



O CIDADÃO EM SINTONIA PARTICIPATIVA

UMA PERSPECTIVA DAS
RELAÇÕES PÚBLICAS

ALINE MENEGUINI DE OLIVEIRA

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“Júlio de Mesquita Filho”
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

Aline Meneguini de Oliveira

**CIDADÃO EM SINTONIA PARTICIPATIVA:
uma perspectiva para as Relações Públicas.**

Bauru
2009

ALINE MENEGUINI DE OLIVEIRA

**CIDADÃO EM SINTONIA PARTICIPATIVA:
uma perspectiva para as Relações Públicas.**

Projeto Experimental apresentado por Aline Meneguini de Oliveira, sob orientação do Prof^o. Dr. Maximiliano Martin Vicente e co-orientação da Prof^a. Assistente Dalva Aleixo Dias, ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de Bauru, atendendo à Resolução 002/84, do Conselho Federal de Educação, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas.

**Bauru
2009**

Banca Examinadora

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente
DCHU/ FAAC/ UNESP- Bauru SP

Profª. Assistente Dalva Aleixo Dias
DCSO/FAAC/UNESP- Bauru SP

Profª Dr. Roseane Andrelo
CCESA/USC-Bauru SP

Profª. Dr. Celina Marta Corrêa
DCSO/FAAC/UNESP-Bauru SP

Para todos que me apoiaram em minhas decisões e meus sonhos. Em especial para minha mãe que nesses anos de graduação sempre me deu força e carinho. Ao meu pai que me ensinou a ter determinação e caráter na vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me concedido a dádiva da vida.

Agradeço a minha família por ter me apoiado na realização do curso. Agradeço aos amigos da república TORTUGA: Analu, Ana Paula, Deusdará, Vivian, Nelson Pimenta (Viga man), e a Amanda (Tchuka). Onde aprendi a ver os problemas de outra forma, ora com a filosofia de Analu, ora com os conselhos de Anita, com o jeitinho meigo da Tchuka, com o “deixe-estar” da Vivian, com “Nêga fala pra mim” da Deusa e no corre-corre do artista da república, e que mesmo assim fez a capa desse trabalho. Valeu!

Agradeço também aos amigos da sala, em especial a Mary, Talita e Camis que contribuíram dando força, dicas, materiais e ponto de vista para esta pesquisa.

Agradeço ao Marcelo, amigo e companheiro, que me deu força e muito carinho. A Loura que sempre esteve com as portas de sua casa aberta para mim.

Agradeço ao professor Max pela atenção e pela tranqüilidade que sempre me passava desde o primeiro atendimento, proporcionando uma compreensão do curso que fez com que eu me identificasse ainda mais com a área.

Á professora e amiga Dalva, pelo carinho, pela atenção e pelas longas conversas, me orientando tanto para a profissão quanto para a vida. Agradeço também a professora Roseane que gentilmente me recebeu na USC, e sempre me incentivou nos estudos sobre Rádio. Aos ex-colegas de trabalho, e hoje amigos Liliana Zayas e Rodrigo Moraes que me motivaram nos primeiros passos da profissão, confiando em mim, para realização do Projeto de Reformulação de Programete de Rádio na Editora Alto Astral, fato que incentivou os estudos do veículo rádio.

Aos funcionários da Rádio UNESP FM, (Cleide Portes e ao Sergio Magson) que me receberam de maneira acolhedora, me auxiliando e mostrando como poderia ser aplicada a teoria estudada.

“A democratização das nossas sociedades se constrói a partir da democratização das informações, do conhecimento, das mídias, da formulação e debate dos caminhos e dos processos de mudança.” Betinho

“Liberdade é pouco o que eu quero não tem nome.” Clarice Lispector

OLIVEIRA, Aline Meneguini. **Cidadão em sintonia participativa: uma perspectiva das Relações Públicas**. Projeto Experimental. (Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, campus de Bauru. Bauru, 2009.

RESUMO

Na contemporaneidade, a mídia é centralizada e concentrada nas mãos de poucos, sendo necessárias a compreensão e a discussão sobre a democratização dos meios de comunicação. Nesse cenário desponta uma teoria ainda em amadurecimento, a Comunicação Pública, que estuda a comunicação pelo recorte da participação do cidadão. Neste sentido, este trabalho tem como objetivo a reflexão sobre a democracia, a centralidade e conglomeração midiática na sociedade, repercutindo nas organizações radiodifusoras públicas. Assim como tem o intuito de defender a atuação do profissional de Relações Públicas neste contexto, por seu caráter humanístico e estratégico. Através de pesquisa bibliográfica, observação da programação da Rádio UNESP FM Bauru e entrevistas aprofundadas com seus funcionários, é possível perceber que o veículo rádio, por suas características intrínsecas possui um grande potencial democratizador, quando com o compromisso com os interesses públicos, pode promover a cidadania. Observou-se também neste espaço comunicativo a possibilidade concreta de atuação do profissional de Relações Públicas, auxiliando a organização a perceber-se enquanto instituição social, definindo suas missões, seus objetivos, sua visão e suas políticas com a finalidade de viabilizar uma comunicação simétrica de mão dupla com os públicos.

PALAVRAS CHAVE: Relações Públicas, Comunicação Publica, Cidadania, Rádio.

OLIVEIRA, Aline Meneguini. **Citizen in a Participatory Tuning: a public relations perspective.** Experimental Project. (Bachelor in Social Communication - Public Relations). Faculty of Architecture, Arts and Communication - UNESP/Bauru. Bauru, 2009.

ABSTRACT

In contemporary times, to which the media is centralized in the hands of a few, it is necessary to understand and discuss its democratization. In this situation it surges a theory that is still maturing, Communication Public, which reflects the communication by the optic of citizen participation. In this sense, the research has as objective the reflection about democracy, the centrality and conglomeration media in society and what is affecting public broadcast organizations. So has too the intention to defend the performance of professional public relations in this context, due to its humanistic and strategic characteristic. Through literature review, observation of programming of Radio FM UNESP Bauru and interviews with employees, it is perceived that the vehicle radio for its intrinsic characteristics has great potential democratization, when this character in public can promote citizenship. There was also observed the demand for professional public relations, assisting the organization to recognize themselves as a social institution, defining its mission, its goals, its vision and policies, with objective to make two-way symmetrical communication to the public.

Key Words: Public Relations, Public Communication, Radio, Citizenship.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1- DEMOCRACIA: CONCEITOS E SUA EVOLUÇÃO POLÍTICA E SOCIAL NO BRASIL.....	13
1.1 Democracia: conceituação e discussão.....	13
1.2 Evolução Política da Democracia no Brasil: conquistas e percalços.....	24
1.3 As políticas sociais após a redemocratização: o compromisso com o cidadão.....	29
2- MÍDIA E DEMOCRACIA: A IMPORTÂNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO ELETRÔNICOS NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA.....	39
2.1 Direito a Comunicação: uma conquista cidadã.....	41
2.2 Impactos da mídia na sociedade: centralização e concentração.....	45
3- O VEÍCULO RÁDIO COMO ESPAÇO PARA EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO CIDADÃ.....	60
3.1 As características do veículo rádio: potencialidade democratizadora.....	60
3.1.1 A linguagem do Rádio.....	65
3.2 Emissoras de rádio pública: uma tentativa de tipologia.....	71
3.3 Participação nas emissoras de rádio pública: uma realidade possível.....	79
4- O EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO EM UMA EMISSORA DE RÁDIO PÚBLICA: UM DESAFIO DE ATUAÇÃO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS.....	85
4.1 Comunicação Pública: breve trajetória histórica e construção do conceito no Brasil.....	85
4.2 Relações Públicas: o profissional em sintonia com o dialogo e a cidadania.....	96
4.2.1 A título de exemplificação: aspectos da experiência da Rádio	

UNESP FM.....	109
4.2.2 Ingerência de Relações Públicas.....	115
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	119
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121
ANEXOS.....	125

.

INTRODUÇÃO

A partir de uma conceituação a respeito de democracia, seguida de uma contextualização do sistema democrático no âmbito nacional, este trabalho de conclusão de curso, apresenta como cenário teórico a concentração e a centralização midiática, fatores propiciados pelas exigências neoliberais vigentes na sociedade contemporânea, apontando para a necessidade de pluralidade e diversificação, ou seja, uma democratização dos meios de comunicação.

Nessa circunstância foi analisada a intrínseca relação entre o sistema democrático e a mídia, denotando-se a importância da conscientização dos cidadãos a respeito dos direitos de comunicação, conquistados na Constituição de 1988. Questões sobre a importância dos meios de comunicação na sociedade democrática ou sobre as estratégias para que a mídia possa promover a cidadania foram fontes de motivação para esta pesquisa.

A administração de concessões pelo Estado, bem como as falhas existentes na legislação em relação aos meios de comunicação eletrônicos foram apontados com a finalidade de compreender com mais profundidade a dimensão da complexidade em que se encontra o sistema de meios de comunicação nacional. Nesta perspectiva de estudo, tornou-se possível a compreensão da mídia pelo ponto de vista sociológico e político.

O trabalho também apresenta algumas inquietações a respeito do papel e dever dos meios de comunicação na sociedade democrática e o real desempenho da mídia na sociedade. Aparecem no estudo dos meios de comunicação eletrônicos, paradoxos e incoerências em relação ao texto legislativo e a prática realizada na atualidade. Diante desse contexto quais seriam as alternativas a serem buscadas para minimizar os problemas da mídia nacional como: padronização de conteúdos, sensacionalismo, exacerbado apelo comercial, unilateralismo de abordagem, dentre outras?

A democratização dos meios de comunicação tem sido discutida pelos especialistas como solução para os problemas encontrados no sistema midiático, pois a participação do cidadão opinando, fazendo reclamações e questionando a própria mídia, poderia acarretar numa diversidade e pluralidade de transmissões. Nesse sentido, as emissoras de radiodifusão pública, apresentam-se como veículos desvinculados das exigências mercadológicas, autônomos e preocupados com a qualidade de conteúdo

educacional e cultural, ou seja, cumprem as diretrizes constitucionais e colaboram na construção da conscientização cidadã.

Desse modo, este trabalho tem como objetivo principal a defesa do veículo rádio como meio de comunicação adequado para a promoção da conscientização dos direitos do cidadão, assim como para a promoção da cidadania. Também advoga a atuação do profissional de Relações Públicas em uma emissora de comunicação social, como instrumento fundamental para a viabilização de espaços de participação ativa do sujeito.

Para uma melhor compreensão deste estudo, o trabalho está dividido em quatro capítulos, sendo o primeiro relacionado à teorização clássica de democracia e suas complexidades políticas e sociológicas ao longo da história sendo referenciado por teóricos como, Tocqueville (1961), Bobbio (1986), Miguel (2005), Weffort (2006), Carvalho (2006), dentre outros. O capítulo trará também uma breve contextualização sobre a implantação da democracia no país, seus avanços e percalços demonstrados pela análise dos mandatos após a redemocratização.

O segundo capítulo abordará as implicações do sistema midiático na democracia. Por meio da denotação da conquista pelos direitos de comunicação na redemocratização do país, a análise apresentada questionará o não cumprimento das políticas de veiculação presentes na constituição de 1988, assim como apontará as disparidades na administração das concessões públicas dos meios de comunicação eletrônicos. Culminando assim na concentração midiática, ou seja, poucos proprietários possuem o poder de instituir a agenda pública na sociedade brasileira. O capítulo tem como intuito apontar a capacidade dos meios de comunicação na promoção da cidadania, contribuição e aprimoramento do sistema democrático. À luz de Lima (2004, 2006), Guareschi (2005), Downing (2002), dentre outros, a mídia é questionada em sua dimensão política e social.

Com o intuito de aprofundar e refletir a respeito do potencial democrático dos meios de comunicação, o veículo rádio, escolhido como objeto de estudo desse trabalho será apresentado, demonstrando suas principais características como: linguagem, contribuição social, formas de participação do ouvinte e as adaptações tecnológicas. Sob referência dos teóricos como Ferrareto (2007), Ortriwano (1985), Meditsch (2001), Silva (1999), dentre outros. Ao final do capítulo, será explicitada uma estrutura de teorização sobre a definição de rádios públicas, assunto carregado de muitos pontos de vista e pouca teorização a respeito, seguindo a linha de argumentação de Miola (2009).

Finalmente, no quarto capítulo, se realiza uma descrição do que entendemos por Comunicação Pública. Ainda, seguindo a trajetória marcada nos capítulos anteriores, evidenciamos sua importância e sua conexão com as emissoras de radiodifusão pública. A seguir o profissional de Relações Públicas será defendido na atuação em comprometimento com a cidadania, a luz de teóricos como: Vieira (2002), Kunsch (2006,2007), Marchiori (2006), dentre outros, a argumentação visa transcender a imagem desse profissional veiculada às empresas privadas.

A título de exemplificação, a Rádio UNESP FM será analisada em sua perspectiva organizacional, por meio de entrevistas aprofundadas, observação da grade de programação e visitas à emissora. Na tentativa de inserir o profissional de Relações Públicas na organização de comunicação social pública, o trabalho apresentará também algumas ações pontuais que poderia contribuir para solucionar algumas das principais carências da emissora.

1 - DEMOCRACIA: CONCEITO E SUA EVOLUÇÃO POLÍTICA E SOCIAL NO BRASIL

O capítulo contempla um recorte contextual abordando o surgimento, a conceituação e as discussões teóricas a respeito de Democracia. A luz de teóricos como: Toqueville(1961), Bobbio(1986) e Luis Felipe Miguel(2005), torna-se possível a compreensão do sistema político de maneira gradual e crítica. A democracia participativa também é descrita, a fim de elucidar o leitor para as tentativas de inserção do cidadão na prática política atual. Por seguinte, direcionam-se as teorias democráticas para a esfera política nacional, estabelecendo uma breve análise a respeito dos avanços e retrocessos na democracia brasileira.

1.1 Democracia: conceituação e discussão

A democracia em linhas gerais é conhecida como o governo do povo, o poder nesse sentido pode ser entendido como instância deliberada pela “massa”. No entanto sua conceituação se mostra muito complexa, quando se pretende entender e analisar esse sistema de governo de forma mais detalhada e processual.

A origem da palavra “democracia” surgiu na Grécia antiga, demo= povo e respectivamente kracia= poder, governo, autoridade. Athenas e outras cidades-estados foram consideradas os “berços” da democracia antiga, na qual o cidadão livre usufruía o direito de participar das decisões políticas. Porém os cidadãos livres representavam apenas uma minoria privilegiada da população, pois mulheres, escravos, estrangeiros e menores de 18 anos eram discriminados dos direitos políticos, assim as assembleias populares eram realizadas pela elite minoritária.

O cientista político Miguel (2005) descreve a democracia antiga e relata seus instrumentos participativos:

A democracia grega incluía a assembleia popular, o sorteio para o preenchimento dos cargos públicos e o pagamento pelo exercício de suas funções, a isonomia, a isegoria, o rodízio nas posições de governo e a crença na igual capacidade de todos os cidadãos para a gestão da polis. O pensamento político antigo se punha a favor ou (mais freqüentemente) contra a democracia. Num caso ou no outro, havia consenso sobre qual era o objeto da discussão (MIGUEL, 2005, p. 5).

Já Finley (1988) descreve que a sociedade ateniense, por ser escravocata, excluía a maioria da população no processo político de decisão, no entanto na formalidade o sistema primava pela igualdade em detrimento da liberdade, existindo assim uma incoerência entre a realidade praticada e os princípios seguidos. No decorrer dos anos essa sociedade entrou em decadência devida as guerras sofridas. Por conta disso a democracia também perdeu sua força, incrementando-se após o Absolutismo vigente na Idade Média.

No século XIX, Tocqueville (1961) desenvolveu um estudo sobre o sistema democrático em constante desenvolvimento nos Estados Unidos. A partir do ponto de vista sócio-político da realidade, o pensador francês diferenciou-se de outros pesquisadores focados na criação ideológica de uma democracia.

A idéia central dos estudos de Tocqueville refere-se “a existência de seu processo igualitário, como se fosse uma lei necessária para se compreender a história da humanidade” (QUIRINO; In WEFFORT, 2006, p. 154).

A democracia para o teórico consiste no constante processo de igualização de condições com preservação da liberdade. Para o pensador francês não apenas os Estados Unidos da América -USA- cumpriria as etapas do desenvolvimento democrático, e sim cada país, em detrimento de suas especificidades também desenvolveria a democracia.

Assim sendo, democracia para Tocqueville está sempre associada a um processo igualitário que não poderá ser sustado, desenvolvendo-se também diversamente em diferentes povos, conforme suas variações culturais. Porém, será sobretudo a ação política desse povo que irá definir se essa democracia será liberal ou tirânica (QUIRINO; In WEFFORT, 2006,p.155).

As definições de democracia mencionada por Tocqueville (1961) dizem respeito aos desvios que podem ser desencadeados no desenvolvimento do processo igualitário de condições, seja ela cultural ou política. Os entraves considerados perigosos para o autor dão-se quando em meio ao processo de igualdade existe a perda de liberdade, denominada “Tirania da Maioria”. Outro desvio preocupante seria o encadeamento de um Estado autoritário.

O pensador francês se mostra contrário ao individualismo crescente no capitalismo industrial, por apresentar como consequência o desinteresse do indivíduo em relação a assuntos públicos, na medida em que se preocupa cada vez mais em obter

lucros em seu trabalho. Esse desinteresse ocasiona uma fraqueza no exercício da cidadania, favorecendo a centralização administrativa e do poder. Assim percebe-se a raiz da tirania no desenvolvimento democrático.

Em relação à perda da liberdade na democracia, o temor de Tocqueville (1961) consiste na padronização cultural de uma maioria impossibilitando a expressão da minoria. Logo o surgimento de uma sociedade de massa acarretaria em hábitos, valores, regras e normas estabelecidas por essa maioria, de modo que uma expressão diferenciada da normalidade implantada ocasionaria um estranhamento e negação.

Nessa linha de raciocínio Quirino salienta: “Tocqueville está, sobretudo preocupado com a possibilidade de que nas democracias, as artes, a filosofia, e mesmo as ciências sem imediata aplicação prática não encontrem campo para se desenvolver” (QUIRINO; In WEFFORT 2006, p. 155).

Para Tocqueville (1961) democracia não está apenas direcionada a implantação de igualdade de condições, mas também relacionada à liberdade, na qual o homem pode usufruir de sua liberdade no campo cultural e político. O autor também faz uma reflexão sobre as possíveis circunstâncias impedoras dos desvios perigosos ocorrentes no processo igualitário. Considera a existência de instituições responsáveis por gerir a descentralização administrativa ou responsáveis pelas associações de cidadãos, uma maneira de garantir a manutenção das liberdades fundamentais do ser - humano, priorizando o livre-arbítrio no incremento da igualdade.

Outros teóricos, tais como Bobbio (1986) contribuíram para a conceituação do sistema democrático, revelando aspectos e vertentes diferenciadas. Os pais da democracia moderna como: Rousseau (apud NASCIMENTO; In WEFFORT, 2006), Tocqueville (1961) dentre outros, acreditavam num sistema democrático com variadas especificidades, enquanto o primeiro refletia sobre uma democracia exercida diretamente pelos cidadãos, o segundo acreditava que o exercício político deveria ser executado por representantes.¹ Teorias baseadas na soberania popular e outras com enfoque no contrato social possuem muitas distinções, no entanto estão ligadas entre si, servindo como referencial para teorias democráticas modernas.

A pretensão do teórico Rousseau (apud NASCIMENTO; In WEFFORT, 2006) nos seus estudos era apresentar um “dever-ser” da ação política. Assim como Tocqueville, o filósofo suíço também acreditava na igualdade de condições como fator

¹ Dicionário Político-Bobbio. Disponível em: <http://leonildoc.orgfree.com/enci/bobbio3.htm>

fundamental da democracia.² A exigência de uma legitimação da ação política, estava em suas teorias como ato precursor do processo democrático, assim estabelecido o pacto social, o cidadão abdicaria de sua liberdade natural para usufruir a liberdade civil. O cidadão livre constituiria um corpo soberano, encarregado de determinar o trabalho político e seu funcionamento, como também possuiria o poder de distribuir propriedades.

Desta vez, estariam dadas todas as condições para realização da liberdade civil, pois o povo soberano, sendo ao mesmo tempo parte ativa e passiva, isto é, agente do processo de elaboração das leis e aquele que obedece a essas mesmas leis, tem todas as condições para se constituir enquanto um ser autônomo, agindo por si mesmo (NASCIMENTO; In WEFFORT, 2006, p.196).

Em síntese o teórico não admite a representação sendo o mesmo nível de soberania, pois Rousseau não acredita que uma vontade geral possa ser representada por um indivíduo. Nesse sentido a representação política pode se revelar como um atraso na liberdade civil, partindo do princípio que a obediência à legislação elaborada pelo povo e que preserve a ele mesmo é um ato de liberdade.

A visão de democracia vislumbrada por Rousseau está diretamente formatada na democracia direta, constituída e praticada nas cidades-estados como Atenas, onde os cidadãos considerados livres participavam efetivamente da tomada decisória do governo. Por se tratar de aglomerações em menor número de pessoas, as deliberações eram elaboradas com objetividade. No entanto no cenário atual a democracia sofreu adaptações pelo sistema econômico e pelo modo de vida do cidadão, logo se encontra sobre uma nova vertente, a democracia representativa. “Para Bobbio significa que as deliberações coletivas, isto é, as deliberações que dizem respeito á coletividade inteira, são tomadas não diretamente por aqueles que dela fazem parte, mas por pessoas eleitas para esta finalidade” (BOBBIO, 1986, p. 43).

A democracia conhecida nas discussões contemporâneas remete-se a regimes oriundos no ocidente após a revolução americana e francesa, governos resistentes as ditaduras, assim como ditaduras no ocidente sobreviventes a segunda guerra, transformadas em regimes democráticos. Esse sistema de governo firmou-se e desenvolveu-se apenas em países que reconheceram constitucionalmente os direitos de

² WEFFORT, Francisco C. **Os clássicos da Política** - 11.ed. São Paulo: Ática, 2006.

liberdade. Bobbio (1986) ainda discorre a respeito da interdependência do Estado Liberal e a Democracia, afirmando que a postura liberal do governo pode ser entendida como pressuposto histórico e jurídico da democracia. A relação entre as duas instâncias dá-se a partir do princípio que: para concepção da democracia faz-se necessário o estabelecimento de liberdade seja de opinião, expressão, dentre outras. E por outro lado o governo democrático mostra-se eficaz na garantia de existência da liberdade e sua manutenção. O autor conceitua democracia como sendo: “conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem *quem* está autorizado a tomar decisões coletivas e com *quais* procedimentos” (BOBBIO, 1986, p. 18).

Os procedimentos no sistema democrático estão baseados na regra da maioria, na qual as tomadas de decisões são elaboradas através do maior número de votos dentre os representantes. Nesse momento cabe esmiuçar e discutir o processo representativo e a transferência do poder pelo sufrágio universal para os eleitos a representarem os interesses da população. Sobre essa linha de argumentação Rousseau discorre sobre a democracia representativa na Inglaterra: “o povo inglês acredita ser livre, mas se engana redondamente, só o é durante a eleição de membros do parlamento; uma vez eleitos estes, ele volta a ser escravo, não é mais nada” (apud BOBBIO, 1986, p. 40). O teórico mantém sua postura crítica ao processo de democracia representativa, alegando a existência da liberdade apenas no ato de eleger representantes, atividade que se pode caracterizar ainda como ápice da ação política do cidadão contemporâneo.

Primeiramente, para se alcançar a compreensão das facetas da democracia representativa, faz-se necessário a quebra de paradigmas como o de que a democracia representativa possui as mesmas características do estado parlamentar. Esta confusão de conceitos é percebida na atualidade, na qual a co-relação freqüentemente estabelecida por muitos teóricos acaba por criticar uma quando se pretende criticar outra. Retomando ao cerne do conceito de democracia de Bobbio (1986), sua vertente representativa consiste nas deliberações coletivas tomadas de maneira não direta, por meio de pessoas eleitas para este fim. Já o estado parlamentar refere-se ao estado que é caracterizado representativo em seu órgão central, no qual são encaminhadas reivindicações e do qual partem as decisões coletivas básicas.

