

econômica do norte de Minas. Montes Claros-MG. Unimontes, Montes Claros, 2000.

SILVEIRA, U. *Reforma agrária: a esperança dos “sem-terra”*. Franca: Ed. UNESP, 2003.

SOARES, C. C. *O caráter social e as perspectivas de adaptação da pequena produção inserida em projetos de concepção técnica: o caso do Projeto Jaíba*. 1999. Dissertação de Mestrado. UFLA, Lavras, 1999.

VELOSO et al. Determinação do Albedo de superfície em áreas irrigadas no Projeto Jaíba (Minas Gerais) mediante imagens landsat 5 – TM. *Revista Ra’ega*, v. 35, p. 126-146, Dez/2015.

WANDERLEY, M. N.B. A valorização da agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil. In: *X World Congress of Rural Sociology e XXXVIII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural*. Rio de Janeiro, Brasil, 2000.

RÁDIO COMUNITÁRIA COMO FERRAMENTA DE AMPLIAÇÃO DA CIDADANIA: DESAFIOS, DIFICULDADES E O PAPEL DAS LIDERANÇAS

Matheus Henrique de Souza Santos¹

Ana Cláudia Fernandes Terence²

RESUMO : Este artigo objetiva pontuar os desafios, as dificuldades e o papel de suas lideranças no processo de elaboração do projeto de implantação da rádio comunitária Monte Alegre. Para tanto se alicerça em dois aportes teóricos: a comunicação comunitária como instrumento alternativo ao sistema vigente; e a comunicação comunitária como instrumento de transformação e fortalecimento da cidadania. A rádio comunitária, um contraponto no sistema de comunicação, é uma maneira de democratizar o serviço de radiodifusão por meio da organização comunitária, porém a sua instalação demanda envolvimento e protagonismo da comunidade. Realizou-se um estudo qualitativo e exploratório, caracterizado como estudo de caso que abrangeu a reestruturação da Associação dos Moradores do Assentamento Monte Alegre na busca ao cumprimento dos requisitos para implantação da rádio, processo que contou com a vontade emergente dos seus membros empenhados em contribuir, a partir de suas perspectivas, para uma sociedade mais justa e igualitária. Houve o envolvimento de um grupo de pessoas conscientes de suas ações e desafios impostos para que a rádio se tornasse sustentável e tivesse condições de concretizar sua principal função: a cidadania ativa que possibilita aos assentados compreender que mudanças de sua realidade dependem de auto-organização. Destaca-se neste processo uma experiência de construção coletiva que resultou em avanços na organização da comunidade, com base na concepção de cidadania ativa e no protagonismo dos seus integrantes.

¹Administrador Público, Mestre em Ciências Sociais- Faculdade de Ciências e Letras, UNESP/Araraquara; Doutorando no Programa de Política Científica e Tecnológica da Universidade de Campinas – UNICAMP/ Bolsista CAPES; mhsouzasantos@gmail.com

²Administradora Pública; Mestre e Doutora em Engenharia de Produção – USP/SP; Professora Assistente Doutor no Departamento de Administração Pública da Faculdade de Ciências e Letras, Campus Araraquara; anaterence@fclar.unesp.br

PALAVRAS-CHAVE: comunicação comunitária; cidadania; comunicação pública; assentamento rural

ABSTRACT: This article aims to point out the challenges, difficulties and the role of its leaders in the implementation process of the Monte Alegre community radio. It is based on two theoretical contributions: community communication as an alternative tool to the current system; and community communication as an instrument for transforming and strengthening citizenship. Community radios, a counterpoint in the communication system, are a way of democratizing the Brazilian broadcasting service through community organization, but setting it up demands the involvement and protagonism of the community. A qualitative and exploratory study was carried out, characterized as a case study, which included the restructuring of the Residents' Association of Monte Alegre's Settlement in the pursue to comply with the requirements for Monte Alegre Radio installation. The process of implementing the radio in the community relied on the emerging desire of its members, committed to contribute, from their perspectives, to a more fair and egalitarian society. There was the involvement of a group of people aware of their actions and the challenges imposed so that the radio became sustainable and could fulfill its main function: active citizenship that enables the settlers to understand that the change of their reality depends on their self-organization. In summary, the Monte Alegre community radio deployment process evidences an experience of collective construction that has generated an advance in its organization, based on the concept of active citizenship and the protagonism of its members.

KEYWORDS: Community Communication; Citizenship; Public Communication; Rural Settlement

INTRODUÇÃO

Weber (1999) nos traz a reflexão sobre o padrão adotado de burocracia no Estado moderno, que se comporta como garantidor dessa relação Estado-capital, tornando os processos institucionais altamente complexos para que os cidadãos não possam assimilá-los. Unido a essas mudanças e preocupado com o surgimento de conflitos, gerados pela imposição de uma nova lógica política-social-econômica, o sistema capitalista necessita estruturar-se, cada vez mais em escala maiores, de maneira que construa e/ou mantenha os

consensos e ideários alinhavados com sua essência, na busca permanente de reprodução e acumulação de capital (HARVEY, 2011).

Bourdieu (2014), ao tratar do controle do Estado sobre as pessoas, afirma que não é possível que as regras que compõem o Estado sejam pacificamente assimiladas e, para tanto, é preciso que estruturas cognitivas sejam produzidas, ressaltando que "(...) as relações de força são relações de comunicação (...)" (BOURDIEU, 2014, p.225) e para que essa comunicação exista são precisos instrumentos que a elaborem e forneçam diariamente.

