

**Universidade de São Paulo  
Faculdade de Saúde Pública**

**A Rádio Comunitária como Instrumento  
de Promoção de Saúde**

**Tarcis Prado Júnior**

**Dissertação apresentada ao Programa de  
Pós-Graduação em Saúde Pública para  
obtenção do título de Mestre em Saúde  
Pública**

**Área de Concentração: Saúde Materno-  
Infantil**

**Orientador: Prof. Dr. Paulo Rogério Gallo**

**São Paulo  
2008**

# **A Rádio Comunitária como Instrumento de Promoção de Saúde**

**Tarcis Prado Júnior**

**Dissertação apresentada ao Programa de  
Pós-Graduação em Saúde Pública para  
obtenção do título de Mestre.**

**Área de Concentração: Saúde Materno-  
Infantil**

**Orientador: Prof. Dr. Paulo Rogério Gallo**



**São Paulo  
2008**

**É expressamente proibida a comercialização deste documento tanto na sua forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da tese/dissertação.**

## **DEDICATÓRIA**

À memória de **Márcia de Góes Soares** que mesmo “muito longe”, nunca deixou de ser companhia constante do autor desde o início até o final deste trabalho (principalmente nos momentos mais difíceis).

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a **Deus**, pois sem Ele essas páginas não existiriam. Logo em seguida, minha grande gratidão vai para a minha **família** (pai, mãe, irmã – pelo apoio jurídico – irmão e cunhado) que torceu por mim do início ao final deste trabalho.

Não posso deixar de destacar aqui o apoio e amizade da minha grande amiga **Fernanda Hausch**, especialmente por todo o apoio na finalização deste trabalho, desde a fase de qualificação.

Também sou grato a **profa. Márcia F. Westphal** por abrir as portas do mestrado e ter me ensinado muito do que foi importante para a produção desta pesquisa.

Não posso esquecer da **Daniele P. Sacardo** por acreditar em mim quando ainda este estudo ainda era um projeto a ser realizado. Sem o apoio dela, sinceramente, não teria nem começado.

Aos colegas das inúmeras disciplinas que cursei durante esses mais de dois anos de trabalho (com destaque para **Juan, Fátima, Beth, Douglas, Priscila, Mariana**), o meu agradecimento pela companhia de viagem, e principalmente a **Andréia Setti**, amiga e companheira de várias jornadas.

De maneira super especial quero agradecer ao **prof. Paulo Gallo** que aceitou me orientar e o fez de maneira brilhante.

Por fim à minha querida **Marília**, pela paciência, dedicação e compreensão, mesmo a quilômetros de distância.

## RESUMO

**Introdução** – Trata-se de um estudo na área da saúde pública sobre o uso das Rádios Comunitárias para promoção de saúde. **Objetivo Geral** – Analisar a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias examinando as possibilidades que as mesmas têm de atuar como promotoras de saúde. **Objetivos Específicos** – Identificar e caracterizar a organização de Rádios Comunitárias no Estado de São Paulo; e verificar se a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias abre a possibilidade de participação social. **Método** – Trata-se de uma pesquisa transversal, estruturada a partir de um formulário de coleta de dados sobre as características e aspirações de 20 Rádios Comunitárias do Estado de São Paulo. **Resultados** – a) 35% das Rádios Comunitárias entendem defender a saúde por meio da divulgação de notícias; b) 60% dos dirigentes das Rádios Comunitárias são do sexo masculino; c) 40% das decisões na Rádio Comunitária são tomadas por seus diretores; d) 45% das Rádios Comunitárias tem parcerias com escolas e universidades; e) 55% das Rádios Comunitárias tem parcerias com igrejas; f) 35% das Rádios Comunitárias decidem sua programação junto com a comunidade; g) 50% das Rádios Comunitárias atingem um raio de até 10 km com suas transmissões; h) 25% das Rádios Comunitárias aspiram prestar serviços à comunidade; g) 10% das Rádios Comunitárias preencheram incorretamente a questão sobre uso do e-mail. **Conclusões** – a) as Rádios Comunitárias entendem como defesa da saúde a divulgação de notícias sobre as mesmas; b) a mulher parece não ter ainda participação plena nas Rádios Comunitárias estudadas; c) as Rádios Comunitárias não atuam como uma mídia explicitamente comunitária; d) as Rádios Comunitárias ainda não estabeleceram uma relação organizacional de parceria com escolas e universidades.; e) é estreita a relação entre as Rádios Comunitárias e a religião; f) do ponto de vista da hipótese da pesquisa não pudemos constatar a plena participação da comunidade em todo o processo de gestão da rádio; g) muitas Rádios Comunitárias possuem transmissores mais

potentes que os estabelecidos por lei; h) a maior aspiração das rádios é a prestação de serviços à comunidade focalizando as questões do bairro e da cidade em sua programação o que reforça a possibilidade de a Rádio Comunitária atuar como instrumento de promoção de saúde; j) quanto ao uso das ferramentas de computação e internet os responsáveis pelas Rádios Comunitárias mostraram dificuldades por ocasião das respostas.

**Recomendações** – maior união entre os movimentos em defesa das Rádios Comunitárias; capacitação dos responsáveis pelas Rádios Comunitárias para a comunicação em saúde; reforço do conselho comunitário das emissoras de radiodifusão comunitária.

**Descritores:** Rádio Comunitária; Promoção de Saúde; SUS.

## ABSTRACT

**Introduction** – This research is about a study in the area of the public health on the use of the Communitarian Radios for health promotion. **General objective** - To analyze the organizacional structure of the Communitarian Radios being examined the possibilities that the same ones have to act as promotional of health. **Specific objectives** - To identify and to characterize the organization of Communitarian Radios in the State of São Paulo; to verify if the organizacional structure of the Communitarian Radios open the possibility of social participation. **Method** - One is about a transversal research, structuralized from a form of collection of data on the characteristics and Communitarian aspirations of 20 Radios of the State of São Paulo. **Results** - a) 35% of the Communitarian Radios understand to defend the health by means of the spreading of notice; b) 60% of the controllers of the Communitarian Radios are of the masculine sex; c) 40% of the decisions in the Communitarian Radio are taken by its directors; d) 45% of the Communitarian Radios have partnerships with schools and university; e) 55% of the Communitarian Radios have partnerships with churches; f) 35% of the Communitarian Radios decide its programming together with the community; g) 50% of the Communitarian Radios reach a area of up to 10 km with its transmissions; h) 25% of the Communitarian Radios inhale to give services to the community; g) 10% of the Communitarian Radios had incorrectly filled the question on use of the email. **Conclusions** – a) the Communitarian Radios understand as of the health the spreading of notice prohibited on the same ones; b) the woman seems not to still have full participation in the studied Communitarian Radios; c) the Communitarian Radios do not act as an explicit communitarian media; d) the Communitarian Radios had not yet established a organizacional relation of partnership with schools and university ; e) is too close the relation between the Communitarian Radios and the religion; f) of the point of view of the hypothesis of the research we could not all evidence the full participation of the community in the process of management of the radio; g) many Communitarian Radios

possess transmitters more powerful than the established ones for law; h) the biggest aspiration of the radios is the rendering of services to the community focusing the questions of the quarter and the city in its programming what it strengthens the possibility of the Communitarian Radio to act as instrument of health promotion; j) the responsible ones for the Communitarian Radios had shown difficulties for occasion of the answers about the way of using internet skills. **Recommendations** - bigger union about the movements in defense of the Communitarian Radios; qualification of the responsible ones for the Communitarian Radios for health communication; reinforcement the communitarian staff about communitarian broadcasting.

**Describers:** Communitarian Radio; Health Promotion; SUS.

## INDICE

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	11
1.1 A RADIODIFUSÃO: DA DESCOBERTA PESSOAL DO OBJETO DE ESTUDO ÀS ORIGENS À RÁDIO COMUNITÁRIA	11
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	13
<b>2 JUSTIFICATIVA</b>	15
<b>3 OBJETIVOS</b>	17
3.1 GERAL	17
3.2 ESPECÍFICOS	17
<b>4 HIPÓTESE</b>	18
<b>5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	19
5.1 O RÁDIO E SUAS CARACTERÍSTICAS	19
5.2 A RÁDIO COMUNITÁRIA	29
5.2.1 Direito à Informação e à Comunicação	29
5.2.2 Conquista dos Meios de Informação e Comunicação	30
5.2.3 A Importância para a Comunidade	31
5.2.4 A Rádio “na – para – sobre – e pela” Comunidade	33
5.2.5 Amarc	35
5.2.6 Amarc-Win	36
5.2.7 Legislação Brasileira	37
5.3 PROMOÇÃO DA SAÚDE E CIDADE SAUDÁVEL	38
5.4 PARTICIPAÇÃO SOCIAL	41
5.5 POLÍTICAS PÚBLICAS SAUDÁVEIS	43
5.6 SUSTENTABILIDADE	44
5.7 INTERSETORIALIDADE	45
5.8 EQÜIDADE	46
5.9 EMPODERAMENTO	48
<b>6 MÉTODO</b>	49
6.1 DESENHO DO ESTUDO	49
6.2 COLETA DE DADOS	49
6.3 PLANO DE ANÁLISE	51
6.3.1 Apresentação dos Resultados e Discussão	51

6.3.2	Identificação da Rádio	51
6.3.3	Organização Social	52
6.3.4	Informações Gerais	52
6.3.5	Audiência	52
6.3.6	Conhecimento sobre os Movimentos das Rádios Comunitárias	52
6.3.7	Conteúdo da Programação	53
6.3.8	Perspectivas	53
6.3.9	Sustentabilidade / responsabilidade social	53
<b>7</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>54</b>
7.1	IDENTIFICAÇÃO DA RÁDIO	54
7.2	ORGANIZAÇÃO SOCIAL	58
7.3	INFORMAÇÕES GERAIS	61
7.4	AUDIÊNCIA	64
7.5	CONHECIMENTO SOBRE O MOVIMENTO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS	66
7.6	CONTEÚDO DA PROGRAMAÇÃO	67
7.7	PERSPECTIVAS	69
7.8	SUSTENTABILIDADE / RESPONSABILIDADE SOCIAL	71
<b>8</b>	<b>DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b>	<b>73</b>
8.1	IDENTIFICAÇÃO DA RÁDIO COMUNITÁRIA	73
8.2	A PRESENÇA / QUESTÃO FEMININA	76
8.3	ENDEREÇO ELETRÔNICO (E-MAIL)	80
8.4	ESCOLAS	81
8.5	DOAÇÕES E PATROCÍNIO – A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE DE RÁDIO COMUNITÁRIA	87
8.6	POLÍTICA	89
8.7	COBERTURA GEOGRÁFICA	96
8.8	PROCESSO DE DECISÃO NA RÁDIO E A ATUAÇÃO DO CONSELHO COMUNITÁRIO.	99
8.9	DEFESA DA SAÚDE	101
8.10	AUDIÊNCIA	103
<b>9</b>	<b>CONCLUSÕES</b>	<b>105</b>
<b>10</b>	<b>RECOMENDAÇÕES</b>	<b>108</b>
<b>11</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>110</b>

<b>ANEXOS</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 1 - CONSIDERAÇÕES ÉTICAS E LEGAIS</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 2 - “TERMO DE CONSENTIMENTO PARA PARTICIPAÇÃO DO PROJETO MAPEAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES LOCAIS DE SAÚDE DO SUS”.</b>	<b>125</b>
<b>ANEXO 3 - CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA</b>	<b>126</b>
<b>ANEXO 4 - MAPEAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES LOCAIS DE SAÚDE DO SUS.</b>	<b>128</b>
<b>ANEXO 5 - FORMULÁRIO DE PESQUISA</b>	<b>130</b>
<b>ANEXO 6 – CURRÍCULO LATTES ALUNO E ORIENTADOR</b>	<b>137</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O presente estudo está inserido no projeto “Mapeamento Nacional e Caracterização das Rádios Comunitárias no contexto das ações locais de saúde do SUS”, numa parceria entre a Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo com o Ministério da Saúde através da Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa (convênio CEP-FNS: 4671/06) que tem como objetivo geral organizar um banco de dados com informações capazes de caracterizar as Rádios Comunitárias quanto à sua organização, funcionamento e perspectivas institucionais.

### 1.1 A RADIODIFUSÃO: DA DESCOBERTA PESSOAL DO OBJETO DE ESTUDO ÀS ORIGENS DA RÁDIO COMUNITÁRIA.

Minha trajetória acadêmica na área da Comunicação Social proporcionou-me uma visão diferenciada (mais técnica) em relação à maneira pela qual os conteúdos de saúde estão sendo transmitidos pela mídia. Pensando na hipótese de um locutor acreditar que uma doença como a Aids atinge apenas o público homossexual, ele pode, por exemplo, influenciar, com esta visão, seus ouvintes. Considerando assim que este locutor é um formador de opinião perante sua comunidade. Dessa maneira, uma mensagem de conteúdo errôneo na área da saúde pode provocar muitos prejuízos. Transportando esta reflexão para o rádio, pode-se dizer que, o rádio pode promover a saúde, mas é preciso saber utilizar esse meio, esse veículo, e tirar proveito de todas as suas potencialidades como um instrumento que colabora no processo educativo.

O cientista Marshall McLuhan, uma das maiores autoridades na teoria da comunicação diz que toda tecnologia é uma extensão de um órgão do ser humano: a roda, o prolongamento das pernas; a roupa, da pele; a escrita, da visão; o microfone, da voz; o rádio, dos ouvidos – e a audição é mais

extensa que visão pela vantagem de não necessitar uma fixação – (MCLUHAN , apud PRADO, 1969). Daí a importância do rádio como meio de comunicação. Sua importância não pode ser creditada apenas em seu conteúdo, mas acrescida das características de difusão da informação, que estão relacionadas a seguir de acordo com MCLEISCH (2001) e ORTRIWANO (1985):

- Oralidade;
- Sensorialidade;
- Individualidade/intimidade;
- Simplicidade;
- Penetração geográfica;
- Imediatismo / “instantaneidade”;
- Baixo custo;
- Caráter seletivo;
- Mobilidade.

No momento de sua criação com o início do funcionamento da RCA (Radio Corporation of América) em 1919 nos EUA, e no Brasil com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro em 1923 de propriedade de Edgard Roquette Pinto, a preocupação das rádios concentrava-se na difusão da cultura e da informação, para poucas pessoas (apenas as que podiam comprar os aparelhos, que no início do século XX eram bastante caros). O rádio foi, aos poucos, deixando de oferecer uma programação artística e cultural de caráter elitista, para assumir uma orientação comercial – o que mantém até hoje. No Brasil foi o decreto no. 21.111 de 1/03/1932 que permitiu as rádios buscar patrocínio vendendo espaço publicitário para anunciantes em sua programação.

A rádio comunitária é diferente das comerciais e essa diferença se dá em primeiro lugar pelo seu alcance loco-regional, pois opera em baixa potência (25 W) e em FM (frequência modulada). Geralmente são dirigidas por uma associação sem fins lucrativos, de programação plural, de gestão pública, de filiação aberta a toda a comunidade, independente de raça, etnia,

credo, classe social, orientação sexual, opção política, idade. Geralmente administrada por uma entidade que pode denominar-se “Rádio Clube”, ou associação e contém em sua estrutura uma Diretoria Executiva, Conselho de Entidade, Conselho Fiscal e Conselho de Programação. Suas deliberações no geral são tomadas em Assembléias de filiados (as) (CEMINA, 2000).

O rádio pode ser usado como instrumento de comunicação por diversos grupos para veicular as mais diferentes mensagens e sua história possui muitos exemplos em vários segmentos da sociedade. Segundo BRECHT (1984) a tarefa da radiodifusão não se esgota em transmitir as informações. Deve se organizar de maneira a pedir informações, converter as informações dos governantes em respostas às perguntas dos governados (CUNHA, 2001).

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

No Brasil, Getúlio Vargas foi o primeiro político a perceber a capacidade de alcance do rádio em um país com dimensões como o nosso. Em 1920, surgiu a primeira sociedade radiofônica: o serviço de urgência de informações comerciais. A partir de 1932 nos Estados Unidos, o veículo seria a principal forma de comunicação entre o recém eleito presidente Franklin Roosevelt e o povo norte-americano, por intermédio das transmissões do programa “Conversa ao lado da lareira”. Em Cuba ele foi instrumento de resistência na década de 50, usada pela guerrilha comandada por Fidel Castro. Os relatos que ligam o rádio à política são uma parte da história que comprova o valor da permanência desse veículo a partir dos efeitos que ele é capaz de suscitar junto à recepção. E se o rádio foi e ainda é utilizado pela política ele merece ser estudado face a uma possível capacidade de ser instrumento de promoção de saúde, atuando como um espaço onde as informações de saúde, tais como campanhas de prevenção de doenças, promoção de hábitos saudáveis e qualidade de vida (CUNHA, 2001) sejam incorporadas no cotidiano da comunidade.

A Promoção da Saúde preconiza que, acima de tudo a saúde não é a ausência de doenças, mas sim, a somatória de diversos fatores e determinantes, entre eles, o estilo de vida e a participação ativa da comunidade na promoção de um ambiente saudável. Na primeira conferencia internacional sobre promoção de saúde realizada no Canadá em 1986 foi redigida a Carta de Otawa que definiu a Promoção da Saúde como sendo o processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria da qualidade de vida e saúde, incluindo uma maior participação e controle deste processo. O documento ainda propõe alguns campos centrais de ação para a promoção de saúde, entre os quais, a reorientação do serviço de saúde e o reforço na ação educativa junto à comunidade. Este último envolve diversos atores da sociedade para que a Promoção da Saúde seja realmente efetivada. Nesse contexto, a rádio comunitária, por ser um veículo de comunicação comunitário por excelência, pode exercer um papel fundamental na divulgação e promoção de ações voltadas para melhor qualidade de vida e de saúde da comunidade local.

Este estudo tem como objetivo geral analisar a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias e como objetivos específicos identificar e caracterizar a organização de Rádios Comunitárias no Estado de São Paulo; identificar as possibilidades que a rádio comunitária tem de promover saúde; verificar se a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias abre a possibilidade de participação social.

## 2. JUSTIFICATIVA

O que despertou a curiosidade na escolha desse tema foi a tentativa de compreender a possibilidade de utilização do espaço dessas rádios pelo SUS. Nos termos do projeto: "*Mapeamento Nacional e caracterização das Rádios Comunitárias no contexto das ações locais de saúde do SUS*", reside a preocupação dos gestores do SUS em incorporar a mídia comunitária, em particular as rádios, no processo de controle social. Neste sentido, em 1990, no final do século XX UNGLERT já reforçava a importância do Sistema de Saúde desenvolver ações territorializadas e com participação da população (UNGLERT, 1990). De maneira complementar, a importância do estudo está ainda, no estabelecimento de diretrizes para uma política de qualificação no âmbito da saúde pública para os comunicadores das Rádios Comunitárias tendo por base rádios do Estado de São Paulo (GALLO, 2001).

Segundo o Ministério das Comunicações, no ano de 2000 havia no Brasil cerca de 10 mil rádios de pequena potência (Rádios Comunitárias), sendo 400 na Grande São Paulo. A Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo propôs, na ocasião, a criação de cursos voltados à capacitação das equipes de comunicadores destas rádios, jornalistas e estudantes de jornalismo, em assuntos de interesse da saúde pública e voltada ao exercício da cidadania.

Capacitaram-se ao longo do ano de 2000, cerca de 80 emissoras da Grande São Paulo, em curso equivalente a 188 horas de atividades. Em 2001 houve outras 30 emissoras qualificadas. Os resultados obtidos causaram impacto na XI Conferência Nacional de Saúde que recomendou os cursos como modelos a serem seguidos por outras instituições da área da saúde, inserindo-os na perspectiva de melhorar o controle social no processo de implantação do SUS (GALLO, 2001). Segundo informações recentes oferecidas pela coordenação do curso e autorizadas a serem divulgadas neste documento, até o ano de 2006, estiveram presentes nos

curso da Faculdade de Saúde Pública representantes de 362 emissoras de rádio, em sua maioria (98%), instaladas na Grande São Paulo<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Seminários de Informação em Saúde Pública para Comunicadores de rádios comunitárias. Foram realizadas até 2007 VII edições. Os cursos são oferecidos pelo Departamento de Saúde Materno-Infantil Faculdade de Saúde Pública da USP na forma de curso de difusão cultural (regimento da Comissão de Cultura e Extensão Universitária-USP)

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 GERAL**

- Analisar a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias examinando as possibilidades que as mesmas têm de atuar como promotoras de saúde.

#### **3.2 ESPECÍFICOS**

1. Identificar e caracterizar a organização de rádios comunitárias no Estado de São Paulo;
2. Verificar se a estrutura organizacional das Rádios Comunitárias abre possibilidades de participação social.

## **4. HIPÓTESE**

Os responsáveis pelas Rádios Comunitárias valorizam a importância do processo de participação social para o desenvolvimento de suas atividades.

## 5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa foi orientada e inspirada pela compreensão de como o meio de comunicação rádio – especialmente a rádio comunitária – pode desempenhar um papel importante para a promoção de saúde e cidade saudável, participação social, políticas públicas saudáveis, sustentabilidade, intersetorialidade, equidade e empoderamento.

### 5.1 O RÁDIO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Um levantamento realizado pelo Epcom - Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação com base no Sistema de Controle de Radiodifusão da Agência Nacional de Telecomunicação (Anatel) revela uma forte concentração de outorgas e autorizações de serviços de radiodifusão e TV por assinatura nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Juntos, os sete estados abrigam mais de 50% dos operadores de comunicação nos cinco segmentos analisados pelo estudo, 10.514 são emissoras e retransmissoras de televisão, 4.392 são emissoras de rádio AM e FM comerciais e educativas, 2.513 são Rádios Comunitárias (ADITAL, 2008).

“O rádio acorda o Brasil”, ele está presente em mais de 99% dos domicílios brasileiros (CENSO, 2000). É através das ondas do rádio que o cidadão traça a jornada de seu dia-a-dia, escolhendo o trajeto para o trabalho, ouvindo a previsão do tempo e recebendo as notícias que afinal vão definir seu estado de espírito. Estas emissões cobrem os 8.547.403,5 km<sup>2</sup> do território, por onde estão espalhadas todas as emissoras AM e FM. É um universo diversificado que atende a demanda de milhares de ouvintes por informação, notícias esporte, serviços, lazer, música, entretenimento e mesmo fé, com vários campeões de audiência. É um instrumento que fala para: o banqueiro da Avenida Paulista, em São Paulo, o surfista de Ipanema,

no Rio, o seringueiro das florestas do Acre, o plantador de soja do Mato Grosso e o pecuarista gaúcho dos pampas.

Ainda hoje não há um consenso sobre o verdadeiro inventor da comunicação por radiofrequência. O físico inglês James Maxwell demonstrou a propagação de ondas eletromagnéticas pela primeira vez em 1870 e foi comprovada empiricamente por Henrich Hertz em 1888. A versão européia que se tornou a oficial, atribui a invenção do rádio ao engenheiro italiano Guglielmo Marconi que em 1894 fez a primeira demonstração da comunicação sem fio operando uma campainha a poucos metros de distância (em 1901 o italiano fez a primeira transmissão sem fio de uma mensagem através do Atlântico).

Outra versão é que a primeira transmissão de voz por ondas eletromagnéticas aconteceu com o canadense Reggie Fassedden que em 1906 surpreendeu os operadores de telégrafos sem fio dos navios na costa de Massachussets, adaptando um microfone para lhes transmitir sua própria voz, além de um solo de violino (MEDITSCH, 2001). Em outros lugares do mundo, porém, havia evidências de que o meio radiofônico já havia sido inventado, com o croata Nikola Tesla que realizou nos Estados Unidos uma transmissão de sinal sonoro em 1893 e no mesmo ano, no Brasil com o padre gaúcho Roberto Landell de Moura que demonstrou uma transmissão de mensagens a partir de um telégrafo a oito quilômetros de distância.

A comunicação radiofônica foi crescendo e a idéia de dar uma nova utilização à técnica começou a tomar corpo no final da Primeira Guerra Mundial, com a proliferação de amadores que faziam experiências de transmissão como atividades de lazer (MEDITSCH, 2001). Até então o rádio não despertava o interesse comercial, o que mudou anos mais tarde com Frank Conrad, radioamador e funcionário da empresa norte-americana Westinghouse que decidiu levar um programa musical que produzia na garagem de sua casa, para a própria empresa, transmitindo música como forma de motivação para a compra dos aparelhos receptores que a empresa produzia. Nascia assim a primeira emissora profissional do mundo, a KDKA, de Pittsburgh, Estados Unidos, em 02 de Novembro de 1920. Além de

música ela transmitia também o resultado das eleições presidenciais americanas. Três anos depois, havia mais de 500 emissoras profissionais no país. Com essa profissionalização, as emissoras começaram a explorar também a venda de publicidade.

Paralelamente ao crescimento do rádio nos EUA, na Europa implantaram-se diversas empresas de grande porte, com destaque para a *Rádio Italiana – RAI* (1924), a inglesa *British Broadcasting Corporation – BBC* (1927) e a francesa *Rádio France Internationale – RFI* (1931).

O rádio viveu sua época de ouro nos anos 1930 e 40. Nesse período o rádio ocupou uma posição hegemônica na mídia, não só como meio de informação, mas, sobretudo de propaganda e entretenimento. Segundo MEDITSCH (2001) *“Nessa época o rádio foi considerado ‘a oitava arte’, nadou em recursos econômicos e desenvolveu como nunca as suas potencialidades, como centro das atenções de artistas e intelectuais”*.