Observa-se nos estados representativos da contemporaneidade a ampliação da representação para diversos órgãos e sedes também responsáveis pela deliberação coletiva, não sendo apenas o órgão central encarregado desta função. Portanto, pode-se afirmar que nem todo estado representativo pode ser denominado estado parlamentar e

vice-versa. A representação política inerente ao processo democrático atual está concretizada em suas complexidades. Para Bobbio (1986) o ponto central do estudo está pautado no poder transferido ao representante e ao conteúdo desse poder representativo. O autor classifica as relações representativas em delegado e fiduciário. Quando delegado, o representante porta-se como embaixador, sendo seu mandato limitado e revogável. Quando fiduciário, o representante possui certa liberdade cedida pelos representados, devido à confiança depositada no eleito. Assim ele interpreta com seu próprio discernimento suas decisões, caracterizado nesse caso, em particular, pela ausência de mandato imperativo.

Quanto às relações de poder, o representante pode atuar conforme os interesses referentes aos direitos fundamentais do indivíduo, de forma mais generalista ou conforme interesses individuais, seja de classes e categorias sociais. Em relação ao primeiro, não se faz necessário o pertencimento a uma categoria social, para este fim criou-se a própria categoria desses representantes: *políticos de profissão*. Já para identificação do segundo percebe-se uma atuação focada em interesses específicos como a de uma categoria profissional, sendo requisito para este representante a mesma profissão.

As categorizações descritas acima são os pontos centrais da argumentação crítica sobre a democracia representativa. Os que são contrários a essa vertente democrática refletem sobre uma democracia mais ampla e completa, criticando a proibição dos mandatos imperativos, ou seja, a relação fiduciária entre eleitos e eleitores, a qual estabelece apenas um vínculo de interesse específico entre representante e representado, e criticam também a representação estruturada nos interesses gerais, porém elaborada tendo em vista os interesses de categorias.

Nesse sentido compreende-se a representatividade como relação entre o poder e os governados, e para que a democracia seja efetiva faz-se necessário uma cumplicidade entre representante e representados, estabelecendo assim uma transparência nas funções exercidas, não propiciando a existência do poder invisível, o que consiste na inibição de divulgação pública do desenvolvimento das ações políticas. Desta forma a comunicação público-política possui o papel primordial de *promover a cidadania*, na medida em que torna públicas as ações dos representantes, permitindo ao cidadão o discernimento do lícito e ilícito, servindo assim como ferramenta de vigilância dos eleitos.

Mas a democracia representativa encontra em seu caminho descrédulos, cidadãos que compreendem o sistema como falho, necessitado de melhorias e por este

motivo se desinteressam pelas eleições. De fato uma democracia por sua característica transformadora e mutável, sofre diversas interferências no cerne das teorias ideológicas, assim como passa adquirir vícios maléficos ao seu desenvolvimento. Nessa ótica encontram-se os atores políticos imersos na atualidade pluralista, esses possuem a função de representar o indivíduo soberano. No entanto os cidadãos se uniram em grupos, associações com distintos perfis, sindicatos de categorias profissionais, grandes organizações de diferentes naturezas, surgiram na esfera pública, modificando e estruturando uma democracia compatível a esse contexto.

Neste sentido Bobbio argumenta:

Os grupos e não os indivíduos são os protagonistas da vida política numa sociedade democrática, na qual não existe mais um soberano, o povo ou a nação, composto por indivíduos que adquiriram o direito de participar direta ou indiretamente do governo, na qual não existe mais o povo como unidade ideal (ou mística), mas apenas o povo dividido de fato em grupos contrapostos e concorrentes, com a sua relativa autonomia diante do governo central (autonomia que os indivíduos singulares perderam ou só tiveram num modelo ideal de governo democrático sempre desmentido pelos fatos) (BOBBIO, 1986, p. 23).

Segundo o autor, os indivíduos possuidores dos direitos de participação direta ou indireta no governo encontram-se segmentado em grupos de interesses, impulsionados cada vez mais pela ideologia do liberalismo atomizadora. Nesse contexto pluralista ocorre a fomentação de grupos com ideais de participação política, objetivando a representação do poder no governo, os partidos, que procuram estabelecer um canal entre a população e a esfera política, nesse sentido os partidos colhem as reivindicações e procuram inseri-las nos projetos de leis, na tomada de decisão. No entanto na atualidade os partidos encontram dificuldades em transformar as demandas e reivindicações sociais em deliberações políticas, na medida em que aumenta a insatisfação da população aumenta-se também a burocracia estatal, afetando o desempenho da função desses partidos.

Em consequência da atual descrença na democracia representativa, os partidos políticos também são afetados, passam a perder a credibilidade devido a inúmeros escândalos de corrupção, desvinculamento e desonestidade do eleito com os ideais partidários, muitas vezes transmitidos pelos meios de comunicação. A população distante das ações e decisões políticas acaba por efetivar seu direito político apenas nos

momentos de votação eleitoral, no qual os indivíduos são manipulados e dirigidos pela concorrência partidária, que frequentemente transformam o voto do cidadão em valor de troca, mercadoria. Em meio a tantas disputas políticas, a democracia se revela controversa, incoerente aos seus princípios ideológicos e igualitários, sendo interpretada muitas vezes como legitimidade da minoria, servindo como instrumento para obtenção de interesses privados.

Sobre este tema, Miguel (2005) defende:³

Não podemos ter o “governo do povo” como tal, pois nossas sociedades são muito extensas, muito populosas e muito complexas – e, sobretudo (...), porque a incorporação de mais e mais grupos à cidadania multiplicou o nível potencial de conflito (MIGUEL, 2005, p.6).

A esfera política estruturada no partidarismo como se pode observar em nosso país, acarreta na disputa por votos, exacerbando a concorrência e desigualdades entre os partidos. No Brasil é presenciada uma democracia partidária, na qual os partidos fazem a mediação entre sociedade civil e esfera política, sendo essas instituições fundamentais ao sistema. A Constituição Federal assegura elegibilidade ao representante apenas com filiação partidária, assim como assegura o direito de criação, extinção, organização e funcionamento.

Os partidos são natos do jogo democrático, e, ao atuarem na concretização do poder de representação, favorecem a preservação do Estado Democrático, e, pelo menos em tese, favorecem a formação e expressão da vontade geral. Mas para este fim, necessita-se de alguns reparos em sua estrutura relacionada às normas de participação e candidatura partidária, objetivando alcançar uma coerente democracia interna nesses partidos, para assim evitar o aumento discrepante de partidos ausentes de filosofia, cunho social ou de ideológico tendenciosos a enfraquecer o sistema político. O pluripartidarismo, o alto crescimento de partidos pequenos, ínfimos e perigosos por

³ MIGUEEL, L.F. **Teoria Democrática Atual: esboço de mapeamento**. BIBI. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, São Paulo, vol. 59. 1º semestre de 2005.

apresentar maior tendência a se corromper por dinheiro, ocorrentes na esfera política nacional transforma o sufrágio universal num mercado eleitoral, fragilizando e desfavorecendo a credibilidade na democracia. Acarreta por fim na dificuldade em estabelecer as deliberações no parlamento, pois nenhum partido conquista uma maioria absoluta.

Um dos problemas mais recorrentes da democracia pluripartidária é o distanciamento da expressão parlamentar da real vontade geral, do interesse popular. Esse afastamento de noção dá-se pelo descomprometimento do parlamentar ao seu partido político logo após o término das eleições. Nota-se então a frágil relação de fidelidade entre o eleito e o partido. Cabe nesse cenário uma reforma política tanto do âmbito geral da democracia como na estrutura interna desses partidos, a qual proporcionaria uma representatividade partidária proporcional no parlamento assim como o estabelecimento de atitudes democráticas na própria organização desses partidos.

Contudo, a ausência de correspondência do sistema democrático representativo aos anseios da população e o devido enfraquecimento dos partidos políticos, ocasionou a fomentação de grupos de pressão que motivados pelas novas tecnologias, se dirigem diretamente aos parlamentares reivindicando as necessidades sociais via e-mail, redes sociais, blogs e sites relacionados dentre outras plataformas virtuais dos eleitos. Na medida em que a democracia representativa entra em declínio a atividade desses grupos cria uma esfera de participação política favorecendo a complementação da democracia pela vertente da participação. Essa faceta democrática não se trata de uma tentativa de transformar a democracia caracterizada pelos intermediários em democracia direta, mas sim a criação de espaços políticos, visando à inclusão do cidadão no processo decisório.

Todavia, não há dúvida de que estamos assistindo à ampliação do processo de democratização. Se devêssemos apontar uma das características mais evidentes e interessantes de uma sociedade politicamente em expansão, como é, por exemplo, a italiana, não poderíamos deixar de indicar a exigência e o exercício efetivo de uma sempre nova participação. Peço desculpas por ser um pouco esquemático, mas o fluxo do poder só pode ter duas direções: ou é descendente, quer dizer, desce do alto para baixo, ou é ascendente, quer dizer, vai de baixo para cima. Exemplo típico do primeiro é, nos estados modernos, o poder burocrático;

do segundo é o poder político, onde quer que se entenda por poder político aquele exercido em todos os níveis (local, regional, estatal) em nome e por conta do cidadão, ou melhor, do indivíduo enquanto cidadão (BOBBIO, 1986, p. 53).

A co-relação entre estado e sociedade na tomada de decisão dá-se de maneira estreita, pois as deliberações são referentes aos acontecimentos e necessidades sociais, no entanto isto não significa que as instituições inerentes à sociedade sejam democráticas. Portanto a expansão ascendente do poder constitui o processo de democratização, no qual o indivíduo torna-se reconhecido como cidadão não apenas no âmbito político, mas na esfera social, em seus variados papéis. O desenvolvimento democrático trata-se da expansão da democracia em seu conceito político para uma democracia social. Assim o índice de desenvolvimento democrático está pautado não no número de eleitos e sim no aumento das instâncias onde o cidadão pode exercer a atividade política.

A democracia participativa defendida por muitos teóricos retoma os ideais de Rousseau, na medida em que vislumbra a democracia como um processo educativo, no qual cada cidadão se aperfeiçoa na busca pelo interesse coletivo, a vontade geral. Como na democracia antiga vivenciada pelas cidades-estados, cuja virtude cívica do indivíduo era conquistada por meio de um aprendizado prático. O autor Luís Felipe Miguel inspirado na teoria de Stuart Mill elucida que não se trata mais de descobrir uma vontade geral, mas de ampliar os horizontes dos cidadãos comuns, de outra forma limitados por seu ambiente imediato. Da participação política nasceriam indivíduos mais capazes e competentes (MIGUEL, 2005, p.25).

Porém com a implantação do sufrágio universal, o cidadão é chamado para exercer seu papel de forma periódica. Devido aos intervalos entre as eleições, o direito de voto tornou-se um instrumento frágil no aperfeiçoamento da cidadania, considerando também o valor mínimo da decisão individualizada diante da decisão coletiva. Os crentes na vertente participativa compreendem que a cidadania efetiva acontecerá por meio de ampliação das possibilidades de participação. Em cada confronto com a democracia representativa, esses teóricos procuram uma solução na inclusão dos cidadãos na esfera política. Em relação ao valor ínfimo do voto individual, acredita-se que com a redução do âmbito das decisões políticas permitiria assim o desenvolvimento de uma democracia mais direta, com uma participação efetiva dos envolvidos.

Miguel (2005) ainda esclarece que os participacionistas contemporâneos não reivindicam a redução do tamanho dos Estados, e sim se preocupam com a divisão recorrente entre sociedade civil e estado. Pautados nas teorias de Bobbio (1986), esses teóricos compreendem a necessidade de implantação de ferramentas democráticas no âmbito local, como bairros, escolas, família e relação de trabalho.

Percebendo a necessidade de uma combinação entre participação e estrutura representativa piramidal, pois as decisões locais muitas vezes estão ligadas à conjuntura de outras comunidades e até mesmo nacionais como nos embates referentes à: transportes, comunicações, poluição, epidemias entre outras. Os teóricos devotos da vertente participativa influenciados pelas teorias de Rousseau constataam a impossibilidade de uma democracia integral e efetiva em meio às desigualdades materiais, preponderante no sistema econômico capitalista.

Em síntese a democracia se defronta com dois grandes problemas: a desigualdade material e a carência de prática cotidiana, sendo que esses dois aspectos fazem convergência na questão da propriedade privada, do mesmo modo que é considerada o cerne da desigualdade social, também se revela como empate na participação dos trabalhadores na política, por desencadear um controle no processo produtivo.

Se a democracia implica uma nova consciência do indivíduo, nessa ótica, Miguel (2005) denota que há um círculo vicioso entre as duas premissas; qual sejam as desigualdades promovem a apatia do eleitorado. De um lado a apatia impede uma participação no sentido de diminuir as desigualdades. De outro lado, a democracia participativa não se mostra indiferente à apatia política da população, pelo contrário ela reconhece o desinteresse e a desinformação do cidadão, mas vislumbra a capacidade e o potencial que todos possuem para participar de forma ativa nas deliberações que dizem respeito ao interesse público.

No Brasil a gestão política participativa, tornou-se conhecida em meios às experiências relacionadas ao orçamento participativo nos municípios⁴. No entanto Miguel (2005) desconsidera essa associação negando o orçamento participativo como instrumento da democracia participativa e sim recurso utilizado pela democracia representativa. O autor acredita que se trata apenas de uma duplicação de instâncias de

⁴ Entendido como participação do cidadão na tomada de decisão a respeito de recursos alocados pelos municípios.

representação e considera qualquer empenho no âmbito político possível de ser interpretado como atitude participativa, já para os participacionistas o sentido de participação culmina na transferência do poder decisório do topo para base, propiciando um entendimento em relação a assuntos políticos em abrangência e escolha de representante.

Cabe nesse momento uma explanação a respeito da implantação e desenvolvimento democrático no país, assim como seus embates, dificuldades estruturais e de consolidação, a fim de contextualizarmos as iniciativas democráticas freqüentemente utilizadas pelos partidos políticos nacionais.

1.2 Evolução Política da Democracia no Brasil: conquistas e percalços

O Brasil introduziu-se no processo democrático em meados da década de setenta, após os vinte e um anos de regime militar, caracterizado pela instabilidade política devido aos inúmeros conflitos entre militares moderados e radicais. No entanto esse regime por ora era classificado como autoritário, por se tratar de governo das Forças Armadas e pelas limitações das atividades partidárias, poderia ser classificado também como uma combinação de regime autoritário com utilização dos mecanismos de uma democracia representativa. Seja na alternância de presidentes da república, seja pela continuidade mesmo que de maneira restrita do exercício do judiciário e do congresso.

Este arranjo peculiar foi o responsável, em grande medida, por sucessivas crises políticas que acompanharam o regime, fazendo-o se caracterizar por fases alternadas de repressão e liberalização permeadas por crises políticas resultantes de conflitos dentro do exército e entre estes grupos e a oposição democrática (KINZO, 1988 apud KINZO, 2001, s/p.).

O regime militar mais que plano de fundo, é um dos pontos preponderantes para compreensão do longo período de transição democrática no país. Somente após onze anos os cidadãos retomaram o poder político, mais cinco anos transcorrido liberalizaram-se a eleição de presidente da república por voto popular.

A transição democrática passou por três fases, nas quais duas destas foram ainda controladas pelo regime militar, perdurando nas transformações para o alcance das

rupturas autoritárias, de forma gradativa e lenta conquistou-se: a anistia dos políticos exilados, anulação parcial da censura, retomada de partidos nas eleições e sucessão presidencial. A terceira fase (1985 a 1990) foi inaugurada pelo mandato de Tancredo Neves que faleceu por doença, em razão desse fato o país passou a ser governado pelo vice José Sarney. O novo presidente, conhecido como uma personalidade política vinculada aos militares tomava posse do governo, no entanto a população esperava ser governada por um eleito do PMDB. Assim Sarney iniciou seu mandato sem um plano de governo, enfrentou uma crise econômica, além de encarar a repercussão de sua imagem incoerente a expectativa dos cidadãos. A reestruturação do governo civil, denominado Nova República, passou por esses fatores que o fragilizaram, tornando o momento transitório da democracia, alvo de pressão de grupos políticos distintos e segmentos organizados da sociedade civil, que reivindicavam uma democratização em todos os aspectos.

A professora de ciências políticas da USP Kinzo (2001, s/p.) em seu artigo sobre este período político nacional pondera:

No que tange à esfera política, a fase inaugurada em 1985 foi de intensificação da democratização. Os sinais mais importantes foram a instituição de condições livres de participação e contestação (com a revogação de todas as medidas que limitavam o direito de voto e de organização política) e, acima de tudo, a refundação da estrutura constitucional brasileira com a promulgação de uma nova Constituição em 1988.

Como reflexo desse período conturbado de transição surge à necessidade de reconstrução constitucional do Brasil, diversos grupos políticos com distintos interesses participaram da reformulação, por meio de muitos conflitos e incessantes discussões com intuito de estabelecer restrições ou liberações às limitações nas disposições sociais, a constituição de 1988 foi elaborada. A Assembléia Constituinte foi considerada um dos acontecimentos mais democráticos da constituição brasileira.

Os aspectos que lhe atribuíram tal característica consistem na: descentralização a respeito da participação dos constituintes nos diversos processos de feitura, visibilidade nos meios de comunicação, participação direta e indireta de grupos sociais organizados e permeabilidade as pressões exercidas pelos interesses dos grupos, sendo assim cada

decisão era negociada e deliberada em sua especificidade. Mesmo em meio de tantos avanços a Constituição ainda carregava heranças do “velho”, na medida em que a reforma agrária não estava inserida na pauta de reformulação, assim como a prerrogativa militar permanecia na esfera política caso os outros poderes se mostrassem ineficientes (KINZO, 2001, s/p.).

A transição democrática brasileira pode ser considerada um tanto quanto conservadora, quando observada na perspectiva da presença do autoritarismo no processo, muitos teóricos consideram esse período transitório como *transição pela transação*. A teórica política Oliveira (2000) a luz dos teóricos Share e Manwaring (1986) pondera que o governo autoritário na busca por espaços políticos para a oposição compactuou acordos com a oposição democrática, a fim de constituir o mercado eleitoral e partidário, como também manter grupos antigos, leais ao autoritarismo no âmbito político. A permanência desses grupos no processo democrático negociado acarretou em inúmeras restrições as mudanças constitucionais, assim como a conservação dos freqüentes vícios políticos (clientelismo, fragilidade partidária, relação de comprometimento à instituição democrática com o poder privado, dentre outros) desencadeando assim, um caráter de continuidade para transição democrática ao invés de ruptura com o governo autoritário.

Com a elaboração da Constituição de 1988, determinaram-se as eleições diretas para presidente, governadores, senadores e deputados. Sendo assim complexo período de transição foi concluso na eleição de 1989, na qual mais de 70 milhões de brasileiros expressaram sua vontade nas urnas, elegendo Collor para presidente da República. Após esse passo de redemocratização na política brasileira, o país passou por varias crises econômicas e políticas ocorrentes pelo caráter incipiente do sistema democrático, ao qual o Brasil encontrava-se. Medidas radicais foram tomadas nesse período, no âmbito econômico o Plano Collor estabeleceu o bloqueio de dinheiro depositado nos bancos na forma de poupança ou conta corrente de pessoas físicas e jurídicas, em suma houve uma interferência arbitrária na poupança dos cidadãos assim como em investimentos financeiros, tal medida não amenizou a crise econômica⁵.

Collor em seu terceiro ano de mandato foi alvo de denúncias de corrupções e tráfico de influências, por conseqüência foi instaurada a CPI (Comissão Parlamentar de

⁵ Mesmo que a principio a inflação tenha sido reduzida, o plano acarretou na maior recessão da história brasileira, resultando no aumento do desemprego e nas quebras de empresas. Disponível em <http://www.unificado.com.br/calendario/08/impeachment.htm>

Inquérito) resultando no impeachment do presidente. Logo o afastamento do presidente acarretou na ascensão de seu vice-presidente Itamar Franco ao poder. No entanto as freqüentes crises econômicas e políticas persistiram em seu mandato, levando a constantes mudanças do cargo de Ministro da Economia, sustada pela admissão do Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso.

Em 1993 um plebiscito é realizado, a fim de determinar o rumo político do país: continuidade do sistema de governo de forma presidencialista ou parlamentarista? O resultado da votação definiu a continuidade do sistema presidencialista em vigor. No ano seguinte foi implementado o Plano Real, considerado uma inovadora medida econômica que por fim obteve o sucesso no combate a inflação.⁶ Por consequência do resultado do plano econômico, Fernando Henrique Cardoso (FHC) candidatou-se a presidente no mesmo ano. O destaque na continuidade do Plano Real e estabilidade econômica expostas em sua campanha eleitoral foram os fatores decisivos para alcançar a presidência.⁷ Em seu governo Fernando Henrique Cardoso conquistou a aprovação da ementa constitucional de reeleição para cargos eletivos executivos, não concedeu nenhum aumento de salário aos servidores públicos e realizou uma Reforma na Previdência Social na tentativa de combater os déficits públicos. Ocorreram também às privatizações de empresas estatais como Embraer, Telebrás, Vale do Rio Doce, dentre outras. Diversas acusações de corrupção também estiveram presentes no mandato de FHC, sendo a mais denotada a compra de parlamentares a fim de assegurar sua reeleição, assim como o apadrinhamento de grupos financeiros no processo de privatização.

No segundo mandato, o governo de Fernando Henrique Cardoso sofreu uma queda na valorização da moeda, consequência de uma crise financeira internacional no México, Rússia e Ásia, o que acarretou numa medida econômica de aumento de juros e também da dívida externa. O Fundef (Fundo de Desenvolvimento do Ensino Fundamental) foi implantado com objetivo de garantir mais recursos ao ensino fundamental. Assim como se concretizou o projeto Gasoduto Brasil- Bolívia. No final do segundo mandato o presidente obteve uma baixa de popularidade devido ao

⁶ O Plano real é considerado o mais bem-sucedido dos planos econômicos implantados nos últimos anos, pela sua eficiência no combate a hiperinflação. Organizado em etapas, o plano substituiu a moeda antiga pelo Real resultando na dominação da inflação. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/planreal.asp>

⁷ Informações disponíveis em <http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/real22.asp>

escândalo do Apagão, ocasionado devido à ausência de planejamento e investimento na distribuição de energia no país e a escassez de chuvas no período.

Em 2002, pela quarta vez Luis Inácio Da Silva se candidatava pelo PT (Partido dos Trabalhadores) desta vez, com êxito o candidato ascende ao poder. Pelo forte enfoque nos projetos sociais, o “Governo Lula” prometia uma nova guinada na política brasileira, visando combater a concentração de renda no país. Em seu governo foram implantados vários projetos sociais, dentre esses o mais denotado, Fome Zero preenchendo assim a lacuna do governo de FHC, porém essa política social só tornou-se possível em decorrência das conquistas econômicas alcançadas no mandato anterior.⁸

O governo Lula também sofreu denúncias de corrupção, em 2005 o caso “Mensalão” ou compra de votos dos parlamentares, denominado dessa forma devido à mensalidade que os deputados recebiam para votar a favor dos projetos de governo.⁹ Mesmo com a denúncia, o presidente conseguiu se reeleger e dar continuidade ao seu plano de governo, e atualmente o país passa por uma ferrenha crise econômica internacional.

O caminho de desenvolvimento democrático nacional como podemos observar na breve descrição dos mandatos presidenciais acima, culmina na reflexão de que o processo democrático no país sofreu e vem sendo esculpido entre avanços e limitações sejam no âmbito político, econômico e social. A democratização brasileira enfrentou varias etapas de desenvolvimento como: a transição, a implantação, a manutenção do regime, no entanto em relação a ultima fase, a consolidação democrática, pode-se notar características dessa fase em nosso país?

A respeito dessa indagação a teórica Oliveira (2000) pondera:

“[...] a consolidação propriamente dita é um estágio final, em que cinco campos em interação aparecem de forma plenamente visível: uma sociedade civil livre e ativa, com cidadãos e grupos que podem se expressar e se associar para defender suas opiniões e seus interesses; uma sociedade política relativamente

⁸ O **FOME ZERO** é uma estratégia impulsionada pelo governo federal para assegurar o direito humano à alimentação adequada às pessoas com dificuldades de acesso aos alimentos. Tal estratégia se insere na promoção da segurança alimentar e nutricional buscando a inclusão social e a conquista da cidadania da população mais vulnerável à fome. Disponível em: <http://www.fomezero.gov.br/o-que-e>.