É nesse momento que os meios de comunicação por todo o mundo se constroem à luz da subserviência ao sistema. Lima (2009) pontua três papéis que a Comunicação exerce nesse novo contexto do capitalismo mundial. Primeiro como instrumento de socialização, ou seja, auxilia o indivíduo a assimilar a cultura e as normas sociais; segundo, é a sua habilitação em construir as prioridades do Estado e os debates públicos, a agenda pública e; terceiro, onde o autor destaca como mais importante, é no exercício, de longo prazo, em construir realidades "através da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana (...) e, em particular, da política e dos políticos" (LIMA, 2009, p. 86).

Observa-se que o Estado moderno, com suas prioridades e dinâmica, e os sistemas de comunicação têm uma relação simbiótica na atualidade, onde cada um exerce determinadas tarefas para o funcionamento da "normalidade" do outro, sendo o primeiro o grande financiador do segundo, por exemplo. No Brasil, o sistema de comunicação conta com uma regulamentação dispersa, fragmentada e defasada não cumprindo com a diversidade de conteúdo e a complementaridade entre privado, público e estatal. Com o predomínio das redes privadas nacionais prevalecem os interesses privados e particulares, além de se ter um foco demasiado na exploração comercial. Tais empresas ou até mesmo conglomerados de comunicação, por meio de concessão pública, possuem praticamente como único parâmetro de atuação as regras do mercado (BRITTES, 2012; ATTAYDE, 2007; LIMA, 2009).

O estabelecimento de políticas públicas para a comunicação voltadas ao interesse coletivo provoca o amadurecimento da esfera pública. Portanto, a pluralidade e a desverticalização das informações passam a ser vitais para o fortalecimento da cidadania, pautadas no direito à comunicação. Nesse contexto podem destacadas algumas iniciativas como a liberdade de imprensa, de expressão, programas de inclusão social, entre outras iniciativas de democratização (BRITTES, 2012).

Nesse contexto encontram-se as políticas públicas de comunicação que visam possibilitar e fortalecer os meios de comunicação comunitários, sendo estes de grande valia para a consolidação da Democracia com participação direta dos cidadãos. Mesmo que os instrumentos comunicativos comunitários estejam inseridos em uma realidade institucional contraditória à sua essência, a prática de organizar uma comunidade, construir valores comuns, discutir temas de interesses desses cidadãos - geralmente ausentes nos grandes meios de comunicação -, refletir sobre a relação Estado/capital, reconhecer a marginalização histórica de alguns setores – como o meio rural, objeto dessa pesquisa - e mobilizar indivíduos por meio de assuntos coletivos, é um processo de desenvolvimento que reconstrói a concepção de cidadania e cada um dos participantes.

Este artigo se alicerça em dois aportes teóricos: a comunicação comunitária como instrumento alternativo ao sistema vigente; e a comunicação comunitária como instrumento de transformação e fortalecimento da cidadania. Tem como objetivo descrever o processo de elaboração do projeto da implantação da rádio comunitária Monte Alegre, pontuando os desafios, as dificuldades e o papel de suas lideranças no processo. Para tanto, parte-se da apresentação da reorganização da Associação dos Moradores Monte Alegre (AMMA), que em 2010 alçou o direito de obter concessão pública para instalar uma rádio comunitária no Assentamento Monte Alegre, Araraquara S/P, processo suspenso em 2016.

Para atingir o objetivo proposto foi realizado um estudo de caso qualitativo e exploratório que abrangeu a reestruturação da Associação dos Moradores do Assentamento Monte Alegre na busca ao cumprimento dos requisitos necessários para instalação da Rádio Monte Alegre. Os dados foram coletados por meio de documentos, entrevistas e observação direta participante nas atividades de reestruturação administrativa da AMMA para a implantação da rádio comunitária Monte Alegre FM.

O artigo está dividido, além dessa introdução e das considerações finais, em três outras partes que levantam questões práticas em diálogo com as os autores da área para compreender esse processo dialético entre Estado-capital-comunicação, criando e recriando o mundo como o conhecemos com base no papel da comunicação comunitária na construção da cidadania. Na primeira parte, enfatiza-se a construção do conceito de comunicação pública e as suas abordagens. Na segunda discute-se a comunicação comunitária como um direito do cidadão e a potencialidade sobre o seu exercício prático

na ampliação dos direitos de cidadania. Na terceira parte discute-se o formato da comunicação comunitária como alternativa ao sistema vigente. A questão central que permeia o texto é o protagonismo do cidadão no processo de comunicação comunitária.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: A CONSTRUÇÃO DE SEU CONCEITO E O USO DE SUAS FERRAMENTAS

O termo Comunicação Pública passou a ter uma discussão em torno de sua conceituação recentemente, com a preocupação em analisar os instrumentos de comunicação de massa e suas influências na vida pública e na organização da sociedade. Com o acúmulo do debate e da produção científica neste campo passou a ser possível a construção de uma formulação que tem no interesse público a sua centralidade e que sirva como meio de interlocução para as relações públicas e atores sociais em defesa da cidadania (DUARTE, 2009; KUNSCH, 2013; ZEMOR, 2009).

A elaboração conceitual de Armand Mattelart parte da reflexão sobre o campo da Comunicação e seu papel na consolidação de um sistema político-social-econômico no mundo, o capitalista. Mattelart (1994) elabora metodologias de análise para a compreensão dos fenômenos que expõem a comunicação social como agente de construção de bases ideológicas necessárias para o sistema e que se replicam em todo o mundo – em uma de suas explorações, tentou compreender como foram recebidas, por parte das trabalhadoras chilenas, o intenso fluxo de informações oriundas do governo norte-americano e de organizações dos Estados Unidos, sobre a necessidade, de elas e do governo chileno, controlarem a natalidade, analisando a relação entre os interesses postos (MALDONADO, 1999).