Com a chegada da TV o rádio começa a viver certo período de declínio, nos anos de 1950. Profissionais, programas e patrocinadores migraram para o novo meio de comunicação que nascia fazendo com que muitos acreditassem que era o início do fim daquele meio de comunicação. Segundo a revista Time (SCHULBERG, 1989, apud MEDITSCH, 2001): *“Cedo ou tarde, a TV tornará o rádio tão obsoleto como o cavalo”*.

A sentença de morte do rádio não vingou e em 1993, mais de três décadas depois, de acordo com dados do *Radio Advertising Bureau*, 99% dos lares norte-americanos e 95% dos automóveis possuíam receptores. (SCHULBERG, 1989; BARTLETT, 1995 apud MEDITSCH, 2001). Esses dados demonstram que o rádio no mundo não só não morreu como também continua a exercer influência até hoje. Nos Estados Unidos o rádio é a principal fonte de notícias para os adultos durante o período da manhã: 38% contra 37% da TV e 20% dos jornais (BARTLETT, 1995 apud MEDITSCH, 2001).

De acordo com WEDELL & CROOKES (1991), existe uma tendência na Europa de considerar o rádio, em alguns aspectos, um veículo mais racional e sério do que a televisão. Apesar de as emissoras de rádio terem

menores audiências, elas são preferidas pelos líderes de opinião. Outro dado sobre o prestígio do rádio nos dias de hoje: segundo o Instituto Gallup, em pesquisa sobre a confiabilidade das profissões públicas na Espanha, os jornalistas do rádio ficaram em primeiro lugar, com 77% de aprovação, contra 62% da imprensa e 60% da TV (VILLAFANÉ, BUSTAMANTE & PRADO, 1987, apud MEDITSCH, 2001). No Brasil, uma pesquisa realizada alguns dias após o atentado contra o papa João Paulo II, em 1981, constatou que 94% dos entrevistados tomaram conhecimento do fato no dia do atentado e, destes, 63% o fizeram via rádio, sendo 50% diretamente e 13% indiretamente, ou seja, por intermédio de alguém que se informara pelo rádio (MOREIRA, 1991, apud MEDITSCH, 2001).

Oficialmente o rádio foi inaugurado no Brasil no dia 07 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência, quando, através de 80 receptores especialmente importados para a ocasião, alguns componentes da sociedade carioca puderam ouvir em casa o discurso do presidente Epitácio Pessoa, que foi possível com a instalação de um transmissor de 500 watts no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, pela multinacional norte-americana Westinghouse. No entanto há documentos que provam que o rádio no Brasil nasceu em Recife, Pernambuco, em 1919, quando foi inaugurado a Radio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto (ORTRIWANO, 1985).

Segundo ORTRIWANO (1985) podemos considerar o dia 20 de abril de 1923 como a data de instalação da radiodifusão no Brasil com a fundação da Radio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Herny Morize.

Na década de 1920 as emissoras tinham sempre em sua denominação os termos “clube” ou “sociedade” pois na verdade nasciam como clubes ou associações formadas por idealistas que acreditavam na potencialidade do novo ramo (ORTRIWANO, 1985).

O rádio no Brasil nasceu elitista, destinado às classes altas e sem característica popular. O alto custo do aparato envolvido na transmissão e recepção deste meio impedia o acesso das classes populares ao universo radiofônico. Ao longo dos anos o cenário tornou-se praticamente o oposto. Em São Paulo chegavam a 250 mil ouvintes por minuto. Eli Correa, Zé Betio e Paulo Barbosa chegavam com seus programas em AM a marca de aproximadamente um milhão e 500 mil ouvintes. Nos anos 1990 os efeitos do rádio também resultaram em eleições e muitos radialistas ocuparam vagas nas assembleias estaduais e no Congresso (ADITAL, 2008).

Com o advento da publicidade as emissoras começaram a se organizar como empresas e disputar o mercado e a preocupação "educativa" foi trocada pelos interesses mercantis. Com a publicidade como suporte da programação, o objetivo principal passa a ser o de alcançar grandes audiências, mercado para o produto anunciado. Nesse sentido vale ressaltar a definição de *alcance de audiência*. Segundo MCLEISCH (2001), existe o *alcance* e a *parcela* de audiência. Esta última é o tempo gasto ouvindo uma determinada emissora, expresso em porcentagem da audiência total de rádio nessa área. Já *alcance de audiência* é o número de pessoas que de fato ouvem alguma coisa da emissora num período de um dia ou uma semana, expresso como porcentagem da população total que poderia estar ouvindo (MCLEISCH, 2001).

O surgimento da Radio Nacional do Rio de Janeiro em 1936 marca o início da burocratização do rádio brasileiro (ORTRIWANO, 1985). A emissora carioca tinha uma gigantesca estrutura e organização: eram 10 maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radioatores, 39 radiatrizes, entre outros, além de 240 funcionários administrativos. Contava ainda com seis estúdios, um auditório de 500 lugares, e sua transmissão atingia países na África, Europa e América do Norte.

No Brasil, a chamada época de ouro do rádio começa nos anos 1940. Na ânsia de aumentar sua audiência, e conseqüentemente sua receita, a programação de certas emissoras vai se tornando cada vez mais popular (muitas vezes tendendo ao popularesco, ao baixo nível) visto que a rádio

atingia inúmeros analfabetos. Nesse período a concorrência se acirrava e cada rádio tentava mostrar que tinha mais ouvintes para conquistar maiores verbas publicitárias. É nesse contexto que nasce o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública), em 1942, dada a demanda por conhecer quantas pessoas ouviam determinada rádio.

Nessa época também surge a radionovela (a primeira foi “Em busca da Felicidade”, de 1942, transmitida pela Radio Nacional) e no final da mesma década algumas emissoras começaram a se especializar em assuntos como a Radio Panamericana de São Paulo (hoje, Radio Jovem Pan), em esportes, e também a Tupi, com o “Grande Jornal Falado Tupi”. Não podemos esquecer de citar o “Repórter Esso”, da Radio Nacional do Rio de Janeiro, que por 27 anos deu em primeira mão as principais notícias do Brasil e do mundo na voz de seu locutor Heron Domingues (ORTRIWANO, 1985).

Com o fim da década de ouro do rádio no Brasil, o que coincidiu com o advento da TV, o rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas pelos discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelo serviço de utilidade pública. Nesse período o caminho das emissoras passa pela especialização, segmentação de seu público, como forma de sobrevivência. Em 1959 a Radio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, lança um tipo de programa de utilidade pública que é copiado por muitas emissoras do país. Desde os “achados e perdidos” até serviços de meteorologia, condições de estrada e busca de empregos, a utilidade pública no rádio vai tomando cada vez mais espaço e abrindo um novo caminho para sua programação.

Nos anos 1960 surgem as rádios FM (Frequência Modulada) que começam a transmitir as chamadas “músicas ambientes” para assinantes que buscavam músicas para tocar em escritórios, consultórios e hospitais, entre outros. Com o tempo essas emissoras foram se aperfeiçoando e na década seguinte passaram a operar em canais abertos, para todos os ouvintes. A pioneira, a que passou a transmitir exclusivamente música em sua programação foi a Radio Difusora de São Paulo. Vale destacar também

o surgimento da Radio Mulher, em São Paulo, em 1969 que foi a primeira emissora brasileira a se especializar exclusivamente em assuntos femininos (ORTRIWANO, 1985).

Nesta história quase centenária, consolida-se o papel do rádio como veículo importante para a difusão de informações a grandes massas, incluindo pessoas analfabetas ou não, por características muito próprias que fazem desse meio, de acordo com ORTRIWANO (1985), *“o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como em todo o mundo”*.

#### a) Oralidade

A linguagem no rádio é oral, ou seja, ele “fala” e para que seja captada é necessário tão somente “ouvir” sua mensagem. Dessa forma, o rádio atinge mais pessoas que os veículos impressos, como jornais e revistas, por exemplo, pois chegam até os ouvidos de pessoas analfabetas, que a priori, são excluídas dos outros meios de comunicação que exigem leitura. Em relação à TV, também leva vantagem, pois apesar de não precisar saber ler para ver as imagens, cada vez mais a TV utiliza-se de caracteres para mostrar o nome dos entrevistados e os assuntos abordados.

#### b) Sensorialidade

Ao utilizar a comunicação oral o rádio envolve o ouvinte fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. Essa é outra vantagem que o rádio leva sobre os veículos impressos, já que na leitura a decodificação da mensagem se dá no nível racional, sem envolvimento emocional que são criados pela presença da voz (ORTRIWANO, 1985).

### c) Individualidade / Intimidade

O rádio, diferentemente da TV, proporciona que as imagens sejam criadas dentro de nós e não numa caixa com tela e imagem, podendo ter impacto e envolvimento maiores. O rádio é muito mais algo pessoal, que vem direto para o ouvinte (MCLEISCH, 2001). As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda a sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular, dirigindo-se diretamente para àquele ouvinte específico. A mensagem oral se presta muito bem para a comunicação intimista, é como se o rádio estivesse “contando” para cada um em particular (ORTRIWANO, 1985).

### d) Simplicidade

O rádio é um meio de comunicação bastante simples em sua técnica e operacionalização. A unidade básica compreende uma pessoa com um gravador, em vez de uma equipe com câmera, luzes e gravador de áudio. Isso torna mais fácil a participação do não-profissional, criando assim maior possibilidade de acesso do público a esse tipo de mídia (MCLEISCH, 2001).

### e) Penetração Geográfica: “o rádio não tem fronteiras”

O rádio é o mais abrangente dos meios em termos geográficos, podendo chegar aos pontos mais remotos (ORTRIWANO, 1985). Ele não respeita limites territoriais, ao contrário de mídias impressas que podem ser barradas em fronteiras nacionais. Seus sinais ultrapassam montanhas, atravessam vales e mares, juntando os separados pela geografia ou pela nacionalidade, ajudando a diminuir distâncias culturais, sociais e econômicas. Segundo MCLEISCH (2001), “o rádio pode trazer liberdade para os oprimidos e luz para os que estão nas trevas”.

#### f) Imediatismo (o caráter *instantâneo* da informação)

No rádio os fatos podem ser transmitidos no instante em que acontecem, permitindo trazer o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos se desenrolam.

O rádio também é veloz, pois a mensagem é recebida no momento exato em que é transmitida. Não é possível deixar para ouvir depois, em melhores condições. Se o ouvinte não estiver exposto ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá (ORTRIWANO, 1985). Hoje em dia algumas rádios apresentam as mesmas notícias diversas vezes ao dia como forma de atingir o ouvinte que “perdeu” a informação.

#### g) Baixo Custo

Em comparação aos outros meios de comunicação como os veículos impressos e a TV, o rádio tem um baixo custo, tanto de operacionalização, quanto de manutenção do equipamento. Ele custa mais barato que muitos livros e é acessível a pessoas de todos os lugares do mundo. Segundo MCLEISCH (2001) *“o bom rádio traz a sua própria biblioteca para os que não sabem (analfabetos) ou não podem (cegos) ler”*.

Esse relativo baixo custo significa também que o rádio é ideal para o uso de não-profissionais, oferecendo uma boa oportunidade de a comunidade exercer seu papel como emissora e receptora numa comunicação de mão dupla, como acontece numa rádio comunitária.

#### h) Caráter Seletivo

Quando ouvimos rádio estamos ouvindo o que o produtor/diretor do programa quis que ouvíssemos. Quem seleciona as notícias, as músicas e o que chega aos nossos ouvidos não somos nós, ao contrario de um jornal, onde podemos, por exemplo, ir direto a pagina que nos interessa, deixando as outras de lado. No rádio o processo de seleção acontece no estúdio e o

ouvinte recebe uma única seqüência de material. Para o ouvinte a escolha só existe no desligamento mental quando é transmitida uma matéria que não o interessa ou quando este muda de estação (MCLEISCH, 2001).

### **i) Mobilidade**

Sob o ponto de vista do emissor, a mobilidade do radio faz com que este possa estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos. Com a utilização das unidades móveis de transmissão, as emissoras praticamente se deslocam podendo transmitir de qualquer lugar dentro de seu raio de ação. E em relação ao receptor, o ouvinte está livre de fios e tomadas e não precisa ficar ao lado do aparelho, ele pode se movimentar pela casa (basta apenas aumentar o volume) e continuar ouvindo suas mensagens (ORTRIWANO, 1985). Por ser pequeno, o rádio é fácil de ser transportado, fazendo com que inclusive haja uma recepção individualizada em locais públicos, em meio a muita gente.

No tocante aos benefícios que o rádio pode trazer traz às pessoas (e a sociedade) MCLEISCH (2001) relaciona algumas das suas características que fazem com que este meio de comunicação seja um verdadeiro companheiro e amigo das pessoas. Para o autor, o rádio:

- Relaxa as pessoas e as desviam de seus problemas e ansiedades;
- Reduz os sentimentos de solidão, criando uma sensação de companhia;
- Ajuda a resolver problemas, agindo como fonte de informação e aconselhamento;
- Satisfaz a necessidade de educação formal e informal;
- Orienta o comportamento social estabelecendo padrões e oferecendo modelos para identificação;
- Auxilia nos contatos pessoais, proporcionando temas para conversas por meio da experiência compartilhada;

- Capacita os indivíduos a exercitar o ato de escolha, tomar decisões, agir como cidadãos, graças à disseminação de notícias e informações imparciais;
- Atua como multiplicador, acelerando o processo de informar a população;
- Promove a ligação entre os ouvintes e os que detêm o poder político, propiciando o contato entre estes para o controle social;
- Possibilita o debate social e político, expondo temas e soluções práticas.

## 5.2 A RÁDIO COMUNITÁRIA

### 5.2.1 Direito à Informação e à Comunicação

A Corte Européia reitera que a liberdade de expressão é um dos “fundamentos essenciais de uma sociedade democrática”. Nos Fundamentos Jurídicos do Direito à Comunicação da Associação Mundial de Rádios Comunitárias - AMARC - está expresso que “uma sociedade livre, hoje e amanhã é aquela que pode manter abertamente um debate público e rigoroso sobre si mesma”.

A Convenção Americana dos Direitos Humanos sublinha ainda que “a liberdade de imprensa não se esgota no reconhecimento teórico do direito a falar ou escrever, mas compreende, inseparavelmente, o direito a utilizar qualquer meio apropriado para difundir o pensamento e fazê-lo chegar ao maior número de destinatários”. A Constituição Brasileira em seu artigo 5º diz ser “*livre a liberdade de expressão, sendo vedado o anonimato*”.

Segundo a AMARC existem atualmente 16 mil Rádios Comunitárias no Brasil (número contestado pelo Ministério das Comunicações que trabalha com oito mil). Nesse contexto, a liberdade de informação encontra uma de suas maiores expressões numa Rádio Comunitária, visto tratar-se de um instrumento direcionado à comunidade, realizado por ela, sem interferências externas, por meio das potencialidades do local em que se insere. Um morador de baixa renda da periferia de São Paulo, por exemplo,

não teria espaço numa rádio comercial, seja para falar de problemas na região, de saúde, ou mesmo até interferir na programação da emissora.

A liberdade de expressão e seu pleno exercício só conseguirão se efetivar num ambiente onde não seja preciso atravessar instâncias burocráticas, políticas e econômicas para o simples ato de se expressar e a proposta da rádio comunicação comunitária cumpre esse papel de oferecer essa oportunidade para a sociedade, principalmente àquelas pessoas que não tem vez e voz na maioria dos meios de comunicação.

### 5.2.2 Conquista dos Meios de Informação e Comunicação

A era da informação caracteriza-se por dar poder aos que detêm os meios de comunicação, já que assim podem questionar hábitos e costumes e inclusive gerar outros. Por esta razão, torna-se preocupante pensar que o Brasil é dos países do mundo que apresenta maior concentração privada na área das comunicações: cerca de oito famílias controlam a comunicação do país, influenciando a condução da vida política e cultural do país. Se o empoderamento e a liberdade são as metas principais do desenvolvimento social, o objetivo principal de qualquer estratégia mundial progressista deverá incluir a discussão sobre a apropriação dos meios de informação e de comunicação.

O rádio é um meio particularmente adequado para tal, na medida em que utiliza uma tecnologia de baixos custos de produção e distribuição. Como é um meio auditivo, não exclui os que não sabem ler nem escrever, sendo transmitido freqüentemente na linguagem local das comunidades. Por estas razões, o rádio tem penetrado no mundo, mesmo nas áreas mais remotas e continua a ser o veículo de grande audiência no Brasil. A rádio comunitária por suas características peculiares, tem o potencial de ampliar o acesso à informação, prestando serviços de utilidade pública, levando cultura e lazer para as comunidades e defendendo direitos humanos e justiça social. De fato, os novos movimentos sociais globais têm

representado uma contra-tendência ao surgimento do capital de informação e ao poder das multinacionais de comunidades globais.

Uma experiência reconhecida unindo rádio comunitária e movimentos sociais foi a da "Radio B-92". Quando Slobodan Milosevic (1941-2006, ditador da Sérvia) ordenou pela segunda vez, em seu governo, o fechamento da rádio, intensificaram-se as mensagens de todas as partes do mundo pelo fim das arbitrariedades e a "B-92" transformou-se em referência da luta de resistência popular (O Globo, 06 de outubro de 2000).

### 5.2.3 A Importância para a Comunidade

Comunidade é um grupo local geográfico e social ou setor público, que partilha interesses específicos comuns. A Rádio Comunitária apenas existe porque se localiza em uma comunidade que partilha interesses comuns que busca a satisfação das necessidades da população que a compõe. Esta contribui para o seu desenvolvimento de uma forma assertiva, promovendo mudanças sociais através da democratização da comunicação que favorece a participação da comunidade no processo político, colocando na pauta das discussões da comunidade temas como a cultura de paz, democracia, direitos humanos, equidade, empoderamento, violência, saúde, sexualidade entre outros favorecendo o desenvolvimento cultural e socioeconômico local.

Para que a Rádio Comunitária seja, de fato, um veículo de informação da e para a comunidade, é necessário que preserve alguns princípios ético-operacionais. Assim torna-se importante que tenha autonomia editorial, que expresse a pluralidade de opiniões da comunidade, que pertença a várias entidades/ associações da comunidade, que seja administrada pela comunidade e que não tenha fins lucrativos. É imprescindível que esses princípios básicos sejam respeitados mesmo que no início de sua trajetória a rádio necessite de maior investimento de um ou de outro integrante do grupo, normalmente identificado como o "dono" da rádio. Contudo, uma rádio

comunitária não pode ter um dono – ela é de toda a comunidade e isso precisa ficar muito claro para todas as pessoas envolvidas e se refletir também na sua estrutura organizacional.

As Rádios Comunitárias são importantes nas sociedades em que se localizam, já que através delas, as comunidades podem ter a sua própria voz. Graças ao seu custo reduzido, facilidade de operacionalização e utilização da linguagem local potencializam a partilha de informação e conhecimentos na própria comunidade. Além de informar, as Rádios Comunitárias educam, entretêm e empoderam a comunidade.

A Rádio Comunitária deve tentar fazer frente à utilização inadequada dos meios de comunicação que muitas vezes manipulam a informação, fazendo da comunicação um grande negócio e impedindo a iniciativa de grupos que contrariem seus interesses.

Enquanto as rádios comerciais optam por se tomarem populistas, defendendo interesses particulares e utilizando a radiodifusão para obter prestígio político e eleger os seus candidatos, nas Rádios Comunitárias há a possibilidade de outra lógica: o cidadão, conhecedor da realidade local da sua comunidade, fala, opina, decide e realiza. A presença da rádio comunitária é um indicador de uma cultura democrática participativa (BUCKLEY, 2002). A rádio comunitária promove assim o desenvolvimento e a transformação social, mobilizando a comunidade para intervir na formação da opinião pública, criando espaços para a divulgação de novos talentos e valorizando e divulgando o comércio local. Segundo UNESCO/UNDP (2001), as Rádios Comunitárias são o meio de comunicação mais democrático e criativo.

As Rádios Comunitárias podem ter um papel central na educação cívica, envolvendo as próprias comunidades. A governança participativa pode ser praticada através do rádio, isto é, baseada em opiniões expressa pelos ouvintes, o governo local poderá conhecer, a qualquer momento, o que a população pensa. Assim, a rádio pode ser encarada como uma forma de supervisionar o corpo político.

#### 5.2.4 A Rádio “na – para – sobre – e pela” Comunidade.

Nas Rádios Comunitárias são abordados diversos temas, respeitando sempre a diversidade cultural, e não tolerando qualquer tipo de ditadura, nem mesmo a musical dos grandes estúdios de produção e gravação. Vigil (1997), no seu “Manual Urgente para Radialistas Apasionados”, defende que as Rádios Comunitárias se definem pelas seguintes características:

- Não têm fins lucrativos;
- A comunidade detém o controle e propriedade da rádio;
- A participação da comunidade é central neste processo.

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

As Rádios Comunitárias têm objetivos de mudança social, promovendo o direito à comunicação e à informação, numa perspectiva de um sistema justo que tenha em consideração direitos humanos, tornando o poder acessível às massas e abrindo-o à sua participação.

A Federación Argentina de Rádios Comunitárias estabelece as Rádios Comunitárias como uma rádio na comunidade, para a comunidade, sobre a comunidade e pela comunidade.

Também a CNRL (Confédération Nationale des Rádios Libres, França) sublinha a importância da participação ativa da comunidade no processo de criação de notícias, informação, entretenimento e material relevante cultural, com um enfoque prioritário nas preocupações locais. Na programação devem ser promovidas a melhoria das condições sociais e a qualidade da vida cultural. Para o estabelecimento da programação, a própria comunidade decide as suas prioridades e necessidades.

Entre os primeiros exemplos de Rádios Comunitárias estão as rádios das comunidades dos mineiros de estanho da Bolívia, no final da década de 1940.

Anteriores ao nome de Rádios Comunitárias estão as rádios piratas, micro-estações de baixa potência (de 5 a 15 W) que nas décadas 1960 e 1970 promoveram a divulgação cultural e fomentaram diversas formas de protesto. O nome *pirata* surgiu na Inglaterra para identificar as rádios que faziam transmissões a partir de navios ancorados em águas internacionais, além da faixa marítima territorial. Como na Inglaterra, na ocasião, apenas existiam rádios oficiais, os informes publicitários eram proibidos. Em resposta, multinacionais norte-americanas financiaram estas rádios, com o objetivo de explorar comercialmente o rádio. Estas rádios passaram a ser apelidadas pela imprensa inglesa de “rádios piratas”. A mesma denominação vem sendo atribuída pela imprensa brasileira às rádios livres que surgiram no país, ainda que estas não fossem comerciais nem estivessem instaladas em navios.

Nos anos 1980, dado o tom pejorativo que “rádios piratas” haviam adquirido, as rádios de baixa potência passaram a apelidar-se de “rádios livres”, imitando as rádios de quarteirão que proliferavam nos EUA – as “*free radios*”.

Em resposta à portaria de 1985 que declarava guerra às rádios clandestinas, os rádio-amadores do Rio de Janeiro e de São Paulo promovem um encontro um ano mais tarde, do qual surgiu a ABOLA (Associação Brasileira pelas Ondas Livres). Em 1989, teve lugar o I Encontro Nacional de Rádios Livres, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

O caminho estava aberto para que sindicatos, associações, igrejas e partidos potencializassem as suas ações através do rádio. Algumas rádios começam assim a surgir não de um único idealizador, mas das próprias comunidades, constituindo um espaço público de discussão, democrático e plural.

Contudo, este processo foi reprimido pelo governo federal, através do Dentel (extinto Departamento Nacional de Telecomunicações), até que um grupo de militantes do Rio de Janeiro visitou insistentemente o Ministério das Comunicações para entender o motivo desta repressão. Conseguiram

depois de muito insistir, saber que o que faltava a essas rádios era uma legislação própria, uma vez que o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962 (então em vigor) não regulamentava rádios abaixo de 250 W de potência.

Nesse sentido, em abril de 1995, o Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação apresentou uma proposta de "Regulamentação para o Serviço de Radiodifusão Comunitária". Após três anos de longas negociações, em 19 de Fevereiro de 1998, a lei foi finalmente aprovada.

### 5.2.5 Amarc

A Associação Mundial de Rádios Comunitárias – AMARC – é uma entidade internacional que serve o movimento de Rádios Comunitárias, com cerca de 3 mil membros de 106 países. Com sede em Montreal, Canadá, está presente em todos os continentes, organizando atividades globais e regionais. O seu objetivo é contribuir para o desenvolvimento das Rádios Comunitárias e participativas, de acordo com os princípios de solidariedade e cooperação internacional.

Em 1983, um grupo de simpatizantes das Rádios Comunitárias encontrou-se espontaneamente em Montreal, surgindo um movimento mundial embrionário. Em 1992, Na Conferência de Oaxtepec, realizada no México, foram lançadas a Rede de Solidariedade Internacional da AMARC e a Rede Internacional de Mulheres ligadas ao mundo das Rádios Comunitárias. Em 1996, na segunda Assembléia Mundial que teve lugar em Vancouver, Canadá, o movimento oficial espontâneo transformou-se em uma Organização Não Governamental, a AMARC.