⁹ Informações a respeito do governo Lula são referenciadas pelo site: <http://www.brasilecola.com/historiab/governo-luis-inacio-lula-da-silva.htm>

autônoma e valorizada, na qual os partidos, as lideranças e as instituições democráticas são canais de intermediação entre a sociedade civil e o Estado; um Estado de Direito respeitado e valorizado tanto pela sociedade civil quanto pela sociedade política e pelo próprio Estado; uma burocracia estatal subordinada ao governo, capaz de prestar os serviços básicos à população; e, finalmente, uma sociedade econômica institucionalizada, que seria, na visão dos autores, “um conjunto de normas, instituições e regulamentações, construídas e acordadas de forma sócio-política” (LINS; STEPAN 1999, apud OLIVEIRA, 2000, s/p.)

Considerando a consolidação democrática como concretização de instituições democráticas no regime político, tornando assim mais próxima à relação de envolvimento entre sociedade civil e Estado, é possível observar que o país necessita de reparos e reformulações no processo democrático para alcançar tal estágio. Problemas sistêmicos dificultam o avanço no processo, dentre eles: o caráter conservador o qual foi concebido a redemocratização, tornando-a uma continuidade ao autoritarismo e não uma ruptura, o personalismo do presidente da república, a instabilidade das instituições democráticas, a fragmentação partidária, além de pouca inteligibilidade do eleitor a respeito das legendas de partido, o distanciamento entre representante e representado, o alto controle decisório do executivo em relação ao legislativo, dentre outros empecilhos.

Nessa reflexão Kinzo (2001) aponta para os problemas causados pela desigualdade social e da pobreza oriundos da concentração de renda no país, herança do período de regime militar. As discrepâncias sociais segundo a autora comprometem o envolvimento político do cidadão, afetando assim o processo democrático.

As explicações sobre o âmbito democrático sugerem uma reflexão em relação aos problemas sociais recorrentes no Brasil, assim como as medidas políticas tomadas objetivando amenizar tais disparidades sociais. Portanto nesse momento faz-se necessário uma descrição e análise dos caminhos percorridos pela nossa democracia a fim de aproximar as reivindicações do eleitor á tomada de decisão do Estado.

1.3 As políticas sócias após redemocratização Brasileira: o compromisso com o cidadão

A cidadania tornou-se de fato conhecimento popular com o fim do período ditatorial, ganhando maior denotação com o entusiasmo da população no estabelecimento de instituições democráticas. O Brasil nesse momento elaborava a Constituição de 1988, denominada também como Constituição Cidadã, pois os brasileiros reconquistaram seus direitos políticos como, direito a eleger Prefeito, Governadores e Presidente da República.

Precipitadamente criou-se um ambiente de expectativa a extensão de garantias de participação, de segurança, de desenvolvimento, de emprego, de justiça social dentre outras. Os direitos como: liberdade de expressão, ação política e sindical, de voto direto e participação foram assegurados pela Constituição Cidadã, contudo em outras áreas não menos importantes, a situação problemática agravou-se gradativamente, enquanto o Estado não apresentava solução ou tentativa de melhoria com eficiência.

Em meio à violência urbana, péssimas condições de atendimento no sistema público de saúde, desemprego, analfabetismo, ausência de saneamento básico, em suma a continuidade das discrepâncias sociais, a população conseqüentemente foi perdendo a confiança nas ferramentas do sistema democrático.

O exercício de certos direitos como a liberdade de pensamento e voto não gera automaticamente o gozo de outros, como a segurança e o emprego. O exercício do voto não garante a existência de governos atentos aos problemas básicos da população. Dito de outra maneira: a liberdade e a participação não levam automaticamente, ou rapidamente, à resolução de problemas sociais. Isto quer dizer que a cidadania inclui várias dimensões e que algumas podem estar presentes sem as outras (CARVALHO, 2006, p. 9).

O autor a partir dessa constatação busca nas teorias de Marshall (1967) a compreensão da distinção entre as dimensões de cidadania postuladas pelo teórico inglês. A dimensão trata-se de um desdobramento dos direitos dentre eles: civis, sociais e políticos.¹⁰ Os direitos civis, segundo Carvalho (2006) são denominados fundamentais a vida, como a liberdade, a propriedade, igualdade perante a legislação, estes podendo ser desdobrados em direito de ir e vir, manifestação do pensamento, de respeito à inviolabilidade do lar e da correspondência, dentre outros desdobramentos relacionados

¹⁰ Informações consultadas no livro: MARSHALL, T. A **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

à garantia da convivência em sociedade, regidos pela liberdade particular. Já os direitos políticos consistem na participação do cidadão na gerência da sociedade, seja de organizar partidos, direito a voto e ser candidato, de demonstrações políticas dentre outros. Por último os direitos sociais que asseguram a participação do indivíduo na riqueza coletiva. Estão inclusos nesse nível, o direito a educação, a saúde, ao trabalho, a remuneração justa e a aposentadoria. Em síntese do acima exposto, a *plenitude da cidadania* consiste na obtenção dos três níveis de direito, portanto a ausência de um dos direitos acarreta na denominação de *cidadão incompleto*, e a falta de todos os benefícios por direito é denominado: *não-cidadão*.

O alcance desses direitos na sociedade pode ser compreendido numa ordem lógica, segundo o inglês Marshall, a partir do momento que o indivíduo conquista seus direitos civis, ele encontra subsídios para reivindicar seus direitos políticos e por consequência a participação na política acarreta na inserção dos direitos sociais. Por conta disso percebe-se que como plano de fundo dessas conquistas por direito está à educação da população propiciando uma consciência cívica e política, logo a carência do fornecimento de educação com qualidade dificulta o processo de desenvolvimento da cidadania (MARSHALL, 1967 apud CARVALHO 2006, p. 10).

No entanto o Brasil encontra-se na contramão desse modelo inglês, o que ocorreu no país primeiramente foi a denotação dos direitos sociais, implicando na procedência de outros direitos a partir do social. Portanto o estudo de Marshall possibilita apenas o contraste, a comparação dos processos, pois a população envolvida e os acontecimentos são distintos não podendo ser relacionados. Para Carvalho (2006, p.12) “*a construção da cidadania tem a ver com a relação das pessoas com o Estado-nação.*” Torna-se claro nesse momento a importante complexidade da relação entre cidadania e sistema democrático, no que tange o enfrentamento das dificuldades de incremento da cidadania, permitindo assim a identificação dos percalços da consolidação democrática.

Em se tratando do longo caminho das conquistas cidadãs no país cabe uma breve explanação do percurso cronológico das políticas sociais e seus respectivos governos, visando esclarecer e tornar mais esquemático todos os ganhos e retrocessos dos programas sociais implantados após a redemocratização.

Primeiramente, a Constituição de 1988, aclamada pela população como Cidadã pode ser considerada o ponto de partida para os avanços em relação aos direitos sociais e políticos no âmbito democrático, pois se quebrou a barreira de universalização do

direito a voto, tornando o voto facultativo aos analfabetos, e também para pessoas entre 16 e 18 anos, portanto a idade mínima para obtenção do direito a voto passou a ser 16 anos e somente obrigatório a partir dos 18 anos.

A Constituição de 1988 ampliou também, mais do que qualquer de suas antecedentes, os direitos sociais. Fixou em um salário mínimo o limite inferior para as aposentadorias e pensões e ordenou o pagamento de pensão de um salário mínimo a todos os deficientes físicos e a todos os maiores de 65 anos, independentemente de terem contribuído para a previdência. Introduziu ainda a licença-paternidade, que dá aos pais cinco dias de licença do trabalho por ocasião do nascimento dos filhos (CARVALHO, 2006, p. 206).

Mesmo com a ampliação dos direitos do cidadão, o povo brasileiro ainda estava descontente e frustrado, percebia-se que os problemas centrais e rotineiros da população continuavam sendo esquecidos pelos seus representantes políticos, ressurgiam do cerne da política os antigos vícios degradantes como: demonstração de incapacidade de representatividade, envolvimento com corrupção e representação por interesses particulares, dentre outras práticas que fomentavam a aparente descrença pelo sistema democrático.

Em 1989 houve as eleições diretas para Presidente da República, a população exerceu pela primeira vez após 29 anos o direito político de votar. O cidadão brasileiro expressava seu voto direto e assim ressurgia toda expectativa e crença na democracia. Collor conquistou a população pela sua postural jovial e messiânica, apresentando-se como o salvador do Estado e que assim não admitiria as práticas políticas ilícitas.

Nos anos de 1990 a 1992 o governo influenciado pelas técnicas neoliberais que visava o Estado-Mínimo focou o plano de governo na estabilização econômica do país. Para o cumprimento de tal objetivo os programas sociais foram prejudicados, uma postura de diminuição desses programas de âmbito universal foi tomada pelo governo, que com essa atitude concentrou esforços em programas seletos e na maioria das vezes assistencialistas.¹¹ Com essa dinâmica, setores como a Educação, Assistência e Habitação foram contemplados com ausência de planejamento abrangente, passando a serem realizados como projetos seletivos dependentes dos interesses e imediatismo eleitoral. A contenção de gastos para políticas sociais no Governo Collor apresentou-

¹¹ Informações disponíveis em: www.cinterfor.org.uy/jovenes/doc/not/libro61/iv/i/index.htm

se mais gravemente na Educação, Saúde e Previdência. Os ganhos conquistados na Constituição de 1988 que universalizava os direitos sociais foram negligenciados, pelo fato do governo estar focado apenas na seletividade e direcionamento aos segmentos mais pobres, propiciando a prática do clientelismo político.

A corrupção e as medidas radicais tomadas no plano econômico fizeram com que a população novamente voltasse às ruas, no entanto não reivindicando as eleições diretas e sim o impedimento do presidente.

Com exceção do Panamá, nenhum outro país presidencialista da América tinha levado antes até o fim um processo de impedimento. O fato de ele ter sido completado dentro da lei foi um avanço na prática democrática. Deu aos cidadãos a sensação inédita de que podia exercer algum controle sobre os governantes. Avanço também foram as duas eleições presidenciais seguintes, feitas em clima de normalidade (CARVALHO, 2006, p. 205).

Entre avanços e obstáculos os passos do país no caminho democrático não se findam, para o teórico o avanço de maior força democrática no país está relacionado ao surgimento do movimento social MST- Movimento dos Sem-Terra, sob âmbito nacional o movimento reivindica a luta pela reforma agrária e assim possibilita a conscientização da ação política aos excluídos pelo latifúndio.

Outro grande avanço no regime político está relacionado às eleições diretas, que em sua primeira tentativa elegeu um presidente despreparado, e em 1994 elegeu o sociólogo Fernando Henrique Cardoso para presidência.

O panorama ao qual o país encontrava-se não era favorável, pois em relação ao segmento social, a desigualdade, a pobreza e indigência alcançavam patamares elevados, devido às limitações do processo de desenvolvimento econômico baseado na substituição de importações, regidos pelo Estado. Em seu primeiro mandato, Fernando Henrique Cardoso direcionou esforços no âmbito econômico, aponta o autor Zimmermann (2006, s/p.):

O governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998 e 1999-2002) apostou, durante seu primeiro mandato, através do Plano Real e do conseqüente crescimento econômico advindo daquele plano, na estabilização da economia como forma de combater a fome e a pobreza no Brasil. Naquele período, qualificou-se "simbolicamente" os impactos da estabilização econômica

através do propagado aumento do consumo de produtos, inclusive alimentícios, como o frango e o iogurte. Devido a essa prioridade política governamental, os avanços na construção de uma política de segurança alimentar perderam força.

Já em seu segundo mandato o governo mudou o plano de orientação, a fim de denotar as políticas de segurança alimentar criou-se a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), implicando na realização de diversos programas de distribuição de benefícios às famílias pobres.¹² O Conselho federal, Comunidade Solidária, constituído por líderes representativos da sociedade civil e ministros de âmbito econômico e social, foi implantado para melhorar a qualidade de outros programas sociais federais direcionados para a camada empobrecida da população, assim como coordenar e tornar eficiente suas práticas, diminuindo o clientelismo político. Por intermédio dessa implantação, surgiram os programas Alfabetização Solidária, Universidade Solidária, Artesanato Solidário e Capacitação Solidária.

Esses programas em 2001 desdobraram-se em Bolsa Escola vinculado ao Ministério da Educação e Bolsa Alimentação relacionado ao Ministério da Saúde, adotando o IDH (índice de desenvolvimento humano) como critério de alocação de recursos. No ano seguinte implantou-se também o Programa Auxílio Gás ligado ao Ministério das Minas e Energia, cujo objetivo era subsidiar o gás liquefeito de petróleo às famílias empobrecidas.

O teórico Tiezzi (2004, s/p.) destaca outro programa realizado no governo, com objetivo de retirar as crianças e adolescentes de áreas como: carvoarias, pomares, sisais, canaviais dentre outras.¹³

Outra iniciativa foi a articulação para a implantação do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil – Peti, hoje reconhecido internacionalmente, que implicou colocar na mesma mesa, compartilhando os mesmos objetivos, o Ministério da Previdência e Assistência Social, o Ministério do Trabalho e o Ministério da Justiça, todos responsáveis por algum tipo de

¹² Mais informações sobre os programas sociais de governo FHC encontram-se no artigo: A organização da política social do governo Fernando Henrique - São Paulo Perspec. vol.18 nº.2 São Paulo Apr./June 2004 Sergio Tiezzi.

¹³ Assessor da Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo, Tiezzi foi assessor da área social na Casa Civil da Presidência da República e do ministro da Educação nos governos de Fernando Henrique Cardoso.

ação para possibilitar o bom funcionamento do programa. O Peti terminou por ser um dos casos de sucesso do governo Fernando Henrique Cardoso.

Apesar do prestígio obtido pela implantação do Peti, a gestão das políticas sociais no governo de Fernando Henrique sofreu fortes críticas pelos sociólogos brasileiros, a respeito da falta de interatividade entre os diversos programas, pelo fato destes serem realizados por diferentes ministérios, alerta o estudioso Zimmermann (2006). Em relação à distribuição de recursos, os programas como Bolsa Escola, Peti, e Bolsa Alimentação concorriam entre si, devido a diversas áreas ministeriais envolvidas resultava-se então num alto custo operacional com pouca eficiência. Os programas sociais não referenciavam os direitos do cidadão, e era fornecida aos municípios participantes uma quota máxima de famílias a serem atendidas pelos programas, tornando-os restritivos, pois muitas famílias continuavam desprovidas.

Em 2002, Luis Inácio da Silva (Lula) após varias candidaturas conquistou a presidência da república, por se tratar da ascensão ao poder de um ex-sindicalista, a população brasileira almejava um governo comprometido com as questões sociais. Não contrariando as expectativas dos cidadãos, o presidente Lula apresentou em seu primeiro mandato a meta principal a ser conquistada pelo governo, a implementação do programa Fome Zero. Para cumprimento desse objetivo, o governo ousou criando um Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate a Fome (MESA) com intuito de coordenar e estruturar as políticas de segurança alimentar e nutricional. Mesmo sendo considerada uma proposta de gerência inovadora, o Ministério foi extinto em 2004, e posteriormente substituído pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome (MDS). Tal medida foi estabelecida a fim de unir as ações governamentais em relação à inclusão e desenvolvimento social juntamente ao combate a pobreza, a fome e disparidades sociais. Portanto as responsabilidades desse Ministério estão veiculadas às delegações do Ministério anterior como também as atividades do Ministério de Assistência Social e da Secretaria-Executiva do Programa Bolsa Família, dentre as mais destacadas competências esse ministério articula ações entre governo estaduais, municipais e federais, além de aproximar o relacionamento com o cidadão.

O programa Fome Zero, inicialmente estendeu-se no projeto Cartão Alimentação, sendo substituído pelo Programa Bolsa Família.

Esse Programa teve inicialmente o intuito de centralizar os inúmeros programas de distribuição de renda existentes. Desse modo, o Bolsa Família é fruto da unificação dos programas de transferência de renda do governo federal, ou seja, Bolsa Alimentação (Ministério da Saúde), Auxílio Gás (Ministério das Minas e Energias), Bolsa Escola (Ministério da Educação) e o Cartão Alimentação (Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome). O objetivo dessa união foi a redução dos gastos administrativos, a partir de uma gestão coordenada e integrada intersetorialmente (ZIMMERMANN, 2006, s/p.).

O programa Bolsa Família está focado nas famílias que se encontram abaixo da linha da pobreza, além de ter o intuito de transferência de renda para essa parcela da população, o programa pretende propiciar a emancipação dessas famílias. No ano de 2006 o Bolsa Família atendia 99,9% dos municípios brasileiros, cerca de 47 milhões de brasileiros estavam sendo beneficiados pelo programa.¹⁴ Traçando uma comparação com outros projetos já realizados no âmbito federal, o programa Bolsa Família diferenciava-se por não existir uma dependência ao número de filhos em idade escolar, tornando-o não uma mera continuidade aos projetos oriundos de outros governos e sim um programa autêntico. No entanto ao ser cadastrada no Bolsa Família, as famílias com filhos entre zero e 15 anos de idade são instruídas a participarem de ações educativas como de aleitamento materno, alimentação saudável, dentre outras. Além de ter o compromisso de matricular os filhos na escola e seguir regularmente o calendário de vacinação.

Assim como no governo anterior as críticas aos programas sociais recorrem da falta de preocupação aos direitos humanos, sem essa relação, as iniciativas sociais do governo aparentam-se como um favor humanitário, uma assistência fornecida pelo Estado, e não um direito já conquistado pelo cidadão. Ao limitar o número de famílias a ser cadastrado em cada município, o programa não garante o acesso irrestrito, caso essa quota já esteja completa não existe possibilidade de inserção de famílias também abaixo da linha da pobreza, mesmo que estas sejam possuidoras desse direito. Soma-se a esse

¹⁴ MARQUES, Rosa Maria; MENDES, Áquilas. **Servindo a dois senhores: as políticas sócias no governo Lula**. Rev.katálysis, Florianópolis, vol.10 n. 1 junho 2007.

problema o estabelecimento de varias contrapartidas ao adquirir o beneficio, fato não existente quando um direito do indivíduo é cumprido.

Outras iniciativas no âmbito social foram apresentadas pelo governo de Lula. Em relação à seguridade social, com o objetivo de equacionar os problemas referentes à Previdência Social, o governo estabeleceu um teto para aposentadorias dos funcionários públicos extinguindo a integralidade, entendida como a garantia de valor da aposentadoria igual ao salário na ativa. Tal fato quando aprofundado pode levar posteriormente a unificação do Regime Geral da Previdência Social dos trabalhadores no mercado formal, informal e dos funcionários públicos.

O presidente em sua primeira candidatura prometia a duplicação do valor do salário mínimo, para cumprimento de tal meta, os programas relacionados estariam concentrados no reajuste progressivo do valor de compra desse salário. No ano de 2006 constata-se um aumento de 40% do salário mínimo.

Contudo, a evolução do rendimento dos ocupados não acompanhou essa melhora do salário mínimo, muito pelo contrário. O mau desempenho econômico registrado no primeiro ano do governo Lula (2003) provocou redução de 12,6% do rendimento médio habitual real do trabalhador brasileiro em relação a 2002. Essa redução foi observada em todas as categorias de ocupação, apesar daquelas mais organizadas terem firmado acordos de reajuste salarial favoráveis no segundo semestre, quando o nível de atividade se recuperou um pouco. Ao mesmo tempo, a taxa média de desemprego aberto das cinco regiões metropolitanas, calculada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), registrou aumento (12,3%; quando era 11,7% em 2002). Em 2004, muito embora a economia tenha crescido 4,9%, o rendimento médio real dos ocupados recuou mais 0,7%, mas a taxa média de desemprego no ano caiu para 11,5%. Em 2005, o rendimento médio habitual real apresentou uma pequena recuperação, crescendo 2% em relação ao ano anterior. Mas esse desempenho não atingiu os trabalhadores com carteira assinada, os quais sofreram redução de 0,8% em seu rendimento médio habitual real (em 2004 ele havia aumentado 0,3% e, em 2003, havia se reduzido em 4,9%). Nesse ano, a taxa média de desemprego continuou a cair, registrando 9,8% (MARQUES; MENDES, 2007, s/p.).

Apesar das iniciativas no segmento social propostas e implantadas pela gestão de Lula, observa-se importantes fatores que impedem à abrangência dos programas a população elegível, e o desenvolvimento das questões de desigualdade social no país,

dentre eles: a permanência e a expansão do mercado informal no país, as freqüentes tentativas de redução de recursos no Sistema Único de Saúde, e as limitações e condicionalidades do programa Bolsa Família.

O que se torna claro nessa breve exposição das políticas públicas implementadas no Brasil é a necessidade de um redesenho dos programas sociais postulados nos direitos do cidadão, estabelecendo assim acesso universal e irrestrito. Como também o fortalecimento do compromisso com o desenvolvimento dos direitos, pois o não cumprimento dessas conquistas aparenta uma incapacidade do regime democrático em representar os interesses da sociedade. A luz do estudioso Carvalho (2006, p. 207) pode-se compreender que a consolidação democrática necessita de esforços de organização da sociedade, para promover o embasamento social ao político, em outros termos a democratização do poder. Em suma são inegáveis os progressos obtidos no processo democrático, no entanto os tropeços e deslizes deixam claro que no caminho para concretização de uma sociedade democrática, existe ainda um longo percurso.

2 MÍDIA E DEMOCRACIA: A IMPORTÂNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA.

Este capítulo apresentará a intrínseca relação do sistema democrático e a mídia, denotando os entraves da concentração midiática no país. Referenciado por autores como Pedrinho A. Guareschi (2005), Venício A. de Lima (2004, 2006), John D. H. Downing (2002) dentre outros, o texto propiciará a reflexão sobre a importância dos meios de comunicação na construção e promoção da cidadania.

2.1 Direito à comunicação: uma conquista cidadã

No capítulo anterior foram apresentadas as complexidades teóricas e implicações práticas a respeito da democracia, assim como foram expostos os avanços democráticos no âmbito nacional, como exemplo: as conquistas dos direitos sociais na elaboração da *Constituição Cidadã*. Ao esboçar o panorama atual da democracia representativa, tornou-se claro a importância da manutenção dos direitos, da promoção de uma consciência cidadã na consolidação do sistema político contemporâneo. Para seguir adiante, cabe a abordagem e compreensão da conquista substancial a respeito dos direitos fundamentais: o direito à comunicação.

A constituição federal de 1988 prevê e assegura os direitos à comunicação, portanto constitui níveis de regulamentação, valores e objetivos a serem almejados na instância jurídica da comunicação. Pelo denotado enfoque das finalidades regulamentadoras do direito à comunicação, estes passaram a ser caracterizados como direitos fundamentais do cidadão. Trata-se de um conjunto de direitos reguladores jurídicos, inseridos neste grupo estão relacionados: direito a liberdade de expressão, a regulamentação referente à pluralidade e diversidade nos meios de comunicação, direito

de informar e ser informado, direito ao acesso aos meios de produção e veiculadores de informação, liberdade de opinião, direito a propriedade intelectual, dentre outros.¹⁵

O artigo 220 do capítulo V da constituição dispõe que:

Artigo 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta constituição.

§1º) Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§2º) É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§3º) Compete à lei federal:

I) regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em sua apresentação que se mostrem inadequados.

II) Estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no artigo 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§4º) Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio e oligopólio.

§5º) A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade (GUARESCHI & BIZ, 2005, p. 82).

Portanto pode-se observar a competência jurídica da comunicação designada à União, logo as diretrizes políticas a respeito do direito à comunicação competem ao caráter nacional, sendo necessária a participação nas discussões e deliberações de representantes do povo, deputados federais, senadores, dentre outros. Com exceção do direito a vida, o restante dos direitos não são concebidos de forma absoluta. Por conta disso, os direitos à comunicação também sofrem algumas restrições como: o texto constitucional ao abordar a liberdade de expressão, no artigo 5º capítulo IV, condena o anonimato, pois a expressão do pensamento, da idéia deve ser feita assumindo os encargos dos códigos penais, civis e administrativos. A constituição federal também assegura o direito de resposta em proporcional ultraje, em caso de ofensa a moral e lesão de imagem, das pessoas físicas e jurídicas.

¹⁵ Mais informações a respeito dos direitos à comunicação em:

<http://www.direitoacomunicacao.org.br/> Acessado em 16 de setembro de 2009.