Ao longo do desenvolvimento de suas pesquisas, Mattelart tem na questão cultural e na relação emissor/receptora centralidade dos seus esforços para compreensão dessa força de construção de ideias da comunicação. Em um primeiro momento, afirma que o sistema capitalista mantém total controle da produção cultural e dos gostos dos indivíduos, tese que não se sustenta, pois se assim fosse, as expressões culturais populares desapareceriam e não é isto o que ocorre. A cultura popular cria táticas de resistência e o sistema compreende a necessidade de assimilar essas expressões culturais, desde que seja sob a ótica do receptor/indivíduo apenas quanto consumidor. O diálogo existente, entre emissor e receptor, nunca vai afrontar a estrutura de dominação posta, por isso o autor constitui a alternativa “recepção crítica

organizada”, que em suma, procura contestar o “poder quase que total de controle das consciências dos leitores”. (MALDONADO, 1999, p.5). Sobre a linha metodológica da economia-política, Mattelart constrói um arcabouço argumentativo e põe à luz “(...) a configuração transnacional do sistema capitalista no campo da comunicação social”, ou seja, evidencia a posição que os grandes meios de comunicação mundial estão a serviço, e também se beneficiam, da perpetuação do sistema sócio-cultural-econômico atual. (MALDONADO, 1999, p.12), estabelecendo assim a relação simbiótica.

Abordando argumentos mais acadêmicos, uma vez que uma das críticas à Mattelart é a sua predisposição militante, parte-se para as contribuições reflexivas e formulações de Pierre Zémor. Para o autor, o domínio da comunicação pública se define pela legitimidade do interesse geral, assumindo uma postura de construção do campo onde o cidadão ao mesmo tempo em que recebe informações e dados também os produz (ZÉMOR, 1995; 2009). A comunicação pública não deve estar dissociada das finalidades das instituições públicas e deve: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) ouvir demandas, expectativas, interrogações e o debate público; c) contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator) e; d) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (LIEDTKE; CURTINOVI, 2016, ZÉMOR, 1995; 2009).

O papel do cidadão é ponto chave para a compreensão do campo da comunicação pública. Zémor (2009) afirma que não pode haver passividade, pois ela provoca um profundo distanciamento dos serviços públicos e de seus usuários/cidadãos. Para tanto, é preciso compreender instrumentos e processos comunicativos que empoderem o cidadão, como receptor e produtor de informações, ao passo que se qualifique o serviço público ofertado.

O conceito de comunicação pública pode ser considerado uma evolução de outros que o precederam na busca de uma definição praticada por diferentes organizações sociais em contextos históricos distintos, incorporando terminologias como organizacional, governamental, comunitária, política, administrativa etc (LIEDTKE; CURTINOVI, 2016). Percebe-se nessa evolução e na formação do conceito de Comunicação Pública, primeiramente visto apenas como atividade de grupos de mídia e suas influências na sociedade, somando posteriormente os conceitos de cidadania e participação, a construção da visão da sociedade produtora de comunicação.

Brandão (2009) afirma que o conceito de Comunicação Pública não é claro, se encontra em permanente construção e não se limita a uma atividade específica, ou seja, o conceito não está sujeito a uma área de atuação delimitada, pois “(...) pelo menos por enquanto, comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção” (BRANDÃO, 2009, p. 01).

Dessa forma, a Comunicação Pública pode ser compreendida a partir de cinco abordagens ou áreas distintas de atividade profissional e da própria formulação de conhecimento, sendo estas: científica, organizacional, do Estado e/ou governamental, política e da sociedade civil organizada.

O conceito de comunicação científica é genérico (CARIBÉ, 2011), mas nos dias atuais pode ser compreendido como o diálogo entre a sociedade e a produção da ciência (BRANDÃO, 2009), abordando tanto a comunicação dirigida à comunidade científica, disseminação científica, quanto ao processo destinado ao público leigo, ou seja, a divulgação científica (CARIBÉ, 2011). Para Brandão (2009, p.03), o que se entende por comunicação científica é um processo que visa criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas.

A comunicação pensada e usada como estratégica de articulação interna de uma organização ou grupo se define como comunicação organizacional. Entende-se que abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pelas organizações em um processo dinâmico de relacionamento com seus públicos – internos e de interesse externos (SCROFERNEKER, 2006), com o objetivo de criar relacionamentos e construir a imagem da organização. Para tanto, utilizam-se os “(...) instrumentos e tecnologias de comunicação de massa, de grupo e interpessoal, complementado com técnicas diversas de pesquisas diversas” (BRANDÃO, 2009, p.03).

A comunicação do Estado e/ou governamental é compreendida como metodologias e instrumentos comunicativos do aparato estatal que busca o diálogo com os seus cidadãos, visando estabelecer uma relação de prestação de contas bem como de como lidar com a informação direcionada para a construção da cidadania (BRANDÃO, 2009, p.05). A comunicação governamental, não só no Brasil, mas na maioria das nações ocidentais segue a lógica da comunicação social, ou seja, um ato de propagar as ações do governo, aproximando-se mais da comunicação política do que algo mais institucional ou republicano (MATOS, 1999).