Segundo o texto de sua *Declaração de Princípios*, seus membros deverão:

- a) Contribuir para a expressão de diferentes movimentos sociais, políticos e culturais;
- b) Reconhecer a especificidade e centralidade do papel da mulher nas novas práticas de comunicação;
- c) Expressar através da sua programação:
  - A soberania e liberdade de todas as pessoas;
  - A solidariedade e a não intervenção nos assuntos internos de outros países;
  - A cooperação internacional baseada na criação de laços de equidade, reciprocidade e respeito mútuo;
  - A não discriminação de raça, gênero, preferência sexual ou religião;
  - O respeito pelas diferentes identidades culturais.

Também a rede de mulheres da rádio comunitária, fundada no Encontro de Chimoio em Março de 2001, pode ser considerada como uma base de suporte, não só para as mulheres e seus programas específicos, mas também para facilitar um fortalecimento dos grupos de trabalho.

### 5.2.6 Amarc-Win

A AMARC-WIN (Women's International Network of AMARC, a Rede Internacional de Mulheres da AMARC) promove a comunicação como direito universal do ser humano e o acesso das mulheres aos meios de comunicação. A WIN representa uma larga assembléia de mulheres comunicadoras, que trabalham para assegurar os direitos das mulheres à comunicação através do movimento de Rádios Comunitárias.

Os Princípios Básicos da WIN, subscrevendo os princípios da Plataforma de Ação de Beijing são:

- O direito da mulher de comunicar, como um direito básico expresso através da rádio comunitária;
- O empoderamento das mulheres, a igualdade de gênero e a melhoria das condições e posições das mulheres em todo o mundo;
- O acesso das mulheres a todos os níveis da rádio comunitária, incluindo a tomada de decisões;
- A expressão das próprias mulheres nas suas comunidades, através de programas de capacitação e troca de produções ao nível local e internacional;
- A alteração das imagens negativas de estereótipos de homens e mulheres nos meios de comunicação, reproduzidos por todo o mundo.

O programa prioritário da WIN é o Fem-Access, que promove o acesso das mulheres e da comunidade em geral aos meios de comunicação, através de estações de rádio. Para tal, este programa mobiliza mulheres envolvidas em Rádios Comunitárias e mulheres que pertencem a grupos da sociedade civil que queiram trabalhar em estações de rádio.

### 5.2.7 Legislação Brasileira

O Serviço de Radiodifusão Comunitária foi criado pela Lei 9.612 de 1998, regulamentada pelo Decreto 2.615 de 1998. Segundo o Ministério das Comunicações, rádio comunitária é uma “radiodifusão sonora, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts) e cobertura restrita a um raio de 1 km a partir da antena transmissora”. Continuando ainda com a mesma fonte, as estações de rádio comunitária devem apresentar uma “programação pluralista, sem qualquer tipo de censura, e devem ser abertas à expressão de todos os habitantes da região atendida”.

Da programação diária de uma rádio comunitária deverão constar blocos de informação de lazer, manifestações culturais, artísticas folclóricas

e outras que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, sem discriminação de raça, religião, convicções político-partidárias e condições sociais.

Uma rádio comunitária não pode utilizar a programação de qualquer outra emissora, salvo exista expressa determinação do Governo Federal. Também não poderá incluir propaganda comercial, exceto sob a forma de apoio cultural, de estabelecimentos localizados na sua área de cobertura. Apenas associações e fundações comunitárias que tenham o objetivo de radiodifusão comunitária nos seus estatutos poderão prestar este serviço.

Através das Rádios Comunitárias é possível difundir idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade e oferecer mecanismos de formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social. Com as Rádios Comunitárias prestam-se ainda serviços de utilidade pública. Através deste veículo, a comunidade faz a sua própria comunicação informal, mas real, concretizando a liberdade de expressão.

### 5.3 PROMOÇÃO DA SAÚDE E CIDADE SAUDÁVEL

Podemos encontrar indícios das ações de Promoção da Saúde no nível de prevenção no movimento sanitário do século XIX, quando na Europa, devido ao crescimento das cidades, ocorreu um processo de deterioração nas condições de vida das populações, tornando-as vulneráveis às doenças infecto-contagiosas. Frente a esse contexto, foi criada na Inglaterra a Associação pela Saúde das Cidades, que lutou por melhorias no fornecimento de água, disposição de esgoto e instituiu o sacrifício de animais na tentativa de prevenir doenças resultantes do acúmulo exagerado de pessoas e condições sanitárias deficientes nas cidades industriais recém-nascidas, pois já se considerava a relação da saúde com as condições satisfatórias de vida (WESTPHAL, 2000 apud GONÇALVES, 2003).

LEAVELL e CLARK em 1965 desenvolveram o modelo da história natural de doenças e seus três níveis de prevenção, que vinculam a Promoção da Saúde na prevenção primária, como medida destinada a aumentar a saúde e o bem-estar geral. Esses estudos consideram que a doença possuía um ciclo evolutivo natural, em que profissionais poderiam atuar nas diferentes etapas desse ciclo. As atividades a serem realizadas para promover a saúde incluíam investimentos em saneamento básico, educação, habitação, lazer, vestuário, entre outros (NATAL, 2005).

No início da década de 1970, muitos países começaram a perceber que o modelo de atenção à saúde em vigor, centrado na assistência individual e curativa, concebido setorialmente, exigia cada vez mais recursos e não resolvia os problemas de saúde (ARAI, 2000). Desta experiência, formulou-se em 1978 a Declaração de Alma-Ata na Conferência Internacional sobre Cuidados Primários de Saúde, cujo teor enfatiza que a saúde (estado de completo bem-estar físico, mental e social e não simplesmente a ausência de doenças ou enfermidade) é um direito humano fundamental, e que a consecução do mais alto nível de saúde é a mais importante meta social mundial, cuja realização requer a ação de muitos outros setores sociais e econômicos além do setor saúde.

Na Declaração de Alma-Ata, originou-se um novo paradigma de saúde, baseado numa concepção holística do homem como um ser integral. A Organização Pan-americana da Saúde (OPAS) nos transmite esse conceito holístico: *“a saúde, tanto individual como coletiva, é resultado das complexas inter-relações entre os processos biológicos, ecológicos, culturais e socioeconômicos que se dão na sociedade, ou seja, é o produto das inter-relações que se estabelecem entre o homem e o ambiente social e natural em que vive”* (NATAL, 2005).

Na década seguinte, em 1986, surge a Carta de Ottawa na Primeira Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde, no Canadá. Foi um dos primeiros documentos a desenvolver as bases conceituais e políticas da Promoção da Saúde, definindo-a como: o processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria da sua qualidade de vida e saúde,

incluindo uma maior participação no controle deste processo. É completa, afirmando que os pré-requisitos e os recursos fundamentais para a saúde são: paz, habitação, educação, alimentação, renda, eco-sistema estável, recursos sustentáveis, justiça social e equidade.

A Carta de Ottawa propõe cinco campos centrais de ação:

1. Elaboração e implementação de políticas públicas saudáveis;
2. Criação de ambientes favoráveis à saúde;
3. Reforço da ação comunitária;
4. Desenvolvimento de habilidades pessoais;
5. Reorientação do sistema de saúde.

Nesse sentido, podemos considerar que a Promoção da Saúde representa, em conjunto, estratégias de atuação sobre as condições sociais, econômicas, políticas e culturais causadoras dos múltiplos problemas de saúde que afetam as populações.

Entre as estratégias no campo da Promoção da Saúde destacam-se os movimentos por Cidades Saudáveis, originados nos países desenvolvidos. Primeiro no Canadá, nos anos 1980, depois se difundindo por vários países da Europa. No início dos anos 1990, alcança os países da América Latina.

As implementações dos projetos de Cidades Saudáveis, apesar das suas bases serem universais, devem se adaptar às necessidades locais e às possibilidades de cada país e região, bem como levar em conta as diferenças em seus sistemas sociais, culturais e econômicos.

A primeira definição de Cidades Saudáveis foi elaborada por DUHL e HANCOCK (1986) apud WESTPHAL (2000) como: *“aquela que está continuamente criando e melhorando os ambientes físico e social, fortalecendo os recursos comunitários que possibilitam às pessoas se apoiarem mutuamente no sentido de desenvolverem seu potencial e melhorarem sua qualidade de vida”*.

Portanto, uma cidade começa a se tornar saudável quando suas organizações locais e seus cidadãos adquirem o compromisso e iniciam o

processo de melhorar continuamente as condições de saúde e de bem estar de todos os seus habitantes (MENDES R, 2001).

MENDES (1996) apud WESTPHAL (2000) foi um dos primeiros autores brasileiros a abordar o tema. Considera o movimento por Cidades Saudáveis como um “projeto estruturante do campo da saúde”, em que os atores sociais em situação de governo, organizações não-governamentais, família e indivíduos orientam suas ações no sentido de transformar a cidade em um espaço de “produção social da saúde”, construindo uma rede de solidariedade.

A saúde expressa a qualidade de vida de uma população. A determinação da qualidade de vida tem sido relacionada por diversos autores a fatores objetivos e fatores subjetivos. Os primeiros estariam referidos às condições materiais necessárias a uma sobrevivência livre da miséria, e os segundos, às questões como necessidade de se relacionar, sentir-se integrado socialmente (WESTPHAL, 2000).

Produzir saúde socialmente significa gerar processos participativos sociais e organizá-los para que interfiram nos determinantes ambientais, sociais, econômicos e culturais de enfermidades para mudar práticas que atentam contra a saúde (MENDES R, 2001). Desta forma, todas as políticas públicas no âmbito da cidade devem ter como critério decisório, a capacidade de modificar a qualidade de vida da população.

A sustentabilidade de políticas públicas saudáveis, a intersetorialidade, a participação social, a equidade e o empoderamento constituem as bases para o processo de estruturação de uma cidade saudável.

#### 5.4 PARTICIPAÇÃO SOCIAL

A Carta de Ottawa (1986) preconiza que a Promoção da Saúde começa na participação efetiva e concreta da comunidade na eleição de

prioridades, na tomada de decisões e na elaboração e desenvolvimento de estratégias para alcançar melhor nível de saúde.

Os programas e projetos implementados na perspectiva da Promoção da Saúde não fazem sentido sem o protagonismo da sociedade civil por meio da participação da população, pois é esta que vive e que sente os problemas no seu dia-a-dia (ARAI, 2002).

Logo, as ações relacionadas às políticas públicas não são exclusivas do aparelho estatal e dos profissionais técnicos, devem envolver entidades não governamentais, sindicatos, associações de moradores e de bairros, membros de comunidades e cidadãos comuns; devem ser elaboradas e pactuadas em fóruns participativos, sujeitas às negociações e às lutas políticas em diversas arenas e cenários, representando uma redistribuição de direitos, responsabilidade e poder entre Estado e sociedade civil (WESTPHAL, 2000).

Muitas vezes, os programas de governo chegam prontos, inadequados à realidade da população e não se permitem interferências nem modificações. Se os problemas forem levantados coletivamente, se a discussão for aberta, as soluções serão mais reais e efetivas, e a população pode se tornar um sujeito de sua própria mudança (MENDES R, 2001).

Nesse sentido, adotamos o conceito de VALLA (1993) apud COMARÚ (2004) de participação social como o conjunto de múltiplas ações para poderem influenciar a formulação, execução, fiscalização e avaliação de políticas públicas.

Segundo GOHN (2004) os pressupostos gerais que sustentam a participação social são:

a) Uma sociedade democrática só é possível por meio do caminho da participação dos indivíduos e grupos sociais organizados.

b) Não se muda a sociedade apenas com a participação no plano local, micro, mas é a partir do plano micro que se iniciam os processos de mudança e transformação da sociedade.

c) É no plano local, especialmente num dado território, que se concentram as energias e forças sociais da comunidade, constituindo o poder local daquela região.

d) É no território local que se localizam instituições importantes no cotidiano de vida da população, como as escolas, os postos de saúde e outros (GOHN, 2004).

A participação da sociedade civil na esfera pública – via conselhos e outras formas institucionalizadas – não é para substituir o Estado, mas para lutar para que este cumpra seu dever propiciando educação, saúde e demais serviços sociais com qualidade, e para todos (GOHN, 2004).

## 5.5 POLÍTICAS PÚBLICAS SAUDÁVEIS

Em 1988, cunha-se o termo “políticas públicas favoráveis à saúde” durante a Segunda Conferência Internacional de Promoção da Saúde, realizada em Adelaide, Austrália, reconhecendo que a produção da saúde é dependente de um conjunto de políticas governamentais (FERRAZ, 1993 apud KEINERT, 1997).

A formulação e implementação de políticas públicas saudáveis (PPS) é uma das diretrizes e um dos componentes centrais das estratégias de Promoção da Saúde. Esta expressão é caracterizada por uma preocupação explícita com saúde e equidade promovidas por várias áreas e com uma responsabilidade conjunta pelo impacto em saúde, ou seja, a noção de PPS está estreitamente vinculada à ação intersetorial, à cooperação inter organizacional, à participação social (MENDES R, 2001).

O planejamento e a gestão de Políticas Públicas Saudáveis em nível nacional e estadual ou, particularmente, em nível municipal podem vir a ser um espaço privilegiado para a adoção de conceitos e experimentação de métodos, técnicas e instrumentos que incorporem a interdisciplinaridade na análise dos problemas, a intersectorialidade na definição das soluções e a horizontalidade na implementação de ações voltadas para a mudança e transformação das condições de vida e saúde da população, de acordo com suas necessidades sociais e demandas políticas (TEIXEIRA, 2004).

Para tais intervenções a autora considera pertinente tomar como ponto de partida o enfoque situacional. A base teórico-metodológica desse enfoque reside na identificação e seleção de problemas que podem ser analisados de distintos ângulos, contribuindo para a identificação e articulação das ações a serem realizadas por cada instituição envolvida no seu enfrentamento e solução.

A “formulação de políticas públicas saudáveis” leva em conta no enfoque situacional o mapeamento dos atores e de suas posições diante dos problemas e soluções apresentadas ao debate, de modo que possa se estabelecer um processo dinâmico e flexível de negociação e pactuação em torno de compromissos, responsabilidades e expectativas de cada um deles.

## 5.6 SUSTENTABILIDADE

ARAI (2002) afirma que a falta de sustentabilidade das políticas públicas é um dos problemas que afetam os projetos Cidades Saudáveis e uma das estratégias para mantê-los ao longo do tempo é a participação social.

No aspecto político, ARAI (2002) adota a idéia de sustentabilidade como a continuidade, a capacidade de adaptação e recuperação de uma política pública gestada em conjunto com a sociedade civil, diante de mudanças administrativas conjunturais. O seu conceito é baseado na experiência de que muitos projetos não conseguem se manter devido à descontinuidade de governo.

A maioria das “experiências” é conduzida sob a coordenação de certas correntes político-partidárias. Quando estas correntes saem do poder - por terem perdido as eleições -, são, em geral, descartadas ou ignoradas pelo novo dirigente, seja por uma falta de sensibilidade, seja por não constituírem parte de seu plano de governo devido à correlação de forças que apóiam seu projeto político (GOHN, 1997, p. 317-8 apud ARAI, 2002, p. 16).

Assim, a noção de sustentabilidade pressupõe a necessidade de continuidade de um processo, quer seja um projeto, um programa ou uma política, principalmente quando elaborado com legitimidade em um processo

articulado com participação social, que contribuem para promover a saúde e fortalecer a população, além obviamente, do compromisso e responsabilidade com as gerações presentes e futuras (COMARÚ, 2004).

Sob esse enfoque, a participação social tem um papel essencial para garantir certa sustentabilidade das políticas públicas. MALIK (1997) apud COMARÚ (2004) sugere que a formação de lideranças efetivas pode garantir a permanência de um projeto no município, mesmo após mudanças no governo municipal.

## 5.7 INTERSETORIALIDADE

Os governos têm decidido sobre suas políticas fundamentais quase sempre de uma forma segmentada, setorializada, utilizando um conjunto de organizações – secretarias, departamentos, autarquias, fundações e empresas públicas – através das quais exercem o seu poder de regulação e prestam serviços à sociedade (WESTPHAL, 2000).

Tais estruturas governamentais tradicionais não conseguem solucionar os problemas devido à multicausalidade dos mesmos. Os projetos Cidades Saudáveis exigem uma mudança da lógica de governar setorialmente para uma lógica intersetorial (WESTPHAL, 2000).

Não é apenas a complexidade dos problemas que impõe a necessidade de ações intersetoriais. Trata-se da busca de uma unidade do fazer (MENDES, 1996 apud WESTPHAL, 2000). Pode ser entendida como a articulação de planos e o compartilhamento de informações entre todos os setores para construção de uma síntese do conhecimento e das ações humanas.

A intersetorialidade supõe uma nova forma de gerenciar a cidade pela superação das políticas públicas fragmentadas, considerando o cidadão na sua totalidade (necessidades e potencialidades), incluindo as relações homem/natureza e homem/homem que determinam a construção social da cidade (JUNQUEIRA, 1997 apud WESTPHAL, 2000). Essa abordagem não

anula a ação setorial, ao contrario, reconhece os domínios temáticos comunicando-os para a construção de uma síntese (MENDES EV, 1996 apud WESTPHAL, 2000).

## 5.8 EQÜIDADE

O Brasil é o caso clássico de desenvolvimento desigual, em que um pequeno segmento da população tem acesso a uma grande parte de bens e serviços, enquanto outra, maior, está excluída de bens básicos de sobrevivência (WESTPHAL, 2000).

PINHEIRO (2003) no seu trabalho sobre eqüidade em saúde e as Conferências Nacionais de Saúde sugere que a ocorrência de acumulatividade de desigualdades alimenta um processo circular, no qual a pessoa não tem acesso à educação, alimentação, trabalho, moradia e conseqüentemente saúde, chegando ao extremo da exclusão social. Todavia, concordando-se com a tendência do acúmulo de desigualdades, pode-se supor que a superação das mesmas, em uma perspectiva de Promoção da Saúde se dará por meio de políticas públicas que integrem estas distintas dimensões, para criar então, um *círculo virtuoso* que tanto pode ter início em um setor, como em outro, mas que deve integrar todos.

A palavra eqüidade no aspecto semântico está bastante próxima à palavra igualdade, podendo até constar como sinônimo. A etimologia de ambas revela o mesmo elemento formador, “equ”, antipositivo do latim “aequus” que pode significar unido, justo, imparcial, favorável (PINHEIRO, 2003).

Todavia, é preciso atentar para o fato de que o termo eqüidade – no campo da saúde, baseado na admissão de que os indivíduos ou comunidades têm necessidades e possibilidades distintas e, portanto, oportunidades diferentes – têm servido a diversas e contraditórias interpretações com a intenção de fomentar a igualdade de acesso a serviços, igualdade de recursos despendidos para cada indivíduo de uma

condição particular; enfim, igualdade de vida. Ou seja, garantir atendimento diferenciado a pessoas desiguais de acordo com suas necessidades (MORROW e BRYANT, 1995 apud FORTES, 2002).

Segundo SPOSATI (2000) apud COMARÚ (2004) o conceito de equidade é concebido como reconhecimento e efetivação, com igualdade, dos direitos da população, sem restringir o acesso a eles, nem estigmatizar as diferenças que conformam os diversos segmentos que a compõem.

Partindo-se do princípio da igualdade, a interpretação de justiça requer que as políticas públicas forneçam meios para garantir as necessidades individuais, porém não se advoga que os recursos sejam distribuídos igualmente, mas que sejam proporcionados pelas necessidades dos indivíduos (FORTES, 2002).

John Rawls, professor de filosofia na Universidade de Harvard, em seu livro *Uma Teoria da Justiça*, publicado pela primeira vez em 1971, propõe que a distribuição de recursos deva seguir duas etapas: a primeira exige igualdade na distribuição de deveres e direitos básicos, como por exemplo, direito à liberdade de locomoção, de informação, de reclamação e outros. A segunda etapa, aceitando o princípio da diferença, afirma que é justa a ação que tenha conseqüências desiguais para os diversos envolvidos apenas quando resultam em benefícios compensatórios para cada um, e particularmente para os membros “menos favorecidos” da sociedade (RAWLS, 1997 apud FORTES, 2002).

Apesar da pluralidade de valores existentes e das diferentes concepções sobre justiça e equidade, FORTES (2002) entende que possa haver atualmente um denominador comum sobre o que deva ser considerado como uma política pública justa – a redução das desigualdades sociais.

## 5.9 EMPODERAMENTO

OAKLEY e CLAYTON (2003) no trabalho *Monitoramento e Avaliação do Empoderamento*, afirmam que desde a década de 1970 encontram-se os primeiros trabalhos analíticos que influenciaram no surgimento do “poder” como o conceito central que define todos os processos de transformação e de desenvolvimento social.

Roberts, em 1974, declarou que o desenvolvimento é a distribuição mais eqüitativa de poder entre as pessoas e que historicamente todos os esforços, tanto internos quanto externos, para concretizar transformações, giravam em torno da natureza do poder e sua distribuição no contexto específico em que se buscava implantar mudanças (OAKLEY e CLAYTON, 2003).

Os autores reconhecem o poder como elemento central nos esforços para promover uma mudança social efetiva, e que tem sido instrumentalizado no processo de empoderamento como o processo que buscaria tanto afrontar grandes desequilíbrios de poder como apoiar ativamente aos desprovidos de poder, para que possam empoderar-se.

Nesse sentido, tomam como referência o conceito de empoderamento de VAN DER EIKEN (1990) como:

(...) um processo dinâmico em desenvolvimento, centrado na comunidade local e que envolve a dignidade recíproca, a reflexão crítica, a participação e o cuidado do grupo, através do qual aqueles que carecem da possibilidade de compartilhar os recursos existentes ganham maior acesso e controle sobre tais recursos, através do exercício de ampliação do equilíbrio de poder (VAN DER EIKEN, 1990 apud OAKLEY; CLAYTON, 2003, p. 12).

Por fim, concluem qualificando o desenvolvimento social como um conjunto de ações orientadas a estimular o empoderamento de grupos que carecem de acesso aos recursos e instituições que lhe permitam competir mais efetivamente na luta para alcançar seu sustento.

## 6. MÉTODO

### 6.1 DESENHO DO ESTUDO

Trata-se de uma pesquisa transversal, estruturada a partir de um instrumento de coleta de dados – formulário de autopreenchimento (anexo 5).

### 6.2 COLETA DE DADOS

Em face da dificuldade de um contato físico preliminar, uma vez que se tratava de mapeamento de entidades pouco conhecidas ou até mesmo desconhecidas, optou-se por uma aproximação inicial via telefônica, a partir de um cadastro inicial de posse da Faculdade de Saúde Pública da USP. A este cadastro, foram acrescentadas informações provenientes da Frente Parlamentar Estadual em Defesa das Rádios Comunitárias (Assembléia Legislativa de São Paulo). Adotou-se como protocolo de coleta de dados a seguinte ordem de procedimentos:

**PRIMEIRO PASSO:** contato telefônico inicial com o responsável pela rádio (ou seu substituto). Nesse contato foi muito importante que:

1 – O pesquisador se identificasse tentando estabelecer uma relação de confiança e deixando claro para o contatado:

a) O nome e a identidade do responsável pela pesquisa, a saber, a Faculdade de Saúde Pública da USP e o pesquisador com o qual o responsável pela rádio estava falando.

b) Os objetivos da pesquisa

c) A metodologia:

- Comunicar que um formulário seria enviado pelo correio para ser preenchido.

- Lembrar que a sua devolução deveria ser feita o mais rápido possível, usando o envelope pré-selado e timbrado colocado à disposição junto com o formulário.
  - Informar que não haveria custos para o entrevistado e/ou rádio.
- a) Era importante que o pesquisador comunicasse o endereço eletrônico do projeto para o entrevistado, para que pudesse obter maiores informações, caso desejasse: [www.fsp.usp.br/laudio/mapeamento](http://www.fsp.usp.br/laudio/mapeamento)
- b) Confirmar dados cadastrais na Ficha de Acompanhamento do projeto.

Embora esta etapa fosse estruturada para minimizar a insegurança do entrevistado a respeito dos objetivos da pesquisa e de suas repercussões, era possível que houvesse um grande número de perdas, particularmente no que diz respeito ao endereço e as informações sobre responsabilizações legais da emissora. Para tanto, outras duas etapas foram desenhadas para contornar melhor este problema.

**SEGUNDO PASSO:** Encaminhamento do material impresso contendo:

- Carta de Apresentação (anexo 3);
- Formulário da pesquisa (anexo 5);
- Termo de consentimento livre e esclarecido (anexo 2);
- Envelope timbrado e selado para resposta.

Nesta etapa, optou-se por transferir ao entrevistado o direito de não responder a uma ou todas as questões.

**TERCEIRO PASSO:** Após 10 (DEZ) dias do envio do material, o pesquisador deveria:

- a) Estabelecer novo contato telefônico tanto para agradecer a resposta quanto para solicitar a devolução do formulário – caso ela não tenha ainda ocorrido. (se a rádio não recebeu o material, verificasse o motivo do não recebimento, - p.ex. erro de endereço, extravio - e reenviá-lo novamente).

Finalmente, esperava-se após estes cuidados com a aplicação do formulário (anexo 4), ter consolidado uma relação de confiança com os responsáveis e comunicadores das rádios. Após todos esses passos, foram contatadas 95 emissoras. Destas, 20 aceitaram participar do estudo.