Com o exposto acima, torna-se pertinente o questionamento do por que a maioria da população desconhece seus próprios direitos? De acordo com as reflexões de Guareschi e Biz (2005, p.105), essa indagação está diretamente relacionada ao papel desempenhado pelos meios de comunicação -a mídia- na contemporaneidade. O autor aponta que: a primeiríssima coisa que todo cidadão brasileiro deve saber é que os meios de comunicação são uma *concessão* do Estado e que por isso é um *serviço público*.

Segundo o artigo 223 do capítulo V da Constituição é de responsabilidade do Poder Executivo a outorga e a renovação de concessões, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, sendo observado o caráter de complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. A permissão e a não renovação da concessão dependerá da aprovação de, no mínimo, dois quintos do congresso Nacional, em votação nominal, sendo o prazo da concessão ou permissão de dez anos para emissoras de rádio e quinze anos para canais de televisão.

Observa-se um fato intrigante a respeito da legislação e a atuação do cidadão no exercício de seus direitos, pelo texto constitucional o povo brasileiro tem o direito e o dever de se manifestar em relação às entregas e renovações de concessões. Contudo o que se percebe na prática é a desinformação da população. Essa afirmação traz à tona a indagação sobre a importância dos meios de comunicação na manutenção, na construção e legitimação dos direitos conquistados pela sociedade. Muitos teóricos de comunicação social refletem acerca do comprometimento da mídia para com o desenvolvimento e transformação social.

Na sociedade contemporânea, a evolução das tecnologias de informação e comunicação vem contribuindo para mudar os modos de vida, as culturas e as formas de intervenção social. Uma vez havendo a decisão de colocar essas tecnologias a serviço da população e, por meio delas, dar acesso às informações, às culturas, à educação etc., elas desempenham papel primordial no desenvolvimento social e da cidadania (PERUZZO; In KUNSCH, M; KUNSCH, W 2007, p. 51).

A teórica em sua reflexão retoma a análise de Guareschi e Biz (2005), pois relata a respeito da responsabilidade da mídia em relação ao desenvolvimento social, por consequência da decisão de oferecer a população o acesso às tecnologias de informação, que para os autores em outras palavras, trata-se das concessões públicas ministradas pelo governo federal. O autor estende sua argumentação abordando a respeito do

princípio constitucional que aponta os níveis de preferência da programação dos meios eletrônicos: “(...) *que se dê preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas*” (GUARESCHI; BIZ, 2005, p.93). Essa estipulação de preferência determinada pelas diretrizes constitucionais está de acordo com o devido comprometimento da mídia eletrônica para com os assuntos de interesse público, já que o rádio e a televisão por meio de concessão pública estão a serviço da população.

Contudo, o ponto mais questionado é o não cumprimento do que seja “público”, pois e o meio é público, deve estar aberto, de uma forma ou outra, a todos. Um veículo de comunicação que apenas produzisse e veiculasse o que é seu poderia ser comparado a uma estrada, também concessão pública, onde apenas os concessionários andassem; ou a um correio, onde apenas os que tivessem a concessão pudessem enviar suas cartas... (GUARESCHI; BIZ, 2005, p.94).

A negação aos princípios expostos na constituição dá-se a partir do momento que observamos na programação de rádios e televisão: o apelo ao sensacionalismo visando atingir os ouvintes e os telespectadores pela emoção, a visão unilateral dos acontecimentos, o apelo ao exótico e o enfoque exacerbado no entretenimento. Essas práticas desviam a população de seus interesses, afasta o cidadão do seu direito universal de liberdade de expressão, transformam o sujeito em meros destinatários de mensagens, que deveriam ser pluralistas. “Na prática, são os detentores das concessões que decidem o que as pessoas podem ler, ouvir, ver. O público permanece mudo” (GUARESCHI; BIZ, 2005, p.114).

A dinâmica dos meios de comunicação eletrônica deveria priorizar conteúdos que possibilitassem o diálogo entre ouvinte, telespectador e organização midiática, a fim de estabelecer uma programação que abordasse a realidade social na perspectiva de construção e transformação mútua. O exercício do direito à comunicação será efetivo, somente quando os cidadãos estiverem conscientizados sobre suas conquistas sociais, permitindo o conhecimento e a atuação participativa dos sujeitos na produção de informação e conteúdos dos veículos, possibilitando assim o ativismo do cidadão para a consolidação democrática, porém a consolidação da democracia requer uma democratização nos meios de comunicação.

2.2 Impactos da mídia na sociedade: centralização e concentração

Na sociedade contemporânea, conviver com a mídia, torna-se um dos hábitos mais denotados dos sujeitos.¹⁶ A mídia do latino *médium* (meio), nesse trabalho é entendida referenciada nos conceitos de Lima (2006, p. 53) “como um conjunto de instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize.” A comunicação passa, portanto a ser uma comunicação *mediatizada*. Essa comunicação mediatizada é caracterizada pela unidirecionalidade e a produção centralizada e padronizada de seus conteúdos.

Sob outro prisma de análise, a mídia além de ser conceituada pelo viés veicular, pelas novas tecnologias, é reconhecida também pela sua função de mediação social, pois na contemporaneidade os meios de comunicação são intercessores na relação entre Estado e Sociedade, tornaram-se *o lócus* de fomentação do interesse público. Porém essa mediação social não deve ser compreendida como *neutra*, pelo contrário a mídia tornou-se objeto privilegiado e alvo de disputa de poder, devido à habilidade midiática em produzir *bens simbólicos*. Portanto a mídia entendida como uma importante instituição social com caráter mediador é merecedora de estudos e pesquisas a respeito de sua implicação nas instâncias sociais, principalmente na política.

A mídia além de estar onipresente no cotidiano, pode ser considerada também como portadora de valores e condutas sociais, é capaz de instituir o que é real e o que não é real. O fluxo intenso de informações, o entretenimento, filmes, novelas, shows e etc. moldam a convivência e a maneira de se relacionar. Pela intervenção midiática, os sujeitos modernos compram, votam, formam opinião, aprendem, discutem, aliás, segundo os autores Guareschi e Biz (2005, p.43) a agenda de discussão é baseada nas transmissões dos meios de comunicação, “80% dos temas abordados em conversas informais, no trabalho, em encontros sociais, no trânsito, na casa, enfim no cotidiano dos cidadãos são baseados no que a mídia veiculou.” Além de instituir valores e significados a mídia também se encarrega de selecionar e elaborar a pauta, ou seja, tem

¹⁶ Importante esclarecer nesse momento que a noção de mídia empreendida está referenciada nas teorias do autor Venício A. de Lima (2006) que a compreende como indústria da cultura, ou seja, as emissoras de rádio e de televisão (aberta e paga), aos jornais, às revistas e ao cinema, em geral portadores do que se nomeia como comunicação de massa.

o poder de decisão sobre o conteúdo a ser transmitido, incluindo temas que a interessa e excluindo fatos que podem contestar seu próprio desempenho.

A conhecida expressão “*sociedade da informação*” remete-se a centralidade que as mídias ocupam no cotidiano dos indivíduos. Nessa análise os veículos de comunicação (mídia) não podem ser classificados como meros canais transmissores de informação. Sob a ótica do autor Gitlin (2003), as mídias são na atualidade ocasiões e reprodutoras de modos de vida, identificadas com a racionalidade, os avanços tecnológicos, e a lógica do capital, além de ser considerada uma busca por *entretenimento, conforto e prazer*. Nesse sentido os veículos de comunicação são meios que intercedem à gratificação, a satisfação por saciar os desejos inquietantes, estimulando por meio de imagens e sons os sentidos e sensações.

O mais importante nas comunicações em meio às quais vivemos não é que enganem (o que fazem); ou que transmitam uma ideologia limitante (o que fazem); ou que enfatizem o sexo e a violência (o que fazem); ou passem imagens diminuídas do bom, do verdadeiro e do normal (o que fazem); ou corroam a qualidade da arte (o que também fazem); ou que reduzam a linguagem (o que certamente fazem)- mas que com todas as suas mentiras, distorções e prazeres rasteiros, saturem nosso modo de vida com uma promessa de sentimento, ainda que talvez não saibamos exatamente como nos sentimos a respeito deste ou daquele lote de imagens, a não ser que estão lá, jorrando de telas grandes e pequenas ou borbulhando no cenário da vida, mas sempre correndo em frente. Num grau sem precedentes, a torrente de imagens, músicas e histórias que passam transformou-se em nosso mundo familiar (GITLIN, 2003, p. 15).

A reflexão e a preocupação do autor dão-se em relação aos efeitos que o aparato midiático exerce no ser humano. Surgem nesse cenário pertinentes questionamentos: De que modo somos influenciados pelos bombardeios das mídias? Almejamos mais os bens materiais por conta dos anúncios comerciais? Será que os tiroteios transmitidos em tempo real despertam a violência? Será que a veneração midiática pelo corpo magro nos faz ficar insatisfeitos com o nosso próprio corpo?

Para Todd Gitlin (2003) a mídia exerce influências no comportamento e nas idéias do indivíduo, não pelo fato de que uma imagem veiculada isoladamente seja poderosa e sim pela maneira exaustiva que é transmitida. Hoje a vivência do indivíduo

também é a vivência das mídias, o autor aponta que o sujeito está com a mídia mesmo que não note a presença, porém a mídia cobra sua atenção é onipresente no cotidiano.

Pelo exposto, percebe-se que a mídia conquistou centralidade nas relações sociais, muito mais que um meio de comunicação que apenas transmite informações, a mídia por não ser neutra, apresenta denotada importância na subjetividade do sujeito.

A mídia tem, na contemporaneidade, o poder de instituir o que é, ou não, real, existente. (...) A mídia não só diz o que existe e, conseqüentemente, o que não existe, por não ser veiculado, mas dá uma conotação valorativa, de que algo é bom e verdadeiro, a realidade existente. É nessa instância que são criados e legitimados determinados valores (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 42).

A centralidade social alcançada pela mídia faz com que os sujeitos contemporâneos possuam uma relação profunda com os meios de comunicação, existindo assim uma interferência midiática na educação, na cultura, na religião, na economia e na política. Sendo assim, os cidadãos são bombardeados de informações, cabendo a eles a interpretação, a criação de significados de acordo com o repertório de vida.

Portanto pode-se considerar que somos construídos pela mídia e que ela constrói também nossa subjetividade. Diante de tal circunstância a compreensão de realidade e do tempo perpassa o cenário midiático, os autores Guareschi e Biz ainda apontam que *“a realidade e a verdade passam a ter uma outra definição: a realidade é o que está aí, e a verdade é o agora”* (2005, p. 49). O que prevalece na reflexão do indivíduo é a noção de imediatismo, o passado não é objeto de questionamento, o que permeia a verdade é o presente, e o presente é o tempo real. Quando transposta essa temática no âmbito político percebe-se que o tempo pode estar relacionado ao voto, e que possuir visibilidade na mídia é praticamente passar a existir. Isso explica o fato de a maioria absoluta dos candidatos que aparecem com frequência ou que trabalham na mídia, serem eleitos quando concorrem em eleições.

Outra verificação ocorrida a respeito da intervenção midiática no cotidiano dos sujeitos modernos é a distorção dos conceitos entre público e privado. Anteriormente os fatos “públicos” eram acontecimentos em praça pública, nas ruas, nos salões. E os fatos “privados” advinham da privacidade dos lares. No entanto na sociedade contemporânea esse quadro se modificou, o público é transmitido, é o veiculado na

mídia. Cena de privacidade, de intimidade torna-se pública quando um meio de comunicação captura imagens e as transmite. Por outro lado, acontecimento de grande porte muitas vezes de interesse público acaba por se tornar privado pelo fato de não ser mencionado e divulgado na mídia.

Dentre as diversas facetas da mídia, pode se elencar também seu efeito a longo prazo na percepção da realidade por meio de representações dicotômicas da vida cotidiana, por exemplo: branco e negro; feminino e masculino; novo e velho; bom e mal; feio e bonito, e especificamente de partidos e políticos. Cria-se então, certa dependência midiática, na medida em que os meios de comunicação possibilitam a tomada de decisão habitual dos indivíduos nas diversificadas atividades da sociedade. Nesse sentido as instituições como escola, igreja, sindicatos e partidos perdem notoriedade e referência no que se trata de construção de conhecimento público. Sob esse prisma de análise Guareschi e Biz (2005, p. 51) consideram que “quem detém o poder de noticiar que, afinal, é quem detém o meio de comunicação, possui uma chance muito maior de construir e legitimar uma realidade, por um lado, e de ocupar o espaço do “agora”, de definir o que é” verdade”, por outro”.

Os detentores dos meios de comunicação pelo fato de ter o poder de decisão sobre os conteúdos a serem veiculados na mídia, acabam por estipular o que a população lê, ouve e assiste. Desse modo, negligenciam o direito universal do cidadão, a liberdade de expressão, pois além de remeter o sujeito numa dinâmica unilateral, torna-o simplesmente receptores de mensagens, já que os meios de comunicação não possuem um caráter pluralista de abordagem das informações, não estimulando assim a reflexão e os questionamentos.

Outra problemática a respeito da mídia no Brasil está relacionada à histórica concentração dos meios de comunicação. Todavia, ao analisar essa prática neoliberal, de maneira mais processual, pode se averiguar que essa concentração dá-se de forma abrangente nos demais setores produtivos. Iniciou-se entre 1960 e 1970 no furor do desenvolvimento, desencadeado pelos ideais militar-estratégico, que objetivava a implantação de concentrações empresariais, a fim de aumentar os lucros das organizações. Sendo perceptível uma evidente articulação e identificação do capital dos conglomerados com a hegemonia dos Estados Unidos da América, principalmente nos seguintes ramos da indústria: petrolífera, construção civil, armamento e etc. O autor Vicente (2006) em seu artigo: *Comunicação e Manipulação na época da concentração*

mediática, embasado nos teóricos Perkins (2005) e Stiglitz (2003) argumenta a respeito da forma que vem sendo instaurada as supremacias das *megaempresas* mundiais.¹⁷

(...) está muito claro, depois de ter visto as contribuições de Perkins e Stiglitz, que a implementação do modelo neoliberal, no âmbito planetário, nada mais representou do que a definição de princípios e lógicas destinadas a permitir a ampliação e reprodução do capital de maneira irreversível. Praticamente todos os setores do sistema produtivo ficaram expostos a concorrência e aos embates de produtos e companhias que até esse momento tinham dificuldades para penetrar nas economias nacionais. A disputa pelas matérias-primas, o desejo de adquirir as companhias estatais e os setores de serviços, nada mais representava do que uma etapa da evolução do capitalismo, modelo predominante no sistema mundial e que podia agir livremente, em todos os países, sempre procurando a expansão e a penetração até nos lugares mais afastados do planeta (VICENTE, 2006, s/p.).

Esse contexto de maximização dos lucros, e enfoque na auto-regulação do mercado, sob uma escala global acarreta em seriíssimas conseqüências, como a desvalorização da função reguladora do Estado, subestimação das disputas políticas pelo poder, denotação e valorização das ações implementadas pelo terceiro setor (ONGs), padronização de valores fundamentais nas sociedades inseridas na globalização, aumento das desigualdades sociais, dentre outras.

As organizações midiáticas não escaparam dessa estratégia neoliberal, também estão inseridas nessa dinâmica, pois as diretrizes adotadas pelos detentores desses veículos pouco se distanciam das políticas neoliberais aplicadas em outros setores produtivos. Uma vez que a gestão dos variados setores produtivos almeja a implementação de novas tecnologias, a busca por mais consumidor, novos nichos de mercado, a retenção de gastos e a ampliação do campo de atuação. No entanto quando se trata de organização midiática as implicações da convergência do setor com o mercado globalizado tornam-se mais perigosas. Visto que no setor de comunicação, diferentemente dos outros setores não se trata apenas de consumidores, e sim de receptores de mensagens (produtos simbólicos), e esses receptores são inerentes de culturas diversificadas e disparidades sociais específicas, não sendo pertinente a

¹⁷ PERKINS, John. **Confissões de um assassino econômico**. São Paulo: Cultrix, 2005. STIGLITZ, Joseph. **A globalização e seus malefícios**. São Paulo:Editor Cultura. 2003.

nivelação de público, contrariando assim a massificação indicada nos oligopólios midiáticos (Vicente 2006).

Segundo o teórico Venício A. de Lima (2004, p. 92) “a concentração midiática é a conseqüência mais denotada da convergência entre os avanços tecnológicos e o setor de comunicação”. Provoca-se no ambiente contemporâneo globalizado, uma desenfreada concentração de propriedade, desencadeando assim uma consolidação de um reduzido número de megaempresas mundiais. Esse exacerbado agrupamento das indústrias de comunicação ganhou maior denotação na década de 1990. Tal prática é justificada pelos próprios empresários, pelo fato de estar em jogo um alto nível de investimentos que requer uma integração horizontal, vertical e cruzada das empresas do setor, assim a ação planejada de várias filiais do mesmo grupo torna-se mais eficiente do que as organizações de comunicação isoladas. A concentração verticalizada, segundo o autor refere-se à *monopolização* ou *oligopolização* na mesma especificidade do setor. Já a concentração horizontal trata-se de uma organização midiática que integra diferentes etapas do sistema produtivo como: a produção de programas/ conteúdos, veiculação, comercialização, e a distribuição. E a concentração cruzada faz menção à propriedade de diferentes plataformas midiáticas adquirida por um mesmo conglomerado, por exemplo, o Grupo Globo que possui uma Editora, rádios e televisão paga e aberta.

Os teóricos críticos dessa dinâmica de concentração midiática, como Mastrini e Becerra (2003 apud Vicente 2006, s/p.) avaliam a *publicidade* como fator motivador, que engendra o processo. A publicidade representa a essência, a alma do mercado de negócios, praticamente a mídia consegue sobreviver à alta competitividade, devido à rentabilidade alcançada na gestão de anúncios e campanhas publicitárias. O anunciante inserido nesse contexto acredita que ao veicular propaganda na mídia, alcançará a preferência dos consumidores, pela centralidade e abrangência dos meios de comunicação na sociedade, para tanto se submetem a preços tabelados extremamente encarecidos.

A concentração midiática revela uma adoção dos meios de comunicação ao modelo liberal, o qual poucos grupos empresariais controlam/gerenciam a informação, de acordo com a sua própria conveniência e de seus anunciantes. Construtoras de bens simbólicos, as organizações midiáticas reproduzem a lógica do capital, entretendo, vendendo, distraindo o cidadão. O direito de pluralidade de informação é ignorado e cooptado, impossibilitando assim a reflexão baseada em outras interpretações,

diferentes visões sobre o mesmo assunto. Uma mesma versão de um fato é transmitido e retransmitido em diversas plataformas de mídia, freqüentemente em formatos exclamativos, raramente despertam os questionamentos; são superficiais e vazios, no sentido de que a visão unilateral de um acontecimento não proporciona o diálogo e o debate, fundamentais para consolidação e compreensão do sistema democrático.

Sob esse agravante da concentração midiática, o que surpreende é a escassez de estudos de Comunicação abordando os efeitos desse processo no sistema político, econômico e cultural. Assim como não são freqüentes as circunstâncias em que se promove o debate sobre a temática, a própria mídia evita essa abordagem.

Interessante observar que os empresários da comunicação não se sentem na obrigação de prestar contas à sociedade em relação aos seus impérios na mídia eletrônica. E, ainda, de forma unânime, não aceitam qualquer discussão a respeito de uma fiscalização da comunidade sobre suas responsabilidades, mesmo sabendo que seus canais de rádio e televisão são serviços públicos, repassados sob a forma de concessões para o setor privado (GUARESCHI; BIZ, 2005, p.114).

A constatação dos autores levanta alguns questionamentos a respeito de como essa dinâmica das indústrias de comunicação vem sendo estruturada no país? Quais fatores propiciaram tal processo? De que maneira esses monopólios afetam a sociedade?

Para Lima (2006) o Brasil tornou-se um ambiente acolhedor para tal processo, devido à ausência de normas eficazes que impedissem a propriedade cruzada em nossa legislação.

Desde os decretos que iniciaram a regulação da radiodifusão, ainda na década de 1930- Decreto nº 20.047/1931 e Decreto nº 21.111/1932-, passando pelo Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962 (Lei nº 4.137/62) e pelas normas mais recentes, como por exemplo a Lei da TV a Cabo (Lei nº 8.977/95), não houve preocupação do legislador com a concentração da propriedade no setor. Aqui não há nenhuma norma eficaz que limite ou impeça a propriedade cruzada na mídia e, portanto, a concentração (LIMA, 2006, p.98).

A apreensão a respeito da concentração de forma cruzada não é mencionada e muito menos contemplada de maneira direta na legislação vigente na contemporaneidade. No entanto no regime autoritário por meio do Decreto-Lei nº

236/1967 no artigo 12, tentou-se restringir as concessões de radiodifusão.¹⁸ Limitava-se a radiodifusão de som quando em âmbito local: ondas médias, 4; frequência modulada 6. Quando em âmbito regional: ondas médias, 3; ondas tropicais, 3 (sendo no máximo 2 por estado). E quando em âmbito nacional: ondas médias, 2; ondas curtas, 2. Já ao abordar as estações radiodifusoras de som e imagem o decreto concede: 10 (dez) em todo o território nacional, sendo no máximo 5(cinco) em VHF e 2(duas) por estado. No mesmo decreto, o inciso sétimo declara que: as empresas concessionárias ou permissionárias de serviço de radiodifusão não poderão estar subordinadas a outras entidades que se constituem com a finalidade de estabelecer direção ou orientação única, através de cadeias ou associações de qualquer espécie.

Contudo mesmo com a presença do decreto, a propriedade cruzada ainda ocorre no país, devido à relativa interpretação dos legisladores. O Ministério da Comunicação considera “entidade” como pessoa física, não levando em conta o parentesco. E ainda desconsidera as formações de “redes” (constituídas pela filiação contratual de emissoras) como característica de subordinação. Ao respaldar-se nessa interpretação torna-se possível a declaração de inexistência de empresas contrárias ao decreto.

Observam-se também na Constituição de 1988, no Capítulo 5, do Título VIII, algumas normas que poderia atalhar a dinâmica de concentração, como o veto ao monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação; a observância do Executivo na complementaridade dos sistemas privados, público e estatal. Porém Lima (2006) elucida que quase 18 anos se passaram após a promulgação do texto Constitucional de 1988, e ainda não foram regulamentadas as normas por lei complementar, logo podemos perceber que estes preceitos não foram observados. “O resultado desse vazio regulatório é a formação e a consolidação histórica no Brasil de um sistema de mídia que tem, desde as suas origens, a propriedade cruzada e a concentração como uma de suas principais características” (LIMA, 2006, p. 100).

Numa rápida passagem pela história pode-se verificar a presença da concentração cruzada desde os primórdios da consolidação das empresas de comunicação no país. Durante grande parte do século passado, os Diários Associados de Assis Chateaubriand e as Organizações Globo de Roberto Marinho, se estabeleceram como monopólios da comunicação dos anos de 1970 até os dias atuais. Os dois grupos

¹⁸ O texto regulamentador do Decreto- Lei nº 236/1967 foi retirado do livro: Mídia- Crise Política e poder no Brasil do autor Venício de Lima 2006.

se consolidaram por meio da propriedade cruzada na mídia, simultaneamente ao integrar, produzir e distribuir a informação e entretenimento.¹⁹

O conglomerado "Diários Associados", que viria a se constituir no "maior império de comunicações já visto na América Latina", começou com a aquisição de um pequeno jornal no Rio de Janeiro, em 1924, e rapidamente se expandiu não só para outros jornais, como para revistas, o rádio e a televisão. Em 1959, havia se transformado num conglomerado que englobava "quarenta jornais e revistas, mais de vinte estações de rádio, quase uma dezena de estações de televisão, uma agência de notícias e uma empresa de propaganda" além de "um castelo na Normandia, nove fazendas produtivas espalhadas por quatro estados brasileiros, indústrias químicas e laboratórios farmacêuticos" (LIMA, 2006, p. 101).