A quarta área que compõe o conceito de Comunicação Pública é a comunicação política. Podendo ser compreendida por dois aspectos: (1) utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto dos governos quanto dos partidos; (2) disputas perenes entre os proprietários de veículos e das tecnologias de comunicação e o direito da sociedade de interferir e determinar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício (BRANDÃO, 2009, p. 06). O diálogo convergente na definição de Brandão (2009) e o proposto por Mattelart (1994) é visível, pois as duas abordagens tratam de processos comunicacionais como instrumentos de poder, de construção de ideias e consensos a favor dos grupos que mantêm o seu controle. A autora pontua a relação entre mídia e poder afirmando que “atualmente a mídia é parte do jogo político, econômico e social, e partilha e disputa o poder com ou contra o Estado e com frequência à custa do enfraquecimento do papel do Estado” (BRANDÃO, 2009, p.06). No Brasil, o clientelismo político, característica da política nacional, repercutiu no controle dos meios de comunicação, ou seja, são as técnicas e tecnologias de comunicação absorvidas de maneira a servir como formas de propagação de posicionamentos de determinados grupos políticos (LIEDTKE, 2003).

Aprofundando-se na relação dos controladores do monopólio midiático e a sociedade, Lima (2009) afirma que as sociedades contemporâneas “podem ser consideradas “centradas na mídia” (*media centric*), uma vez que a construção do conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões nas diferentes esferas da atividade humana não seria possível sem ela” (LIMA, 2009, p. 86).

Não se pode excluir o papel da mídia na socialização, na construção da agenda pública e, principalmente, na construção da realidade. Tem-se como resultado uma relação de perene desconforto, pois a mídia rege-se pelo mercado, não sendo um o espaço de resolução de problemas que afligem a sociedade.

Enfim, a quinta área, que finaliza esse conjunto de distintos eixos que compõem o conceito de Comunicação Pública, foco deste trabalho, que é a comunicação pública identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. A comunicação comunitária ou popular é estabelecida dentro de uma comunidade ou grupo popular e propicia a participação ativa da população em processos comunicativos voltados a tratar conteúdos informacionais, de educação, de cultura e arte, de prestação

de serviços, respeitando os princípios éticos, as normas de programação e disseminação das manifestações culturais locais (PERUZZO, 2004a).

A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA COMO INSTRUMENTO DE AMPLIAÇÃO DA CIDADANIA

Movimentos populares são manifestações e organizações que possuem objetivos claros de promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos das classes subalternas a fim de atender seus interesses e necessidades (PERUZZO, 2006). Segundo a autora, dentre os objetivos dos movimentos encontra-se, em última instância, a conquista e a ampliação de direitos de cidadania para o conjunto de segmentos excluídos da sociedade. E, ao encontro desse processo de constituição de direitos está a apropriação pública de técnicas e de tecnologias de comunicação que fortalecem e possibilitam o alcance dos objetivos dos movimentos populares (PERUZZO, 2004a; 2006).

A comunicação comunitária surge da percepção de grupos populares e entidades da sociedade que não se encontram inseridos no processo de produção e planejamento dos meios de comunicação. Ela se estabelece como um processo de comunicação emergente da ação de grupos populares, com um caráter mobilizador coletivo, com a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo. Geralmente trata de questões relativas à educação, cultura, arte, meio ambiente, prestação de serviços, participação popular (PERUZZO, 2004b).

Empreende a aplicação de instrumentos e atividades comunicativas, de responsabilidade e exercidas pelos próprios cidadãos, organizados no terceiro setor ou em movimentos sociais centrados na redução das desigualdades, de modo a resolver, ou pelo menos, amenizar problemas que afetam grandes segmentos populacionais. A tipologia da comunicação no terceiro setor corresponde a três modalidades, (1) comunicação dos poderes públicos com o terceiro setor; (2) comunicação de empresas com terceiro setor e; (3) comunicação das organizações não governamentais, movimentos sociais, associações comunitárias e similares, “(...) ou seja, os processos comunicacionais das organizações entre si, com a sociedade e com os públicos beneficiários de suas ações” (PERUZZO, 2009, p. 159).

As possíveis formas de comunicação comunitária são conquistas reivindicadas por movimentos sociais e instituições ligadas à democratização da comunicação e dos meios de mídia, de maneira a possibilitar que

expressões culturais consigam visibilidade e autonomia. A comunicação ligada à comunidade é um processo alternativo ao monopólio das comunicações, possibilitando que as narrativas sejam protagonizadas, construídas e apresentadas pelos próprios indivíduos da comunidade para a sua comunidade. Uma das razões para a criação de um veículo comunitário é a vontade de produção de um discurso próprio, sem filtros e intermediários (PAIVA, 2003).

O princípio da comunicação comunitária é a permanência de práticas democráticas voltadas ao cotidiano da comunidade que contestam as mercadológicas. Por isso, o surgimento e fortalecimento de metodologias e ferramentas da comunicação popular é um marco para um caminhar mais efetivo na consolidação do sistema democrático como um todo, já que compreendemos a Comunicação como um fator preponderante na sociedade democrática (BRANDÃO, 2009).

A proposta da comunicação comunitária demanda a revisão do conceito de comunidade e a análise da possibilidade de sua inserção na atualidade. Importante destacarmos que vivemos o fenômeno da globalização que alinha e propaga valores morais e culturais por todo o mundo, assim a ordem econômica mundial pretende se impor ao passo que cidadania e solidariedade se tornam paradigmas (PAIVA, 2003).