## 6.3 PLANO DE ANÁLISE

Este estudo esteve restrito a análise dos dados relativos a rádios do Estado de São Paulo.

A análise dos resultados foi, para efeito deste trabalho, realizada a partir da abordagem quantitativa dos dados. Os dados mensuráveis quantitativamente são apresentados em tabelas de frequência e de contingência. Optou-se por comparação de médias e proporções.

No que diz respeito à análise dos dados do questionário e dos relatos, cabe uma introdução:

### 6.3.1 Apresentação dos Resultados e Discussão

Os resultados são apresentados de acordo com a frequência de ocorrências nos formulários de coletas de dados. Nas respostas de múltipla escolha presentes nas tabelas 5, 11,18,20,21 e 22, a linha dos totais está ajustada para 20 rádios. O que significa dizer que os valores da coluna de percentual foram calculados tendo como denominador o número 20 e no numerador o número absoluto de rádios que responderam o respectivo item. Nas tabelas número 23, 24, 25 e 26 referentes às quatro últimas questões abertas dos formulários os dados foram organizados a partir da idéia central (IC) dos resultados. Para isto, utilizou-se a técnica proposta por LEFÈVRE e colaboradores para construção do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) (LEFÈVRE, 2003).

### 6.3.2 Identificação da Rádio

O formulário se inicia com perguntas que possam levantar o perfil básico da organização da rádio, como nome, endereço, telefone, fax e e-mail bem como os responsáveis pelo atendimento.

### **6.3.3 Organização Social**

Para conhecer a organização social das rádios, levantaram-se dados que indicassem a sustentabilidade destas como: suas parcerias (com prefeituras, associações de bairro, igrejas, entre outras), suas doações e seus patrocínios. Para isso foram elaboradas questões de múltipla escolha.

### **6.3.4 Informações Gerais**

Buscou-se no estudo conhecer as informações gerais das Rádios Comunitárias como: a frequência em que estas operam, a abrangência de sinal (área de cobertura territorial), os recursos técnico-administrativos, o tempo de autorização e outorga perante o Ministério das Comunicações, a identificação dos responsáveis pela decisão final (sobre programação e demais assuntos) das rádios e a constituição de um conselho comunitário na gestão administrativa.

### **6.3.5 Audiência**

Sobre a audiência e suas características as rádios responderam se era rural, urbana ou os dois. Elas também responderam o número de ouvintes que acham que atingem. Nas tabelas os dados estão mais detalhados.

### **6.3.6 Conhecimento sobre os Movimentos das Rádios Comunitárias**

O estudo buscou conhecer se as rádios conhecem e se relacionam com movimentos que lutam pelos seus interesses no país.

### **6.3.7 Conteúdo da Programação**

O estudo quis conhecer também qual o conteúdo da programação das rádios pesquisadas (temas de maior audiência, divididos por região – bairro, cidade, estado, país, internacional).

### **6.3.8 Perspectivas**

Procurou-se conhecer as perspectivas das Rádios Comunitárias objeto deste estudo: aspirações, estrutura desejada,

### **6.3.9 Sustentabilidade / responsabilidade social**

O estudo buscou saber qual a compreensão das Rádios Comunitárias sobre sua responsabilidade social e ação dentro do local onde atuam.

## 7. RESULTADOS

O trabalho com as Rádios Comunitárias do Estado de São Paulo trouxe os resultados contidos nas tabelas a seguir.

### 7.1 IDENTIFICAÇÃO DA RÁDIO

**Tabela 1:** Identificação das emissoras segundo nome da entidade ou pessoa responsável

<i>IDENTIFICAÇÃO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Associação (jurídica)	04	20,0
Pessoa (física)	08	40,0
Não responderam	08	40,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Pode-se notar na tabela 01 que das 20 emissoras objetos deste trabalho, quase a metade (40%) apresentaram pessoas como responsáveis. Apenas 20% apresentaram uma entidade como responsável. Contudo, foi grande o número de informantes que não preencheram resposta a esta pergunta, o que relativiza quantitativamente as respostas.

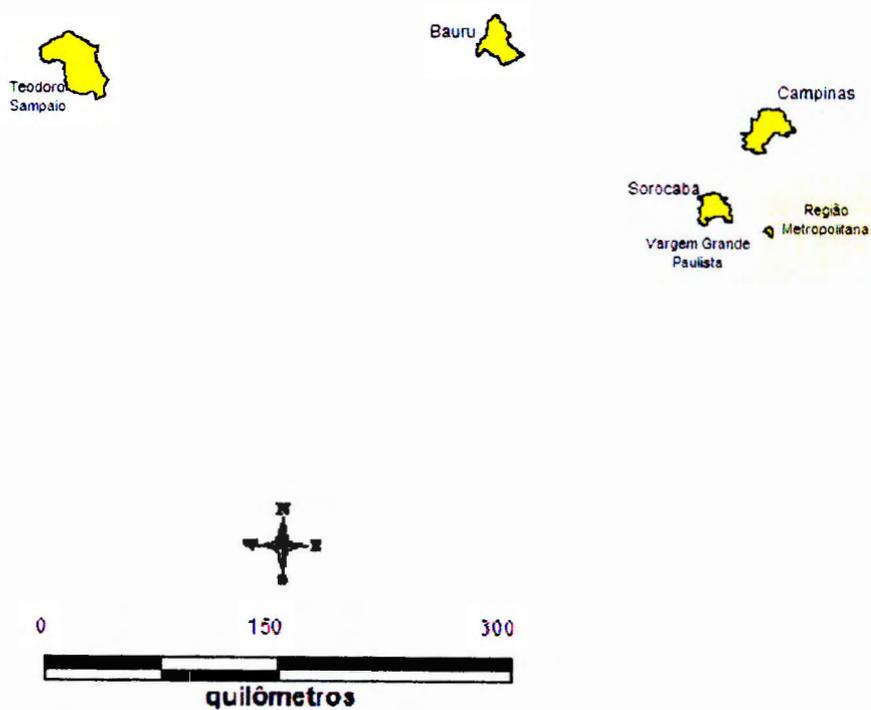
**Tabela 2:** Localização por cidade/região/número de telefone.

<i>LOCAL</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Grande São Paulo	07	35,0
Município de São Paulo	02	10,0
Campinas e Região	06	30,0
Região de Bauru	02	10,0
Sorocaba	01	5,0
Não responderam	02	10,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 02 mostra que 35% das rádios avaliadas se localizam na Grande São Paulo, 10% especificamente no município de São Paulo, 30% em Campinas e região, 10% em Bauru e apenas uma (5%) na região de Sorocaba; 10% não responderam.

**Figura 1**

Mapa das regiões das Rádios Comunitárias do estudo “A Rádio Comunitária como Instrumento de Promoção de Saúde, 2008”.



Fonte: Pedro Vieira (MapaInfo)

**Tabela 3: Responsável pela rádio comunitária, segundo sexo.**

<i>SEXO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Homem	12	60,0
Mulher	01	5,0
Não responderam	07	35,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 03 mostra o sexo da pessoa responsável da rádio comunitária para contatos telefônicos administrativos. Nesse caso, a maioria é do sexo masculino (60%), pouquíssimos do sexo feminino (5%), e não responderam (35%).

**Tabela 4: Presença de e-mail na rádio.**

<i>E-MAIL NA RÁDIO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Sim	13	65,0
Não	05	25,0
Preenchimento incorreto	02	10,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Na identificação da rádio no questionário também pedimos que nos fossem fornecidos o endereço de e-mail (tabela 04). O resultado foi: 65% das rádios divulgaram seus endereços eletrônicos, 25% disseram não ter endereço eletrônico para contato e 10% não souberam responder.

## 7.2 ORGANIZAÇÃO SOCIAL

A partir das tabelas 05, 06 e 07 pode-se inferir que a maioria das rádios tem parcerias (90%) com entidades diversas e 10% não responderam, indicando que a maioria delas considera importante a atuação em conjunto com outros órgãos da sociedade civil.

**Tabela 5: Parcerias institucionais relatadas pelas rádios.**

<i>ÓRGÃO/ENTIDADE</i>	<i>Número</i>	<i>%</i>
Conselho tutelar	04	20,0
Ong	12	60,0
Conselho de saúde	07	35,0
Sindicato	09	45,0
Associação de bairro	14	70,0
Igreja	11	55,0
Partido político	02	10,0
Clube	05	25,0
Organização política	02	10,0
Escola	09	45,0
Personalidade/figuras políticas	02	10,0
Câmaras municipais	07	35,0
Lideranças locais/comunitárias	13	65,0
Não responderam	02	10,0
<b>Total *</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

\*Vide item 6.3.1 página 51.

A tabela 05 mostra que as rádios que declararam suas parcerias preferenciais têm, na sua rotina, parcerias preferenciais com as associações de bairro, lideranças locais, ONGs e igrejas (respectivamente 70%; 65%; 60% e 55%). Por outro lado, as rádios não registraram parcerias com partidos políticos em geral, personalidade políticas e organizações políticas

(10% em cada um dos casos). Quanto às parcerias com os conselhos de saúde, apenas sete rádios relataram algum grau de cooperação (35%), mesmo percentual que as parcerias com as câmaras municipais dos respectivos municípios.

**Tabela 6:** Fonte das doações recebidas pelas rádios como subsídio ao seu funcionamento.

<i>FONTE</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Comércio local/comunidade	10	50,0
Membros de igrejas	05	25,0
Associados	01	5,0
Não responderam	04	20,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 06 mostra que as rádios que declararam receber doações, especificando sua fonte, metade (50%) disse receber via comércio local e comunidade, incluindo também os ouvintes, 25% disseram receber de membros de igrejas, 5% de associados e 20% não responderam a questão.

**Tabela 7:** Forma de Doações recebidas pelas Rádios Comunitárias.

<i>FORMA</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Produtos e serviços	10	50,0
Dinheiro	12	60,0
Troca de favores	02	10,0
Não responderam	08	40,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 07 mostra que 50% disseram receber as doações em forma de produtos e serviços; 60%, em dinheiro, 10% sob troca de favores e 40% não responderam.

**Tabela 8: Patrocinadores das Rádios Comunitárias**

<i>FONTE</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Empresas/Comércio	10	50,0
Membros de igrejas	03	15,0
Escolas	01	5,0
Hospitais	01	5,0
Políticos	01	5,0
Entidades/Amigos de Bairro	02	10,0
Não responderam	02	10,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Já a tabela 08 traz a quantidade de rádios que declararam receber patrocínio. Destas, 50% recebem de empresas e do comércio, 15% de membros de igrejas, 5% de escolas, hospitais e políticos, respectivamente, 10% de entidades ou associações de amigos de bairro e 10% não responderam.

**Tabela 09: Formas de Patrocínio recebidas pelas Rádios Comunitárias**

<i>FORMA</i>	<i>QUANTIDADE (em citações)</i>	<i>%</i>
Produtos e Serviços	06	30,0
Dinheiro	05	25,0
Cestas Básicas	01	5,0
Não responderam	12	60,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 09 nos mostra a forma de apoio dos órgãos patrocinadores. 30% das rádios recebem via produtos e serviços, 25% em dinheiro, 5% em cestas básicas e 60% não responderam.

A última pergunta sobre a organização social foi sobre sua sustentabilidade. Dez por cento responderam vir de comerciais e produtos e serviços sua forma de sustentabilidade da rádio; outras 5% disseram vir da comunidade e de outras fontes; 5% não responderam.

### 7.3 INFORMAÇÕES GERAIS

A primeira questão do bloco diz respeito à audiência das rádios estudadas. Setenta por cento delas declararam suas frequências no *dial*; 20% não declararam; 45% delas são de frequência a partir dos 100 MHz (106,1 / 101,3 / 107,9 / 101,1 / 100,9 / 105,9 / 101,9 / 107,1); 15% são a partir de 90 MHz (97,9 / 97,9 / 91,3); e dessas, 10% têm o mesmo *dial* - em localidades diferentes: 97,9 MHz; 10% têm sua frequência a partir de 80 MHz (87,9 / 88,9); e 0,5% se declararam como 1200 KHz AM.

**Tabela 10:** Cobertura (área em Km que o sinal atinge)

ÁREA	QUANTIDADE	%
Até 01 Km	02	10,0
Até 10 Km	10	50,0
De 15 a 20 Km	02	10,0
De 20 a 30 Km	01	5,0
Mais de 30 Km	01	5,0
Não responderam	04	20,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 10 revela que 10% têm cobertura de até 1 km de raio; 50% têm até 10 Km, 10% têm entre 15 e 20 Km; 5% têm entre 20 a 30 Km e mais de 30 Km, respectivamente. Não responderam à pergunta 20% das rádios.

**Tabela 11: Recursos técnico-administrativos da rádio**

<i>RECURSOS</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Telefone	19	95,0
Chave Híbrida*	12	60,0
Computador	17	85,0
Internet	14	70,0
Banda Larga	13	65,0
Não responderam	01	5,0
<b>Total**</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

\*Instrumento para gravação telefônica

\*\*Vide item 6.3.1 página 51.

A tabela 11 mostra que 95% possuem telefone, 60% possuem chave híbrida, 85% têm computador, 70% têm acesso à internet, 65% têm acesso à banda larga, e 5% não responderam a esta questão.

**Tabela 12: Tempo de entrada nos documentos para autorização/outorga**

<i>TEMPO DO PEDIDO DE OUTORGA</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
1997	03	15,0
1998	03	15,0
2004	03	15,0
2006	01	5,0
2007	01	5,0
Não responderam	09	45,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 12 mostra que 15% das rádios encaminharam os documentos para autorização e outorga em 97,98 e 2004 respectivamente. 5%, em 2006 e 2007 e não responderam 45%.

**Tabela 13:** Pessoa que toma a decisão final na rádio

<i>PESSOA/CARGO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Diretor/Presidente/Coordenador	08	40,0
Comunidade	06	30,0
Conjunto De Líderes	01	5,0
Não responderam	05	25,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Na tabela 13, 40% das rádios têm o presidente, o diretor e o coordenador como pessoas que tomam a decisão final sobre os assuntos. Em 30% delas, a comunidade e em 5% são um conjunto de líderes os responsáveis pela decisão final e 25% não responderam.

**Tabela 14:** Conselho Comunitário

<i>CONSELHO COMUNITÁRIO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Sim	14	70,0
Não	04	20,0
Não responderam	02	10,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 14 mostra que 70% possuem conselho comunitário e 20% não; 10% não responderam.

**Tabela 15:** Forma de decisão da programação. Quem decide.

<i>QUEM DECIDE A PROGRAMAÇÃO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Com a Comunidade	07	35,0
Funcionários e Equipe	03	15,0
Participação Coletiva	02	10,0
Grade de Programação	02	10,0
Não responderam	06	30,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 15 mostra que 35% das rádios decidem a sua programação com a comunidade, 15% com os funcionários da equipe, 10% em participação coletiva e pela grade de programação, respectivamente e 30% não responderam.

#### 7.4 AUDIÊNCIA

**Tabela 16:** Classificação da Audiência

<i>TIPO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Rural	00	0,0
Urbana	08	40,0
Ambas	09	45,0
Não responderam	03	15,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Na tabela 16 nenhuma das rádios declarou ter um tipo de audiência somente rural, mas 40% têm audiência urbana e 45% têm em ambas as regiões; 15% não responderam.

**Tabela 17: Número de ouvintes que a rádio atinge**

<i>NÚMERO DE OUVINTES</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Até 10 Mil	04	20,0
De 11 a 20 Mil	04	20,0
De 21 a 50 Mil	02	10,0
A partir de 100 Mil	01	5,0
1 Milhão	01	5,0
Não responderam	08	40,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Na tabela 17, 20% das rádios atingem até 10 mil ouvintes e de 11 a 20 mil, respectivamente; 10% atingem de 21 a 50 mil; 5% a partir de 100 mil e um milhão, respectivamente e 40% não responderam.

**Tabela 18: Gênero de maior audiência da rádio comunitária**

<i>SEXO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Masculina	07	35,0
Feminina	13	65,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

A tabela 18 mostra que 35% das rádios têm a maioria de ouvintes do sexo masculino e 65% feminino.

## 7.5 CONHECIMENTO SOBRE O MOVIMENTO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

**Tabela 19:** Conhecimento sobre o movimento das Rádios Comunitárias

<i>LIGAÇÃO</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Sim, Temos Ligação	16	80,0
Sim, Já Tivemos Ligação	03	15,0
Não	00	0,0
Não responderam	01	5,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

Na tabela 19, 80% das rádios estudadas têm ligação com movimentos de rádio comunitária; 15% já o tiveram. Uma não respondeu à questão. Todas, portanto, têm ou tiveram ligação com o movimento das Rádios Comunitárias.

## 7.6 CONTEÚDO DA PROGRAMAÇÃO

**Tabela 20:** Conteúdo da programação (por gênero) das Rádios Comunitárias

<i>GENERO DE PROGRAMA</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Entretenimento	11	55,0
Política	02	10,0
Cultura	05	25,0
Musica	15	75,0
Meio Ambiente	06	30,0
Saúde	08	40,0
Esportes	06	30,0
Jornalismo	09	45,0
Utilidade Pública	08	40,0
Economia	00	00
Violência	00	00
Culinária	01	5,0
Religião	08	40,0
Educação	12	60,0
Variedades	04	20,0
Outras	01	5,0
<b>Total*</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

\*Vide item 6.3.1 página 51.

Na tabela 20 acima 55% têm entretenimento em sua programação, 10% política, 25% cultura, 75% música, 30% meio ambiente, 40% saúde, 30% esportes, 45% jornalismo, 40% utilidade pública, 5% culinária, 40% religião, 60% educação, 20% variedades e 5% outros gêneros de programação. Economia e violência não foram citadas pelas rádios.

**Tabela 21:** Temas referidos de maior audiência

<i>GENERO DE PROGRAMA</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Musica	12	60,0
Jornalismo	07	35,0
Entretenimento	06	30,0
Utilidade Pública	06	30,0
Educação	05	25,0
Religião	05	25,0
Saúde	05	25,0
Meio Ambiente	02	10,0
Variedades	02	10,0
Política	01	5,0
Cultura	01	5,0
Culinária	01	5,0
Outras	01	5,0
Esportes	00	0,0
Economia	00	0,0
Violência	00	0,0
<b>Total*</b>	20	100,0

\*Vide item 6.3.1 página 51.

Na tabela 21, 60% têm maior audiência em programas voltados à música. Em seguida, citam o jornalismo (35%), entretenimento e utilidade pública (30%). Do outro lado, parece não ter tanta importância os programas ligados à violência, economia e esportes (0%).

**Tabela 22:** Temas na programação por região das Rádios Comunitárias

<i>LOCALIDADE</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Bairro	10	50,0
Cidade	13	65,0
Estado	05	25,0
Nacional	07	35,0
Internacional	03	15,0
<b>Total*</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

\*Vide item 6.3.1 página 51.

A tabela 22 mostra que, como tema de programação, 50% das Rádios Comunitárias têm o bairro, 65% a cidade, 25% o estado e 35% nacional e 15% internacional.

## 7.7 PERSPECTIVAS

**Tabela 23:** Aspirações da rádio

<i>QUAIS AS ASPIRAÇÕES DE SUA RÁDIO? (IC)*</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Prestar Serviço A Comunidade	05	25,0
Aumentar A Audiência	02	10,0
Não responderam	13	65,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

\**Idéia Central (Discurso do Sujeito Coletivo - DSC)*

A tabela 23 mostra que 25% das rádios querem prestar serviços à comunidade em que atuam, 10% aumentar a sua audiência e 65% não responderam.

**Tabela 24:** Estrutura desejada pelas Rádios Comunitárias

<i>O QUE VOCE GOSTARIA QUE SUA RÁDIO TIVESSE, MAS AINDA NÃO TEM? (IC)*</i>	<i>QUANTIDADE</i>	<i>%</i>
Autorização/Outorga	08	40,0
Melhores Condições Estruturais	04	20,0
Está Satisfeita Com O Que Tem	01	5,0
Não responderam	07	35,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

*\*Idéia Central (Discurso do Sujeito Coletivo)*

Na tabela 24, 40% das rádios disseram querer ter liberação e outorga de sua rádio; 20% gostariam de ter melhores condições técnico-estruturais; 5% declararam estarem satisfeitas como estão e 35% não responderam.

## 7.8 SUSTENTABILIDADE / RESPONSABILIDADE SOCIAL

**Tabela 25:** Sustentabilidade da Rádio Comunitária

COMO RESOLVER A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE DA RÁDIO? (IC)*	QUANTIDADE	%
Patrocínios/Anúncios	06	30,0
Mudança Na Lei/Intervenção do Governo	05	25,0
Parceria	02	10,0
Doação	02	10,0
Não responderam	05	50,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

*\*Idéia Central (Discurso do Sujeito Coletivo)*

Na tabela 25 a maioria das rádios (30%) deseja resolver a questão da sustentabilidade por meio de patrocínios e anúncios; (25%), através da mudança na lei ou intervenção do governo 10%, com parceria e doação, e 50% não responderam.

**Tabela 26:** Como a rádio comunitária pode ajudar na defesa da saúde

COMO SUA RÁDIO PODE AJUDAR NA DEFESA DA SAÚDE? (IC)*	QUANTIDADE	%
Divulgando	07	35,0
Prestação de Serviços	04	20,0
Educação/Conscientização	03	15,0
Cobrando/Denunciando	02	10,0
Incluindo Socialmente	01	5,0
Não responderam	03	15,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

*\*Idéia Central (Discurso do Sujeito Coletivo)*

A tabela 26 mostra que 35% das rádios disseram ajudar na defesa da saúde através de divulgação, 20% na prestação de serviços, 15% na educação e conscientização, 10% cobrando ou denunciando, 5% "incluindo socialmente" e 15% não responderam.

## 8. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 8.1 IDENTIFICAÇÃO DA RÁDIO COMUNITÁRIA

O conceito do “direito à comunicação” apareceu pela primeira vez na década de 1960 e foi se cristalizando em debates no âmbito da UNESCO, configurando-se objetivamente no direito individual e coletivo de que toda a humanidade possa ser produtora de informação, para além de espectadora e leitora, e tenha condições de fazer circular estas manifestações (BARBOSA, In Coletânea de Com, 2007).

A análise dos resultados suscita dúvidas a respeito dos critérios de participação da comunidade no modelo de gestão das rádios. Segundo a Lei 9.612/98 que cria o serviço de radiodifusão comunitária a emissora de radiodifusão comunitária deve atender aos interesses da comunidade local no sentido coletivo, do grupo e do esforço deste para a utilização desta mídia como instrumento de promoção dos interesses e demandas da e para as pessoas que vivem no local, em comunidade. Em seu artigo primeiro, a lei da radiodifusão afirma ser o serviço de radiodifusão comunitária a expressão de um conjunto de pessoas, movimento organizado ou associação da comunidade e não de interesses individuais.

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 de serviço.  
(Lei 9.612/98 art 1º)

A Constituição brasileira em 1988, ao deslocar o capítulo DA SAÚDE, art. 196 a 198, da área da previdência para a da seguridade social, apresentou um novo conceito de Assistência à Saúde e re-configurou direitos, deveres e desafios à sociedade.

Entre as repercussões da decisão constituinte, além da manutenção das ações estabelecidas de prevenção e reparação das doenças, diz respeito à integração do campo epistemológico da Promoção da Saúde e ao envolvimento da comunidade no planejamento, gestão e avaliação do Sistema de Saúde (FLEURY, 2007). Dessa maneira, seja para o controle do sistema de saúde (controle social), seja como co-responsável pela luta por condições de vida necessárias à sua Saúde (FLEURY, 2007), o Sistema de Saúde aspira por ações que o enraízem junto à população, capazes de conferir-lhe legitimidade e possibilidades de ação.

Neste trabalho, o processo de identificação das emissoras caracterizou-se pelo destaque de nome de pessoas físicas como os responsáveis pelo serviço (*tabela 01*). Percebe-se nesta observação que o plural pode estar sendo tomado pelo singular, que o todo está representado pela parte e indiretamente que o processo de decisão local pode estar comprometido pelo individual no lugar do coletivo. Segundo DALBERG apud AZEVEDO (2001), a legitimidade democrática é alcançada através do fortalecimento do espírito e dos valores da comunidade. Em seu trabalho cita que uma democracia sustentável deve estar baseada em concepções de bem e valores partilhados que unem as pessoas em uma comunidade. O diálogo democrático, portanto, é voltado para atender os interesses comuns do grupo, antes que para os interesses do indivíduo privado – capacitando, dessa forma, os membros da comunidade a descobrirem objetivos e identidades partilhados (DAHLBERG, 2001, apud AZEVEDO, 2001). Para HOWLEY (2000) o relacionamento entre Rádios Comunitárias e comunidade, implica três considerações:

A primeira é admitir que as Rádios Comunitárias funcionam como um recurso para reconstituir os laços da comunidade eventualmente fragmentados pelas características do mundo contemporâneo. A segunda é, também admitir que o rádio contribui para fortalecer as relações de sentido e solidariedade dentro da comunidade. A terceira aponta para o potencial do rádio local em descentralizar o poder político, social e cultural, retornando, portanto, o sentido de auto-determinação e de comunidade local (HOWLEY, 2000)

Para a rádio comunitária, essa discussão também remete a uma outra, sobre o domínio da esfera de visibilidade pública, prerrogativa de regulação do Estado. Desta maneira, a questão da visibilidade pública tem sido preocupação da esfera política *“muito antes da invenção da imprensa escrita por Gutenberg”*. (THOMPSON, 1998 apud AZEVEDO, 2001). A busca por autonomia na informação e, portanto da visibilidade pública, tem sido um dos baluartes da imprensa, desde sua invenção, em 1450. O afastamento do controle da visibilidade das mãos do Estado se inicia após o surgimento da imprensa, à medida que a aristocracia detentora do poder político começa a se tornar uma *“pedra no sapato”* da burguesia economicamente em ascensão. Nesse momento começa a surgir uma imprensa burguesa de opinião, e o surgimento dessa imprensa de opinião garantiu à burguesia duas conquistas fundamentais: o controle do Estado por suas esferas de decisão política e a consolidação da esfera pública, aqui compreendendo sua dimensão no debate público, ou seja, na visibilidade pública (AZEVEDO, 2001).

