seus portais. 11 rádios (5,6%) não tinham website próprio, mas possuíam um perfil em agregadores de rádios online como Cx Rádio, Rádios.com e Tune In, entrando para a estatística de sites na web por viabilizarem aos ouvintes a possibilidade de assistir a programas em tempo real.

Dentre os 195 sites analisados, 106 (54,3%) deles disponibiliza a programação do dia, ou até mesmo da semana para os internautas. Essa característica é vista como uma sofisticação do portal, pois exige configurações nem sempre simples de se programar, e permite ao ouvinte saber a que horas são transmitidos seus programas de maior interesse.

Entre os 195 websites encontrados, 126 (64,6%) oferecem algum tipo de ferramenta de interação para o internauta. Esse critério compreende enquetes, ferramentas para pedido de canções, mural de recados, chats do Facebook e outros. 10 (5,12%) dos portais oferece apenas as ferramentas de comentários do Blogger como opções de interação. Embora obsoletos e pouco utilizados, estes instrumentos também entraram na conta.

117 (60%) dos sites que compõem a amostragem publicam algum tipo de notícia em seu conteúdo. Isso compreende notícias de agenda, notícias do mundo musical, notícias copiadas de grandes portais brasileiros, com ou sem créditos, ou até mesmo notícias produzidas pela própria rádio ou comunidade. Esse tipo de conteúdo altera o caráter do site, deixando-o mais semelhante a um portal de notícias do que apenas um banner eletrônico para apoiar o player que transmite o áudio.

75 (38,4%) das rádios anunciam na programação de seus portais algum jornal diário. Isso não implica necessariamente que as outras rádios não tenham jornais, no entanto, elas

não anunciam formalmente um trecho de sua programação dedicado exclusivamente à informação noticiosa. É prática comum entre rádios comunitárias de espalhar notícias entre conteúdos musicais, sem necessariamente chamá-las de “jornal”.

93 (47,7%) dos portais encontrados anunciam em suas programações conteúdos religiosos. Destas, apenas uma rádio, com conteúdo kardecista, anunciava programas que não fossem católicos ou evangélicos. Boa parte das rádios transmite diariamente o programa Experiência de Deus, do Padre Reginaldo Manzotti, produzido em rede. 24 (12,3%) das rádios que tinham a programação à disposição do internauta não tinham qualquer referência religiosa em seus programas.

95 (48,7%) dos portais sob análise faziam referência à fanpage do Facebook que a rádio alimenta. Destas, 4 rádios se destacam por ter mais de quatro mil seguidores na rede social, de diversas cidades, o que subentende que a rádio conquistou ouvintes para além dos 25 watts que a antena de 30 metros alcança.

Considerações finais

Os esforços desta pesquisa, realizada dez anos após as análises de Cicília Peruzzo sobre as radcoms e o ambiente web, tiveram por objetivo traçar um panorama de como têm se comportado as rádios comunitárias paranaenses no mundo online. Comparando-se os dados trazidos por Peruzzo e os obtidos com esta pesquisa, fica nítida a expansão das rádios na web, a maior preocupação com a participação do ouvinte, a geração de notícias e a busca por conquista de públicos fora dos limites locais, concluindo-se que um número maior de emissoras já não opera mais em caráter modesto na internet. No entanto, no que diz respeito aos conteúdos de cunho religioso, uma grande quantidade de emissoras ainda se rende a produções em rede, sem ligação direta com a localidade, cedendo tempo de sua programação concedida pelo Ministério das Comunicações.

Observou-se, com o levantamento de informações e o detalhamento sobre o perfil e as características das rádios comunitárias na web apresentadas neste artigo, que as emissoras são representativas de um cenário de comunicação que não depende das lógicas de mercado, com potencial para a ampliação de espaços para tematização do local e valorização dos interesses coletivos, conforme os princípios da democratização da mídia. Neste sentido, o mapeamento inédito resultante da pesquisa contribui para o conhecimento da realidade das rádios no Estado e para a identificação dos limites e possibilidades que se abrem para a atuação das emissoras no ambiente da web.

O cenário é de crescimento do ponto de vista técnico, incentivado também pela própria popularização da internet e o advento dos dispositivos móveis. Em 2006 ou em 2016, as rádios comunitárias ainda servem de instrumentos de integração e coesão social, apesar das dificuldades e diferenças encontradas no cenário paranaense.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

_____. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol, 9, n. 1, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n1p136>

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano. **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

PERUZZO, Cicília K. Rádio comunitária na internet: empoderamento social das tecnologias. Revista Famecos, vol. 1, n. 30, 2006. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/497>

PERUZZO, Cicilia K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004. P. 49-79.