O ambiente rural não está excluído dessa uniformização, já que nas últimas décadas o crescimento das tecnologias, de plantio e de colheita, domina o cenário, ao passo que o conhecimento tradicional se esvai. E o Estado, enclausurado nas regras da economia mundial, tem um comportamento passivo diante desse cenário. Por isso, um instrumento comunicativo de característica comunitária pode ser uma ferramenta no enfrentamento da inexistência de um fluxo comunicativo coletivo e solidário para a defesa do acúmulo histórico e cultural dessas comunidades, se este for construído na sua essência comunitária. Não é um fim em si mesmo, mas um fomentador da importância da organização social e no enfrentamento coletivo das adversidades da comunidade.

Para a descrição e análise da implantação da rádio comunitária Monte Alegre FM, as perspectivas que Brandão (2009), Paiva (2003) e Peruzzo (2009) constroem são variáveis sustentadoras. A comunicação comunitária não pode ser vista apenas como um instrumento comunicativo que possibilita o compartilhamento e o recebimento de informações entre pessoas da comunidade, pois necessita-se considerar as demais movimentações

que estão acerca dessa centralidade como, por exemplo, a construção da cidadania por meio das ações práticas de criação de uma associação, de busca e conquista de concessão pública e todo o esforço coletivo para efetivação de tal instrumento. Esses momentos e processos são também formas libertadoras dessa comunidade, pois há assimilação de conhecimentos antes longínquos, integração de pessoas e setores da comunidade que anteriormente não mantinha diálogo e outros tantos ainda a serem explorados. Uma cidadania não só voltada para a defesa e promoção de direitos, mas também norteada pela importância da construção da própria Democracia e seus instrumentos.

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: UM FORMATO AINDA POSSÍVEL?

O título escolhido para esta seção é uma inquietação resultante de um cenário essencialmente contraditório, ou seja, a realidade individualista e segregadora do sistema sociopolítico que vivemos não condizem com a necessidade básica de consciência e convívio coletivos que a comunicação comunitária/popular exige. Por isso precisamos avançar a nossa discussão para o entrave da democracia direta e participação política e social.

O Brasil é um país que avançou na sua compreensão de direitos civis, com a Constituição Federal, tendo uma forte confluência de organizações de trabalhadores que lutam pelo avanço dos direitos sociais, porém, quando tratamos dos direitos políticos, a realidade ainda é residual. O direito político se limita ao processo eleitoral (voto universal, pluralidade de partidos políticos etc.), que mantém vícios e privilégios de grupos determinados, não avançando para uma compreensão mais direta, mesmo tendo iniciativas reconhecidas e com amplo destaque como, por exemplo, o Orçamento Participativo (DAGNINO, 2004). Essa questão “deságua” nas particularidades de nossa estrutura e o seu impacto na cidadania (DUARTE, 2009).

Tratamos, nas sessões anteriores, que a comunicação ou o controle dos meios de comunicação de massa é estratégico na disputa de poder, por sua capacidade, sinteticamente, de construir consensos que convergem com os interesses dos grupos dominantes e, no Brasil, esta situação não é diferente, muito pelo contrário é evidente tanto quanto qualquer outra nação pelo mundo. Para Venício (2009), a importância da Comunicação no jogo político brasileiro teve reconhecimento durante os governos militares, pois eles, junto a seus parceiros civis que construíram todo o aparato estrutural e legal de abrangência nacional para obterem controle político e financeiro. Os militares e seus aliados civis desenvolveram a infraestrutura física necessária

à consolidação da mídia nacional por dois motivos: 1) de segurança nacional e 2) de mercado. E também foram os militares o primeiro grupo que fez uso político desta infraestrutura de comunicação seja com a censura realizada, mas sobretudo com o apoio “conquistado” das redes impressas e eletrônicas, algumas consolidadas durante o período militar (LIMA, 2009, p. 86).

Quase 30 anos da promulgação da Constituição Federal e o modelo de organização dos meios de comunicação e de controle legal permanece quase que intacto. Em nenhuma conjuntura política, pós-redemocratização, se conseguiu aglutinar força política para enfrentar esse dilema ou mesmo em tratar deste assunto. O principal avanço nesses últimos anos foram as, ainda poucas, concessões de radiodifusão comunitárias e, são menores ainda, os grupos que obtiveram e consolidaram essas concessões. As condições para que uma rádio comunitária se consolide são poucas e, em contrapartida, o investimento financeiro e político que se faz, para que essas mesmas rádios sucumbam aos interesses dos grandes grupos de mídias, são inúmeros.

Por outro lado, o exercício por si só, sem a necessidade de obtenção de sucesso, se configura em um aprendizado de cidadania, na importância do reconhecimento da comunidade, dos seus direitos e da participação política que são questões inerentes ao processo. E esse é o acúmulo que a comunidade e, em particular, o grupo que está envolvido diretamente nas ações da AMMA obtém. Por isso, é urgente a necessidade, por parte dos daqueles que se propõem a constituir uma rádio comunitária ou qualquer outro projeto desse perfil, de compreender o que realmente está em jogo e o desenvolvimento humano que se pode alcançar.

Conforme afirma Peruzzo (2004a), é um processo que não chega a ser uma força predominante, mas possui um papel relevante na democratização da informação e da cidadania, pelo fato de ampliar os canais de informação, de incluir novos emissores, e, sobretudo, por constituir-se de um processo educativo, não só pelos conteúdos emitidos, mas pelo envolvimento direto das pessoas no que fazer comunicacional e nos próprios movimentos populares.

O ASSENTAMENTO, A ASSOCIAÇÃO E A RÁDIO MONTE ALEGRE

Os assentamentos rurais são uma política pública que objetiva avançar na concretização da Reforma Agrária e no Brasil, assim como na maioria dos países, tornou-se a principal ferramenta para tanto. Organizado pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) e outros órgãos estaduais, dependendo de cada realidade regional, os assentamentos

se proliferaram pelo Brasil como principal método de redistribuição de áreas rurais para produção de alimentos, principalmente pós-promulgação da Constituição Federal de 1988 (MARTINS, 1999).