Para as Rádios Comunitárias, distantes da esfera da decisão política, a ampliação da esfera de visibilidade pública é crucial para alcançar os objetivos de formação de opinião da comunidade e cumprir seu papel de funcionar como um recurso de reconstituição dos laços da comunidade e fortalecimento das relações de solidariedade dentro da comunidade (HOWLEY, 2000).

Neste cenário, segundo PERUZZO (2003), é necessário que o discurso seja desempenhado via mídia comunitária e, portanto crítica e não somente obedecendo à lógica informativa local, pois a primeira tem o objetivo de mobilizar, lutar, ser agente de transformação e a segunda, apenas a de informar os moradores do local sobre assuntos de interesse locais. (PERUZZO, 2003).

Nesse sentido, a rádio comunitária deve atuar principalmente como uma mídia comunitária onde mais do que informação, caracterizada pela proximidade do local, familiaridade e diversidade, tenha compromisso com o lugar em que atua. A partir deste ponto de vista, um dos indicadores da

noção de vínculo da rádio com a comunidade, qual seja, sua representatividade social, é a referência e o destaque ao nome da rádio ou da associação da qual ela faz parte, e não aos de seus dirigentes em sua apresentação. Neste estudo, só uma parcela das RC valorizou a entidade comunitária como responsável por seus trabalhos (*tabela 01*).

## 8.2 A PRESENÇA / QUESTÃO FEMININA

O Brasil tem um dos piores índices de representação de mulheres no poder público, com uma média que chega a ser inferior a dos países árabes, região considerada como uma das mais problemáticas em termos de direitos das mulheres. Dados divulgados em 2008 pela Rede de Mulheres Parlamentares das Américas – União Interparlamentar (UIP) indicam que a média de mulheres no Congresso Nacional ou nos postos de ministro está abaixo da média latino-americana e mesmo da média mundial. Em termos de representação das mulheres no governo federal, a entidade aponta a existência de quatro ministras entre as 35 pastas até o final de 2007. Em termos percentuais, isso representa 11,4%. Com tais índices, o Brasil ocupa a 64ª posição no ranking de participação feminina, longe dos 57% da Finlândia ou mesmo o Chile, com 40% (AGÊNCIA ESTADO, 2008).

Um dado importante deste estudo mostra que o menor espaço que as mulheres ocupam no âmbito político se reflete também nas Rádios Comunitárias. Mais homens que mulheres foram indicados como pessoas responsáveis pelo atendimento nas rádios, seja como primeiro contato, seja em outras seções de reportagens, organização e ou produção (*tabela 03*). Segundo VELOSO (2006), a questão da menor participação social das mulheres quando comparada à dos homens, deve ser vista como resultante de um conjunto de fatores que têm de um lado a ótica da sociedade e de outro, o interesse pessoal das mulheres em participar da rádio ou outras atividades midiáticas.

Na legislação que cria o serviço de radiodifusão comunitária (a Lei Federal 9.612/98 das Rádios Comunitárias) a participação da comunidade,

sem distinção de sexo, cor, idade e/ou confissão religiosa, é condição *sine qua non* para o funcionamento da rádio.

Não-discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social  
(Lei 9.612/98 artigo 4º, IV)

Com essa redação, a Lei 9.612/98 busca abrir uma oportunidade para segmentos da sociedade que normalmente não tem participação nas grandes emissoras comerciais onde o interesse pelo lucro é a tônica de sua existência e funcionamento.

As instituições de comunicação de massa, como a TV e o rádio, controlam a esfera da visibilidade pública, onde só circulam materiais e conteúdos organizados segundo códigos e gramáticas característicos das instituições midiáticas que a controlam, e fazer isso implica em decidir quais temas serão discutidos publicamente e quem falará sobre eles (GOMES, 1999 apud AZEVEDO). E esse controle sobre a visibilidade pública não é privilégio apenas das instituições comerciais, ele também opera no âmbito das Rádios Comunitárias e mostra que os atores coletivos (organizações da esfera civil tais como movimentos sociais, associações comunitárias e etc – BOHMAN, 1996 apud AZEVEDO) utilizam as Rádios Comunitárias para, além de projetar as diferentes vozes, inserir seus interesses na agenda de discussão pública das comunidades em que atuam.

A mulher pode (e deveria) participar de todas as instâncias da rádio comunitária, atuando ativamente na linha de frente, e não apenas nos bastidores, para mostrar que aquele é, acima de tudo, um espaço onde elas, não só como moradoras ou membros da comunidade, mas como mulheres também têm vez e voz. Ainda segundo VELOSO (2006), a participação das mulheres na sociedade é um desafio quando comparado ao espaço já ocupado pelos homens. Particularmente na esfera política, VELOSO cita como desafio atual a luta pela igualdade de gênero. Esta luta, de toda a sociedade, passa necessariamente pelo terreno da comunicação e

particularmente se dá no âmbito específico de cada comunidade, palco de ação da rádio.

Podemos citar como exemplo a formação da Rede de Mulheres no Rádio, ainda nos anos 1990. A Rede reúne quase 400 integrantes de todos os pontos do país. Sua tessitura está se consolidando, atualmente, por meio da Rede Cyberela, um projeto da ONG feminista CEMINA, situada no Rio de Janeiro, que prima pela inclusão digital de mulheres através da veiculação de programas de rádio via internet. A paixão das participantes da Rede pelo rádio tem possibilitado o exercício da fala pública na mídia e junto aos movimentos de Rádios Comunitárias, para centenas de mulheres, numa intensa troca de relatos, histórias de vida e articulação de ações políticas e campanhas em prol do pleno exercício dos direitos femininos em todo o país. Integrante da Rede, o Centro de Mulheres do Cabo, entendeu, em 1995, que o rádio poderia ser um grande aliado para o enfrentamento às desigualdades de gênero na Zona da Mata Sul de Pernambuco. A entidade produz, junto com os centros de mulheres das cidades de Palmares, Joaquim Nabuco e Água Preta, o programa Rádio Mulher. Fenômeno de público, o Rádio Mulher ocupa o 3º lugar de audiência na região e o primeiro na preferência dos ouvintes, entre as 11h e o meio-dia. Totalmente produzido por mulheres, o programa vai ao ar, ao vivo, de segunda à sexta, pelos 100.9 da rádio Quilombo FM. Num recente estudo sobre comunicação e saúde, JANES (2007) mostrou que as duas Rádios Comunitárias objetos da pesquisa (uma na região metropolitana e outra, na zona norte da capital paulista) procuravam assegurar, em sua programação, restrições a músicas que vulgarizassem a imagem e condição da mulher.

Um dos pontos mais evidentes das políticas públicas brasileiras está voltado a diminuir as iniquidades sociais. Vários estudos têm apontado a necessidade de municiar a população e particularmente as mulheres, com informações que possam subsidiá-las a incorporar a perspectiva da Promoção da Saúde por meio de hábitos saudáveis.

Segundo a diretora da Organização Panamericana de Saúde, Dra. Mirta Roses: *“estamos também cada vez mais certos de que o acesso às fontes de informação aumenta a nossa capacidade de agir para a inclusão”*, para a qual os governos devem desenvolver políticas públicas mais inclusivas e, portanto, considerando a importância de respeitar os padrões histórico-sociais de organização social. Neste sentido, é preciso incorporar a mulher como protagonista da estrutura familiar e peça angular dos cuidados e possibilidades da Promoção da Saúde. (CRICS, 2005, GEIB, 2007).

O exposto acima indica que, embora a participação feminina esteja se consolidando junto aos veículos de comunicação, o movimento enxerga esse campo com poder ainda concentrado nos homens e com forte influência social. Mas isso não significa que os princípios do feminismo estejam definitivamente distantes da pauta da imprensa. Segundo VELOSO (2006), apesar de ter conseguido êxito no diálogo com os profissionais da área nos últimos anos, demonstrando preocupação em interagir de forma qualificada com eles, o movimento ainda não desenvolveu uma política de relacionamento, nem um trabalho contínuo com vista ao estabelecimento de relações mais permanentes com os veículos de comunicação.

No sentido de recomendar a ampliação dos debates em torno da democratização dos meios de comunicação e a inserção do movimento feminino no setor, foram criados os documentos: *“Políticas públicas para as mulheres no Brasil 5 anos após Pequim”* e *“Articulação de Mulheres Brasileiras (2000)”*. Ambos ressaltam a necessidade de a sociedade brasileira criar mecanismos democráticos para monitorar a transmissão de mensagens que agredem a cidadania das mulheres, além de qualificá-las para atuação em canais de TV e Rádios Comunitárias. Além disto, o documento recomenda o desenvolvimento de uma política que estimule as mulheres a se capacitar para ingressar no jornalismo impresso, na televisão, no rádio e na Internet (VELOSO, 2006).

### 8.3 ENDEREÇO ELETRÔNICO (E-MAIL)

Verificamos no estudo também um dado curioso. Das rádios que responderam que possuíam e-mail, algumas delas, ao invés do endereço eletrônico, colocaram o site da associação e/ou da rádio comunitária (*tabela 04*). Isso pode denotar dificuldade de compreensão da questão que, por sua vez, remete o achado ou ao analfabetismo funcional (a pessoa lê, mas não entende o que lê) e/ou ao digital (não tem familiaridade com os recursos de microinformática). Trata-se de uma questão importante, pois muitas informações de saúde e o tratamento destas dependem também da capacidade de interação e domínio do espaço cibernético. Dados sobre mortalidade e morbidade, notícias sobre saúde e atualidades em geral estão disponíveis na rede mundial de computadores o que implica encontrá-las e conseqüentemente interpretá-las.

Sob a óptica de WARSCHAUER (2003), vivemos numa sociedade de informação organizada em rede na qual a capacidade da comunidade se interligar na rede interplanetária de computadores, a Internet, é mais um elemento para medir a desigualdade social (Capital Digital).

Esse cenário não acontece apenas no mundo das Rádios Comunitárias. De acordo com dados do CNSC (Cadastro Nacional de Conselhos de Saúde) o acesso aos meios de comunicação pelos conselhos de saúde necessita de mudança dessa realidade, pois dos 5.090 conselhos cadastrados, 584 (11,5%) não possuíam, até 2007, acesso nem mesmo ao telefone. Isso implica em desafios para o SUS e para aqueles que tentam aproximar as Rádios Comunitárias da gestão local de saúde (COLETÂNEA DE COMUNICAÇÃO, 2007).

Portanto, é necessário que em projetos ou programas educacionais voltados à população dos comunicadores comunitários, seja considerada sua capacidade de manuseio das ferramentas de acesso ao mundo da comunicação em rede, neste caso, especificamente, da Internet.

Por outro lado, dentro da ótica da Promoção da Saúde, a perspectiva do trabalho em parceria com estes comunicadores deve reconhecer esta

realidade nas proposições das políticas de divulgação científica e cultural. Cabe aos gestores do SUS perceber a importância de desvelar esta mídia como elemento de interlocução e interatividade, um sistema de mediação entre a gestão e a população circunscrita na sua área de abrangência, podendo transformar o rádio em um instrumento básico dentro dos processos de gestão da saúde. Perceber o rádio não só como um veículo de transmissão, mas uma estratégia de e para, a mudança cultural (MORAES, 2005).

#### 8.4 ESCOLAS

A realização de parcerias com escolas, faculdades e outros centros de ensino poderia ser mais bem explorada pelas Rádios Comunitárias. Apenas parte (45%) afirmou ter parcerias com escolas e isso merece algumas considerações (*tabela 05*). Um primeiro olhar remete ao receio ou interesse, das rádios em estabelecer parcerias com o poder público; um outro olhar poderia ser creditado a refratariedade/interesse das escolas em estabelecer esse relacionamento.

O movimento pela legalização das Rádios Comunitárias teve início, no Brasil nos anos 1970. Segundo Gerry de Oliveira coordenador regional da ABRAÇO (Associação Brasileira de Rádios Comunitárias) o problema reside na lei que cindiu os serviços em radiodifusão e telecomunicações. Para ele, isso criou uma situação inusitada, pois as Rádios Comunitárias são regidas pela Lei 9.612/98 (serviço de radiodifusão) e “perseguidas” pela Lei 4.117/62 (telecomunicações) que em seu artigo 70 diz ser crime a instalação de equipamentos de telecomunicações sem autorização. Segundo o coordenador regional da ABRAÇO, “(...) veio uma outra lei do Sérgio Motta que criou a Anatel, artigo 183 da Lei 9472: na qual é crime operação de telecomunicações sem autorização” (COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS, 2005). Gerry em seu pronunciamento ainda cita a atuação da ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) no

processo de fechamento de uma rádio comunitária em Indaiatuba, a Rádio Morada do Sol: *“(...) um ofício da Anatel 5442/2004, da onde o senhor Everaldo Gomes Ferreira, representante, ou melhor, senhor Marcondes de Oliveira Buarque, que na época era gerente regional substituto da Anatel, manda um ofício para o senhor Pizani, presidente da AESP, dizendo o seguinte: ‘olha, estamos aqui cumprindo com aquilo que vocês pediram, está aqui a lista das rádios que nós fechamos’ (...) o que comprova que a ABERT e a Anatel é uma coisa só.”*

Neste sentido, é natural que as rádios tenham receio ou não procurem as escolas, para se relacionar deixando de acreditar na parceria para não se expor àqueles que poderão “a qualquer momento” denunciá-los a polícia federal.

Outro aspecto a ser considerado, é que talvez ainda não tenham se dado conta da importância dessa parceria (pouco interesse). Existem diversas experiências no Brasil e no exterior com o uso do rádio nas escolas. Nos anos de 1970 o Serviço de Radiodifusão Educativa do Ministério da Educação e Cultura criou o projeto Minerva de educação popular, cuja proposta era a educação à distância para adultos em todos os campos da cidadania (GALLO, 2008). Outro mais recente é o projeto *Educom*, criado em 2001, numa parceria entre a Secretaria de Educação do Município de São Paulo e o NCE - Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), com o objetivo de capacitar alunos e professores do ensino fundamental para o uso de práticas de educomunicação, através do uso do rádio, visando construir, nas escolas públicas, um ambiente favorável às manifestações da cultura de paz e à colaboração mútua entre os membros da comunidade educativa no combate às manifestações de violência (EDUCOM, 2008).

As universidades e também as escolas são um ambiente propício para a instalação e parcerias com Rádios Comunitárias. Existem dezenas de experiências, nos mais variados formatos, desde aquelas que integram alunos, professores e funcionários até as que são operadas por um estudante somente. Alguns dos exemplos são: a Rádio Xilik, que nasceu

dentro da PUC-SP nos anos de 1980, a Rádio Muda, na Unicamp, a 107 Rádio Universitária Livre, da Universidade Federal de Santa Catarina e a Rádio Livre, na USP (NUNES, 1995).

A proposta de promover e valorizar os recursos humanos e materiais do local faz parte dos princípios da lei 9.612/98 que criou o serviço de radiodifusão comunitária. Dentro desta perspectiva, a escola deve ser vista como um equipamento público para ser usada como espaço de promoção de cidadania.

Ao criar os CIEPs (Centro Integrado de Educação Pública) no Rio de Janeiro, o sociólogo Darci Ribeiro pensou a escola como um bem da comunidade que não pode deixar de ser compreendida como equipamento indispensável na formação do senso cívico de cidadania. Segundo RIBEIRO, esses centros atendem a requisitos essenciais de uma escola popular eficaz: um espaço para a convivência e as múltiplas atividades sociais durante todo o período da escolaridade, tanto para as crianças como para os professores; o tempo, que é igual ao da jornada de trabalho dos pais, em que a criança está entregue à escola e onde é possível a realização de múltiplas atividades educativas, de outro modo inalcançáveis, como as horas de estudo dirigido, a frequência à locais como a biblioteca e a videoteca, o trabalho nos laboratórios, a educação física e a recreação; e a capacitação dos educadores (RIBEIRO, 2008).

Quanto à possibilidade de refratariedade/interesse das instituições escolares em estabelecer parcerias com as Rádios Comunitárias, outra hipótese considerada a partir dos resultados deste estudo, é preciso remeter a discussão ao terreno das representações sociais e esferas de governabilidade das escolas. Agregar-se, em parceria, a um veículo midiático abre a perspectiva da divulgação e transparência das atividades desenvolvidas nas escolas e, paralelamente à exposição das vulnerabilidades do Sistema Educacional.

Segundo dados do SARESP (Sistema de Avaliação de Rendimento Escolar no Estado de São Paulo /2007), aproximadamente 95% dos alunos do ensino médio de escolas estaduais de São Paulo, não conseguem

interpretar dados de gráficos e fazer cálculos de porcentagens. Outros 78% têm dificuldades de estabelecer relação de causa e consequência entre partes de um texto e de distinguir um fato de uma opinião sobre ele. Para pais dos estudantes, no entanto, a culpa desta deficiência na formação de seus filhos não é de professores, mas da ausência de políticas públicas que incentivem à educação no Estado. Para o professor da Faculdade de Educação, Romualdo de Oliveira, o programa de inibição da reprovação reduz a evasão escolar e não deve ser considerado um equívoco. No entanto, diz, “a escola precisa estar preparada para trabalhar com o aluno que tem mais dificuldade, que precisa de mais atenção”. Pai de Larissa Paula, de oito anos, da terceira série de uma escola estadual na zona oeste de São Paulo, José Félix considera que o desnivelamento entre os alunos de uma mesma turma afeta o aprendizado “(...) *os professores perdem muito tempo com matérias que os alunos já deveriam saber pela série em que estão. Minha filha, que é uma boa aluna, acaba sendo prejudicada porque os outros não fazem sua lição de casa*”. Após mostrar seu caderno com lição feita, corrigida e com recados de “parabéns” dos professores, Larissa também reclama do desempenho de seus colegas: “(...) *alguns não sabem nem ler, nem contar, só fazer bagunça*”. Para Félix, a culpa do mau desempenho dos alunos no SARESP não é das escolas ou dos professores:

“(...) se a política pública não ajuda, cabe aos pais educar em casa, impor limites. A gente precisa assumir nossa responsabilidade na educação de nossos filhos e acompanhar seus estudos. As crianças precisam de regras, de horários para fazer o dever de casa e brincar”. Pedagogo, Romualdo de Oliveira reforça “precisamos é de uma grande iniciativa conjunta para melhoria da educação. Ninguém pode desembarcar de suas responsabilidades e apenas atribuir a culpa ao outro” (ÚLTIMO SEGUNDO, 2007).

No texto “*Da idéia da universidade à universidade de idéias*”, publicado no livro *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade* (SANTOS, 1994), Boaventura Souza Santos, sociólogo português contemporâneo, identificou três crises com que se defronta a universidade: a de hegemonia, que resulta das contradições entre as funções tradicionais da universidade e as que ao longo do século XX lhe

tinham vindo a ser atribuídas; a de legitimidade, provocado pelo fato de a universidade ter deixado de ser uma instituição consensual; e a institucional, a contradição entre a luta pela autonomia e a pressão crescente para os critérios de eficácia e produtividade de natureza empresarial.

Em sua obra *“A Universidade do Século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade”*, o sociólogo português Boaventura Souza Santos (2004), relata que desde o início da década de 1990, os analistas financeiros têm chamado a atenção para o potencial de a educação se transformar num dos mais vibrantes mercados do século XXI. Eles consideram que o setor da educação tem hoje características semelhantes às que a saúde tinha nos anos de 1970: um mercado gigantesco, muito fragmentado, pouco produtivo, de baixo nível tecnológico, mas com grande procura de tecnologia, com um grande déficit de gestão profissional e uma taxa de capitalização muito baixa. O crescimento do capital educacional tem sido exponencial e as taxas de rentabilidade são das mais altas: 1.000 libras esterlinas investidas em 1996 valeram 3.405 em 2000, ou seja, uma valorização de 240%, enormemente superior à taxa de valorização do índice geral da bolsa de Londres, o FTSE, de 65% (HIRTT, 2003 apud SANTOS, 2004).

Reportagem do jornal Folha de S.Paulo revela uma nova tendência na área de educação: a instalação de faculdades em “shoppings centers”. Segundo o jornal, só na região metropolitana do Rio de Janeiro existem nove instituições assim. Para o aluno, estudar em um centro de compras traz várias conveniências como segurança e infra-estrutura oferecida. Diz a reportagem: *“(...) no salão de beleza do Shopping Capital alunos da UniCapital, tem 10% de desconto no corte”* (FOLHA DE S.PAULO, 2008). Segundo a professora de sociologia da UnB (Universidade de Brasília) Fernanda Sobral, a faculdade de shopping tem um efeito “simbólico”. *“(...) num curso assim, parece que você está numa loja, comprando conhecimento como se fosse uma mercadoria. Na educação, porém, você também tem de produzir conhecimento”* diz ela. Segundo a cientista, a universidade e o shopping são mundos diferentes: *“(...) shopping é um lugar*

*onde se faz compra. Não é um lugar adequado para a reflexão” (FOLHA DE S.PAULO, 2008).*

Nesse cenário, a universidade se transforma então num serviço a que se tem acesso, não por via da cidadania, mas a do consumo e, portanto, mediante pagamento. A eliminação da gratuidade do ensino universitário e a substituição de bolsas de estudo por empréstimos foram os instrumentos da transformação dos estudantes, de cidadãos em consumidores.

O paradigma institucional e político-pedagógico que está instituído no Brasil, particularmente no ensino médio e universidade, mantém a educação como direito de cidadania e, portanto, colidindo com o projeto de mercantilização do sistema educacional. Essa face visível do processo, percebida no sucateamento do Sistema Público como um todo, não facilitaria aproximações mais estreitas entre os veículos de comunicação, em particular a rádio comunitária e as escolas na forma de parcerias institucionais.

Além destas considerações é preciso destacar na ótica da Promoção da Saúde que a saúde é muito mais que a ausência das doenças e principalmente, que saúde incorpora outras dimensões da cidadania. Neste sentido, a 8ª Conferência Nacional de Saúde colocou um grande desafio ao setor Saúde: admitir a saúde como bem coletivo e não a expressão de potencialidades biológicas individuais (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 1986). Esta diretiva que criou, em 1986, as bases políticas para a reforma radical do Sistema de Saúde e nascimento do SUS em 1990 (BRASIL, 1990), reconheceu que saúde dependeria dos acessos à Educação, Transporte, Moradia, Alimentação, Segurança, Trabalho, Lazer e outras necessidades humanas de responsabilidade coletiva (rede de fatores sociais que conotam saúde como “bem” coletivo). Dessa maneira, os resultados deste estudo mostram que há necessidade de se buscar mecanismos que aproximem as Rádios Comunitárias das discussões que envolvem a escola, seja como instituição seja como objeto a ser alcançado, maior escolaridade, pela população na busca por uma maior autonomia da comunidade e

possibilidade de participação no processo de decisão sobre seu futuro (empoderamento).

## 8.5 DOAÇÕES E PATROCÍNIO – A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE DE RÁDIO COMUNITÁRIA

As doações são uma prática bastante comum no meio de radiodifusão comunitária, pois a lei 9.612 proíbe qualquer tipo de propaganda, sendo permitido apenas no modelo de “apoio cultural” no qual o anunciante divulga a marca que apóia determinando programa ou programação da rádio, sem citar produtos ou fazer menção à promoção comercial.

(...) as prestadoras do serviço de radiodifusão comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.  
(Lei 9.612/98 – artigo 18)

Muitas rádios também recebem contribuição, em forma de doação ou patrocínio, dos fiéis, de igrejas locais e também de lideranças e organizações políticas (*tabelas 06 a 09*). Sobre essa forma de doação/patrocínio a legislação das Rádios Comunitárias, é bastante clara ao vetar qualquer tipo de relação comercial/financeira entre as rádios e entidades religiosas e políticas. A lei 9.612, em seu artigo 11:

(...) não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais.  
(Lei 9.612/98 – artigo 11)

É estreita a relação entre os meios de comunicação e as denominações cristãs, com destaque especial aos evangélicos (pentecostais e neopentecostais inclusive) e católicos (renovação carismática, em especial), mas também a outros tipos de credo como o ocultismo. Em

Aracaju/SE, por exemplo, duas rádios locais (Liberdade e Difusora) transmitem um programa dedicado ao culto à Satanás, onde um homem auto-intitulado “Papa do Diabo” mantém um programa chamado “Além da Alma” (QUEVEDO, 2005).

Contudo, esta associação não é nova e constitui uma prática comum no âmbito das Rádios Comunitárias. Pesquisa realizada em 1995 com rádios livres no Estado de São Paulo mostrou que apesar do veto legal (lei 9.612 artigo 4º § 1) uma grande parte delas – 44% – está sob comando de entidades religiosas (evangélicas e católicas), com programação voltada ao proselitismo religioso.