As Organizações Globo foram fundadas em 1925 com o jornal *O Globo*, ganhando maior renome no período ditatorial de 1964 a 1985. Iniciam o século XXI como grupo midiático em dominância no território nacional, abrange jornais, revistas, televisão aberta e paga, rádios, provedor de internet, produtora de filmes, músicas, programas de televisão e editora. Sendo importante salientar que sua hegemonia torna-se notória na televisão.²⁰

Somos um país que nunca teve medidas legais eficazes a propriedade cruzada e a concentração na mídia. Por isso, quando se trata da radiodifusão e da imprensa, na verdade, nos antecipamos à tendência de concentração da propriedade manifestada pela chamada "globalização": a propriedade entre nós sempre foi concentrada e, ademais, segundo parâmetros inexistentes em outros países. A sinergia verticalizada em áreas da produção de entretenimento – por exemplo, as telenovelas – é prática consagrada na TV brasileira há anos (LIMA, 2006, p. 112).

Na perspectiva dessa análise, percebe-se que a legislação na atualidade torna-se um entrave a fim de discutir e reformular as diretrizes nesse setor. No entanto para os

¹⁹ Mais informações a respeito do império constituído pelo grupo: Diários Associados encontra-se no livro de Morais (1994) Chatô. O Rei do Brasil. São Paulo, Cia das Letras. E no site: www.diariosassociados.com.br

²⁰ O sentido da palavra hegemonia é referenciado pela teoria de Gramsci, como uma forte cultura também considerada como um domínio e subordinação vividos de determinadas classes.

concessionários ela pode ser considerada como agente facilitador, para obtenção de novos canais, desencadeando assim a concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos conglomerados já hegemônicos. O cenário brasileiro midiático possui suas especificidades e complexidades, no que diz respeito à complementaridade do sistema privado, público e estatal que deveriam ser observadas pelo Executivo, percebe-se que a realidade está muito distante do texto constitucional. As políticas públicas de comunicações optaram por padrão de radiodifusão primordialmente comerciais e privados, dificultaram assim o acesso e a participação da grande maioria da população, propiciando a criação de conglomerados midiáticos (Lima, 2004).

Em paralelo com a concentração da mídia encontram-se outros dois fatores inerentes ao padrão histórico nacional, que agravam ainda mais essa problemática: a presença predominante de grupos familiares e a vinculação da mídia com elites políticas. A dominância dos grupos familiares pode ser compreendida pelo fato de que a Constituição brasileira restringe a propriedade das organizações jornalísticas e de radiodifusão por pessoas jurídicas, sociedade anônima por ações e estrangeiros. Essas advertências são aplicadas a fim de facilitar para os legisladores, a identificação dos proprietários, e com isso impedir o domínio do capital estrangeiro nesse setor. Contudo o impedimento de pessoas jurídicas acarreta na emergência de controle dos meios de comunicação por pessoas físicas, o que significa um domínio de grupos/ empresas familiares. “A lei 10.610 de 20 de dezembro de 2002, decorrente da Emenda Constitucional nº 36/2002, altera esta situação, pois passa a admitir a participação de pessoas jurídicas no capital social das empresas jornalísticas e de radiodifusão, inclusive do capital estrangeiro, em até 30% (LIMA, 2004, p. 103).

Tal medida foi tomada em decorrência da crise financeira mundial de 2001 que afetou diretamente as organizações midiáticas (grupos familiares). Algumas organizações foram postas a negociação/ venda, outras precisaram reestruturar seu modelo de gestão, objetivando atrair o capital estrangeiro.

A questão que permanece e cuja resposta só poderá ser conhecida no futuro é saber se a profissionalização da gestão, a eventual entrada de capital, nacional ou estrangeiro, ou a transformação desses grupos familiares em sociedade anônimas (S.A) vai, de fato, significar também a perda do controle editorial dos veículos impressos e eletrônicos até agora sob seu comando. Isto, até o momento, não ocorreu (LIMA, 2004, p. 105).

Deste modo, observa-se no panorama atual a predominância de poucos grupos familiares na radiodifusão e na mídia impressa no Brasil. Segundo o autor 13 famílias controlam quase 90% do setor, dentre estas o teórico destaca as 8 principais no rádio e na televisão: Família Marinho (Grupo Globo); Família Saad (Grupo Bandeirantes) ; Família Abravanel (SBT), no âmbito regional: Família Sirotsky (RBS), Família Daou (TV Amazonas), Família Jereissati (TV Verdes Mares), Família Zahran (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul), e Família Câmara (TV Anhangüera). Sendo importante apontar que apenas a família Abravanel e a família Saad não possuem sociedade ou filiação com o Grupo Globo. Outros grupos que também possuem controle na comunicação nacional são: Civita (Abril); Mesquita (Grupo OESP); Frias (Grupo Folha); Martinez (CNT); e Levy (Gazeta Mercantil).

Nesse contexto priorizado pelos meios de comunicação privado, as mídias públicas encontram muitas dificuldades para sobreviver na contemporaneidade. Segundo dados do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (2005), 80% das redes de TV no país são redes privadas.²¹ O grave problema dos meios de comunicação públicos, segundo os teóricos Guareschi e Biz (2005, p. 107), é que essas organizações ainda não conseguem resolver sua sustentação, sua captação de recursos. Pois a maioria de suas verbas provém do Estado, dificultando assim o cumprimento dos dois objetivos fundamentais do canal público: a qualidade (afetada pelo escasso recurso) e a autonomia (desequilibrada pela necessidade de angariar recursos dos anunciantes). Os autores (2005, p.108) ainda apontam que “a alta concentração da mídia eletrônica privada e a fraca atuação das emissoras públicas nos ajudam a compreender a importância de se discutir o monopólio da mídia.”

Retomando aos dois principais fatores que caminham em paralelo com a concentração da mídia, a vinculação às elites políticas também pode ser considerada como um padrão histórico nacional no setor.

Expressões como “coronelismo eletrônico” ou cartórios eletrônicos têm sido frequentemente utilizadas para caracterizar a tentativa de políticos de exercer, por meio da mídia que possuem, o controle sobre parte do eleitorado. O resultado é que o vínculo entre as comunicações e as elites políticas, sobretudo

²¹ Mais informações a respeito das publicações e fomentações da entidade, no site: www.fndc.org.br

regionais e locais, deixou raízes profundas no país – e esta é uma característica que certamente vai existir ainda por muitos anos (LIMA, 2004, p. 106).

O interesse por parte dos políticos em relação à mídia, parte do pressuposto que, a mídia além de ocupar a centralidade social, desencadeou também o processo de desterritorialização (transposição do *locus*), uma vez que a praça pública, o palanque na contemporaneidade é a própria mídia.²² A onipotência midiática constrói a agenda pública, de certa forma fiscaliza a administração pública, e crítica as políticas implantadas nos governos. Portanto não surpreende, o fato de as concessões públicas de radiodifusão de som e imagem serem utilizadas como “moeda política” em troca de apoio aos aspirantes do Poder Executivo, muitas emissoras de rádio e televisão nesse cenário acabam por estar envolvidas e controladas por políticos.²³

Um aspecto que não pode ser passado por despercebido nessa análise da relação existente entre mídia e política trata-se do efeito causado no próprio sistema democrático. Como mencionado no primeiro capítulo, democracia à luz do teórico Toqueville(1961) é conceituada como um constante processo de igualização de condições com preservação da liberdade. No entanto no cenário neoliberal, o qual as concentrações midiáticas deturpam o comprometimento social dos meios de comunicação, em detrimento de interesses de seus proprietários, as notícias, os conteúdos, as informações estão padronizadas, são insatisfatórias e corrompidas.

O direito a comunicação, considerado uma denotada conquista democrática, padece nas mãos de poucos, seja grupo familiar, seja elite política. Tal deformidade no sistema regulatório condiz com as distorções de valores ocasionadas pela lógica do capital, o qual enfraquece o Estado, derivando em “brechas”, aberturas no texto constitucional e vagas interpretações de legisladores, conseqüentemente cria-se um ambiente propício para as grandes empresas mundiais ditarem sua hegemonia, impedindo assim a democratização das mídias. Sem essa democracia nos meios de comunicação, não há pluralidade e heterogeneidade de informações, e com isso não há condição do cidadão formar uma opinião autônoma sobre o que é veiculado.

²² A relação intrínseca entre mídia e política é abordada de maneira mais aprofundada na argumentação de Venício de Lima (2006) capítulo 2: Revisando as sete teses sobre mídia e política no Brasil.

²³ Venício de Lima (2004, p. 107) apresenta duas tabelas referentes a envolvimento de políticos nas emissoras de rádio e TV no ano de 1990 e 1994.

(...) quanto mais concentração, menos democracia, pois nesse caso são cada vez menos os que podem dizer sua palavra, expressar sua opinião, manifestar seu pensamento, divulgar sua arte criadora. É importante que os meios se espalhem e se espraíem, atingindo a maior parte das regiões, pois assim estarão dando voz e vez às grandes majorias nacionais, favorecendo a divulgação de suas culturas regionais e locais, dando possibilidade aos artistas e criadores de divulgarem sua arte (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 98).

Diante de tal ótica de reflexão, pode-se indagar a respeito de que maneira é possível transpor esse domínio do poder das mãos de poucos detentores para a sociedade como um todo?

Complementando a argumentação dos autores, Lima (2004, p.212) vislumbra a policentria da mídia, como um primeiro passo necessário a fim de enfrentar os impasses à democracia do sistema midiático nacional. Contudo, apenas a policentria, não é o suficiente para reverter essa dinâmica, porém já é uma alternativa que favorece a interpretação crítica do sujeito. Não obstante quando se trata de debate e discussão sobre a necessidade de pluralizar e democratizar os meios de comunicação, as iniciativas esbarram na prerrogativa dos proprietários, que sempre apontam qualquer tipo de intervenção como repressão, censura do Estado.

Olhando em termos bem concretos há, sim, uma censura no Brasil, mas essa censura é por parte dos que detêm os meios de comunicação com respeito à grande maioria da população. É o povo que é censurado em seu direito de conhecer a realidade e falar o seu projeto. A classe trabalhadora, em nossa sociedade, apesar de ter, em teoria, o direito de ser corretamente informada e de informar, via de mão dupla, não consegue manifestar-se, mostrar sua discordância, em vista de uma relação assimétrica estabelecida com os detentores da mídia (GUARESCHI; BIZ, 2005, p.114).

Os autores ainda argumentam que a problemática da mídia nacional continua inalterada, porque a partir do momento em que a comunicação for democratizada, a população se mobilizará de maneira mais fácil e rápida, nesse sentido a democratização libertará o povo dessa manipulação e repressão não do Estado e sim dos donos da mídia eletrônica. Juntamente com a necessidade de tornar a democratização dos meios de comunicação em agenda pública, a educação para mídia também se faz necessária para

o sujeito compreender a magnitude e potencial que a mídia possui, usufruindo-a como instância social, a fim de legitimar e promover seus direitos e deveres enquanto cidadão.

Os meios eletrônicos, por serem concedidos por concessões públicas, estão a serviço da população, possuem o encargo de informar e educar no sentido não-formal o cidadão, compreendendo-o como ativo e crítico, ao contrário da visão passiva vigente na contemporaneidade, que superficialmente considera o sujeito como simples receptor de mensagens, e ansiosos por entretenimento e distração. Em vista disso a participação dos cidadãos na mídia pode ser encarada como alternativa que favorece a democratização midiática, pois a inserção do sujeito nos meios de comunicação possibilitará a comunicação dialógica e horizontal, de via de mão dupla. O teórico Downing (2002, p. 78) sob referência de Raymond Williams acentua que “(..) a mídia, quando se livrasse do pesado jugo das empresas privadas ou do Estado e se abrisse á participação das massas, poderia estimular e sustentar uma cultura comum e uma democracia viva.”²⁴ Para o autor a mídia é entendida como uma *instituição social*, diretamente relacionada ao sistema democrático, pois no seu modo de vista a conversa espontânea, o bate-papo sobre projetos públicos e política, o diálogo, tem muito a ver com a democracia e a cultura democrática, evidenciando assim a função política e social da mídia, já que esta é portadora de valores além de sugerir a agenda pública.

Com o objetivo de promover a participação do cidadão na mídia, assim como proporcionar uma crítica aos meios de comunicação, existem algumas iniciativas, seja no meio impresso, eletrônico e internet como, por exemplo: O Observatório de Imprensa, o Fórum Nacional pela Democratização na Comunicação, Intervezes, rádios comunitárias; revistas: Carta Capital, Caros Amigos; jornal Brasil de Fato e TV Sul; internet: Le Monde Diplomatique, dentre outras. Nesse cenário, Cicília M. K. Peruzzo, teórica em comunicação vislumbra novas configurações da participação do cidadão nos meios de comunicação de âmbito local:

O poder da comunicação até há pouco tempo extremamente centralizado e controlado pelos setores dominantes da sociedade, passa a ser democratizado, embora não represente ruptura na estrutura da grande mídia. A inclusão de novos atores e novas mídias representa uma mudança relevante. Alguns tipos

²⁴ RAYMOND, Willians .**Theory of Democratic Communication** in SPLICHAL; WASKO, J.(orgs), Communication and Democracy. Norwood: Ablex Plishing Corporation, 1993,pp. 69-86.

de mídia local canalizam essa demanda ao se configurar como espaço comunicacional dirigido por outros e novos atores (no sentido de serem diferentes dos da grande imprensa convencional) Refirimo-nos às rádios comunitárias; aos canais de televisão universitários, legislativos, educativo-culturais e ao canal da Justiça; aos canais de televisão formativos, como TV Futura e STV; e a alguns dos meios de comunicação em poder das igrejas, aos jornais comunitários, aos blogs e aos sites comunitários da internet (PERUZZO; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p.53).

Os novos atores sociais mencionados pela autora referem-se ao que popularmente é nomeada como Mídia Alternativa/Comunitária. Esses veículos de comunicação não possuem o caráter de substituir a grande mídia, e muito menos a intenção de competir, mas sim de colaborar na oferta de pluralidade de informação, ao contrário da mídia estabelecida, esses canais priorizam o conteúdo educativo e cultural, exercendo seu papel de promotores da cidadania. Afinal, a priorização por conteúdos educativos e culturais é aspecto abordado no texto constitucional, na teoria as mídias deveriam seguir essa diretriz da Constituição, no entanto a prática é observada por sensacionalismo e culto ao exótico.

Nesse panorama da mídia conduzida pelas elites políticas e pelos valores neoliberais, a informação passa a ser controlada e corrompida pelo interesse de poucos. A população que convive diante à centralidade dos meios de comunicação, é bombardeada por notícias sob um único ponto de vista, limitando-se a interpretação dos fatos. A unidirecionalidade leva o sujeito a um patamar de meros recebedores de informações rasas, entretenimento e anúncios. O protagonismo social do cidadão é comprometido pela negligência midiática e com isso as políticas públicas, os projetos de lei, enfim a gestão pública não é respaldada pela população. Estamos mudos, numa sociedade centralizada nos meios de comunicação, tal paradoxo é orientado pela displicência dos detentores desses veículos.

É possível acreditar que vai acontecer alguma mudança? Sim, desde que a sociedade civil tome conhecimento a respeito de como está organizada a mídia eletrônica no Brasil e acreditar que ela precisa ser democratizada. E, junto com isso, a abertura de novas frentes alternativas, onde a população possa se manifestar, levantando os reais problemas que aflige. Afinal, informação é poder e soberania. A obrigação da mídia é defender os interesses do país (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 205).

A convivência ao desmazelo à liberdade de expressão é recorrente na sociedade contemporânea, no entanto a educação para mídia, o despertar do protagonismo social pela compreensão dos direitos e deveres de cidadão, pode acarretar numa mudança significativa desse padrão neoliberal midiático, que dá a informação um caráter mercantil. Essa mudança já se iniciou com a iniciativa no âmbito local das mídias comunitárias/ alternativas, mesmo não ocupando a centralidade social, de certa forma em escala menor, os cidadãos também são alcançados nesse estímulo a participação. Resta saber se a longo prazo haverá uma propagação desse âmbito local, ao estadual e progressivamente ao nacional, para assim os sujeitos terem a possibilidade de reivindicar e conquistar novos direitos.

A teórica Márcia Y. M. Duarte em seu artigo Comunicação e Cidadania argumenta que:

A comunicação é hoje o ponto de partida e de encontro para o processo de reaprendizado da cidadania. O direito à comunicação é matéria discutida em fóruns nacionais e internacionais e, diante da multiplicidade de demandas e necessidades em que se expressa a construção da democracia, envolve questões fundamentais para o cidadão, como a concentração da propriedade dos meios de comunicação, monopólios e oligopólios, a propriedade cruzada, a inclusão digital, mídias comunitárias, produção e identidade cultural, acesso e controle da informação, educomunicação, transparência, publicidade das ações do Estado e de Governo, mobilização social, debates de temas de interesse público etc. (DUARTE; In DUARTE, 2007, p. 105).

Portanto retomando a análise de Guareschi e Biz (2005), o cenário midiático contemporâneo pode sim sofrer uma mudança, desde que haja a problematização do contexto, compreensão e educação dos sujeitos para a importância da comunicação no sistema democrático, favorecendo assim a competência política do cidadão. Por base nos teóricos ao longo do capítulo estudados infere-se que pelos seus princípios a democracia na atualidade requer participação dos sujeitos e ao considerar a midiatização da sociedade, percebe-se que essa participação está diretamente relacionada aos meios de comunicação. Sendo assim a comunicação deve oferecer aos cidadãos as necessárias condições para se expressar, debater, criticar, enfim atuar de maneira ativa no contexto

social, para que ocorra à compreensão da cidadania repercutindo em mobilização e protagonismo social.

Por consequência das considerações acima, torna-se relevante algumas questões sobre a temática como: Qual o veículo de comunicação de massa pode ser considerado o mais democrático na contemporaneidade? Até que ponto essa mídia auxilia na promoção e manutenção da cidadania? Este veículo pode ser considerado como serviço público? Estas questões elencadas serão abordadas no próximo capítulo.

3 O VEÍCULO RÁDIO COMO ESPAÇO PARA O EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO CIDADÃ.

Este capítulo tem como objetivo a descrição das características do veículo de radiodifusão sonora, assim como pretende defender sua potencialidade democrática. As novas tendências e as adaptações tecnológicas serão brevemente abordadas a fim de demonstrar que o rádio continua revigorando e buscando maior participação do ouvinte frente às novas possibilidades. Encerrando o capítulo, o objeto de estudo do trabalho é apresentado, a emissora de rádio pública, a qual é conceituada de acordo com suas características que a diferem das emissoras de rádio comercial, de modo que seja reafirmado pelo viés da participação e do serviço público o caráter democrático do veículo.

3.1 As características do veículo rádio: potencialidade democratizadora

Na conjuntura nacional, a qual ainda revela-se alto índice de analfabetismo, mensurado em 10% da população de mais de 15 anos, (segundo informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, 2008 do IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) sendo equivalentes a 14,2 milhões de pessoas, pode se considerar que a mídia impressa não possui penetração democrática no país. Mesmo que na televisão o cidadão não precise ser alfabetizado para acompanhar a programação, a utilização freqüente de legendas e caracteres com informações, de certa forma exclui uma parcela da população também. Apesar do crescimento da utilização da Internet pela população, o índice de acesso domiciliar ao meio de comunicação é de apenas 23,8 % (IBGE- 2008). Por conta desses aspectos comparativos á outros meios de comunicação, o veículo rádio tem sido estudado e considerado como meio de comunicação de massa mais democrático no país. Dados do IBGE-2007 indicam que 88,1% da população possuem aparelho de rádio em suas residências.²⁵ Sendo importante salientar que a pesquisa não aborda os aparelhos celulares, MP3, MP4, TV a cabo e outras tecnologias que incluem o serviço rádio.

²⁵ Dados disponíveis em: http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/default.htm. Acessado em 28 de outubro de 2009.

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que não tem acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais (ORTRIWANO, 1985, p. 78).

O rádio, “veículo de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas” (FERRARETO, 2007, p.23). Pode ser considerado o veículo de comunicação mais presente no cotidiano do brasileiro, permite que qualquer pessoa em qualquer região possa sintonizar uma estação gratuitamente não precisando de fios e tomadas, sem necessariamente despender atenção e concentração para a recepção.

Seu caráter abrangente, dá-se pela penetração do meio na parcela de analfabetos da população, devido a sua linguagem oral e coloquial, ao alcance de regiões longínquas, e também ao baixo custo do aparelho transmissor.

A fim de esquematizar suas distinções, a luz da teórica Ortriwano (1985, p.78) segue abaixo as características mais denotadas e elencadas pela autora, que compreende o veículo como o mais privilegiado dos meios de comunicação de massa pela procedência de suas peculiaridades:

a) *linguagem oral:* o veículo mobiliza apenas um sentido humano, a audição. Sendo necessário para receber a mensagem apenas ouvir, portanto não exclui a população analfabeta do país.

b) *penetração:* é considerado o veículo de massa mais abrangente e de âmbito nacional, pelo fato de atingir a grande parcela marginalizada economicamente e culturalmente da população, e alcançar os pontos mais longínquos, podendo ser também de âmbito regional, por sua menor complexidade tecnológica permite a presença de emissoras locais. Nas transmissões de ondas médias, tropicais e curtas, o veículo possui grande abrangência, sendo limitada apenas pela potência dos transmissores e pela Constituição.

c) *Mobilidade:* essa característica é descrita pela autora sob dois focos de análise:

Emissor- pelo menor grau de complexidade técnica em comparação com a TV, o rádio possui maior facilidade em estar presente no acontecimento e assim transmitir com maior rapidez a notícia, seja pelo aparato de gravadores, telefones e atualmente o

celular. Em relação à mídia impressa o rádio não requer planejamento, preparo anterior, pela improvisação a notícia pode ser transmitida simultaneamente ao acontecimento, e enquanto a transmissão diferentemente dos impressos que dependem da distribuição, no rádio quem estiver sintonizado estará apto a receber a mensagem. Outro advento vantajoso é a unidade móvel, que permite o veículo se deslocar e transmitir em qualquer ponto de localização de seu raio de atuação.

Receptor- o ouvinte do rádio é atingido em todos os lugares, em sua residência, no trabalho, no lazer, etc. O veículo atinge o público muitas vezes pela atenção marginal, não necessitando que o indivíduo pare de fazer outra atividade para acompanhar a programação. O rádio no aspecto da mobilidade adquiriu um nicho de mercado não alcançado por nenhum outro meio de comunicação, o carro, estimado por muitos teóricos como o “templo do rádio”. Por conta do seu pequeno tamanho, o aparelho é facilmente transportado, podendo ser transmitido individualmente em locais públicos, exemplificando: jogos de futebol, onde os torcedores individualmente recebem a locução esportiva. Um dos aspectos mais importantes que possibilitou tal característica foi a descoberta do componente eletrônico, o transistor, que possibilitou toda essa mobilidade.

d) baixo custo: o rádio em comparação aos outros veículos possui o aparelho receptor mais barato, sendo acessível à parcela muito maior da população. Assim como seu custo de produção também é o mais baixo.

e) imediatismo: ausente de necessidade de elaboração, sendo dependente de aparato técnico menos complexo, o rádio transmite os acontecimentos em tempo real, enquanto estão se desenrolando.

f) instantaneidade: a mensagem transmitida pelo rádio precisa ser recebida no mesmo instante que é emitida. Não sendo possível “deixar” a mensagem para ser ouvida num momento posterior mais cômodo.

g) sensorialidade: o rádio envolve o receptor/ouvinte, criando um “diálogo mental” com o emissor da mensagem. Nesse processo o veículo ausente de imagens, desperta a imaginação por meio do apelo emocional das palavras e também pela utilização dos efeitos sonoros, permitindo a significação, a interpretação da mensagem de maneira peculiar para cada ouvinte.

h) autonomia: devido à mobilidade do rádio e sua linguagem oral, as pessoas podem receber a mensagem em qualquer lugar, muitas vezes sozinhas. Por essa característica o emissor transmite uma mensagem para toda sua audiência com uma

abordagem intimista, em particular, sendo dirigida ao ouvinte e despertando-o da atenção marginal quando o conteúdo o interessa.