Muitos projetos sociais, ao longo das últimas três décadas, vêm sendo desenvolvidos junto aos assentados. Com o crescimento do debate da liberdade de expressão, com o desenvolvimento de inúmeras tecnologias de informação e com o amadurecimento político daqueles que vivem nos assentamentos, a Comunicação se tornou um dos temas mais requisitados para a elaboração de ações e projetos. Registramos o surgimento de rádios *web*, ou seja, rádios que utilizam a rede mundial de computadores como meio de distribuição, criação e diálogo, com a elaboração de *sites*, jornais impresso e revistas.

É nessa realidade que o Assentamento Monte Alegre, localizado entre três municípios paulistas – Araraquara, Matão e Motuca - está inserido, um grande espaço rural para a produção de alimentos, com dificuldade de avançar na política de reforma agrária brasileira que não consegue ir além da redistribuição de terra e com a necessidade de construir um diálogo perene entre os assentados – por sua significativa extensão territorial - e a comunidade externa.

Liderados por dois membros do assentamento (líderes A e B), iniciou-se um processo de articulação dos assentados para a formalização de uma organização social para que se pudesse pleitear, junto ao Governo Federal, uma concessão pública para implantação de rádio comunitária. Assim, em 2010 vários assentados do Monte Alegre assinaram o Estatuto da Associação dos Moradores Monte Alegre III, AMMA, tendo como objetivo, descrito no Artigo 2º, “(...) executar serviço de radiodifusão comunitária (...)” (AMMA, 2010, p. 01). Em sequência, acumulando conhecimentos das áreas jurídica e de técnica de rádio, os assentados protocolizaram seu pedido para obtenção de concessão de radiodifusão comunitária, sendo que nos meses que se sucederam, foram sendo aprovados em cada etapa necessária, para enfim, por meio do Ministério da Casa Civil, receberem a notificação que a AMMA respondia todas as exigências e que este lhe concedia esse direito.

É constante, na atuação desses dois líderes, a percepção da importância, que Zémor (2009) destaca como a preponderância de não haver passividade, nos líderes, em momentos distintos, destacam a ausência do Estado no Assentamento como um dos principais fundamentos de todo esse movimento de formação da Associação e, conseqüentemente, da própria

rádio comunitária.

Em todo esse processo, segundo os líderes A e B, por terem atuação crítica, os membros da AMMA sofreram assédio de indivíduos, principalmente do grupo político que administrava o município de Araraquara na época. Segundo o líder B, até a situação de serem impedidos de frequentarem livremente o espaço comunitário, que é da Prefeitura, mas que a Associação cuidava e reformava, com recursos próprios, para a implementação da rádio, tiveram que enfrentar. Em 2012, nos meses que antecederam as eleições municipais, essa relação chegou ao seu extremo, devido principalmente ao apoio político que cada membro optou em dar. Assim, a AMMA se desfez por completo por um período que durou quase 03 anos.

Inicia-se em 2015 o processo de reorganização da AMMA para instalação da rádio comunitária. Alguns marcos deste processo são descritos a seguir e encontram-se destacados no quadro abaixo (Quadro 01).

Quadro 01 – Marcos do processo de reorganização da AMMA

	Maio/Jul	Ago/Out	Nov/Dez		Janeiro	Fev/Jun
2015	Documentário e elaboração da parceria	Reunião com assentados	Planejamento Estratégico	2016	Planejamento Estratégico; Formação em rádio; Reorganização administrativa	Reorganização administrativa

No ano de 2015, os líderes A e B, os últimos remanescentes da formação inicial da AMMA participaram de um minidocumentário realizado por discentes do curso de Administração Pública da UNESP de Araraquara, que tinha como objetivo tratar das experiências de Comunicação Comunitária no município. Logo após a reflexão dos líderes sobre Comunicação, houve uma proposta de reorganização e parceria junto à Federação dos Empregados Rurais Assalariados do Estado de São Paulo (FERAESP). A ideia era simples, a Federação iria dispor de sua estrutura administrativa, política e jurídica para a reorganização da AMMA e se transformaria em parceira na implementação da Rádio Monte Alegre FM. É nesse momento que os grandes desafios se iniciam. Tal parceria não desconfigura a ideia de comunicação comunitária que elaboramos a partir de Brandão (2009) e Peruzzo (2009), mas a reforça quando compreendermos a FERAESP como organização não governamental que atua diretamente com movimentos

sociais ligados à luta pela reforma agrária no Brasil, em específico, no estado de São Paulo.

O primeiro passo foi o diálogo com diversos assentados para ingressarem na AMMA, que necessitava de, no mínimo, mais 10 membros. Foram 08 reuniões em diferentes locais do Assentamento para a exposição do que é uma rádio comunitária, da sua importância e dos benefícios que poderiam trazer à vida de cada um deles. Os debates foram intensos, principalmente quando enveredavam sobre “(...) *ficar longe de partidos*” e “(...) *não trazer para cá os jornais da cidade*”. Aqui podemos identificar a dificuldade de relacionamento que os assentados, na sua maioria com mais de 20 anos no Assentamento Monte Alegre tinham, primeiramente, com o jogo político, mas mais especificamente com o Estado, mesmo não sabendo traduzir em palavras, o sentimento que era passado é de uma profunda descrença e revolta com as promessas que o Estado (Federal, estadual e municipal) fez e nunca cumpriu, deixando-os à própria sorte. A outra fala destacada quanto aos “jornais da cidade” nos aponta a relação de distanciamento entre a comunicação majoritária e a realidade deles – já dialogada anteriormente, os assentados não se veem nas páginas dos jornais e revistas e, quando isso acontece, é de uma maneira distorcida que referenda a sua condição de marginalizados.