Os resultados obtidos neste estudo destacam a relação rádio/religião em pontos estratégicos do funcionamento e gestão da rádio comunitária. A religião está presente de maneira marcante desde a identificação da rádio à sustentabilidade, programação e audiência. A prestação de serviços que poderia ser um dos elementos estruturantes da programação das Rádios Comunitárias, fica em segundo plano quando comparada ao proselitismo religioso estrito senso. Diante desse quadro, os meios de comunicação (rádio comunitária inclusive) tornaram-se os canais mais modernos de proselitismo religioso.

No começo dos anos 1990, 181 rádios eram controladas por grupos católicos; 100 emissoras seguiam a linha da igreja Batista; 70 rádios (entre próprias e arrendadas) funcionavam segundo as orientações da Igreja Universal; 21 pertenciam a Igreja Adventista do Sétimo Dia; 12 emissoras disseminavam as pregações da Assembléia de Deus, 06 rádios eram da Igreja Renascer em Cristo e 04 estações pertenciam à Igreja do Evangelho Quadrangular (Rocha, Penha 2002). Mas não apenas os cristãos se utilizavam (e ainda o fazem) das oportunidades da mídia eletrônica, mas também o Espiritismo, mais recentemente.

Segundo ALMEIDA, 2001, o grande pluralismo de crenças e cultos existentes no Brasil (sincretismo religioso), deve ser avaliado à luz das características do mercado de consumo. Qual seja: “(...) estaria subjacente a esse enquadramento do pluralismo a idéia de que a racionalização do

*sagrado no mundo moderno realizar-se-ia pela transformação das crenças em mercadorias a serem consumidas pelos adeptos que, volúveis, escolheriam os produtos segundo suas necessidades imediatas”.*

Nesse cenário não é de se espantar que as igrejas atuem muitas vezes, como mediadoras das ações sociais do Estado, como aconteceu no governo Garotinho, em 2002. Na época, o governo fluminense tinha um programa social chamado Cheque Cidadão que distribuía R\$ 100,00 por mês para 48 mil famílias de baixa renda no Rio de Janeiro.

No que tange à Promoção da Saúde, é preciso compreender que não é possível preconizar projetos homogêneos de informação em saúde. É preciso reconhecer a diversidade sócio-cultural e religiosa, onde estão inscritos os diversos públicos ouvintes destas rádios.

Por fim, pode-se inscrever a discussão da sustentabilidade financeira da rádio a partir de sua perspectiva qual seja a partir da necessidade de captação de recursos para saldar seus compromissos ou a partir da ótica de natureza dialética no qual se pode perceber a doação como materialização de interesses bilaterais. Neste estudo, a parceria das rádios com diversas religiões mostrou-se relevante, na forma de doações e patrocínios. Até o momento, a legislação é restritiva a esta forma de patrocínio das Rádios Comunitárias.

## 8.6 POLÍTICA

Os meios de comunicação também são responsáveis pela formação da opinião do público e por este motivo, a inscrição desta discussão se dá em um terreno político no qual um dos elementos centrais estaria na capacidade de auto-reprodução do processo como um todo: a mídia forma a opinião e a opinião reforça a visibilidade da mídia, conferindo-lhe valor social. Neste cenário, o controle político da mídia passa a ser disputado por agremiações político-partidárias, religiosas e todas as instituições, públicas

ou privadas ou ainda, indivíduos interessados em explorar sua imagem junto à população.

O artigo 54 da Constituição Federal define que deputados e senadores não podem no exercício de seu cargo, “firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público”. No entanto, no Brasil são notórios os casos em que parlamentares ou seus familiares são donos ou mesmo sócios das empresas que detêm concessões. A relação é extensa: entre 1999 e 2004, segundo o informativo *Intervozes*, 53 deputados federais e 27 senadores possuíam diretamente veículos de comunicação. Segundo o mesmo informativo, o número amplia-se quando se toma em conta a classe política em geral, 705 retransmissoras da Rede Globo [...] “estão nas mãos de políticos”, além de 128 geradoras de televisão e 1.765 retransmissoras.

Além disso, dos 80 membros da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pelo menos 16 (20%) têm relação direta com emissoras de rádio ou TV. Em 2004, 10 deputados votaram na renovação de suas próprias concessões e metade das 2.205 autorizações dadas a Rádios Comunitárias entre 1999 e 2004 estão sob o controle de grupos partidários (INFORMATIVO INTERVOZES, 2007). A tabela a seguir mostra a quantidade de outorgas de televisão controladas por políticos (INFORMATIVO INTERVOZES, 2007).

**Tabela 27:** Relação de Outorgas de TV controladas por políticos

Estados	Geradoras	Total (%)	Retransmissoras	Total (%)
AC	02	40,00	01	1,06
AL	03	60,00	14	12,84
AM	03	42,85	72	29,75
AP	02	50,00	05	15,15
BA	08	57,14	392	55,44
CE	05	55,50	103	30,11

DF	01	9,10	03	11,53
ES	01	9,10	01	0,50
GO	10	62,50	213	42,68
MA	08	72,70	178	58,74
MG	13	27,65	37	2,66
MS	01	9,09	08	3,22
MT	03	33,30	23	8,07
PA	04	40,00	43	14,19
PB	03	50,00	12	13,04
PE	02	20,00	06	3,87
PI	04	57,14	53	56,38
PR	15	41,60	131	27,75
RJ	05	26,31	33	8,22
RN	06	85,71	13	12,74
RO	02	33,33	37	24,02
RR	02	100,00	03	6,81
RS	02	7,69	16	2,08
SC	05	25,00	76	9,88
SE	02	50,00	21	35,00
SP	13	20,63	56	3,22
TO	03	60,00	81	52,25
TODAS	128	33,60	1765	18,03

*Fonte: Suzy dos Santos, "Coronelismo, Radiodifusão e Voto: a nova face de um velho conceito", 2005.*

O fato do "político" ter interesse na matéria divulgada, conferindo à política editorial da entidade um viés em relação à interpretação da realidade, encontra respaldo técnico na opinião de Perseu Abramo (ABRAMO, 2003). Este professor de jornalismo destaca que uma das principais características do jornalismo no Brasil é a "manipulação da informação". Para ele, o principal efeito dessa manipulação é que os órgãos

de imprensa - escrita e falada - não refletem a realidade, pois embora a maior parte do material que a imprensa oferece ao público tenha algum tipo de relação com a realidade, a distorce. *"(...) é uma realidade artificial, não-real, irreal, criada e desenvolvida pela imprensa e apresentada no lugar da realidade real. A relação entre imprensa e a realidade é parecida com aquela entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é sua imagem; é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real"*.

Segundo ABRAMO, a manipulação da realidade pela imprensa ocorre de várias e múltiplas formas e existem pelo menos quatro padrões de manipulações gerais para toda a imprensa e mais um específico para o telejornalismo, o padrão da ocultação. Este se refere mais especificamente na determinação do que será ou não notícia e o que não for não tem a menor chance de ser conhecido pelo público. Cabe, portanto, neste padrão uma decisão política sobre a notícia e não necessariamente vinculadas aos interesses imediatos e específicos das comunidades. Abramo, ao referendar o padrão de ocultação nos grandes veículos de telecomunicação, realça o potencial de manipulação da opinião pública a favor dos políticos e grupos corporativos. Para ABRAMO, cabe destacar também a "manipulação que existe no padrão de fragmentação da notícia. Neste, eliminados os fatos definidos como não-jornalísticos, o resto da realidade é apresentado pela imprensa não como uma realidade, com estrutura e interconexões, causas e conseqüências, mas como fragmentos da realidade, na maior parte desconectados entre si. Acrescenta, ainda, os padrões da inversão - reordenação das notícias segundo conveniências técnico-políticas; o da indução, onde há indução ao modo de ver o mundo não como ele é, mas sim como querem que ele seja visto. Finalmente, associa-se a este conjunto de preocupações ético-políticas a existência de um padrão global ou padrão específico de jornalismo de televisão e rádio que formata a notícia em três momentos: a- exposição dos fatos, b- a sociedade fala e, c- a autoridade

resolve. Este modelo reforça socialmente a opinião hierárquica da autoridade face aos fatos apresentados.

O foco de ABRAMO na análise da grande imprensa, em particular do telejornalismo mostra a composição de interesses nos bastidores das notícias e indiretamente, realça a grande distância e, pouca interatividade, entre a população e os meios de comunicação, o que remete à reflexão sobre a questão ética que permeia o processo comunicativo como um todo. Em sua opinião, os órgãos de comunicação deixam de ser instituições da sociedade civil para se tornar instituições da sociedade política.

*[...] Procuram representar – mesmo sem mandato real ou delegação explícita consciente – valores e interesses de segmentos da sociedade. E tentam fazer a intermediação entre a sociedade civil e o Estado, o poder. É por essa razão que os principais órgãos de comunicação podem proclamar sua autonomia e sua independência, não só diante dos anunciantes como diante do governo e do Estado. Na realidade, esses grandes órgãos efetivamente são autônomos e independentes, em grande parte, em relação a outras formas de poder. Mas não – como querem fazer crer – porque sejam acima dos conflitos de classe, da disputa do poder ou das divergências partidárias. Nem porque estejam a serviço do Brasil ou da parte do Brasil que constitui o seu específico eleitorado. Mas sim porque são eles mesmos, em si, fonte original de poder, entes político-partidários, e disputam o poder maior sobre a sociedade em benefício dos seus próprios interesses e valores políticos (ABRAMO, 2003).*

No caso das Rádios Comunitárias, a aproximação com os políticos traz pontos para reflexão. Todos imbricados e “auto-alimentantes”. O primeiro é que a proximidade com um político ou partido político pode facilitar o trâmite administrativo para concessão da outorga de funcionamento conferida pelo Governo Federal. O segundo diz respeito à sustentabilidade financeira da rádio. O gabinete do político pode contratar serviços da associação comunitária com verbas de gabinete. O terceiro e último ponto diz respeito à relação conflituosa que as Prefeituras tendem a ter com as emissoras caso elas optem por se aproximar com os políticos ou partidos. De fato, todas estas questões tendem a repercutir na independência da linha editorial da rádio e em sua relação de poder com a comunidade. Sob a ótica de FOUCAULT (1979) “(...) os poderes não estão localizados em nenhum ponto específico da estrutura social, eles funcionam como uma rede de dispositivos ou mecanismos que nada ou ninguém

*escapa, a que não existe exterior possível, limites ou fronteiras. Dessa maneira, rigorosamente o poder não existe, existem sim práticas ou relações de poder”.*

A pesquisa revela que parte das Rádios Comunitárias tem algum tipo de relação com políticos, personalidades ou partidos (*tabela 05*). Isso acontece porque, segundo algumas delas, é preciso recorrer a algum político para que possam operar obtendo autorização ou se mantendo financeiramente, ou sob a forma de proteção contra os órgãos fiscalizadores. Mas isso acaba se tornando uma atitude ambígua porque o mesmo político que pode oferecer ajuda num momento, pode retirá-la e até ser o algoz dessas rádios em outras oportunidades, como revelou em conversa com o autor desse trabalho, Everaldo Gomes, diretor geral da ANATEL em São Paulo (2008). *“O político ajuda a rádio e espera que ela também o ajude. Aí ele perde a eleição e ele mesmo a denuncia pra nós. Isso a gente vê sempre aqui”*, diz ele.

A relação entre rádio e política é bastante controversa. O 3º Encontro Estadual da ABRAÇO (Associação Brasileira de Rádios Comunitárias) que aconteceu em Campinas/SP em 2007 pode ser citado como um exemplo de operação dessa relação. Na ocasião, uma das discussões em pauta era o estabelecimento da REDE ABRAÇO-CUT DE COMUNICAÇÃO, uma parceria entre a entidade representante das Rádios Comunitárias e um órgão representante da classe trabalhadora, historicamente vinculado à política partidária. A maioria dos presentes aprovou a parceria, mas consideraram que esse tipo de aliança poderia colocar sob suspeita a isenção de informação das Rádios Comunitárias em relação a críticas ao governo seja Federal, Estadual ou Municipal.

[...] A REDE ABRAÇO-CUT vai simplesmente afastar outras possibilidades de construção coletiva. Qual a autonomia que a ABRAÇO tem agora de falar em relação, de questionar o governo Lula se tá sendo financiada pela rede CUT? É isso que nós temos que questionar e não apenas o que está sendo feito nesse país. Qual é a autonomia, gente? Deve se manter a parceria com a CUT?

(Marcela Moreira, vereadora de Campinas, 3º Encontro Estadual da ABRAÇO, 2007).

Outro ponto a ser destacado, com respeito à autonomia das rádios e à da informação veiculada deve considerar o modelo social na qual estão inseridas. A democrata radical Hannah Arendt afirma que com o surgimento da sociedade de massas foram criadas as condições para o tratamento estatístico e matemático da realidade. De acordo com a autora quanto mais pessoas existem, maior é a possibilidade de se ajustarem a modelos pré-definidos e menor a possibilidade de tolerarem iniciativas autônomas fora destes padrões. Ou seja, a sociedade de massas exclui a iniciativa individual e padroniza o comportamento, o comportar-se nas relações sociais (NUNES, 1995). A autora ainda afirma que *“a substituição da ação pelo comportamento reduz o homem como um todo, ao nível de um animal que se comporta de maneira condicionada”* (ARENDRT, apud NUNES, 1995).

DAGNINO (2000) nos remete ao conceito de autoritarismo social para descrever o conjunto das relações sociais que presidem a hierarquia social discricionária latino-americana. Robert Putnam atribui à comunicação comunitária o papel estratégico para o desenvolvimento de uma comunidade. No cenário montado por Putnam, a comunicação, desponta como um elemento integrador de experiências e iniciativas da comunidade, desempenhando um papel indireto na construção do senso cívico de identidade, base do senso de solidariedade social.

Tradicionalmente alvo de clientelismo político, o Sistema de Saúde brasileiro ao reconhecer a Saúde como dever do Estado e não uma oferta da previdência social (artigo 196 da Constituição Federal) em 1988 procurou atenuar a influência diretiva dos políticos sobre a gestão de seus recursos. Criaram em 1990 as bases operacionais do SUS nas quais contempla a participação direta da população por meio dos Conselhos gestores paritários. Nesses, 50% da composição é constituída por usuários do próprio Sistema e os outros 50% repartidos entre técnicos e gestores. Embora a legislação das rádios preveja uma estrutura semelhante na constituição de um conselho gestor, a influência da classe política pode colidir com a autonomia das emissoras, o que, por sua vez, pode dificultar os propósitos de empoderamento da população.

## 8.7 COBERTURA GEOGRÁFICA

Uma parte significativa das rádios assume atingir uma área maior que a permitida pela lei de radiodifusão (até 1 km de raio), (RADCOM, 2006) e o número de pessoas que estas imaginam atingir vai muito além do razoável, como foi o caso de uma rádio que, segundo informação do diretor, chega a ter até um milhão de ouvintes (*tabela 10*).

As Rádios Comunitárias chegaram a ser acusadas pela queda de um avião da TAM em São Paulo. A explicação foi de que as transmissões de alguma rádio comunitária, situada nas imediações do Aeroporto de Congonhas, teriam causado interferência no sistema de comunicação e navegação da aeronave. Para Chico Lobo: *“estranho que pequenas emissoras que funcionam com baixa potência (no máximo 50 watts), venham a causar esse tipo de desarranjo nos aviões de carreira. Ele diz: “Não podemos imaginar que grandes empresas aeronáuticas como a Boeing e a Fokker, fossem tão ingênuas ou irresponsáveis para deixar sair de seus hangares aeronaves com tamanha vulnerabilidade nos sistemas de navegação”*. Na mesma matéria ele cita declarações de João de Ataliba Nogueira, engenheiro de instrumentos da Varig. Em reportagem para a revista Fly no. 27, de janeiro de 1993, diz ele que nenhum tipo de radiofrequência adentra [de fora pra dentro] através da fuselagem das aeronaves comerciais modernas, pois segundo ele, elas são construídas para suportar todo tipo de intempérie ou interferência que possa prejudicar a segurança dos passageiros: *“(...) nossas aeronaves são testadas em todas as condições adversas. Qualquer aeronave sobrevoa os quatro cantos do planeta, em lugares com as mais diversas atividades de rádio possíveis”* (PERUZZO, 2007).

Desde a década de 1980 tem sido comum citar a interferência radiofônica das rádios não legalizadas por acidentes aéreos. Em 2006 um avião da empresa aérea GOL caiu na selva amazônica, depois de se chocar com um jato Legacy.

Vale ressaltar que o rádio não é somente vilão, mas também um importante aliado para a navegação aeronáutica. Em 1988 quando um avião da Varig se perdeu no meio da selva amazônica, o comandante Garcéz (piloto do avião na época), na tentativa de se localizar no espaço aéreo, tentou sintonizar rádios de Belém. No entanto, naquela noite acontecia o jogo Brasil x Chile onde Rojas, goleiro do Chile, simulou ter sido atingido por um rojão. O jogo ficou parado e a estação radiofônica não divulgou seu prefixo por causa da paralisação. O piloto reclamou porque isto dificultou sua ação no comando do jato. Uma lei com mais de 50 anos obrigava as rádios a fornecerem seus nomes e prefixos, assim como suas localizações, com intervalos de, no máximo, dez minutos (fora criada justamente para orientar os aviões). Jorge Veiga, um lendário locutor da Rádio Nacional nos anos 1940 e 1950, inventara um bordão que se tornou famoso: "(...) *alô, alô, aviadores do Brasil. Aqui fala Jorge Veiga, Rádio Nacional do Rio de Janeiro.*" (SANT'ANNA, 2000).

A potência das rádios pesquisadas também é muito maior que a estipulada pela lei de radiodifusão 9.612/98 – até 25W de potência – (Lei 9.612/98). Isso remete a uma discussão sobre os aspectos técnicos que impedem, na visão dos comunicadores comunitários, uma inserção maior da rádio na comunidade, uma vez que o local em que está instalada a antena influencia no número de pessoas que tem acesso à rádio. Por exemplo, com um transmissor de apenas 10W, a Rádio Livre Paulicéia FM de Piracicaba/SP (montada dentro de um centro comunitário municipal no início dos anos 1990) por estar localizada numa região rural, alta do município, extrapolava a comunidade e atingia toda a cidade de Piracicaba. Contudo, segundo o depoimento dos responsáveis pelas rádios desta pesquisa, a necessidade de ter uma potência um pouco maior se deve ao fato das características geográficas das suas regiões. Esta questão é motivo de intenso debate político e se configurou em projeto de lei no Município de São Paulo. O texto do projeto prevê a transferência da decisão sobre a potência a ser liberada para cada rádio, à esfera municipal (Lei 14.013/05 do vereador

Carlos Néder) uma vez que a topografia do município é que pode determinar o real alcance da transmissão.

Essa questão técnica da potência na verdade tem raízes mais profundas e remete a uma discussão em torno da cultura do mega em nossa sociedade, a idéia do “quanto maior, melhor”.

[...] com uma atuação local, voltada para os mercados locais de bens simbólicos e de bens materiais, as rádios livres representam uma renovação que pode, até mesmo, beneficiar os grandes meios. Elas se inserem desta forma como contrapartida à ideologia do mega (milhão). Entende-se o mega aqui como o privilégio que o desenvolvimento econômico e tecnológico conferiu ao sistema em rede, que distribui a informação de forma massificada, desprezando o receptor e suas particularidades localizadas.  
(NUNES, 1995)

Um grande perigo que ameaça o movimento de Rádios Comunitárias é a resistência de algumas intervenções à idéia do pequeno, pois quando estas abraçam a ideologia do mega, elas partem para um caminho minado que pode destruir as potencialidades dos projetos de comunicação comunitária.

Para democratizar a comunicação social não cabe destruir o sistema oficial, é preciso transformá-lo, e, nessa direção, não há negatividade em incorporar a idéia do pequeno como complemento integrante, no sentido local e territorial, da pequena potência, do pequeno alcance e dos pequenos projetos de comunicação.

No sentido contrário à perspectiva das ações globais ou mega-dimensionadas, a saúde pública tem dado importância, cada vez maior às ações educativas de caráter loco-regionais e baseadas nos valores culturais comunitários. A institucionalização desse processo, com a Constituição de 1988 e a estruturação do SUS, inaugurou do ponto de vista teórico, paradigmático e operacional, a questão da participação da comunidade na política nacional de saúde – controle social. Em parte porque os responsáveis pela Saúde se aperceberam que as dimensões territoriais do Brasil abarcavam diferentes condições histórico-sociais. Diferenças estas que expressavam e expressam diferentes perfis de saúde das populações. A

partir desta constatação traduzida na Constituição brasileira, como direito dos cidadãos e dever do Estado, a política de saúde atual incorpora como desafio a inclusão social, equidade e a justiça respeitando os territórios sociais.

Cultivado desde os primórdios da reforma sanitária, o tema da equidade em saúde vem ganhando destaque no debate público setorial como objetivo a se alcançar na gestão descentralizada do Sistema Único de Saúde para a efetiva melhoria das condições de saúde do conjunto da população brasileira em todo o território nacional. Destaca-se também a crescente autonomia e independência dos municípios na gestão política e financeira o que do ponto de vista orgânico-operacional aponta para a consolidação de gestões descentralizadas com maior governabilidade local na garantia do direito à saúde. Dessa maneira, as iniciativas dos dirigentes das Rádios Comunitárias de ampliarem cada vez mais seu espectro de irradiação, pode não ser simpático à experiência histórica do SUS que reconhece no micro, em contraste com o mega, maior efetividade das políticas públicas de saúde, de promoção de comportamentos saudáveis e combate às iniquidades.

## 8.8 PROCESSO DE DECISÃO NA RÁDIO E A ATUAÇÃO DO CONSELHO COMUNITÁRIO.

Grande parte das rádios estudadas deixa o poder sobre a decisão final da programação concentrado em apenas uma pessoa como o diretor, o coordenador e outros (*tabela 13*).

Segundo a Lei de Radiodifusão Comunitária (9.612/98) a rádio deve obrigatoriamente ter um conselho composto por, no mínimo, cinco pessoas representantes de entidades da comunidade local, tais como associação de classe, beneméritas religiosas ou de moradores, desde que legalmente constituídas, com o objetivo de acompanhar a programação da emissora, com vista ao atendimento do interesse exclusivo da comunidade. (Lei 9.612/98

art. 8º). Parte das rádios não possui conselho constituído (*tabela 14*), o que revela por um lado a falta de necessidade de sua constituição ou o desconhecimento da norma ou por outro lado, a falta de interesse em partilhar o poder de decisão sobre a rádio. Em ambos os casos, existem o risco de descaracterização do caráter e função comunitária. Segundo PERUZZO (2003) as mídias comunitárias se caracterizam por, entre outras atribuições: *“ter como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades, ou do interesse público que normalmente não encontram espaço na mídia convencional; usar como estratégia a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação e em geral também na gestão do veículo de comunicação (o receptor pode se tornar emissor e vice-versa); quem produz (cria, fala, redige, edita, transmite etc) as mensagens não é necessariamente um especialista, o profissional de comunicação, mas o cidadão comum”*. (PERUZZO, 2003).

A rádio tem que ser feita pela e para a comunidade para se caracterizar como comunitária. Sobre esta noção de mídia comunitária, PERUZZO (2003) diz que *“não basta falar de coisas de um lugar para que um meio de comunicação possa ser considerado comunitário (...) Nessa perspectiva, o que mais importa são as identidades, o vínculo e a inserção como parte de um processo comunitário mais amplo, ou seja, compromisso com a realidade concreta de cada lugar”* (PERUZZO, 2003).

Mas o estudo também mostrou que a maioria das emissoras tem noção de que a rádio é para a comunidade e, portanto, os interesses dela é que devem ser considerados (*tabela 23*). Neste estudo fica claro que algumas delas não consultam a sua comunidade, apenas o círculo de pessoas da rádio, para decidirem o conteúdo da programação da emissora (*tabela 15*).

## 8.9 DEFESA DA SAÚDE

A maioria das Rádios Comunitárias entende defender a saúde com o uso dos principais instrumentos de que dispõe: o microfone e o transmissor, ou seja, sua voz e potência a serviço da comunidade. O presente estudo demonstrou que as Rádios Comunitárias vêm como contribuição à defesa da saúde a divulgação de notícias no sentido de informar a comunidade sobre as questões relativas à saúde de forma geral (*tabela 26*).

Das rádios pesquisadas, apenas 35% têm parceria com Conselhos de Saúde, percentual aquém do esperado uma vez que os veículos de comunicação comunitária têm na sua concepção/essência a prestação de serviços à comunidade local, incluindo a saúde (*tabela 05*). São vários os exemplos de impacto positivo na saúde quando a parceria entre os Serviços de Saúde e as rádios é realizada. NUNES, em 1995, refere diminuição dos índices populacionais de violência durante o período em que a rádio Novos Rumos de Queimados, RJ, esteve no ar; o mesmo se deu em Piracicaba, SP, com a ação educativa realizada pela rádio comunitária Paulicéia, com elogios do delegado de polícia da cidade. Nesta cidade, refere NUNES em seu trabalho, (...) *as enfermeiras dos hospitais da cidade usavam a rádio para se comunicar com os moradores*. Cabe destacar ainda realçando a importância da parceria entre Saúde e Comunicação, o fato de a saúde ser uma das três maiores preocupações do dia-a-dia nas comunidades. Neste sentido, as 10<sup>a</sup>, 11<sup>a</sup> e 12<sup>a</sup>. Conferências Nacionais de Saúde recomendam a parceria dos Serviços de Saúde locais com estas rádios para aproximá-los de suas comunidades. A informação é compreendida como eixo transversal em todas as políticas públicas e do próprio SUS, e elemento estruturante da gestão, da prevenção, da assistência, e da regulação em saúde. Um ambiente radiofônico sintonizado com os problemas sociais reais de seus ouvintes teria condições imediatas de trazer o veículo para mais perto das políticas públicas (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2007).