Suas características intrínsecas propiciaram seu caráter democratizador com grande penetração na sociedade. No entanto seu futuro é muito questionado pelos estudiosos, seja pelo surgimento e popularização da TV, seja na contemporaneidade pelo advento promissor de interatividade da Internet. Apesar de teóricos como Ferrareto (2007) atribuir ao rádio um baixo retorno (feedback), por meio de adaptações tecnológicas o veículo se revigora. Ora pela incorporação do serviço de radiodifusão digital, ora por criação de novos hábitos de audiências, implantação de novos formatos de programas, ora por novas técnicas de gravação, organização e transmissão de sons, favorecendo o oferecimento de alto nível de qualidade sonora. A Internet aliada ao rádio também proporciona maior interatividade ao veículo, pois seus ouvintes que são do mesmo modo internautas podem receber a programação das emissoras e até mesmo entrar em contato direto com os comunicadores por e-mails, twitter (demais redes sociais), e chats.²⁶

A relação interativa entre emissor e receptor é estabelecida pela participação direta dos ouvintes nos programas radiofônicos, pelo telefone e pela internet, propiciando a expressão e manifestação de opinião do cidadão. Na criação e estímulo da participação direta do ouvinte, a emissora de rádio torna-se um espaço público para reclamações, reivindicações, questionamentos, e busca de soluções para problemas e temáticas que cercam a sociedade. O ouvinte nesse momento age como ator social, estabelecendo uma participação ativa a respeito de questões do interesse público.

O rádio quando se propõe a transmissão de notícias de uma maneira aprofundada, comprometida com a contraposição e diferentes opiniões sobre a mesma informação, é considerado por Eduardo Meditsch (2001) rádio informativo, podendo ser denominado também uma *instituição social*, distinta das mídias e do próprio campo do rádio, pelo fato de atualmente ser mais plural e diversificado em relação á alguns aspectos das rádios convencionais.

Nesse sentido outro viés de análise é observado pelos estudiosos da área, a radiodifusão de serviço público. A palavra serviço tem origem no latim (escravidão), portando grande diversidade de significados: ato ou efeito de servir; é a obtenção e

²⁶ ESCH, Eduardo Carlos. **O futuro dos comunicadores e a reinvenção do rádio.** In MOREIRA, Sônia Virgínia; BIANCO, Nélia R. Del (orgs). **Desafios do rádio no século XXI.** São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

prestação de informação; trabalho formal o informal; etc. A teórica Diezhandino (1994) conceitua esse serviço como a informação transmitida que possibilita o receptor/ouvinte atuar efetivamente, ou seja, a mensagem não se limita a apenas informar “**sobre e para**”, e sim se mostra e se impõe útil no cotidiano do receptor. “A informação cuja meta deixa de ser oferecer dados circunscritos ao acontecimento, para oferecer resposta e orientação” (BRAGANÇA; KLÖCKNER; In MOREIRA; DEL BIANCO, 2001, p. 153).

As teóricas acima, autoras do artigo: Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet, ao analisar e argumentar a respeito da função de serviço público na radiodifusão denotam a diferenciação entre informação de *utilidade pública*, e informação de *serviço*. A utilidade pública atende uma necessidade imediata dos receptores, enquanto a informação de serviço público trata-se de uma abordagem de cunho social, prestando orientação, que não requer imediatismo. Por exemplo, informações a respeito de agendamento de pagamento de impostos, roubos, mudanças no trânsito, doação de sangue, ineficiência no oferecimento de água, esgoto e energia dentre outros, é utilidade pública. Já a informação com caráter de orientação, seja nas dicas a respeito do cálculo de imposto de renda, utilização da Nota Fiscal Paulista, dentre outras é considerado serviço público. A radiodifusão prestadora de serviço orienta o ouvinte de maneira abrangente em vários âmbitos da sociedade como: educação, saúde, meio ambiente, saneamento básico, questões jurídicas, cidadania dentre outras. Portanto pode-se inferir que o serviço transcende a transmissão de informações de utilidades públicas, porém a utilidade pública não deixa de ser serviço público, o perigo aqui é reduzir o serviço a utilidade.

Nesse contexto as autoras Kröckner e Bragança (; In MOREIRA; BIANCO, 2001, p. 161) apontam a diferença entre cidadania, serviço e informação: a cidadania é cobrar, demandar a solução, já a informação refere-se à emissão ou recepção de mensagens, direcionada a alguém ou ao público. “Assim, informação é divulgar ao público que uma rua está congestionada; serviço é oferecer rotas alternativas e cidadania é cobrar dos órgãos competentes uma solução, discutindo se o melhor não é reduzir o número de carros nas ruas (...)”. Na medida em que o rádio assume o papel mobilizador, atrelado a prestação de serviço público, ele encontra-se mais voltado para a comunidade, pela proximidade entre ouvinte e comunicador na interatividade do veículo, favorece debates sobre interesse público, dessa forma incentiva a cidadania.

Esse aspecto do veículo será estudado de maneira mais profunda no subtítulo: Emissoras de Rádio Pública.

A partir do entendimento a respeito das características mais denotadas do veículo, torna-se possível a elaboração de uma linguagem de acordo com as especificidades do meio. De modo que a discussão e análise do veículo implicam também na compreensão a respeito da produção textual. Nesse momento então, cabe uma reflexão e descrição sobre a linguagem desempenhada no veículo.

3.1.1 A linguagem do rádio

A linguagem radiofônica em sua ótica evolutiva no país pode ser ponderada em três momentos denotados: a década de 1940, o qual foi estabelecido às primeiras regras baseadas no modelo norte-americano; a década de 1960, momento em que o veículo investiu na linguagem a fim de permanecer frente à concorrência com a TV, alternativa também utilizada na década de 1980 pelas emissoras AM, para sobreviverem à concorrência das emissoras FM; na contemporaneidade a linguagem sofre mudanças na transmissão e produção digital, mudanças ainda em desenvolvimento (BAUMWORCEL; In MOREIRA; BIANCO, 2001).

O rádio possui uma linguagem específica e distinta das linguagens utilizada no campo do audiovisual e da fonografia, “a linguagem do rádio vai além da oralidade e da escrita, absorve características de ambas para as negar” (MEDITSCHI, 2001, p. 148). O teórico Ferrareto (2007) disserta que, englobando o uso da voz humana, do silêncio, da música e dos efeitos sonoros, utilizados de maneira isolados ou ajustados entre si de inúmeras formas, a linguagem radiofônica se especifica das demais. A música, os efeitos sonoros e o silêncio são trabalhados na maioria das vezes a fim de atingir o inconsciente do ouvinte, já a fala atinge o consciente. Portanto a linguagem radiofônica é voz, é oralidade combinada com outros signos sonoros, que constituem e ao mesmo tempo organizam a produção radiofônica. A fala sugere o conteúdo do fato, já os recursos não verbais remetem o ouvinte a sensorialidade, criando um ambiente, um plano de fundo sonoro para a informação, essa prática tem a função de transportar o ouvinte ao cenário da mensagem.

[...] linguagem radiofônica não é exclusivamente verbal-oral, mas resultado de uma semiose de elementos sonoros (trilha,

efeito, ruído e silêncio) que perdem sua unidade ao serem inseridos em um meio acústico coordenado pelo tempo para comporem um todo, que é a obra radiofônica (SILVA, 1999, p. 11).

Essa obra radiofônica é transmitida por meio da performance do comunicador, a oralidade, a voz torna transmissível um texto na forma escrita. Desse modo a linguagem do texto produzido para o rádio segue uma organização, uma sintática adequada às características do veículo: dinamicidade, imediatismo, instantaneidade, ausência de imagem; enfim atinge um receptor em movimento, numa atenção marginal. Os elementos não verbais possuem conotação importante na linguagem radiofônica, segundo Silva (1999, p. 52) “eles perdem sua unidade conceitual à medida que são combinados entre si a fim de compor uma obra essencialmente sonora com o "poder" de sugerir imagens auditivas ao imaginário do ouvinte”. Em acompanhamento a argumentação da autora, segue abaixo as especificidades de cada elemento não verbal:

a) Silêncio

Nos programas de rádios na contemporaneidade é possível observar o estabelecimento de um processo de identificação contínua por meio da entonação, ritmos e sonoplastia, com o público que se quer atingir. O homem em sua existência se vê rodeado de sons, assim como sente prazer em produzir som também, nesse sentido o homem teme a ausência do som, como se temesse a própria morte, pois o som pela sua vibração corta o silêncio, a morte. Por essa noção de silêncio, ele muitas vezes é interpretado como falha, ruído nas dinâmicas programações radiofônicas, no entanto a autora esclarece:

O uso do silêncio, quando contextualizado dentro de uma estrutura sintática, tem a possibilidade de adquirir significados que, por sua vez, podem realçar a importância da continuidade sonora, ou podem atuar como um signo, ou seja, representar um mistério, uma dúvida, a morte, a expectativa. Mas deve estar contextualizado para que não seja interpretado como uma falha, um ruído, (...) (SILVA, 1999, p. 54).

b) Efeitos sonoros ou ruídos desejáveis

O ruído não desejável é o elemento que interfere a emissão radiofônica, acontece em decorrência de um problema técnico ou erro no código, na adequação da mensagem

ao perfil do receptor-ouvinte, exigindo assim uma repetição da informação. No entanto a intencionalidade de inclusão de um ruído na obra radiofônica passa a ser denominado “efeito sonoro”, perde-se o caráter de interferência e passa a desenvolver um papel importante na composição e combinação da acústica, denotando nesse processo a função sugestiva da linguagem do veículo. “Ao empregar ruídos que componham o ambiente, a paisagem, o cenário acústico, o produtor tem como meta utilizá-los de tal forma que possibilitem ao ouvinte identificar objetos e imaginá-los associados” (SILVA, 1999, p.57).

De acordo com sua função referencial, o efeito sonoro adota o caráter de pelo menos duas estruturas: a descritiva e a narrativa, tornando-o manifesto apenas quando o receptor ouve seu som, já que no rádio não podemos ver sua causa ou seu objeto, assim o som comprova sua existência, desempenhando o papel de voz. O ruído/ efeito sonoro também pode ser explorado pela entonação vocal, emitindo sons distintos da percepção musical e da linguagem convencional, como por exemplo: gritos, tosses, bocejos, sussurros, dentre outros. O locutor nesse processo tem grande contribuição criativa, pois na voz é possível encontrar todos os elementos da radiofonia: o som, a música e o ruído.

c) Trilha Sonora

A respeito do caráter expressivo na linguagem radiofônica, a música é considerada matéria-prima básica, sendo aplicada tanto na performance do locutor (considerando também a musicalidade intrínseca da fala) quanto nos efeitos sonoros, na medida em que o veículo rádio é compreendido como arte acústica, com missão de representar o mundo aos ouvidos. A música utilizada como trilha sonora nas emissoras de rádios é empregada para diversas conotações, seja para situar o ouvinte no ambiente da mensagem, para pontuar gramaticalmente e de maneira fática com algum trecho da música, seja para suscitar um cenário emocional, dentre outras utilizações. Pelo fato de a linguagem radiofônica ter dominância de estruturação pela linearidade e contigüidade, na maioria das vezes é uma trilha, que pode ou não ser interrompida por um ruído/efeito sonoro, aplicada como um fundo sonoro (background) a partir da introdução do texto verbal-oral neste procedimento de representação sonora.

d) Fala

No processo de elaboração de um texto a ser oralizado, possuindo, portanto uma intervenção da voz pode-se constatar que a vocalização tornará o texto com identidade distinta da que foi produzida na escrita. “A voz faz presente o cenário, os personagens e suas intenções; a voz torna sensível o sentido da palavra, que é personalizada pela cor,

ritmo, fraseado, emoção, atmosfera e gesto vocal” (SILVA, 1999, p. 40). Segundo a autora tudo o que acontece no rádio tem por base a voz, ora na utilização de *instrumentos-vozes* percebidos em recursos sonoplásticos, ora no emprego da *voz-instrumento* produzida pelo aparelho fonador do ser humano. Sendo importante compreender a voz produzida pelo comunicador como um signo, uma representação de um objeto, e que nesse processo de intermediação entre o ouvinte e o objeto representado, o signo carregado de elementos sonoros combinados, oferece informações perceptíveis. A assimilação do ouvinte, a decodificação do objeto está relacionada à estrutura de organização dos componentes sonoros que constituem a linguagem radiofônica, propiciando a assimilação pelas características da mensagem e também por meio do seu próprio repertório.

Outro fator importante para análise da linguagem radiofônica é a compreensão das normas técnico-lingüísticas e lingüístico-gramaticais, assim como o emprego da coesão e coerência, proporcionando a textualidade adequada às características do meio de comunicação. O texto produzido para o rádio possui certa peculiaridade em comparação a outros meios de comunicação de massa, pois o conteúdo textual tem uma única oportunidade de ser recebido, além de que o texto radiofônico é produzido para ser falado e ouvido. Sob referência de Muñoz e Gil (1990), a autora Cabello (; In BIANCO; MOREIRA, 1999, p. 17) afirma que “a linguagem radiofônica deve provocar no ouvinte a criação de imagens mentais construídas a partir da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio”. Nesse sentido nota-se a importância da produção textual vinculada ao perfil do veículo e a circunstância a qual o ouvinte receberá a mensagem. Pois na ausência da imagem, o rádio por meio de recursos sonoros e da fala, possibilita a construção própria de imagens no subjetivo do indivíduo. Portanto a produção de texto para o rádio requer habilidades além das baseadas nas normas gramaticais e de sintaxe, demanda uma formulação do conteúdo da mensagem a fim de que a transmissão seja feita de maneira clara e expressiva, não exigindo assim muito esforço do ouvinte.

Exigir demais do ouvinte não é objetivo do trabalho radiofônico. Isso porque o ouvinte só é capaz de receber frações de construções complexas (isso é frequentemente esquecido); as frases complexas são uma barreira à informação oral (muito mais que à escrita); o locutor no rádio lê uma frase de 7 linhas em 15-20 segundos; e assim, sobra muito pouco tempo para que o ouvinte possa assimilar as informações imediata e totalmente

(o ouvinte não pode “reler” as frases, passa para as informações seguintes). (CABELLO; In BIANCO; MOREIRA, 1999, p.17-18).

Nesse sentido para facilitar a compreensão, assimilação e memorização do conteúdo ao ouvinte, faz-se necessário a utilização de recursos como a repetição de palavras, de maneira sutil sem exageros, usando sinônimos e variação léxica. Assim como, elaborar o texto com predominância de verbos e não de substantivos, e selecionar palavras pertencentes ao vocabulário comum. O comunicador ainda deve adequar a linguagem ao tipo de programa e público ouvinte, variando o estilo para evitar a monotonia.

A premissa na linguagem radiofônica é a clareza, sendo necessários para seu alcance a simplicidade, a exatidão, a organização e elementos estimuladores. A *simplicidade* está relacionada ao emprego de frases curtas, com termos conhecidos, sem muita complexidade e com descrição de termos técnicos. A *exatidão* condiz ao texto sucinto e objetivo. A *organização* exige uma continuidade de informações, propiciando a assimilação sem dificuldade. Já os *elementos/acréscimos sonoros* é a relação do texto com a utilização da sonoplastia adequada.

Segundo a autora Cabello (; In BIANCO; MOREIRA, 1999, p. 21) para construção do texto radiofônico alguns aspectos condicionais são indispensáveis no processo: “o tempo, dinâmica, melodia, sons complementares, voz humana, uso da voz e linguagem do comunicador”. O tempo refere-se à velocidade da fala, a dinâmica está relacionada à ênfase da frase, ou seja, a utilização da pausa, as entonações e alterações rítmicas. A melodia consiste na seleção de palavras eufônicas, preocupando-se com a composição harmônica do som, evitando assim as cacofonias (por cada, buscar alho). Os sons complementares referem-se a determinados recursos que não se remetem a entrevista, podendo ser considerado as declarações e os testemunhos. A voz humana é a ferramenta humana capaz de conduzir qualquer tipo de mensagem, devido às inúmeras possibilidades de inflexões e por ser persuasiva. Em relação ao uso da voz, a articulação deve observar a clareza, o volume e a intensidade vocal, por final a linguagem do locutor/comunicador precisa estar de acordo com o texto radiofônico.

No processo de construção do texto, segundo Cabello (; In BIANCO; MOREIRA, 1999, p. 21-29) faz-se necessário a menção de algumas considerações técnico-lingüísticas, lingüística gramatical e textualidade, segue abaixo a descrição sucinta dessas normas:

Normatividade Técnico-Lingüística- o texto radiofônico ou uma lauda, não deve conter a separação silábica de uma linha para outra, nem de uma folha da lauda para outra, pois esse recurso pode dificultar a locução. O uso de caixa alta (maiúsculas) é recomendado, a fim de facilitar a leitura do texto pelo locutor. As siglas não comuns devem ser acompanhadas por descrição em extenso. Por extenso também deve ser escrito os numerais cardiais e ordinais. No texto radiofônico, a apresentação do cargo vem antes do nome da pessoa que o ocupa.

Normatividade Lingüístico-Gramatical- a linguagem radiofônica pressupõe uma linguagem espontânea e correta, sendo necessário também responder com clareza e objetividade as perguntas (O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?) do lide (em inglês lead), que consiste na entrada, no arranque das informações. A complexidade da produção textual cresce, na medida em que os textos fáceis demais não despertam o *interesse* e não prendem a atenção (CABELLO; In BIANCO; MOREIRA, 1999). Portanto a clareza, a objetividade e a almejada compreensão decorrem da interação entre texto radiofônico e ouvinte. Na elaboração do texto radiofônico é dispensável o uso de pronome possessivo, uso de frases negativas, uso de orações intercaladas, uso de termos como: ontem, manter, permanecer e continuar, pois essas palavras não possuem conotação de novidade. Não se recomenda também o uso de forma verbal no pretérito mais-que- perfeito e uso do gerúndio. Quando necessário a utilização do tempo verbal no futuro, é recomendável o uso do futuro composto, por ter caráter coloquial. Sendo bem vindo na produção textual o uso da ordem direta da oração, assim como o uso da voz ativa, a utilização de maior número de verbos, com preferência para os ativos, e o emprego de verbos como: afirmar, alertar, anunciar, apontar, citar, concordar, considerar, declarar dentre outros.

Em relação à textualidade da peça radiofônica mecanismos de *coesão* e *coerência* são empregados objetivando a organização do texto. A *coerência* é estabelecida vinculada a diversos aspectos: fatores pragmáticos e interacionais, como a circunstância, o contexto que se dá o processo; o desempenho dos interlocutores (seu repertório, suas crenças, sua intencionalidade no ato comunicativo); e a função, o objetivo da comunicação da mensagem. Já a *coesão* consiste na relação decorrente entre os elementos textuais do ponto de vista de estrutura superficial. Por tanto a coesão, por meio de ferramentas semânticas, estabelece relação de sentido entre os elementos do texto. “É o elo ou conjunto de elementos que encadeia, ordena as partes de um texto, colocando-as em relação e formando um sentido global entre essas partes” (CABELLO;

In BIANCO; MOREIRA, 1999, p. 29). Infere-se que a coesão está relacionada à estrutura de superfície do texto, no entanto não está restrita apenas a superfície do texto, mas também e principalmente na ação comunicativa, na relação de interação entre emissor e receptor.

Com o exposto acima, percebe-se mesmo com a espontaneidade e a expressão oral característica do veículo de comunicação, que o texto radiofônico exige uma adequação a linguagem, por meio de técnicas e normas que facilitem ao ouvinte a assimilação da mensagem. A autora Ortriwano (1985) nesse prisma de análise pontua que o produto radiofônico (mensagem) precisa respeitar as características do veículo no “todo”, como também as condições que essa mensagem é recebida. Além disso, o comunicador deve se preocupar com o fator de a mensagem ser apenas ouvida, atingindo apenas um sentido do ser humano.

3.2 Emissoras de rádio pública: uma tentativa de tipologia

Inevitavelmente, a discussão a respeito das tipologias de radiodifusão perpassa a noção de público e privado na sociedade contemporânea. A delimitação dos dois conceitos terá como base o artigo: “Leitura sobre o público, o privado e o sujeito da ação configurado pela identidade individualizada” de Mériti de Souza.²⁷ Nele a autora afirma que o desinteresse pelo o que é público tem origem na constituição e referencial da sociedade moderna, a qual o sujeito se reconhece e é reconhecido pela sua vida familiar e íntima. Bobbio (1986) complementa essa afirmação, supondo que o desestímulo a inserção do sujeito no espaço público advém e é corroborado pela própria rede social, que na implantação das diretrizes modernas, não cumpriu o papel de zelo pelo bem-estar, não assegurando a proposta democrática do sistema.

A compreensão de público e privado segundo a autora Arendt (1983) está relacionada à noção sobre o próprio indivíduo, concebida como ser social, primeiramente o processo de socialização dá-se ao parâmetro familiar e posteriormente no âmbito das instituições sociais como: igreja, escola, trabalho dentre outras.²⁸ Essa

²⁷ SOUZA, Meriti. **Leituras sobre o público, o privado e o sujeito da ação configurado pela identidade individualizada.** Revista Espaço Acadêmico nº 62, julho 2006.

²⁸ ARENDT, Hanna. **A condição humana.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.

predominância do privado, do individual ao público remete-se a substituição da concepção grega do homem político pela concepção romana do ser social.

A ascendência da esfera social é um fenômeno novo e coincide com o surgimento da era moderna, assumindo como forma política o Estado Nacional. Esse fato possibilitou a coincidência da política (vinculada à esfera pública), com a economia (vinculada à esfera privada) e gerou a concepção da sociedade como um aglomerado de famílias isto é "um conjunto de famílias economicamente organizadas de modo a constituírem o fac-símile de uma única família sobre-humana, e sua forma política de organização é denominada "nação" (ARENDDT, 1986, p. 38 apud SOUZA, 2006).

O homem social na visão romana era aquele que se vinculava à procriação e à satisfação das necessidades biológicas, com o seu espaço delimitado à residência e à família e estabelecendo assim, o espaço privado - espaço da privação. A organização política propiciada pelo surgimento da cidade-estado tornou possível o estabelecimento de outro nível de existência, caracterizado por manifestar o que é próprio do homem (público caracterizado pela vida política), e não pela vida em comum, pelo que é coletivo (SOUZA, 2006). Essa noção romana entra em divergência com a concepção grega, na qual o caráter privativo era considerado como privação, ou seja, falta e necessidade. Sendo que o espaço público era concebido como referência ao sujeito da construção, possibilitando o acesso a própria identidade, consentindo a cada sujeito a expressão de palavras e ações, nesse sentido se afirmando na sociedade (ARENDDT, 1983). Sob este prisma de análise, pode-se inferir que a dicotomia espaço público/privado, engendrada pelas sociedades modernas e neoliberais, seguida da relação do sujeito político ao público e do sujeito psicológico ao privado, condiz à manutenção do modo de produção capitalista e do modelo liberal, a qual enfraquece o Estado, e com isso evita confrontos propícios a suposta utilização da concepção grega de público e de suas instituições relacionadas a ele, podendo colocar em cheque a própria organização social e a representação da identidade individualizada.

Em relação à radiodifusão pública, a noção de público e privado também influencia a tipologia dessas instituições sociais, rádio. Como já mencionado no capítulo a radiodifusão no país é realizada por meio de concessões administradas pelo Estado,

logo a Constituição Brasileira contempla a radiodifusão como serviço público, no entanto o setor de comunicação social brasileiro possui muitas complexidades, não sendo suficiente uma caracterização tão generalista. O teórico Ferrareto (2007) cita a existência de tipologia de emissoras de rádio no país como: *Emissora Comercial*, *Emissora Educativa* e *Emissora Comunitária* sobre essa última tipologia a denominação dá-se às rádios com transmissores de baixa potência, instaladas para atender as demandas sócias da comunidade, sendo a programação elaborada por vários atores sociais, a Educativa assim denominada por não ter fins lucrativos, mantidas pela União, governos estaduais, municipais, fundações criadas com essa finalidade e universidades. Já as Emissoras Comerciais constituem-se como empresas voltadas a obtenção de lucro, representam a parcela mais denotada da radiodifusão brasileira. Sua programação está associada aos anúncios publicitários, por conta disso, essa organização radiofônica relaciona-se com dois tipos de clientela, os ouvintes e os anunciantes.

A introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era “erudito”, “educativo”, “cultural” passa a transformar-se em “popular”, voltado ao lazer á diversão. O comércio e a indústria forçam os programadores a mudar de linha: para atingir o público, os “reclames” não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos e outras atrações que foram surgindo e passaram a dominar a programação (ORTRIWANO, 1985, p. 15).

Percebe-se, portanto que com o financiamento publicitário a programação da rádio sofreu algumas mudanças, culminando num outro perfil de radiodifusão.