Após as reuniões, 24 assentados, além dos dois remanescentes, fizeram questão de participar do que chamamos neste trabalho de Planejamento Estratégico da Rádio Comunitária, que tinha como objetivos: (1) debater o papel da rádio comunitária e o contexto político da comunicação; destaca-se que esta atividade foi solicitada estritamente pelos próprios assentados que queriam falar e ouvir sobre suas necessidades e demandas; (2) planejar as ações da AMMA; (3) definir novas regras que seriam traduzidas em um novo estatuto ou regimento interno e; (4) definir a função de cada assentado na AMMA. Registra-se que a ordem dessas discussões não foi aleatória, durante as reuniões percebeu-se que os próprios assentados, para ingressarem ao projeto, queriam discutir primeiramente questões políticas intrínsecas, o que precisava ser feito e, somente depois, discutir quem iria fazer, pois dessa forma identificariam as potencialidades de cada um para cada tarefa. Nessas ações encontramos-nos diante da construção da cidadania e de um senso coletivo (BRANDÃO, 2009; DAGNINO, 2004), pois para eles não importava quem seria o Presidente ou Diretor de Eventos, mas sim qual deles teria maior condição para contribuir e fazer um trabalho eficaz.

Destacamos mais um traço importante para a consolidação do caráter da comunicação popular, segundo Paiva (2003), que é a preponderância da busca pelo protagonismo da narrativa, da visibilidade daquilo que não se vê e da autonomia em produzir comunicação, por parte da comunidade.

Até esse momento a contribuição da FERAESP se limitava aos dois profissionais que acompanhavam as reuniões, formulavam o Planejamento Estratégico com os assentados e, concomitantemente, dialogavam com o departamento jurídico para a regulamentação da Associação. Durante o processo de planejamento, que ocorreu em dezembro e janeiro de 2016, a discussão se desenvolveu de maneira fraterna e solidária e, dentre várias decisões tomadas, algumas merecem destaque: 1) o Conselho Comunitário, órgão obrigatório para uma rádio comunitária, não teria limite de participantes tampouco se era morador da zona rural ou urbana; 2) não se impedira a participação de membros da AMMA em processos eleitorais, desde que os mesmos pedissem o afastamento de suas funções; 3) a direção final da produção seria de responsabilidade do Conselho Comunitário e não da AMMA; 4) a grade de programas deveria garantir o mínimo de 50% de conteúdo destinado exclusivamente às questões rurais e; 5) a AMMA deveria ampliar suas ações comunitárias para projetos além da rádio.

Cada um dessas decisões e respectivos encaminhamentos, destacados acima, dialogam diretamente com o debate realizado, nas seções anteriores, sobre os meios de comunicação não serem inclusivos, a não ser quando for de interesse do mercado (MATTELART, 1999; LIMA, 2009); a difícil relação dos assentados com o Estado e com os representantes políticos (BRANDÃO, 2009); a necessidade de construir por si um espaço com a sua identidade e o papel de articulação mais amplo que a AMMA pode promover (DAGNINO, 2004), pois definiram que a Associação organizaria também, por exemplo, encontros temáticos e ofertasse um curso de profissionalização para os assentados. É a reconstrução da cidadania no centro do processo de reformulação da Associação.

Com o planejamento estratégico definido e a organização política consolidada, o ano de 2016 foi marcado pela formação dos membros em conhecimentos de rádio e som, bem como a dar início ao processo de judicialização da reorganização administrativa. Deu-se entrada no Cartório de Registro de Imóveis, Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica local, onde já havia o registro da AMMA. Destaca-se dentre os obstáculos que, desde o primeiro até o último dia para entrega de documentos e

consequente correção de erros identificados pelo cartório, foram exatas 17 idas e vindas, algo exorbitante até mesmo para o corpo jurídico da Federação.

Em junho de 2016, com todo seu planejamento em atraso, suas ações repesadas e o sonho adiado, a Associação dos Moradores Monte Alegre III enfim recebeu parecer favorável para a formalização de seus atos e assim dar continuidade à implementação da rádio. No entanto, mais um imprevisto aconteceu: a Federação, principal parceira do projeto, desde o início de 2016 passou por uma crise política e reformulação da direção, resultando, dessa forma, na suspensão da parceria. Essa situação acarretou também na paralisação das articulações dos próprios assentados em torno da implementação da rádio comunitária do Assentamento Monte Alegre.

Destacam-se, no processo de reorganização para a instalação a rádio comunitária, a dedicação e a vontade emergente dos membros da comunidade empenhados em contribuir, a partir de suas perspectivas, para uma sociedade mais justa e igualitária. Houve o envolvimento de um grupo de pessoas conscientes de suas ações e desafios impostos para que a rádio se tornasse sustentável e tivesse condições de concretizar sua principal função: a cidadania ativa que possibilita aos assentados compreender que mudanças de sua realidade dependem de auto-organização. Evidencia-se, portanto, uma experiência de construção coletiva que resultou em avanços na organização da comunidade, com base na concepção de cidadania ativa e no protagonismo dos seus integrantes.