Alguns dos princípios norteadores do I Fórum de Informação em Saúde, em 2006, foram a garantia de acessibilidade à informação com

qualidade e clareza de conteúdos, a democratização da informação científica e epidemiológica e a universalização do acesso às informações nos serviços de saúde. Uma das estratégias das diretrizes da gestão da informação discutidas no evento foi a promoção da qualificação permanente dos conselheiros de saúde para a pesquisa, produção e avaliação de produtos informacionais e dos meios de comunicação em saúde, entre outras. Outra diretriz para a promoção da comunicação em saúde foi o aperfeiçoamento do processo de comunicação e ampliação das formas de abordagem e circulação de temas de interesse dos conselhos de saúde e da sociedade (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2007).

Tendo como perspectiva a participação social no SUS, o Ministério da Saúde lançou no final de 2007 a coletânea Comunicação e Informação em Saúde. Uma das prioridades da publicação é o fortalecimento da comunicação em saúde entre os conselhos de saúde e criação do Cadastro Nacional de Conselhos de Saúde (CNCS) com o objetivo de construir políticas de comunicação e informação em saúde que possam dar visibilidade as políticas locais para o exercício do controle social. Mais especificamente, trata-se de um instrumento que associa a Internet para a atualização dos dados dos conselhos de saúde e disponibiliza essas informações para livre consulta da sociedade. Consta no documento a experiência do governo do Estado de Santa Catarina ao criar o Portal do Controle Social em Saúde (<http://controlesocial.saude.sc.gov.br>). O sistema foi concebido pela secretaria de saúde catarinense para abrigar um espaço ampliado da participação social a partir de um site dinâmico que armazena os instrumentos da gestão do SUS, legislação, composição e funcionamento dos conselhos de saúde, com suas respectivas atas e resoluções (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2007). Estes e outros exemplos de preocupações governamentais mostram a importância que a questão da comunicação tem no âmbito contemporâneo da Saúde Pública. Neste sentido, pelo seu caráter educativo, sócio-cultural e interativo as rádios mantêm seu espaço como veículo de comunicação comunitária.

Essa discussão remete a outra, objetivo geral desse estudo que é a Promoção da Saúde. A política de saúde ao deslocar do eixo médico-sanitário suas únicas preocupações para a esfera da qualidade de vida, voltou a informação não apenas para solucionar dúvidas específicas mas para cooperar com políticas integrais e integradas que ofereçam respostas às necessidades geradas em diferentes contextos da comunidade. Assim, o rádio pela sua agilidade, flexibilidade de conteúdo, contemporaneidade aos fatos e base territorial pode participar ativamente na construção de agendas sociais locais. Nesse contexto, no sentido de promover a saúde dentro da comunidade, as Rádios Comunitárias poderiam desempenhar um importante papel como instrumento promotor, contribuindo para uma maior qualidade de vida no bairro, cidade ou região.

## 8.10 AUDIÊNCIA

Na pesquisa grande parte das Rádios estudadas declarou ter audiência de todos os sexos, mas com clara predominância feminina com um percentual próximo ao dobro (*tabela 18*). No relato dos comunicadores há a suposição de que haja mais mulheres durante o dia em casa ouvindo rádio que homens.

A maioria das rádios tem programas voltados para crianças, adolescentes, adultos e idosos, mas parte significativa delas não contempla uma ou outra categoria reforçando o caráter diversificado do conteúdo da programação (*tabelas 20 e 21*).

É interessante destacar que a diversidade temática aproxima estas rádios de uma "Revista da Comunidade". Nessas rádios é possível a comunidade encontrar toda sorte de programas e teoricamente de opiniões. O que em outras palavras imprime às rádios dinamismo e criatividade. Provavelmente, a audiência estaria assegurada pela diversidade temática. Dessa maneira, a criança, o idoso e os demais períodos da vida encontram na programação objetos de interesse. Cabe aos gestores do SUS

compreender o potencial educativo inerente às características da grade de programação.

## 9. CONCLUSÕES

As Rádios Comunitárias ainda não atuam como uma mídia explicitamente comunitária, representando, agindo e sendo porta-voz da comunidade, pois o vínculo estabelecido entre elas e a população está de maneira geral intermediado por interesses que escapam às decisões da própria comunidade. Não há elementos neste trabalho para mostrar o contrário.

Um dos aspectos importantes neste estudo diz respeito à questão feminina na rádio comunitária. Apesar de este público ser o maior em audiência, segundo as próprias Rádios Comunitárias a mulher parece não ter participação plena nas Rádios Comunitárias estudadas. Muitas delas atuam na administração, mas estão excluídas das esferas de decisão, o que vai contra os princípios de Promoção da Saúde que prevê a participação de todos, independente de raça, gênero e credo religioso, na consecução de propostas para melhoria da qualidade de vida de sua comunidade, principalmente quando a mulher, mais do que qualquer outro personagem da comunidade, assume o papel de cuidadora dos filhos, do companheiro, dos parentes, e da casa de modo geral. E face a isto, é figura central nas políticas de educação e promoção de saúde.

Do ponto de vista da hipótese da pesquisa, não pudemos constatar a plena não-valorização da participação efetiva da comunidade em todo o processo de gestão da rádio. Por outro lado, a maior aspiração das rádios é a prestação de serviços à comunidade focalizando as questões do bairro e da cidade em sua programação. Isso reforça a possibilidade da Rádio Comunitária atuar como instrumento da promoção de saúde.

Quanto ao uso das ferramentas de computação e internet os responsáveis pelas Rádios Comunitárias mostraram dificuldades por ocasião das respostas. O não-domínio da internet pode comprometer o funcionamento da emissora e, mais importante, a correta interpretação das

informações (no caso, as de saúde) divulgadas ao seu público ouvinte. Particularmente grave em se tratando de formadores de opinião em seus locais de atuação que precisam de informações consistentes para transmitir a sua comunidade.

As Rádios Comunitárias ainda não estabeleceram uma relação organizacional de parceria com escolas e universidades. Uma eventual inclusão destas parcerias na estrutura organizacional poderia ampliar o leque de opções em termos de fidedignidade das informações culturais, econômicas, políticas, jurídicas, prestação de serviços, de saúde entre outras; inserção de novos elementos educacionais com os depoimentos e experiências de vida fornecidas diretamente pelos profissionais; enfim ampliar o diálogo *intercomunitário* e as relações de solidariedade.

Sobre o relacionamento entre a igreja e as Rádios Comunitárias podemos afirmar que é estreita a relação entre as Rádios Comunitárias e a religião. Muitas emissoras são sustentadas financeiramente pela contribuição (doações e patrocínios) de fiéis e igrejas (católicas e evangélicas), além de ter parte de sua programação voltada ao proselitismo religioso.

Os aspectos técnicos também valem à pena destacar nessas considerações finais. Muitas Rádios Comunitárias possuem transmissores mais potentes que os estabelecidos por lei (até 25 W). Parte significativa delas ultrapassa facilmente essa marca. Uma delas declarou atingir um milhão de ouvintes, o que sugere falta de atenção em relação à legislação específica (Lei 9.612/98 – Lei das Rádios Comunitárias).

Sobre a saúde, um destaque foi a constatação de que as Rádios Comunitárias entendem como defesa da saúde a divulgação de notícias sobre as mesmas, a abertura do espaço para os profissionais dos postos de saúde falarem sobre prevenção de doenças, mas, no entanto, na maioria delas, não existem parcerias com os mesmos, o que é recomendado por conferências de saúde. Se houvesse uma estreita parceria entre Saúde e Rádio Comunitária, talvez as possibilidades de promoção da saúde pudessem ser mais consistentes.

## 10. RECOMENDAÇÕES

Diante das conclusões desse trabalho gostaríamos de fazer algumas recomendações no sentido de possibilitar aos responsáveis pelas Rádios Comunitárias uma maior interação destes com a saúde e com a sociedade de modo geral.

Uma das maiores surpresas pessoais deste estudo foi a constatação de que existe uma grande polêmica em torno da luta pela legalização das Rádios Comunitárias entre dois dos principais grupos de defesa das Rádios Comunitárias do país. Enquanto um desses movimentos prega a legalização das emissoras, o outro afirma que, do jeito que está a lei da radiodifusão (9.612/98), não existe possibilidade de apoio, pois a própria legislação tem que ser reformulada. Para agravar ainda mais o cenário, a política partidária está bastante presente, mesmo que de forma velada, nesses movimentos. Enquanto um deles é simpatizante do partido da situação o outro está mais afinado com as propostas do partido da oposição. Essa falta de união no próprio movimento faz com que este se enfraqueça e perca sua legitimidade.

Nesse sentido, nossa recomendação é para que haja uma efetiva união entre esses principais movimentos e de uma maneira que de fato contemple seus interesses, sempre à luz da prestação de serviços à comunidade.

Outra sugestão é no sentido de capacitar os responsáveis pelas Rádios Comunitárias para a comunicação em saúde. Somente a divulgação das ações de saúde como campanhas, ou mesmo a abertura para profissionais de saúde falar sobre o tema não é suficiente para que a comunidade possa de fato se apropriar das questões de saúde e seus determinantes.

Reforçar o conselho das rádios é uma das maneiras de potencializar este instrumento de participação real da comunidade na rádio comunitária. Nossa sugestão é que isso aconteça de fato, nos termos da própria lei das

Rádios Comunitárias e levando em consideração os pressupostos da promoção de saúde, qual seja a participação social e o empoderamento.

## 11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abraço – Associação brasileira de Rádios Comunitárias. Terceiro encontro estadual de Rádios Comunitárias. Transcrição. Campinas, SP, 2007.

Abramo P. Padrões de manipulação na grande imprensa. Ed. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, SP, 2003.

Akerman M, Bicher A, Borges CM, Mendes R, Pedroso ML, Westphal MF. Avaliação em Promoção da Saúde: foco no “município saudável”. Rev. Saúde Pública. 2002; 35 (5): 638-646.

Albuquerque PC de, Stotz EN. A educação popular na atenção básica à saúde no município: em busca da integralidade. Interface - Comunic., Saúde, Educ., 8, (15), p.259-74, 2004.. Disponível em: <http://www.interface.org.br/ingles/revista15/artigo1.pdf> [acesso em 14 Fevereiro 2008].

Almeida RM, P. Trânsito religioso no Brasil. São Paulo Perspec. [online]. 2001, vol. 15, no. 3, 92-100. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. [acesso em 28 Agosto 2008].

Alvarez S, Dagnino E, Escobar A. Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos. Novas Leituras, Ed. UFMG, Belo Horizonte, BH, 2000. In: CD Rom: Participação Social: consolidando a reforma sanitária. Ministério da Saúde, 2007.

Amarante MI. Rádio comunitária na escola: protagonismo adolescente na comunicação educativa. Portcom, Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa. Intercom – Soc. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação.. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br> [acesso em 12 Fevereiro 2008].

Andrade V, Coelho M. O processo educacional na promoção de ações comunitárias em saúde. Rev Bras de Cancerologia. 1997;43 (1).. Disponível em: [http://www.inca.gov.br/rbc/n\\_43/v01/artigo4\\_completo.html](http://www.inca.gov.br/rbc/n_43/v01/artigo4_completo.html). [acesso em 11 Fevereiro 2008].

Arai VJ. Análise de um processo participativo na experiência de implantação de um projeto município saudável [dissertação de mestrado]. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP; 2002.

Assumpção R. "Telecentros comunitários: peça chave da inclusão digital - a experiência do sampa.org", in Silveira, Sérgio; Cassino, João. *Software livre e inclusão digital*. Conrad Editora do Brasil. São Paulo, 2003.

Azevedo DP de. Atores coletivos e Rádios Comunitárias: possibilidades de intervenção na agenda de discussão pública. UFBA. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/DilvanAzevedo.pdf>. [acesso em 12 Fevereiro 2008].

Azevedo W. "A Revolução da TI e suas Influências na Evolução do Conhecimento". Palestra proferida na reunião do COGEIME (Conselho Geral das Instituições Metodistas de Ensino) em 26 de Outubro de 2001.

Barbosa Filho A, Adami A. São Paulo nas ondas do rádio. Disponível em: <http://www.locutor.info/Biblioteca>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Barbosa Filho A. Gêneros radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003. 160 p.

Brasil. Ministério das Comunicações. Secretaria de serviços de comunicação eletrônica. Coordenação de radiodifusão comunitária – CORAC. Rádio comunitária – RADCOM, 2007. [acesso em 07 Maio 2007].

Brasil. Ministério das Comunicações. RadCom. Radiodifusão Comunitária. Como instalar uma rádio comunitária, manual de orientação. Brasil, 2006.

Ministério da Saúde. Projeto Promoção da Saúde: cartas e declarações das conferências internacionais de Promoção da Saúde. Brasília, 2001.

Bianchi GS. Produção radiofônica e construção de sentidos. Intercom – Soci. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Bortoliero S. Saberes profissionais compartilhados, o diálogo entre jornalistas e especialistas da saúde na TV cultura. Portcom, Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa. Intercom – Soci. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 11 Fevereiro 2008].

Bortoliero S. Saúde no Ar: as parcerias entre o estado e a televisão pública na promoção de saúde. Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo do Campo, ano 01, no. 02 – (julho/dezembro de 2004). Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco>. [acesso em 10 Fevereiro 2008].

Brasil. Lei no. 8080 de 19 de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento correspondentes e dá outras providências. Diário Oficial da União 1990 Set 20; secção 1:018055.

Buss PM. Promoção da saúde e qualidade de vida. Ciência e Saúde Coletiva. 2000; 5: 163-177.

Nélia R. Del et Moreira, Sônia Virgínia (org.). Rádio no Brasil: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: EdUERJ; DF: UnB, 1999. 232p.

Cemina. Fazendo gênero no rádio. Cemina. Rio de Janeiro, 1998.

Cemina. Pegando a onda do rádio. Cemina. Rio de Janeiro, 1999.

Cemina. Irradiando juventude nas ondas comunitárias. Cemina. Rio de Janeiro, 2000.

Comarú F de A. Políticas de habitação e desenvolvimento urbano em municípios saudáveis: o caso de Bertioga [dissertação de mestrado]. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP; 2004.

Conti MS. Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor. Ed. Companhia das Letras, São Paulo, SP, 1999.

Costa MSR. Rádios Comunitárias como rádios educativas, explorando os potenciais educativos do rádio e das rádios comunitárias, na Baixada Fluminense / Rio de Janeiro. Anais do 24. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo: Intercom, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 12 Fevereiro 2008].

CRICS 2005. Informação para a Equidade e Saúde (solenidade de abertura) – Ouça o resumo do primeiro dia. Disponível em: <http://www.icml.org/news.php?lang=pt&id=157>. [acesso em 28 Agosto 2008].

Cunha MR, Moreira N, Sonia V (org). Efeitos junto ao público garantem a permanência do rádio. In: Del Bianco, Desafios do rádio no século XXI. Intercom, UERJ, Rio de Janeiro, RJ, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Cuenca AMB, Andrade MTD de, Noronha DP, Ferraz MLE de F. Guia de apresentação de teses. 2. ed. São Paulo: A Biblioteca, 2006.

Dalla Vecchia M, Martins STF. Os serviços substitutivos da reforma psiquiátrica e os cuidados em saúde mental no território: investigando contribuições do Programa de Saúde da Família. Revi. Ciência Saúde Coletiva, 2006. Disponível em: <http://www.amc.org.br/novo>. [acesso em 14 Fevereiro 2008].

Di Giulio G, Figueiredo BR, Pereira NM. Comunicação de risco nas áreas de meio ambiente e saúde: o papel dos pesquisadores. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências em Comunicação; Uerj, 2005. Disponível em: <http://sec.adaltech.com.br/intercom/2005/resumos>. [acesso em 11 Fevereiro 2008].

Ferraretto LA. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001. 378p. *História do Rádio*. Disponível em: [www.microfone.ior.br/historia](http://www.microfone.ior.br/historia). [acesso em 12 Março 2007].

Figueiredo R. Ayres JRCM. Intervenção comunitária e redução da vulnerabilidade de mulheres as DST/AIDS em São Paulo, SP. Rev Saúde Pública; 2002, 36 (4 Supl): 96-107. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsp/v36n4s0/11169.pdf>. [acesso em 14 Fevereiro 2008].

Fiocruz. Tema: cidades saudáveis. Rev.Radis. 2000 mai;19: 4-5.

FNDC. Avaliação da X Plenária sobre o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. São Paulo, 21/09/2003.

Fortes PA de C. Bioética, equidade e políticas públicas. O Mundo da Saúde. 2002; 26: 143-147.

Foucault M. Microfísica do poder. Ed. Graal, Rio de Janeiro, RJ, 1979.

Gallo PR. In Anais do VII Congresso Paulista De Saúde Pública – 29/09 A 03/10 DE 2001 – SANTOS / SP, APSP – Associação Paulista De Saúde Pública, Saúde E Democracia.

Gardini A. Comunicação livre: delito ou direito?. Com Ciência Revi. Eletrônica de Jornalismo Científico. Disponível em: <https://www.comciencia.br/comciencia>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Gohn M da G. Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais. Saúde e Soc. 2004; 13 (2): 20-31.

Gonçalves CCM. Cidade saudável – estratégia de desenvolvimento local em Campo Grande – MS [dissertação de mestrado]. Campo Grande: Universidade Católica Dom Bosco; 2003.

Grisa JA. Os sentidos culturais da escuta: rádio e audiência popular. In: GT Estudos de La Recepción. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/alaic/chile2000/5%20GT%202000Recepci%C3%B3n/JairoGrisa.doc>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Janes MW. A contribuição da comunicação para a saúde: estudo de comunicação de risco via rádio na Grande SP. [dissertação de mestrado], São Paulo, 2007.

Lefèvre AMC, Lefèvre F. O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). Caxias do Sul: EDUCS; 2003.

Lima JC de, Rivera FJU. Gestão de sistemas regionais de saúde: um estudo de caso no Rio Grande do Sul, Brasil. Cad. Saúde Pública; 22 (10). Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.org/scielo>. [acesso em 11 Fevereiro 2008].

Lira GV. Avaliação da ação educativa em saúde na perspectiva compreensiva: o caso da Hanseníase [tese]. Fortaleza: Universidade de Fortaleza; 2003.

Fausto Neto A. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos templos midiáticos. Em Questão; 10 (01), 2004. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Fausto Neto A. A religião teleterapeutizante: discursividades dos templos midiáticos. Revista Fronteiras – estudos midiáticos; 6 (02), 2004. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/article/view/3090/2900>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Ferraretto LA. Tendências da programação radiofônica: as emissoras de amplitude modulada. In: *Desafios do rádio no séc. XXI*; UERJ, Rio de Janeiro, RJ, 2001. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Fleury S, Bahia L, Amarante P. *Saúde em debate: fundamentos da reforma sanitária*. Rio de Janeiro: CEBES; 2007.

Geib LTC et al. - *Determinantes Sociais e Biológicos da Mortalidade Infantil em Coorte de Base Populacional em Passo Fundo/RS*. Universidade de Passo Fundo. Disponível em:  
<http://www.abrasco.org.br/cienciaesaudecoletiva/artigos>. [acesso em 28 Agosto 2008].

Informativo intervozes, Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007.

Maranini NJC. A comunicação sobre saúde no rádio. Portcom, Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa. Intercom – Soci. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação. Disponível em:  
<http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 11 de Fevereiro de 2008].

Meditsch E. Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica. Palestra proferida à Licenciatura em Jornalismo da Universidade de Coimbra, em 9 de Novembro de 1995.

Meditsch E. *A rádio na era da informação*. Coleção Minerva Comunicação. Coimbra, 1999.

Meditsch E. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discursoradiojornalismo.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discursoradiojornalismo.html). [acesso em 13 Março 2007].

Mendes R. Cidades saudáveis no Brasil e os processos participativos: os casos de Jundiá e Maceió [tese de doutorado]. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP; 2000.

Mendes R. Qualidade de vida nas cidades: o movimento por cidades saudáveis. *Qualidade de Vida*. 2001; 26: 1– 4.

Mick J, Vieira F. Política e religião nas rádios comunitárias em SC. *Intercom – Soci. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação*. XXVI Congresso Bras. de Cienc. Comunic. Belo Horizonte, BH, 2003 Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Minayo MCS. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 5 ed. São Paulo: Hucitec; 1998.

Ministério da Saúde. *Anais da 8. Conferência Nacional de Saúde*; 1986 Mar 17-21; Brasília, Brasil. Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/saude/cidadao>. [acesso em 27 Março 2008].

Montaño C. *Terceiro setor e a questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social*. Ed. Cortez, São Paulo, SP, 2002.

Moraes IHS, Vasconcellos MM. Política nacional de informação, informática e comunicação em saúde: um pacto a ser construído. *Saúde em Debate* 2005; 29(69): 86-98.

Morrow RA, Torres CA. Gramsci e a educação popular na América Latina. Percepções do debate brasileiro. Revis. Currículo sem Fronteiras; 4 (02), 33-50, 2004. In: CD Rom: Participação Social: consolidando a reforma sanitária. Ministério da Saúde, 2007.

Mulher e saúde, o impacto da idade e escolaridade materna no desenvolvimento psíquico da criança. Disponível em: [www.saudebrasilnet.com.br/saude/trabalhos/047s.pdf](http://www.saudebrasilnet.com.br/saude/trabalhos/047s.pdf). [acesso em 28 Agosto 2008].

Natal D. Fundamentos de Saúde Pública. São Paulo. 2005 [Apostila do Curso de Especialização em Promoção da Saúde – Faculdade de Saúde Pública da USP].

Nunes MAM. Rádios livres: o outro lado da voz do Brasil. Dissertação de mestrado, ECA/USP, São Paulo, SP, 1995.

Oakley P, Clayton A. Monitoramento e avaliação do empoderamento. São Paulo: Instituto Pólis; 2003.

Oro AP. Neopentecostalismo: dinheiro e magia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: [http://www.unesco.org.uy/shs/fileadmin/templates/shs/archivos/anuario2002/articulo\\_14.pdf](http://www.unesco.org.uy/shs/fileadmin/templates/shs/archivos/anuario2002/articulo_14.pdf). [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Ortriwano GS. A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

Penha R. Mídia e religião: canal 21 e rede família. Intercom – Soci. Bras de Estudos Interdis. da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, 2002. Disponível em:

<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/18986>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Peruzzo CMK. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária.

Intercom – Soci. Brás. de Estudos Interdisp. de Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 12 Fevereiro 2008].

Peruzzo CMK. Participação nas rádios comunitárias no Brasil. Intercom – Soci. Brás. de Estudos Interdisp. de Comunicação, 1998. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br>. [acesso em 12 Fevereiro 2008].

Pinheiro MC. Equidade em saúde e as conferências nacionais de saúde pós-constituição federal de 1988 [dissertação de mestrado]. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP; 2003.

Porto MP. Lutando contra a aids entre meninas adolescentes: os efeitos da campanha de carnaval de 2003 do ministério da saúde do Brasil. Cad.

Saúde Pública; 21(04). Rio de Janeiro, 2005. Disponível em:

<http://www.scielosp.org/scielo>. [acesso em 11 Fevereiro 2008].

Prado T. O ministério radiofônico evangélico no Brasil atual, um esboço.

[monografia apresentada ao curso de teologia para obtenção do grau de bacharel]. Faculdade de teologia da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1969.

Prado Jr T, Britto MB, Fernandez L. Vila Ré: bairro saudável. [trabalho apresentado para obtenção do grau de especialista em Promoção da Saúde]. Faculdade de Saúde Pública. Universidade de São Paulo, 2006.

Quevedo OG. Antes que os demônios voltem. Ed. Loyola, São Paulo, SP, 2005.

Rabelo MC. Religião e cura: algumas reflexões sobre a experiência religiosa das classes populares urbanas. Cad. Saúde Pública, 9 (03). Rio de Janeiro, 1993. Disponível em: <http://www.scielo.org/scielo>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Reis EP. Desigualdade e solidariedade: uma releitura do “familismo amoral” de Banfield. In: CD Rom: Participação Social: consolidando a reforma sanitária. Ministério da Saúde, 2007.

Ribeiro, Darcy. Balanço Crítico. Disponível em: [http://www.fundar.org.br/darcy\\_educa\\_ciep-gp\\_balancritico.htm](http://www.fundar.org.br/darcy_educa_ciep-gp_balancritico.htm). [acesso em 17 Março 2008].

Rodrigues AC. Jornalismo nas ondas do rádio. Estudo de caso: análise crítica do programa “O ministério público e a cidadania”, Universidade Federal do Maranhão, 2006.

Sant’anna I. Caixa Preta: o relato de três acidentes aéreos brasileiros. Ed. Objetiva, Rio de Janeiro, RJ, 2000.