Entretanto - e aqui é demonstrada a inconsistência jurídica brasileira no campo da comunicação social- o setor privado goza da prerrogativa de controlar boa parte do mercado tendo propósitos característicos de atividade econômica, o que colocara o setor no âmbito das relações econômicas, em lugar do serviço público. (MIOLA, 2009, p. 20).

Nesse sentido as concessões públicas não necessariamente são responsáveis pelo caráter público da emissora, pois mesmo sendo contemplado no texto constitucional o requisito de predominância por conteúdos educativos e culturais, os concessionários têm focado suas gestões no interesse econômico em detrimento do interesse público, tal medida possui influências enraizadas no sistema neoliberal.

No entanto a conotação de interesse público na ótica da radiodifusão segundo argumentação da autora Miola (2009) à luz dos teóricos Powel e Gair (1988), opera como parte integrante do mercado e da comunidade, portanto é constituída no ambiente competitivo, a qual o público e o privado sofrem constantes tensões. Assim como o sistema de radiodifusão norte-americano, percebe-se no contexto nacional forte predominância comercial, a qual a organização radiodifusora se compromete com anunciantes, sendo esses responsáveis pela manutenção financeira, portanto a emissora sobrevive na dependência do lucro. Por outra via de análise essa ótica norte-americana possui uma noção muito restrita da radiodifusão:

Mais importante, entretanto, é enfatizar que servir ao interesse público significa corresponder às necessidades e interesses da comunidade local, contribuindo para a discussão de questões importantes, apresentando uma programação de alta qualidade e incentivando a liberdade de expressão e, especialmente, provendo informação e serviços à comunidade (FRITIS, 1988, p. 53 apud MIOLA, 2009, p. 26).

Em suma, interesse público e serviço público possuem distinções de conceitos, não podendo ser aplicadas na radiodifusão como sinônimas, já que interesse público refere-se às condições omissas ou expressas no âmbito de exploração privada, e o serviço público remete-se a obrigatoriedade do Estado em garantir os direitos do cidadão, ao qual é representado direta ou indiretamente. No contexto nacional segundo Miola (2009) é possível identificar os dois modelos de radiodifusão no país, portanto pode-se considerar que a radiodifusão pública encontra-se entre os dois conceitos. A partir da avaliação do papel do Estado na radiodifusão brasileira, a teórica argumenta:

O serviço público de radiodifusão parte do pressuposto que a radiodifusão é uma área estratégica que apenas o Estado, atuando de forma direta ou indireta, pode controlar. Esse controle teria como fim assegurar o acesso universal, a correta distribuição do espectro eletromagnético e a manutenção da unidade nacional. Além disso, a constituição do serviço público de radiodifusão visa também garantir que a radiodifusão desempenhe um papel democrático de formação da cidadania. Já a perspectiva do atendimento ao interesse público através da radiodifusão tem um cunho liberal- embora dependa também de mecanismos regulatórios- em que é necessária a pulverização das fontes de informação, criando um mercado competitivo de idéias. Adicionalmente, nesse modelo, o público tem um perfil

próximo a do consumidor, que deve ser atendido em seus interesses, ou buscará os serviços de outro fornecedor (MIOLA, 2009, p. 34).

O sistema de radiodifusão no Brasil, em seus primórdios “era concedido e assegurado como serviço de interesse nacional com caráter educativo” (JAMBEIRO, 2002, p. 59 apud MIOLA, 2009, p. 30). Mesmo que na década de 1960 o decreto 21.111 de 1932 não fosse obedecido, somente a partir do governo de Kubitscheck ocorreu a real separação entre fins educativos e emissoras de rádio. Nesse governo foi elaborado o decreto que constituiu a Campanha de Radiodifusão Educativa, objetivando a promoção de programas artísticos, literários e científicos, no entanto na prática essa campanha culminou na não obrigatoriedade de produção de conteúdos educativos com recursos da própria emissora. Propiciando a *posteriori* na proibição de anúncios publicitários em emissoras públicas, privilegiando as emissoras comerciais na competição por verbas publicitárias.

Apesar de prevista na Constituição de 1988 a radiodifusão pública, sua lei ainda não foi regulamentada, no entanto o termo é utilizado nos discursos de diversas emissoras, e até mesmo em iniciativas governamentais. No entanto quais são as características, os elementos que são denominados ao termo radiodifusão pública? Quais são suas especificidades?

Percebe-se que as próprias emissoras julgam-se como não-comerciais, educativas e culturais vinculadas aos estados. Logo a análise que se segue terá como base a definição acreditada por elas. A fim de sistematizar os aspectos que caracterizam essas emissoras, facilitando assim a compreensão, serão abordados em referência a teórica Edna Miola (2009) os seguintes elementos: 1) Programação 2) Financiamento 3) Controle Administrativo.

1) PROGRAMAÇÃO

A programação é o elemento que revela a razão de ser das emissoras de rádio, no âmbito acadêmico é a característica mais discutida quando se propõe a avaliação de uma emissora de radiodifusão pública. Na ótica organizacional, a programação revela claramente os aspectos estratégicos como a missão, as escolhas de conteúdos, dentre outras. Assim como possibilita a identificação das dificuldades, dos erros e dos acertos na tomada de decisão. As emissoras públicas por não se postularem na competição mercadológica por audiência massiva prezam pela qualidade de sua programação.

O atributo de programação de boa qualidade pode ser alcançado assegurando certas condições de produção, como aquelas enumeradas por Beth Carmona: por meio da prática e das discussões entre profissionais; da observação do público; da experimentação de fórmulas; da formação de jovens diretores; programadores e produtores com espírito público; da análise cuidadosa das pesquisas da busca de novos modelos; da abertura dos mercados de produção: e conseqüentemente, do investimento no setor [...] (MIOLA, 2009, p. 40).

Ao se tratar das programações de radiodifusão pública tanto rádio quanto TV, é desconsiderado o fator gênero (nenhum gênero pode ser considerado inadequado), pois a análise da programação permeia os conteúdos, que são de acordo com os valores e normas determinados na organização radiodifusora. Nesse sentido a UNESCO (2005) propôs alguns conteúdos a serem contemplados pelas emissoras de radiodifusão pública televisiva, podendo ser aplicado nas emissoras de rádio também: *política, notícias e atualidades, atenção às minorias, programação infantil, programação educativa, construção da identidade nacional e localismo.*²⁹

A autora Edna Miola (2009) ainda alerta que em relação à programação é necessário distinguir as estratégias das emissoras comerciais em busca de massificação de audiência, das estratégias aplicadas nas emissoras de rádio pública que possuem objetivos completamente diferentes como a pluralidade de conteúdos e informações, não sendo o caso de ignorar a audiência e sim ter a compreensão que a razão de ser de uma emissora constata-se no **diálogo que estabelece com seu receptor**. O caráter público da programação nesse sentido condiz não pela simples emissão de uma pluralidade de conteúdos e programas, e sim uma abrangência em relação à audiência pública, tornando os programas e conteúdos segmentados numa produção/elaboração visando atingir o público de uma maneira não elitista ou marginalizada.

Nesse contexto Martin Barbero (2002) alerta para o paradoxo existente nas organizações de radiodifusão pública, segundo ele as emissoras estão divididas entre produzir uma programação que se assemelha as emissoras comerciais, pautando-se no

²⁹ UNESCO. **Public Service Broadcasting: A Best practices sourcebook**. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2005. 143 p.(Editado por Indrajit Barnerje; Kalinga Seneviratne)

gênero da massificação de audiência, ou investir numa programação diversificada, selecionada culturalmente, que, no entanto atinge apenas as minorias sofisticadas.³⁰

Inferese, portanto, que as emissoras de radiodifusão pública ao buscar uma abrangência na identificação com o público, se utilizam da diversificação na programação, e as especificidades do âmbito local, ao invés da massificação. Pode-se observar que nesse processo a organização radiodifusora pública cumpre com seu papel de priorizar a diversidade contemplando-a em pelo menos três aspectos: nos gêneros dos programas, nos assuntos transmitidos e discutidos, e principalmente no público que atingem.

2) FINANCIAMENTO

As fundamentais fontes de renda das organizações de radiodifusão pública “incluem o financiamento do governo, cobrança de taxas de licença (o licence fee), publicidade e contribuições voluntárias. Na maior parte das vezes, o sustento das emissoras advém de uma combinação de diversas fontes de renda” (MIOLA, 2009, p. 53). O *licence fee* é o modelo prioritário de financiamento no Reino Unido, consiste na cobrança de taxa definida pelo governo, aos cidadãos. Esse modelo assegura que o próprio público é a fonte de renda das emissoras, contribuindo assim para o senso de propriedade dos sujeitos.

O *financiamento governamental*, esse sistema é considerado como carente de garantias de recebimento, além disso, muitas vezes mantém a organização radiodifusora pública na dependência dos interesses políticos e particulares dos governantes. A *publicidade*, quando adotada, segundo a autora deve estar entre os menores recursos administrados, a ponto de não prejudicar a autonomia da emissora frente ao mercado. Quando veiculado os anúncios comerciais é importante que esses fujam do apelo comercial, abordando nas mensagens os aspectos culturais e educativos proporcionados pelo anunciante, sendo assim estando em coerência com a missão e os valores da emissora. *Contribuições espontâneas*- trata-se de fontes de renda provenientes de doações de ouvintes ou de organizações privadas. Essa prática é conhecida nas emissoras públicas do Canadá e dos EUA, onde anualmente são realizadas campanhas para arrecadação de verba visando à participação do público no financiamento de projetos.

³⁰ MARTIN-BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In RINCON, Omar (org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. Friedrich-Ebert-Stiftung, São Paulo, 2002, p. 41-79.

3) CONTROLE ADMINISTRATIVO

Quando se pretende argumentar a respeito do controle administrativo na organização de radiodifusão pública, faz-se necessário a compreensão dos níveis hierárquicos, a qual está vinculada, e a qual se dá seu desempenho. No patamar mais elevado, encontra-se o Estado e suas derivadas instituições como: Poder Executivo (Ministério das Comunicações e Presidência) responsável pela outorga e renovação das concessões, como também a autorização e permissão das concessões de imagem e som; Poder Legislativo (Senado e Câmara dos Deputados) delibera as ações do poder executivo; e a agência reguladora a ANATEL, que traz como missão a promoção do desenvolvimento das telecomunicações no país. Suas responsabilidades são: implementar, em sua esfera de atribuições, a política nacional de telecomunicação; expedir normas quanto à outorga, à prestação e à fruição dos serviços de telecomunicação no regime público; expedir normas sobre prestação de serviços e telecomunicações no regime privado, dentre outras.³¹

Abaixo no segundo nível encontram-se as unidades federativas, teoricamente são as concessionárias de radiodifusão, no entanto no quadro brasileiro. Outras instituições além dos estados e municípios desempenham essa função, por exemplo, as Universidades e Fundações. Em último nível estão as empresas de radiodifusão estabelecidas como autarquias ou fundações vinculadas aos ministérios e secretarias estaduais de educação e cultura. Em relação à hierarquia interna, estruturação e organização departamental, as emissoras públicas possuem parecidas características como: departamento de programação, produção, jornalismo, diretoria e captação de recursos não-governamentais (não exercido anteriormente, pelo fato de que as emissoras públicas eram vedadas ao financiamento a partir de verbas publicitárias e apoios culturais.)

O planejamento da programação, a produção de programas, a administração dos recursos são atividades a serem desenvolvidas no âmbito da empresa, por seus técnicos, devidamente coordenados por diretores e presididos por profissional indicado para a função. Portales Cifuentes explica que, associado ao conjunto de normas que regem o funcionamento jurídico, está o profissionalismo da equipe, que ele considera uma força significativa no cumprimento dos objetivos das emissoras

³¹ Informações disponíveis em: www.anatel.gov.br. Acessado em 03 de novembro de 2008.

(PORTALES CIFUENTES, 2002, p. 129 apud MIOLA, 2009, p. 70).

Nesta especificidade de controle administrativo percebe-se uma abordagem organizacional para as emissoras de radiodifusão pública, seja na demonstração de níveis hierárquicos, seja na relação entre os profissionais no âmbito interno empenhando-se para produzir e elaborar a programação, que como já mencionado é a razão de ser da emissora. Objeto de estudo nesse trabalho, essas organizações constituem um amplo leque de atuação para o profissional de Relações Públicas, que neste contexto poderá atuar nas estratégias de identificação da empresa radiodifusora com o público a qual dirigem suas mensagens, portanto torna-se pertinente a discussão da atuação desse profissional mais profundamente no próximo capítulo.

A sistematização das principais características do objeto de estudo, emissora de rádio pública, tornou claro as especificidades desse veículo em relação às emissoras particulares comerciais. Pela noção de público e privado na trajetória histórica, percebe-se que a problemática das emissoras de radiodifusão está intrínseca a essa dicotomia liberal, portanto as emissoras particulares encontram-se na competitividade e massificação de audiências pelo viés econômico, já as emissoras de rádio pública possuem um comprometimento com os direitos do cidadão, cabendo a elas o papel de representação dos mesmos, assim como estar a serviço do público.

3.3 Participação nas emissoras de rádio pública: uma realidade possível

A emissora não será pública se não abrir o acesso ao seu conteúdo em caráter universal. Também não será pública se assumir a forma e natureza de um negócio com objetivo de lucro. Ela deverá ser laica, com programação inteiramente desvinculada de orientação religiosa, exatamente como laico há de ser o Estado democrático. Por fim, o requisito a que poderíamos chamar de contedístico: o compromisso de sua programação com os valores da democracia e dos direitos humanos, sem partidarismo nem proselitismos de qualquer espécie. As emissoras públicas, por vocação, pautam e discutem aspectos da cidadania e contribuem para fortalecer, no limite, a consciência cívica, a noção dos direitos e das liberdades. O que nada tem de chatice compulsória: o compromisso com os valores democráticos orienta a programação – mas não é a programação (BUCCI, 2008, p. 69).

A radiodifusão pública desempenha um papel fundamental no processo democrático, na medida em que supre os cidadãos com informações políticas (não partidárias), programações culturais, educativas dentre outras, e quando assume a atuação de serviço público pode orientar o cidadão e promover a cidadania. No entanto a tendência contemporânea de radiodifusão condiz com um setor repleto de complexidades, ora quando denominado público pode acarretar no paradoxo das minorias sofisticadas, por conta de sua grade de programação ser diversificada e segmentada, ora quando setor privado encontra-se rendido aos apelos econômicos, que só faz transformar o veículo com grande potencial democratizador em mero canal de entretenimento. Sob essa problemática contemporânea, como o veículo rádio pode resguardar sua característica democratizadora?

A autora Miola (2009) acredita que por meio da promoção de vínculos, pela proximidade entre emissoras de rádio e a sociedade como um todo se conquistará a preservação da sua função democrática. Nesse sentido pode-se inferir que a radiodifusão pública, em sua forma ideal, constitui-se em um canal, um espaço onde o cidadão tem livre acesso para expressar sua opinião, sua reclamação, sua reivindicação, em suma propicia uma ação comunicativa ao cidadão, a respeito de assuntos que o cercam, enfim de interesse da comunidade.

Com referência no teórico Guitierrez (1992), Miola (2009) elenca três esferas de intervenção do cidadão nas emissoras de rádio pública: 1) acesso; 2) participação; 3) autogestão. O *acesso* segundo a teórica refere-se à escolha, que condiz ao direito do cidadão de ouvir programas de sua preferência, utilizando-os de acordo com sua conveniência e seu interesse, podendo remeter-se também a retroação, feedback, o qual o acesso implica numa proximidade interativa do público com o emissor. A *participação* designa-se a intervenção do cidadão na produção, no planejamento e na tomada de decisão. Participação na produção refere-se à abertura da emissora para ofertar oportunidades ao cidadão com ajuda de profissionais e recursos de produção e técnicas, para que ele possa produzir programas. A participação no planejamento refere-se à formulação e deliberação de planos e metas a serem cumpridas seja de âmbito nacional ou regional. E por ultimo a *autogestão* requer uma presença mais plena do cidadão no veículo de comunicação, assim como necessita de uma capacidade de dirigir e controlar o meio.

A noção de participação e interação remete-se ao termo interatividade, que na contemporaneidade vem sendo utilizado em grande escala pelas rádios FMs comerciais:

A idéia conceitual que caracteriza os comunicadores de hoje, “renascidos das cinzas” com o fortalecimento e a gradual transformação dos programas de variedades a partir da década de 70, se fundamenta na proposta que passou a caracterizar, de maneira geral, sua atuação no rádio, principalmente na faixa de Amplitude Modulada e que consiste em promover a aproximação, cada vez maior, do rádio com o seu público. Para isso, o veículo tornou-se permeável à participação direta do ouvinte nos programas, permitindo-lhe opinar, reclamar ou apresentar solicitações; alterou seus conteúdos e incorporou como referência maior de sua ação as questões do cotidiano popular seja pelo telefone ou pessoalmente, no estúdio das emissoras, criou condições para favorecer o estabelecimento de uma relação interativa entre ouvinte e comunicador (ESCH; In MOREIRA; BIANCO, 2001, p. 83).

O estímulo a interatividade, tendência estratégica de marketing nas emissoras comerciais, estabelece o vínculo mais forte entre ouvinte e emissora. No entanto a interatividade deve ser compreendida de uma forma que transcenda a noção de apenas intervenção, uma reação à programação, à comunicação do locutor. Nos estudos atuais o processo interativo está longe de um consenso, no entanto o termo interatividade tem sido empregado para designar “a possibilidade de trocas enunciativas entre emissor e receptor da mensagem midiática, mediadas por um aparato tecnológico” (MACIEL, 2009, p. 88). A autora complementa que a noção de interatividade está carregada de uma concepção de ação recíproca, em tempo real e simultânea entre um ou mais sujeitos, sendo que ambos podem exercer influência mútua, num processo dinâmico que implica a troca de posições e a utilização do aparato tecnológico gerando a interlocução. Portanto a interatividade se distingue de interação a partir do ponto que necessita de uma mediação tecnológica para ocorrer.

A interatividade não deve ser entendida como uma simples ação-reação, interpretação recorrente em reflexões limitadas na atualidade. Pois a ação interativa supõe uma reação autônoma e criativa, a qual o sujeito torna-se livre para agir no ato comunicacional de maneira irrestrita, não limitado a atuar com respostas pré-estabelecidas pela emissora (PRIMO, 1998). Para o autor existem diferenças de formas de interatividade, pois considera o nível de criatividade e autonomia do receptor nas ações comunicativas, aspectos que ocasionam tal distinção. A interação de *estímulo-resposta* é compreendida com pequeno potencial de participação, já a interação *mútua* os agentes da comunicação, do diálogo possuem mesmo nível de influência,

propiciando uma real negociação entre os agentes. Pois uma ação de um pólo afeta diretamente o agente do outro pólo, demandando assim outra ação comunicativa, deste modo dá-se na comunicação humana.

Apesar de o autor Alex Primo (1998), em seus estudos, apresentar como objeto de análise a informática, a compreensão e argumentação a respeito de interatividade também é aplicado nos meios eletrônicos por vários autores, mais especificamente no véis radiofônico como Ortriwano (1999), Cabello (2002) dentre outros.

Mas até hoje, a *interatividade* continua controlada: a participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, seja ao vivo. Se o gênero é o jornalismo, predominam as reclamações quanto aos serviços em geral, o testemunho sobre algum acontecimento, via telefone, fax, cartas, ou enquete/povo-fala conduzido por um repórter; emitir opiniões, a partir de somente respondendo a perguntas específicas, com respostas curtas e, pretensamente, objetivas. Se nos programas dos chamados *comunicadores*, a participação inclui responder a perguntas, geralmente envolvendo prêmios, pedidos e oferecimentos de músicas - os célebres *a pedidos* -, depoimentos sobre as mazelas do dia-a-dia, explorando ao máximo a emocionalidade de cada situação como as dramatizações de cartas, de casos programas policiais etc. Com a introdução das tecnologias baseadas na informática, novas possibilidades de interação surgiram, como o correio eletrônico, o *e-mail*. Da mesma forma, o controle é sempre do *emissor*, nunca do *receptor* (ORTRIWANO, 1999, s/p.).

A autora argumenta sobre a interatividade radiofônica de um modo geral, seja nas rádios AMs, FMs, comerciais, públicas dentre outras. A crítica tem por base a prática das emissoras de rádio que em sua grande maioria contemplam a participação do ouvinte de maneira direta, servindo de (re) alimentação do sistema, de modo que o cidadão responde ao interesse proposto pela própria emissora, não possuindo um questionamento na abordagem comunicativa. Como fonte indireta, as expectativas do público-alvo são consideradas quando se pretende fidelizá-lo ou com o objetivo de ampliá-lo.

Essa interatividade realizada pelas emissoras comerciais deixa várias questões a serem refletidas: A iteratividade realizada promove a autonomia do cidadão, no sentido de propiciar deliberações e questionamentos sobre políticas públicas e até mesmo sobre a atuação da própria mídia? De que maneira essa interatividade pode favorecer a democratização dos meios de comunicação?

Essas questões são fontes motivadoras na realidade radiofônica, em sua especificidade *comunitária*, são emissoras que trabalham em frequência modulada, com transmissores de baixa potência. Essas emissoras comunitárias atendem a comunidade onde estão instaladas, do mesmo modo que a radiodifusão é elaborada por vários atores sociais. Estimula-se então a participação ativa do morador, almejando a integração e convívio, na medida em que presta serviço público a população local (FERRARETO, 2007). “A inclusão de novos atores e novas mídias representa uma mudança relevante. Alguns tipos de mídia local canalizam essa demanda ao se configurar como espaço comunicacional dirigido por outros e novos atores [...]” (PERUZZO; In KUNSCH,M; KUNSCH, W. 2007, p. 53).

A partir da compreensão do potencial democratizador do veículo rádio, torna-se possível a reflexão a respeito das emissoras de radiodifusão pública como uma esfera a qual a participação da população pode ser estimulada e legitimada, a fim de construir, promover e assegurar os direitos do cidadão, por meio de discussões e debates sobre políticas públicas, aproximando e fortalecendo o vínculo entre sujeito e Estado.

Nesse sentido a radiodifusão pública aquém das estratégias mercadológicas de obtenção de lucro, deve estimular a interatividade não para ampliar o público-alvo, ou utilizá-la como instrumento para fidelizar o público já conquistado, e sim para constituição de um canal de expressão da sociedade “[...] além dos benefícios promovidos diretamente à radiodifusão pública, a participação dos cidadãos pode beneficiar também o entendimento destes de suas obrigações e responsabilidades quanto à garantia de independência dos media.” (JOSEPH, 2005, p. 26 apud MIOLA, 2009, p. 80).

Pode-se dizer que, no prolongamento da função de dar atendimento universal ao direito à informação, reduzindo as disparidades informativas entre as camadas ou grupos sociais, disparidades que concorrem para desequilibrar nada menos que a alternância do poder, as emissoras públicas têm a missão de servir de contrapeso – não de oposição ou de recusa – às razões do mercado, sem assumir as razões por assim dizer estatais. Abrindo-se como ágoras não comerciais e não estatais, elas abrem agendas que sequer seriam problematizadas na tela habitual do entretenimento (BUCCI, 2008, p. 73).

Percebe-se a proeminência da emissora de radiodifusão pública estar comprometida com a cidadania, estando a serviço de causas sociais, humanitárias,

orientadoras no processo de emancipação do sujeito. A comunicação realizada nessas emissoras deve ser de mão-dupla, estimulando a participação não apenas como reação-resposta, mas sim como fator imprescindível no ato comunicativo. Reafirmando a razão de ser pública. Nesse prisma de estudo, observa-se uma crescente tendência na ciência de comunicação, a comunicação pública. Uma abordagem comunicacional que vai de encontro com a construção da cidadania. Essa temática será abordada de maneira conceitual no próximo capítulo.

4 – O EXERCÍCIO DA COMUNICAÇÃO EM UMA EMISSORA DE RÁDIO PÚBLICA: UM DESAFIO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

O capítulo abordará a Comunicação Pública, como decorrência das teorias levantadas nos capítulos anteriores. Essa vertente de comunicação focada na construção da cidadania mostra-se na contemporaneidade como uma iniciativa a participação cidadã nos meios de comunicação. E o veículo rádio quando em caráter público, pode contribuir para com a cidadania, na medida em que abre espaços de diálogo com o ouvinte. Nesta perspectiva, é inserido o profissional de Relações Públicas, juntamente com sua teorização e suas aplicabilidades, atuando de maneira comprometida para com as questões sociais. Finalizando o capítulo é apresentada uma breve análise da rádio UNESP FM de Bauru.