Os destaques acima vão ao encontro das características da comunicação pública como ferramenta de ampliação da cidadania, discutidas nas seções anteriores, ao se estabelecer um processo político de interação no qual prevaleceu a expressão e o diálogo entre os membros da comunidade, conforme ressaltam Matos (2011) e Kunsch (2013), com a atuação direta de sujeitos coletivos – as lideranças – em um processo participativo e inclusivo (LÓPEZ, 2011). López (2011) considera a comunicação pública como um processo eminentemente democrático no qual a mobilização social, compreendida como convocação de cidadão para realização de uma ação pontual e concreta, volta-se ao desenvolvimento da consciência e envolvimento a causas diversas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vivemos um momento em que o Estado serve como instrumento macro garantidor da normalidade econômica e é reservada aos meios de

comunicação a função de estabelecer e construir bases diárias. Os meios de comunicação de caráter comunitário ou popular são essencialmente opostos a esses objetivos, seu papel é democratizar e não monopolizar, é ampliar e não reduzir e é coletivizar e não individualizar a informação.

O processo de reorganização da AMMA para instalação da rádio na comunidade exemplifica o contexto de dilemas e contradições que a política pública de rádios comunitárias enfrenta. Os obstáculos a serem enfrentados são de toda ordem, políticos, sociais, econômicos e jurídicos, por exemplo. Não há um movimento de articulação dessa complexidade sem uma revolução pessoal de cada indivíduo ao passo que estes constroem a reorganização e a revolução do coletivo. Cada desafio encontrado, alguns desses relatados nesse trabalho, simboliza o que os teóricos analisam quanto à resistência de a comunicação pública no Brasil atingir um grau de democrático em que possa realmente assumir a sua função mais sublime, a de construção de um consenso de cidadania que faça do indivíduo pilar do coletivo. Em síntese, esta experiência, por mais que ainda não tenha alçado seu objetivo principal, evidencia que a construção coletiva, por si só, gerou um avanço na organização da comunidade para que, juntos, possam buscar uma melhor solução para seus problemas.

Objetivar um instrumento de comunicação comunitária é uma forma direta de quebra do monopólio da subjetivação que os grandes grupos de mídia mantêm e os membros da AMMA têm total consciência disso. A Comunicação Comunitária tem a missão de romper esta lógica limitadora, seja televisa, impressa ou via ondas de rádio, mas, infelizmente, ainda são poucos os exemplos de plena efetividade em todo Brasil. Enfim, a Comunicação Comunitária ainda é um formato possível? Afirmamos que sim, desde que se compreenda a amplitude dos objetivos que podem ser alcançados e não apenas a implantação e sustentação do instrumento comunicativo, ou seja, a comunicação comunitária deve ser compreendida também como um instrumento de cidadania.

REFERÊNCIAS

AMMA. **Estatuto Social da Associação dos Moradores Monte Alegre III**. 2010.

ATTAYDE, M. C. A lei geral de comunicação eletrônica de massa e a

qualidade da programação televisiva. **Revista do Serviço Público**, v.58, n.3, p.303-322, jul-set, 2007.

BORDIEU, P. **Sobre o Estado**. Tradução de Rosa Freire D'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras 2014.

BRANDÃO, E. P. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

BRITTES, J. G. Estudo comparativo sobre políticas públicas de comunicação na América Latina. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, **Anais...**, Fortaleza, CE, 2012.

CARIBÉ, R. C. V. **Comunicação científica para o público leigo no Brasil**. Tese (Doutorado) – Faculdade da Ciência da Informação, Universidade de Brasília, 2011.

DAGNINO, E. Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?. In. MATO, Daniel (coord.) **Políticas de ciudadanía y sociedad civil entiempos de globalización**. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, p. 95-110, 2004.

DUARTE, J. Comunicação e Opinião Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009.

HARVEY, D. O enigma do capital: e as crises do capitalismo. São Paulo, SP: Boitempo, 2011.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In.: MATOS, H. (org.) **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013.

LIEDTKE, P. F. Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Revista Em Tese da UFSC**, v. 1, n., p. 39-69, ago- dez, 2003.

LIEDTKE, P.; CURTINOVI, J. Comunicação Pública no Brasil: passado, presente e futuro. **Revista Comunicação Pública**, Lisboa, Portugal, v.11, n.20, 2016. Disponível em <<http://cp.reveues.org/1171>>

LIMA, V. A. Comunicação e política. In. Duarte, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2.ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

LIMA, V. A. **Para garantir o Direito à Comunicação**: Lei Argentina, o Relatório Leveson (Inglaterra) e o HLG da União Europeia. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2014.

LÓPEZ, . C. J. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In.: KUNSCH, M. M. K. (org). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

MARTINS, J. S. Reforma Agrária: o impossível diálogo sobre a História possível. **Revista Sociologia**, USP, São Paulo, 11 (2): 97-128, 1999.

MATOS, H. A comunicação pública na teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. M. K. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

MATOS, H. Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do Legislativo. In: INTERCOM, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 21, **Anais...** Rio de Janeiro, 1999.

MATTELART, A. Comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: **Vozes**, 1994.

PAIVA, R. **O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação e terceiro setor. In. DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, M. J. C. (Org.). **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004a.

PERUZZO, C. M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3 ed. São Paulo: Vozes, 2004b.

SANTOS, B. S. **Democratizar a Democracia**. Os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

SCROFERNECKER, C. M. Andrade. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 31, dez./2006.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Trad. de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa – Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1999.

ZÉMOR, P. Como anda a Comunicação Pública? **Revista do Serviço Público**, Brasília v.60, n.2, Abr/jun 2009.

ZÉMOR, P. **La Communication Publique**. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995. Trad. Brandão, Elizabeth.