Santos CRP dos. As rádios comunitárias do Vale do Itajaí enquanto geradoras de capital social. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB, 2006. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/>. [acesso em 14 Fevereiro 2008].

Santos EC, Koller SH, Pereira MTLN. Religião, saúde e cura: um estudo entre neopentecostais. *Psico. Cienc. Prof*, 24 (03), Brasília, 2004.  
Disponível em: <http://scielo.bvs psi.org.br/scielo>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

São Paulo. Assembléia Legislativa. Moção No. 99, 2007.

São Paulo. Assembléia Legislativa. Ofício No. 092/2005. Referente: Encaminhamento da transcrição taquigráfica da audiência pública realizada 02/09. São Paulo, 2005.

Silva AX da, Cruz EA, Melo V. Comunicação e saúde: desafios para fortalecer o SUS. Brasil, Ministério da Saúde. In: Coletânea Comunic Informa em Saúde, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. [acesso em 14 Fevereiro 2008].

Souza BS. A universidade no século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. Porto, 2004.

Souza BS. Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade. Ed. Afrontamento, Porto, 1994. Cortez Editora, São Paulo, SP, 1995.  
Sperandio ANG (org.) [et al.]. O processo de construção da rede de municípios potencialmente saudáveis; 2. IPES Editorial, Campinas, SP, 2004.

Sposati A, Lobo E. *Cad. Saúde Públ.*, Rio de Janeiro, RJ; 8 (04): 366-378, 1992. In: CD Rom: Participação Social: consolidando a reforma sanitária. Ministério da Saúde, 2007.

Teixeira CF. Formulação e implementação de políticas públicas saudáveis: desafios para o planejamento e gestão das ações de Promoção da Saúde nas cidades. *Saúde e Sociedade*. 2004; 13: 37-46.

Thiollent M. Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Cortez, 1985.  
Topos. Comunidades Saudáveis. Projeto de Concepção e Ações Básicas.  
Santos: Instituto TOPOS, 2003.

Velho O. Globalização: antropologia e religião. Mana; 3 (1). Rio de Janeiro, 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. [acesso em 13 Fevereiro 2008].

Westphal MF. Cidade saudável: uma experiência de interdisciplinaridade e intersetorialidade. Rev de Adiminist. Pública. 2000; 34: 47-61.

Westphal MF. O movimento de municípios saudáveis e a conquista da qualidade de vida. Ciência e Saúde Coletiva. 2000; 5: 39-51.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **CONSIDERAÇÕES ÉTICAS E LEGAIS**

O pesquisador está ciente de que deverá respeitar a norma 196/96 do Ministério da Saúde que rege sobre a pesquisa em seres humanos. Para tanto, o projeto está submetido ao Comitê de Ética da Faculdade de Saúde Pública para ser avaliado no seu conjunto e em suas partes os aspectos éticos que os envolvem. Quanto aos sujeitos de pesquisa, o pesquisador compromete-se a não revelar as identidades ou individualidade das opiniões para não expor os informantes às situações constrangedoras do ponto de vista social. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (anexo I) será apresentado e explicado diretamente aos entrevistados.

Os resultados da pesquisa ao final, estarão à disposição dos administradores e do Ministério da Saúde que poderão utilizá-los livremente em suas Ações de Saúde.

Quanto ao acesso às informações coletadas, o pesquisador responsável declara que o banco de dados não poderá ser comercializado ou utilizado com finalidades políticas, ideológicas, religiosas ou pessoais. Ainda quanto à guarda das informações, o pesquisador assume as responsabilidades legais no uso e cessão das mesmas para quaisquer fins salvo os já especificados.

## ANEXO 2

**“TERMO DE CONSENTIMENTO PARA PARTICIPAÇÃO DO PROJETO MAPEAMENTO  
E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES  
LOCAIS DE SAÚDE DO SUS”.**

O Sr(a) está sendo convidado a participar de uma pesquisa científica. Caso aceite, sua participação será totalmente voluntária. O objetivo da pesquisa chamada “PROJETO MAPEAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES LOCAIS DE SAÚDE DO SUS”, sob a responsabilidade do Dr. Alberto Reis e Dr. Paulo Rogério Gallo, da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo é o de levantar informações que possam ser utilizadas pelo Sistema de Saúde da sua região.

Para participar, você deverá responder livremente as perguntas sobre algumas características relacionadas à sua rádio comunitária. Você pode também não respondê-las, se assim o desejar, ou desistir de participar da pesquisa a qualquer momento sem qualquer prejuízo e sem precisar dar explicações.

É importante ressaltar que, nenhuma de suas respostas oferecerá risco para a sua integridade física, mental, social ou moral, ou ainda de sua comunidade; que sua identidade, bem como da rádio que representa, não serão reveladas, independentemente das opiniões expressas. Não haverá remuneração por sua participação.

Estaremos à disposição para quaisquer dúvidas:

**COMITE DE ÉTICA EM PESQUISA- FACULDADE DE SAUDE PÚBLICA  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

Av. Dr. Arnaldo 715 Pinheiros São Paulo- SP

CEP 01246-904

FONE ( 5511) 3061-7779/7742

**COORDENADORES RESPONSÁVEIS:** Prof. Dr. Alberto Olavo Advincula Reis e Prof. Dr. Paulo Rogério Gallo – FSP/USP

Av. Dr. Arnaldo 715 Pinheiros São Paulo- SP

CEP 01246-904

FONE (11) 3061-7703/7125

**MINAS GERAIS**

Coordenador regional Prof Sidney Jose do Carmo

Telefone: 031 33346205

**Home page:** <http://www.fsp.usp.br/laudio>

Assinatura \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Nome:

## ANEXO 3

## CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**FACULDADE DE SAÚDE PÚBLICA**  
**DEPARTAMENTO DE SAÚDE MATERNO-INFANTIL**  
*Av. Dr. Arnaldo, 715 2º andar sala 218 CEP. 01246-904*  
*F. 30812451/30667703/30667795/30667125*  
*Fax. 30850240*

São Paulo, 16 de abril de 2007.

Prezado(a) colaborador

A parceria entre a Universidade de São Paulo e o Ministério da Saúde – Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa - resultou na aprovação do projeto “MAPEAMENTO NACIONAL E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES LOCAIS DE SAÚDE DO SUS.”. Este projeto pretende contribuir para a melhoria do SUS, o Sistema Único de Saúde, mediante o aumento da participação das comunidades no funcionamento desse Sistema.

A colaboração das rádios comunitárias foi considerada fundamental como veículo de mobilização das comunidades e de transmissão de informações para os cidadãos da sua comunidade.

O apoio da sua rádio ao Projeto é muito importante e terá repercussões tanto local como nacionalmente na melhoria do atendimento à saúde do nosso povo. As informações, respondidas no questionário em anexo, dependem de sua colaboração voluntária e asseguramos que não serão divulgadas publicamente e serão utilizadas, apenas, para aperfeiçoar a participação da população no Sistema de Saúde, pelas Universidades colaboradoras e pelo Ministério da Saúde. Cabe destacar ainda que o projeto em sua íntegra esta disponível no site <http://www.fsp.usp.br/laudio>.

Dessa maneira, como cidadão e como coordenador geral do projeto, agradeço a sua colaboração e de toda sua equipe. O Sr. XXXXXX, coordenador regional do projeto, estará à sua inteira disposição para discutir quaisquer dúvidas pertinentes à sua colaboração.

Os contatos poderão ser feitos através dos telefones XXXXXX, pelo e.mail XXXXXXXX ou no endereço XXXXXXXXXXXXXXXX.

Atenciosamente,

---

Prof. Dr. Alberto Olavo Advincula Reis  
Coordenador do Projeto

## ANEXO 4

### MAPEAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO CONTEXTO DAS AÇÕES LOCAIS DE SAÚDE DO SUS.

#### INSTRUÇÕES

Com a finalidade de padronizar a coleta de dados relativos às rádios comunitárias em âmbito nacional no contexto da atual pesquisa, solicitamos, aos pesquisadores e responsáveis regionais, seguir as seguintes instruções normativas:

1. **PRIMEIRO PASSO:** contato telefônico inicial com o responsável pela rádio (ou seu substituto). Nesse contato é muito importante que:
  - a. O pesquisador se identifique, tente estabelecer uma relação de confiança e deixe claro para o contatado:
    - i. O nome e a identidade do responsável pela pesquisa, a saber, a Faculdade de Saúde Pública da USP e o pesquisador com o qual o responsável pela rádio está falando.
    - ii. Os objetivos da pesquisa
    - iii. A metodologia:
      1. Comunicar que um formulário será enviado pelo correio para ser preenchido.
      2. Lembrar que a sua devolução deverá ser feita o mais rápido possível, usando o envelope pré-selado e timbrado colocado à disposição junto com o questionário.
      3. Informar que não haverá custos para o entrevistado e/ou rádio.
  - b. É importante que o pesquisador comunique o endereço eletrônico do projeto para o entrevistado, para que possa obter maiores informações, caso deseje:  
[www.fsp.usp.br/laudio/mapeamento](http://www.fsp.usp.br/laudio/mapeamento)
  - c. Confirmar dados cadastrais na Ficha de Acompanhamento do projeto.
2. **SEGUNDO PASSO:** Encaminhamento do material impresso contendo:
  - Carta de Apresentação.

- Formulário da pesquisa
- Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)
- Envelope timbrado e selado para resposta.

3. **TERCEIRO PASSO:** Após 10 (DEZ) dias do envio do material, o pesquisador deve:

- a. Estabelecer **NOVO** contato **TELEFÔNICO** tanto para agradecer a resposta quanto para solicitar a devolução do formulário – caso ela não tenha ainda ocorrido. (se a rádio não recebeu o material, verificar o motivo do não recebimento, [p.ex. erro de endereço, extravio] e reenviá-lo novamente).
- b. Solicitar, durante esse mesmo contato, o Nome e Número de telefone de uma outra Rádio do conhecimento do entrevistado para ampliação do cadastro do projeto. **ISTO É MUITO IMPORTANTE.**

4. **QUARTO PASSO:** Os dados dos formulários serão transferidos para a **PLANILHA** colocada a disposição do pesquisador e, assim, enviados, por via eletrônica, à Coordenação do Projeto, no Departamento materno-infantil da Faculdade de Saúde Pública da USP. Os originais serão posteriormente enviados por Correio.

**LEIA CUIDADOSAMENTE AS INSTRUÇÕES E AS TENHA SEMPRE A SUA MÃO DURANTE OS CONTATOS COM OS ENTREVISTADOS. TREINE-AS COM OS PESQUISADORES. PARA QUAISQUER DÚVIDAS ENTRE EM CONTATO COM A COORDENAÇÃO DO PROJETO. BOM TRABALHO.**

## ANEXO 5

## FORMULÁRIO DE PESQUISA



Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo  
 Departamento de Saúde Materno-Infantil  
 Av. Dr. Arnaldo, 715 - Cerqueira César - São Paulo - SP - Cep: 01246-904  
 Telefone: (11) 3061-7703

**I. IDENTIFICAÇÃO:**

Gostaríamos que sua equipe da rádio nos dissesse como encontrá-los.

1. No caso de contato por telefone:

Sede

Telefone 1: ( ) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Contato: \_\_\_\_\_

Telefone 2: ( ) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Contato: \_\_\_\_\_

Celular: ( ) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Contato: \_\_\_\_\_

Fax: ( ) \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ Aos cuidados: \_\_\_\_\_

2. No caso de e-mail:

e-mail: \_\_\_\_\_ Aos cuidados: \_\_\_\_\_

3. Além destes contatos por favor, nós dê 1 endereço para correspondência por correio:

Rua, Avenida:

\_\_\_\_\_

N.º \_\_\_\_\_

Complemento: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Nome:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**II. ORGANIZAÇÃO SOCIAL.**

( ) Sim ( ) Não

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. A sua rádio tem algum tipo de parceria ou desenvolve algum tipo de ação em colaboração com alguma

( ) Sim ( ) Não

2.1 Caso tenha respondido SIM, especifique: (Você pode dar mais de uma resposta neste item).

Conselho Tutelar  ONGs

Conselho de Saúde  Sindicato

Associação de Bairro  Igreja

Partido Político  Clube

Organização Política  Escola

Personalidades ou Figuras Políticas  Câmara Municipal

Liderança locais ou comunitárias

3. Para que sua rádio consiga se manter você recebe:

3.1 Verbas ou doações?

Sim  Não

3.2 De quem? (ex: empresas, comércio, prefeitura, políticos, fiéis)

---

3.3 De que forma? (ex: em R\$, em produtos, em serviços)

---

3.4 Com que regularidade? (ex: eventual, mensal, semanal, etc.)

---

3.5 Patrocínio ou anúncio?

Sim  Não

3.6 De quem? (ex: empresas, comércio, prefeitura, políticos, fiéis)

---

entidade ou com alguma liderança de seu bairro ou de sua comunidade?

1. A sua rádio possui algum tipo de relacionamento com a Prefeitura ou Secretaria, Departamento ou

Diretoria de Saúde ou algum outro órgão da administração municipal ou do Estado?

Caso tenha respondido SIM, indique com qual órgão ou responsável:

**Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo**

**Departamento de Saúde Materno-Infantil**

Av. Dr. Arnaldo, 715 - Cerqueira César - São Paulo - SP - Cep: 01246-904

Telefone: (11) 3061-7703

3.7 De que forma? (ex: em R\$, em produtos, em serviços)

---

3.8 Com que regularidade? (ex: eventual, mensal, semanal, etc.)

---



---

### III. INFORMAÇÕES GERAIS

1. Qual é sua frequência (localização no dial) em MHz?

---

2. Qual é aproximadamente o raio de cobertura de antena (até onde chega o sinal)?

---



---

3. Sua rádio possui:

Telefone?

Sim  Não

Chave Híbrida?

Sim  Não

Computador?

Sim  Não

Internet?

Sim  Não

Banda Larga?

Sim  Não

4. Sua rádio fica no ar :

Sim, de Manhã  Sim, de Tarde  Sim, de Noite  Sim, 24hs no ar  Não fica no ar.

4.1 Quais dias da semana (assinale com x):

Segunda  Terça  Quarta  Quinta  Sexta  Sábado  Domingo

4.2 Caso sua rádio NÃO esteja no ar, descreva o(s) motivo(s)?

---



---

5. Sua rádio tem autorização para operar?

Sim  Não

5.1 Se Sim desde quando? (mês/ano) \_\_\_\_/\_\_\_\_.

5.2 Se Não, você tem informação ou conhecimento de como proceder para conseguir autorização?

Sim  Não

6. Já encaminhou alguma vez um pedido de autorização ao Ministério das Comunicações?

Sim  Não

6.1 Se Sim quando solicitou a autorização? (mês/ano) \_\_\_\_/\_\_\_\_.

6.2 Já obteve alguma resposta?

Sim  Não

7. Quantas pessoas trabalham na rádio?

---

8. Vocês fazem planejamento de seu trabalho?

Sim  Não

9. Quem toma a decisão final sobre o planejamento?

---

10. Sua rádio tem conselho comunitário constituído?

Sim  Não

4. Caso não tenha nenhum desses apoios como sua rádio consegue se manter e se sustentar?

10.1 Se respondeu SIM, com qual periodicidade o conselho comunitário se reúne para discutir questões.

administrativas, planejamento ou de programação?

Mensal  Bimestral  Trimestral  Semestral  Eventualmente  Nunca

11. Descreva como é decidida a programação:

---

#### IV. AUDIÊNCIA

1. Você classificaria sua audiência como?

Rural  Urbana  Ambos

2. Quantas pessoas você imagina que sua rádio atinge?

---

2.1 Essas pessoas são em sua maioria:

Homens  Mulheres

2.2 Em relação à idade, existem programas voltados para:

Crianças  Adolescentes  Adultos  Idosos

3. Você já ouviu falar, tem ou já teve alguma ligação com o movimento organizado de Rádios Comunitárias?

Sim, Temos ligação  Sim, Já tivemos ligação  Não

3.1 No caso de resposta afirmativa com qual ou quais?

4. Sua rádio já teve ou tem, algum contato com:

4.1 ABRAÇO (Associação Brasileira de Rádio Difusão Comunitária)

Sim  Não

4.2 ANCARC (Associação Nacional Católica de Rádios Comunitárias)

Sim  Não

4.3 FNDC (Fórum Nacional Democracia nas Comunicações )

Sim  Não

4.4 SINERC (Sindicato das Emissoras de Rádios Comunitárias)

Sim  Não

## V. CONTEÚDO DA PROGRAMAÇÃO

1. A programação da rádio contempla principalmente (assinale apenas 5 alternativas) :

Entretenimento  Política  Cultura

Música  Meio Ambiente  Saúde

Esportes  Jornalismo  Utilidade Pública

Economia  Violência  Culinária

Religião  Educação  Variedades

Outras -

Especifique: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. Na programação especificada acima (pergunta anterior) assinale 3 das quais com maior audiência.

Atenção: assinale agora, APENAS 3 (três) opções!

Entretenimento  Política  Cultura

Música  Meio Ambiente  Saúde

Esportes  Jornalismo  Utilidade Pública

Economia  Violência  Culinária

Religião  Educação  Variedades

Outras -

Especifique: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**3. Informação transmitida (Principal foco na programação):**

Sua informação é, sobretudo relativa a temas:

- do seu bairro  Nacionais
- da sua cidade  Internacionais
- do seu estado

**4. Qual são as fontes? Descreva:**

Jomais

Locais: \_\_\_\_\_

Jomais nacionais:

\_\_\_\_\_

Revistas:

\_\_\_\_\_

Internet:

\_\_\_\_\_

Outras Rádios:

\_\_\_\_\_

Outras Fontes:

\_\_\_\_\_

**VI. PERSPECTIVAS**

1. Quais as aspirações de sua rádio?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. O que você gostaria que a rádio tivesse, mas ainda não tem?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**VII. RESPONSABILIDADE SOCIAL**

1. Como a sua rádio entende a luta pela legalização das emissoras comunitárias?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Como resolver a questão da sustentabilidade da rádio?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Como sua rádio pode ajudar na defesa da saúde?

---

---

---

4. Em que o governo federal pode ajudar sua rádio?

---

---

---

5. O que você achou deste questionário?

---

---

---

**Responsável Regional:**

**Prof. Dr. Paulo Rogério Gallo**

*Faculdade de Saúde Pública - USP*

*E-mail: prgallo@usp.br*

**Coordenador Responsável: Prof. Dr. Alberto Olavo Advincula Reis**

**Av: Dr. Arnaldo, 715 - Cerqueira Cesar - São Paulo - SP - Cep: 01246-904**

**Telefone: (11) 3061-7703 - E-mail: albereis@usp.br**

*Departamento de Saúde Materno-Infantil*

*Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo*



## Tarcis Prado Júnior

possui graduação em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo (1998) . Atualmente é contrato da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo. Tem experiência na área de Comunicação.  
(Texto gerado automaticamente pela aplicação CVLattes)

Última atualização do currículo em 19/09/2005

Endereço para acessar este CV:

<http://lattes.cnpq.br/3476405057031517>

### Dados pessoais

**Nome** Tarcis Prado Júnior

**Nome em citações bibliográficas** PRADO JÚNIOR, T.

**Endereço profissional** Centro de Pesquisas e Documentação em Cidades e Municípios Saudáveis.  
Av. Dr. Arnaldo, 715  
Cerqueira César  
01246-904 - São Paulo, SP - Brasil  
Telefone: (11) 30854760  
URL da Homepage: [www.cidadessaudaveis.org.br](http://www.cidadessaudaveis.org.br)

### Formação acadêmica/Titulação

**1994 - 1998** Graduação em comunicação social. Universidade Metodista de São Paulo, UMESP, Brasil.

### Atuação profissional

**Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, FSP-USP, Brasil.**

#### Vínculo institucional

**2005 - Atual** Vínculo: Secretaria-Executiva, Enquadramento Funcional: contrato, Carga horária: 15, Regime: Dedicção exclusiva.

**Outras informações** Atuação como secretário-executivo do curso de Promoção e Especialização em Promoção de Saúde  
**centro de pesquisa e documentação das cidades e municípios saudáveis, CEPEDOC, Brasil.**

#### Atividades

**08/2003 - Atual** Serviços técnicos especializados .

Serviço realizado  
Capacitador do Curso de Formação e Capacitação Cidadã em turmas de adolescentes do programa Bolsta Trabalho da Prefeitura de São Paulo.

### Áreas de atuação

- 1.** Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação.
- 2.** Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda.

### Idiomas

**Inglês** Compreende Bem, Fala Razoavelmente, Lê Bem, Escreve Razoavelmente.

**Espanhol** Compreende Bem, Fala Pouco, Lê Bem, Escreve Pouco.

Página gerada pelo Sistema Currículo Lattes em 01/05/2009 às 14:45:50



## Paulo Rogério Gallo

possui graduação em Medicina pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1978), mestrado em Nutrição Humana Aplicada pela Universidade de São Paulo (1991) e doutorado em Medicina (Pediatria) pela Universidade de São Paulo (1997). Atualmente é editor associado da Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano e professor doutor da Universidade de São Paulo. Tem experiência na área de Medicina, com ênfase em Saúde Materno-Infantil, atuando principalmente nos seguintes temas: políticas públicas, saúde coletiva, saúde da criança, saúde pública, crescimento infantil e comunicação em saúde  
(Texto informado pelo autor)

Última atualização do currículo em 20/02/2009  
Endereço para acessar este CV:  
<http://lattes.cnpq.br/2014009926952964>



### Links para Outras

Bases:  
[Diretório de grupos de pesquisa](#)  
[SciELO - artigos em texto completo](#)

### Dados pessoais

**Nome** Paulo Rogério Gallo  
**Nome em citações bibliográficas** GALLO, P. R.  
**Sexo** Masculino  
**Endereço profissional** Universidade de São Paulo, Faculdade de Saúde Pública,  
Av. Dr. Arnaldo, 715  
Cerqueira Cesar  
01246-904 - Sao Paulo, SP - Brasil  
Telefone: (11) 30667703 Fax: (11) 30812451  
URL da Homepage: <http://www.fsp.usp.br>

### Formação acadêmica/Titulação

- 1993 - 1997** Doutorado em Medicina (Pediatria)  
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.  
*Título:* Fatores associados ao risco de retardo no crescimento em crianças escolares de famílias de baixa renda de uma área periférica no Município de São Paulo., *Ano de Obtenção:* 1997.  
*Orientador:* Claudio Leone
- 1986 - 1991** Mestrado em Nutrição Humana Aplicada  
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.  
*Título:* Fatores de risco à desnutrição protéico-energética em crianças pré-escolares que frequentam Unidades básicas de Saúde no Município de Guarulhos, 1989., *Ano de Obtenção:* 1991.  
*Orientador:* Maria Helena D'Aquino Benicio.  
*Palavras-chave:* desnutrição, Nutrição infantil, Crescimento Infantil  
*Grande área:* Ciências da Saúde / *Área:* Nutrição / *Subárea:* Análise Nutricional de População / *Especialidade:* Crescimento e Desenvolvimento  
*Setores de atividade:* Nutrição e alimentação, Saúde humana
- 1978 - 1980** Especialização - Residência médica  
Clínica Infantil do Ipiranga, *Residência médica em:* Pediatria Geral  
*Número do registro:*  
*Bolsista do(a):* Fundação do Desenvolvimento Administrativo, ...  
*Palavras-chave:* Pediatria  
*Grande área:* Ciências da Saúde / *Área:* Medicina / *Subárea:* Clínica Médica / *Especialidade:* Pediatria  
*Setores de atividade:* Cuidado à saúde das populações humanas
- 1972 - 1978** Graduação em Medicina, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP, Brasil.

### Formação complementar

- 1986 - 1986** Extensão universitária em Nutrição. (Carga horária: 200h).  
Universidade de Brasília.

### Atuação profissional

Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

#### Vínculo institucional

- 1994 - Atual** Vínculo: Servidor Público. Enquadramento Funcional: professor doutor. Carga horária: 40. Regime: Dedicção exclusiva

#### Atividades

- 10/2007 - Atual** Atividades de Participação em Projeto, Faculdade de Saúde Pública.  
Projetos de pesquisa  
[USO DA RÁDIO COMUNITÁRIA COMO ESPAÇO FÍSICO SOCIAL PARA INTEGRAÇÃO DAS ATIVIDADES SOCIO-CULTURAIS](#)
- 5/2007 - Atual** Direção e administração, Faculdade de Saúde Pública, Departamento de Saúde Materno-Infantil.  
Cargo ou função  
Chefe de Departamento
- 09/2005 - Atual** Ensino, Saúde Pública, Nível: Pós-Graduação.  
Disciplinas ministradas  
Rádio Comunicação comunitária e Saúde Pública
- 06/2005 - Atual** Extensão universitária, Faculdade de Saúde Pública, Departamento de Saúde Materno-Infantil.  
Atividade de extensão realizada  
Curso de Informação em Saúde Pública para comunicadores de rádios comunitárias
- 03/2005 - Atual** Conselhos, Comissões e Consultoria, Faculdade de Saúde Pública, Departamento de Saúde Materno-Infantil.  
Cargo ou função  
Membro titular do Conselho de Departamento.
- 02/2005 - Atual** Conselhos, Comissões e Consultoria, Faculdade de Saúde Pública.  
Cargo ou função  
Membro titular da comissão de graduação.
- 12/2004 - Atual** Conselhos, Comissões e Consultoria, Faculdade de Saúde Pública.  
Cargo ou função  
membro titular da Comissão de Graduação