4.1 Comunicação Pública: breve trajetória histórica e construção de conceito no Brasil

Seguindo o viés da importância da comunicação para a cidadania, referenciado pelo autor Lima (2004, 2006) que pontua especificamente a comunicação em sua *função política* na sociedade centralizada pela mídia, por adquirir funções como: de definir a agenda pública e de canalizar as demandas da população, portanto muitas vezes desempenhando um papel de interesse público. Torna-se pertinente nesse momento o aprofundamento a respeito da teorização de comunicação na contrapartida da visão neoliberalista presentes nas organizações comunicacionais, a *Comunicação Pública (CP)*.

Considerada pelos autores da área, Jorge Duarte, Heloisa Matos, Elizabeth P. Brandão dentre outros, como conceito em construção, pelo fato de abranger grande variedade de conhecimentos e práticas. A comunicação Pública tem sua origem na formação da comunicação governamental. No âmbito nacional a expressão *comunicação pública* vem sendo utilizada desde quando se iniciou as reivindicações por direitos e políticas de comunicação, em meados da década de 1970. Já na década de 1980, movimentos civis como a Frente Nacional de Luta pela Democratização da Comunicação, constituída por entidades, profissionais e intelectuais objetivava apresentar um projeto de políticas públicas de comunicação para a feitura da

Constituição Federal. No ambiente de redemocratização e de reivindicações, a expressão ganhou sentido de comunicação estatal, advinda do Estado, diferenciando-a da comunicação feita por organizações privadas. Nessa linha de análise a autora Heloísa Matos complementa:

Uma análise do uso da expressão *comunicação pública* desde o início do séc. XX mostra que o conceito esteve relacionado com a comunicação estatal e a implantação da radiodifusão, e, mais tarde, da televisão pública. Enquanto a imprensa tradicional se desenvolveu regulada pelas forças políticas, culturais e de mercado, os meios eletrônicos necessitavam ser autorizados e regulados por concessão pública. [...]

No entanto, embora haja diferenças entre a origem dos recursos financeiros (privados) e a origem da concessão e regulamentação (estatais), as finalidades que orientam o funcionamento da mídia deveriam ser guiadas pela satisfação do interesse público.

No Brasil, a implantação da radiodifusão (anos 20) consagrou a expressão *comunicação pública*, entendida como comunicação estatal. Isto é, o termo era utilizado em contraste com a comunicação do setor privado (MATOS; In DUARTE, 2007, p. 49).

Compreende-se assim que as raízes do emprego do termo *comunicação pública* (CP) é oriunda da radiodifusão, da distribuição de frequências sonoras e de imagens, por meio de concessões públicas, desse aspecto surgiu à associação das organizações detentoras com a comunicação dita pública. No século XX a comunicação pública entendida pela noção Estatal possuía cunho autoritário e propagandista, consolidada pela implantação Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) pelo governo federal, cuja função era definir políticas de controle de informação e orientar a imprensa nacional. E durante o período militar foi implantado o Sistema de Comunicação Social de cunho governamental, com enfoque na ação propagandista e de censura.

Com o fim da ditadura, e a ânsia de redemocratização, a população passou a se envolver mais efetivamente nas reivindicações por bem estar social, nesse ambiente outro termo foi muito utilizado, a cidadania, por conta disso a própria Constituição era intitulada Cidadã, culminando assim numa pressão em relação à transparência do desempenho do setor público, nesse momento o terceiro setor (ONGs) conquistou maior notoriedade, passando a requisitar, a responsabilidade social das organizações privadas. Porém a utilização do termo CP foi tornando-se inapropriado para os meios de

comunicação sob avanços das novas tecnologias na área, além de que a democracia brasileira propiciada pela redemocratização estava se desenvolvendo. Já os anos 90 foram marcados pela mudança de visão política, de Estado e da participação da sociedade civil.³² A comunicação estava fortalecida devido o surgimento de novos atores no âmbito político-sociais, oriundos das transformações da sociedade e da política.

Na contemporaneidade a CP ainda é utilizada com múltiplas abordagens, e significações, dependendo do país, da linha de pesquisa do autor e do contexto que é observado. A autora Brandão (; In Duarte 2007) nesse sentido buscou em seu artigo *Conceito de Comunicação pública* criar uma estrutura para compreensão do processo de construção do conceito de Comunicação Pública. Ela argumenta que se pode identificar o termo com cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional. A primeira identificação seria com a área de **Comunicação Organizacional**: essa análise condiz com a comunicação vista no âmbito interno e com os variados públicos, de cunho estratégico e planejado, esta identificação a comunicação pública, tem como objetivo o mercado, ou seja, vender a imagem da instituição, produto, obtendo assim lucro, visibilidade e poder. A segunda identificação seria com a área de **Comunicação Científica** a identificação dá-se pelo fato de que a comunicação científica amparada pelo Estado tem por objetivo o desenvolvimento social e compromisso público.

A terceira identificação apontada pela autora seria a **Comunicação Governamental/ Estatal** nessa relação, a comunicação pública deve ser entendida como processo comunicativo oriundo de instâncias sociais (ONGs, órgãos governamentais, associações de profissionais, associações comunitárias dentre outras) que trabalham com a informação voltada para construção da cidadania. Brandão (;In Duarte, 2007, p.5) “compreende a comunicação governamental relacionada à comunicação pública no sentido de que ela é instrumento da elaboração da agenda pública, assim como é utilizada para prestação de contas do setor público”. Como também estimula o cidadão a engajar-se nas políticas implantadas, promove o reconhecimento das ações realizadas no âmbito político e provoca o debate público. As

³² O termo sociedade civil aqui é compreendido como “esfera aonde se dão as relações entre indivíduos, entre grupos, entre classes sociais fora do terreno das relações políticas e estatais. Atualmente, o conceito tem sido associado à mobilização das forças sociais identificadas com um determinado objetivo” (Acioli; In Duarte e Veras, 2006, p.108).

ferramentas utilizadas para veicular a comunicação do governo/estado é a “grande mídia” rádio e TV, web e impressos.

A quarta identificação seria a **Comunicação Política**, compreendida pela autora em dois enfoques: o primeiro sob a utilização de técnicas e de ferramentas de comunicação para expressão pública dos governos e dos partidos de suas crenças e seus posicionamentos políticos; o segundo enfoque está pautado nas disputas dos proprietários dos meios de comunicação e dos detentores das tecnologias da área, e o direito do cidadão de ter acesso a esses veículos. “Esse é o sentido mais conhecido da expressão de comunicação pública, advinda de uma tradição de estudos que analisa a questão da comunicação contraposta ao interesse público e o seu lugar no espaço público” (Brandão; In Duarte, 2007, p.6). A última identificação seria com **estratégias de comunicação da sociedade civil organizada**, essa relação dá-se a partir das práticas e formas de comunicação desempenhadas pelas comunidades, pelo terceiro setor, pelos movimentos sociais denominada também como comunicação comunitária, essa abordagem comunicacional compreende que a prática da comunicação sobre assuntos públicos não é de responsabilidade exclusiva do governo, e sim da sociedade como um todo. Nessa perspectiva a comunicação pública está na contramão da indústria midiática, enraizada no cotidiano do cidadão e assim comprometida com a consciência democrática e cidadã.

(...) dentre os múltiplos significados da expressão comunicação pública, é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania. É com este significado que no Brasil o conceito vem sendo construído, sobretudo por força da área acadêmica que tem direcionado seu pensamento para essa acepção (BRANDÃO; In DUARTE, 2007, p.9).

Apesar do termo Comunicação Pública, segundo os autores da área ser muito difícil de definir de maneira consensual, pode-se compreender a respeito da argumentação da autora, que a Comunicação Pública exerce a função de mediação entre Estado e Cidadão, com o objetivo de informar para a construção da cidadania. Na comunicação pública busca-se a democratização nos meios de comunicação, assim como a participação cidadã, despertando a população para seu protagonismo, sua autonomia, sua capacidade de produzir sua própria informação, em consonância com

seus costumes, seu cotidiano sua história. Mesmo com o percebido enfraquecimento do Estado em detrimento da doutrina neoliberal, e com o denotado fortalecimento do Terceiro setor, torna-se claro que existe um incipiente aumento na participação do cidadão em âmbito local nas mídias comunitárias, o percurso para a conquista de novos direitos e reconhecimento dos já alcançados é longo, no entanto já é perceptível. Nesse contexto Elizabeth P. Brandão ressalta que: “A CP feita pelos governos, pelo terceiro setor ou pelas empresas privadas acontece na medida em que a voz do cidadão começa a ficar forte a ponto de pressionar essas instituições a se preocupar com as questões da cidadania” (Brandão; In Duarte, 2007, p. 30).

Nesse mesmo prisma, Monteiro (; In Duarte, 2007) discorre sobre a necessidade de se estabelecer uma singularidade acerca de Comunicação Pública, por meio de estudos sobre a relação existente entre ela e a participação social nas questões contidas na agenda pública. Para o autor a Comunicação Pública possui uma característica primordial: enfoque no interesse público. Para tanto essa comunicação é concebida mais do que uma simples divulgação, promoção das ações de governo, em abordagem político-institucional, passa a desempenhar um papel fundamental na construção da cidadania, na medida em que favorece a troca de idéias, a deliberação e contribui para o respaldo do Estado para com as necessidades da população.

Na comunicação pública, o RECEPTOR é a um só tempo: cliente, consumidor, contribuinte, eleitor, voluntário, em suma: cidadão. E, como tal, tem direitos e trata de exercê-los. Para tanto, ele se ampara em instrumentos legais, como a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, e em instituições públicas, como o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), os programas de orientação e proteção ao consumidor, existentes nas administrações públicas estaduais (PROCON), e o Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos (CFDD), por exemplo (MONTEIRO; In DUARTE, 2007, p. 41).

Conforme a problematização do teórico, percebe-se uma compreensão da comunicação pública como um processo que se instala na esfera pública, sendo compreendida a luz do teórico Jürgen Habermas (1984) como “instância na qual se forma opinião [...] que tinha em seu início funções críticas com relação ao poder, e mais tarde foi refuncionalizada para canalizar o assentimento dos governados” (HABERMAS, 1984 apud ALVES; In DUARTE e VERAS, 2006, p.48). Sob a ótica da

comunicação pública, *a esfera pública / espaço público* é designado ao ambiente de expressão de mediação ao qual advêm as trocas de informação, as deliberações, os eminentes conflitos sociais, enfim a interação que se dá nesse processo comunicativo entre emissor e receptor das mensagens de caráter público. A teórica Matos (In Duarte 2007) também discorre sobre comunicação pública sob o prisma de análise da esfera pública, para ela a CP encontra-se de maneira extremamente dependente do envolvimento dos agentes/ cidadãos nesse processo, pois a participação da sociedade e suas instâncias é preeminência na comunicação pública desencadeando assim a atuação do sujeito como produtor da comunicação e não simplesmente receptor das mensagens do governo e derivações. Deste modo a esfera pública trata-se de um conjunto de espaço físico e não físico, no qual os atores sociais realizam a participação que lhe é de direito e dever no processo comunicacional.

De acordo com os teóricos abordados compreende-se que a Comunicação Pública pode ser considerada como portadora de interesse coletivo, de questões públicas. No entanto mesmo com seu caráter transformador, ela própria não desenvolve a mudança, pelo contrário por estar situada na esfera pública e ser dependente da participação, o processo de comunicação para transformação social é uma ação coletiva. Para Matos (2007) essa ação coletiva tem por objetivo a tomada de decisão de maneira consensual a fim de estabelecer o benefício de ambas às partes, na medida em que determina procedimentos para a atuação pautada em valores compartilhados na sociedade, nesse sentido a comunicação pública promove a cooperação e a confiança entre os sujeitos.

Nesse momento, é pertinente apontar que a esfera pública requer uma interiorização dos direitos de cidadão, pois se o sujeito não acreditar no seu direito de expressão e comunicação, se ele não se reconhecer como ator principal na esfera pública, e não valorizar sua capacidade de expor sua opinião, dificilmente terá suporte para se integrar no processo de comunicação pública. Portanto torna-se claro a necessidade de uma educação, de uma cultura no aspecto social e comunicacional, esclarecendo o que é público e qual o valor do público, como atuar na esfera pública, dentre outras. Em suma educar os sujeitos para capacitação de atuação social, reconhecimento do próprio cidadão como ator público.

Dentre as suas diversificadas derivações e especificidades o conceito em construção Comunicação Pública no âmbito nacional é abordado a partir de uma análise primordial ao tema, contemplada pelo o autor Pierre Zémor, presidente da Associação

francesa “Communication Publique”, que em 1995 publicou o livro *La communication publique*, que aborda a comunicação pública no âmbito da comunicação nas organizações governamentais. No Brasil o livro foi traduzido pela autora Elizabeth Brandão, e passou a ser referência obrigatória em trabalhos que abordam a problemática.

Em seu livro, Zémor apresenta os conceitos do que seria uma comunicação pública, afirmando que sua legitimidade se determina pela “legitimidade do interesse geral”, razão pela qual acontece no espaço público, sob olhar do cidadão. Para ele, as finalidades da comunicação pública não podem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas, que são as de (a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); (b) ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; (c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); (d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as de organização social. Zémor ressalta a necessidade de “ouvir o cidadão”, pois na sua concepção a comunicação pública diz respeito à troca e à partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas (BRANDÃO; In DUARTE, 2007, p. 14).

Além de informar e ouvir as demandas da população, outro fator que caracteriza a Comunicação Pública é a noção de que o cidadão também é produtor da informação. Logo as constatações e argumentação de Zémor (1995) é extremamente importante para a compreensão sobre o tema, no entanto o foco dado ao Estado, às instituições públicas deve ser convergido também ao cidadão. Segundo Matos (; In Duarte, 2007, p. 54) “Sob regime de comunicação pública todos os agentes envolvidos na Esfera Pública devem desempenhar as atribuições que Zémor atribuiu exclusivamente ao Estado”.

O grande esforço dos teóricos da área muitas vezes dá-se na distinção entre Comunicação Pública e Comunicação Governamental, alegando que a Comunicação Pública está relacionada ao Estado e não aos governos transitórios. Para tal objetivo, delimitam finalidades e limites da comunicação institucional, governamental e política a fim de melhor discutir e esquematizar a Comunicação Pública. Monteiro (; In Duarte, 2007) discorre sobre essas comparações, esclarecendo que: a **Comunicação Institucional** a luz do teórico Zémor (1995), trata-se de uma das funções incumbidas a Comunicação Pública, com o intuito de apresentar a população o papel da organização,

em concordância com sua identidade e sua imagem, prestando contas, consentindo ao público o acompanhamento das políticas institucionais. Como o foco de análise do renomado autor são as instituições públicas, nesse âmbito a comunicação institucional é realizada por meio de divulgação dos registros de informações cívicas, de interesse público, promoção de serviços e acontecimento da instituição.

Já a **Comunicação Governamental** refere-se à legitimação do Governo diante a população, estimulando o engajamento nas políticas exercidas, e reconhecimento das ações no âmbito econômico e social, essa forma de Comunicação segundo Brandão (; In Duarte, 2007) pode exercer certa espécie de *lobby* perante a opinião pública. Essa vertente da comunicação é de exclusividade das instituições do setor Executivo, Legislativo e Judiciário, em nível municipal, estadual e federal.³³ No Brasil o SECOM, (Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica) possui a função de coordenar e em raros casos realizar e divulgar a publicidade de mensagem de interesse público. No cenário governamental nota-se um aumento da comunicação entre as instituições do Estado e o cidadão, devido à criação de portais corporativos, dos e-govs e consultas públicas viabilizadas pela internet. A **Comunicação Política** na contemporaneidade também conhecida como Marketing Político utiliza-se de técnicas publicitárias para atingir a população, obtendo respostas imediatas, avaliadas por meio de pesquisas possuindo efeitos temporários.

[...] a COMUNICAÇÃO PÚBLICA tem as seguintes finalidades principais: responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; estabelecer uma relação de diálogo de formar a permitir a prestação de serviço ao público; apresentar e promover os serviços da administração; tornar conhecidas as instituições (comunicação externa e interna); divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral; e integrar o processo decisório que acompanha a prática política. Sem dúvida, percebe-se que ela incorpora características das outras modalidades de comunicação. Mas será possível, mesmo aceitando-se essas zonas cinzentas, identificar aspectos que sejam exclusivos da comunicação pública? (MONTEIRO; In DUARTE, 2007, p. 39).

³³ O termo Lobby é utilizado no sentido de prática de influência sobre os tomadores de decisão na esfera pública. Ver mais em: DUARTE, Jorge; VERAS, Luciana (Org.). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa Das Musas, 2006.

A resposta para a questão citada à cima é sim, pois a Comunicação Pública possui característica intrínseca, a sua essência primordial, é ser portadora de interesse público, sendo oriunda de deliberações, de debates de negociações, portanto não é uma comunicação delimitada engessada, pelo contrário está em constante concordância com as mudanças sociais. Apesar do autor Zémor (1995) dar denotado enfoque às instituições públicas como produtoras dessa vertente de comunicação, faz-se necessário a extensão dessa análise para movimentos sociais, ONGs, emissoras de radiodifusão pública (objeto de estudo deste trabalho) e até mesmo por empresas privadas quando estas transcendem a questão econômica e buscam alcançar o cidadão enquanto atores sociais. Nesse sentido a Comunicação Pública “cresce e se organiza na mesma medida em que cresce e se estabelece o poder desses cidadãos na nova configuração da sociedade civil” (Brandão; In Duarte, 2007, p. 30).

Para Elizabeth P. Brandão a Comunicação Pública denomina o processo de comunicação advindo e instalado na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade proposto a ser um espaço específico para negociação de interesses das variadas instâncias relacionadas ao interesse geral. Dessa maneira, ocorre nesse espaço fluxos de informações e interações entre líderes do setor público e o sujeito, (ator social) a fim de elaborar um consenso a respeito de assuntos públicos.

Sob mesmo foco de análise o autor Jorge Duarte (; In DUARTE, 2007) acredita que a Comunicação Pública, pode ser caracterizada como um *etos*, como um modo de perceber e realizar a comunicação como ferramenta de uso e interesse coletivo, objetivando a promoção e fortalecimento da cidadania. Sendo assim o teórico aponta que o processo de Comunicação Pública está centralizado no cidadão, indo além das garantias do direito à comunicação, propiciando o diálogo de acordo com os aspectos e demandas da população, estimulando a participação ativa.

A respeito dos fluxos de informações e manutenção do direito a informação, mencionados pelos autores estudados, o autor Jorge Duarte (; In Duarte, 2007) aprofunda a análise discorrendo que a informação é a premissa do conhecimento da compreensão, da conversação, propiciando quando bem assimilada um desenvolvimento intelectual, e conseqüentemente desenvolvimento social. O autor faz uma relação a título de comparação das tipologias informativas. Classificando-as em: *informações institucionais, informações de gestão, de utilidade pública, de interesse privado, mercadológicos, de prestação de contas e dados públicos.*

A informação é apropriada em geral por interação social, e depende de fatores como conhecimento de sua existência, disponibilidade, oportunidade, acesso, do ambiente em que se viabiliza a interação, de linguagem adequada, exigindo até mesmo uma pedagogia apropriada às circunstâncias (DUARTE; In DUARTE, 2007, p. 63).

Portanto a transmissão de informação, no sentido de apenas recepção de mensagem, não condiz com o processo que se dá na Comunicação Pública, de acordo com os teóricos pesquisados além de assimilação da informação, nessa vertente comunicativa, o sujeito também tem competência para interagir, dialogar na comunicação, desde que nessa ação ele seja reconhecido como ator social, valorizando-se seu conhecimento, no qual haja facilidade de acesso e uma educação para os meios de comunicação na perspectiva cidadã.

Nesse sentido a emissora de rádio pública desempenha um papel fundamental no processo de comunicação para a cidadania. Já que consiste num veículo voltado para as questões públicas, estando livre das exigências mercadológicas pautadas na disputa pela audiência. Portanto constitui-se num meio de comunicação em comprometimento com os problemas do cotidiano da comunidade, o que o torna um veículo eficiente, de modo que, por seu caráter democrático oriundo de suas principais características, possui uma grande penetração na sociedade e independência na abordagem dos assuntos públicos, viabilizando assim a Comunicação Pública.

Emissoras públicas no Brasil e no mundo vêm testando fórmulas de programação interativas, aportando em seus cardápios conteúdos produzidos em redes autônomas de credibilidade comprovada, abrindo suas instâncias à participação do público numa escala mais radical do que aquela experimentada por instituições privadas. A partir daí, a experiência da comunicação pública pode permitir-se, inclusive, sonhar com audiências expressivas – não porque venha a se apropriar da cartilha do entretenimento, mas porque saberá propor horizontes inteiramente diversos. Daí virá sua energia.³⁴

Pelo exposto, percebe-se que a participação do cidadão nas emissoras de rádio pública é de extrema importância para que a Comunicação Pública nesse contexto cumpra sua função, pois os teóricos da área constatam uma dependência entre o

³⁴ BUCCI, Eugênio. **A razão de ser das Emissoras Públicas na Democracia**. Revista Interesse Nacional abril/ junho 2008. 65-75 pg.

processo comunicacional e a interação dos cidadãos, a fim de possibilitar a deliberação e a formação de consenso a respeito de assuntos públicos. Em entrevista para Revista Monet, Tereza Cruvinel, presidente da Empresa Brasil de Comunicação, gestora da TV Brasil, comenta que depois de um ano de gestão na TV apesar das dificuldades, o canal público tornou-se uma realidade consolidada. A possibilidade de construir uma rede pública com os estados, e ter uma programação que reflita o Brasil em sua diversidade cultural e regional, para presidente é muito animador. Segundo ela as realidades regionais eram massacradas por um padrão de conteúdo emanado do eixo Rio-São Paulo. Relata ainda que, um dos projetos para 2009 é concluir o processo de mudanças tecnológicas, a TV digital, que trará mais interatividade ao meio de comunicação.

O usuário produzir conteúdo e ser menos passivo é uma tendência mundial. Quando a TV Brasil tiver existência digital- o que talvez não seja na nossa gestão- isso poderá fazer uma grande diferença para a democracia. Ter uma televisão em que o cidadão seja agente é um forte atributo da democracia atual e é a tecnologia que ajudará isso a ocorrer.³⁵

O relato de Tereza Cruvinel pode ser considerado uma constatação que transcende o âmbito da TV pública podendo ser aplicada também nas emissoras públicas de radiodifusão sonora. As organizações de comunicação social com caráter público, quando entendidas na ótica da participação como canais produtores, fornecem ao sujeito a possibilidade de tomar parte de debates, sendo convidados dos programas, ou participando de maneira periférica, como audiência ativa. A respeito dos convidados, é importante que os produtores estabeleçam critérios para seleção de participantes, a fim de propiciar um debate, uma deliberação mediada. Por outro lado, a participação periférica tem sido utilizada com mais frequência nas emissoras, denotando um maior esforço nessa modalidade de intervenção do cidadão, com objetivo de cultivar o feedback da audiência, para assim produzir conteúdos de acordo com as sugestões do público (MIOLA, 2009).

A partir do enfoque informacional, é possível também fazer um sucinto levantamento dos instrumentos utilizados na prática da Comunicação Pública, além dos meios de comunicação. Segundo Duarte (; In DUARTE, 2007, p. 65), **os instrumentos**

³⁵ CRUVINEL, Tereza. **Olho no espectador:** Uma das mais respeitadas jornalistas do país dá detalhes de como é dirigir a emissora pública TV Brasil, e ainda assim manter a independência e a diversidade na programação. Revista Monet, São Paulo, fevereiro 2009. Pg 68-69.

de informação são marcados pelo fornecimento de dados e explicações, abrangendo o conhecimento do cidadão sobre certa temática. São exemplificados por: “relatórios, bancos de dados, publicações institucionais, iconografia, noticiário da imprensa, Internet, banners, quadro murais, publicidade, folders, folhetos, (...), boletins eletrônicos, cartas, manuais, malas diretas, discursos, eventos simbólicos.”

Em adição aos instrumentos com caráter informativo, o teórico também elenca os instrumentos de diálogo empregados na Comunicação Pública, estabelecendo espaços de interação, cooperação, compreensão mútua, deliberações com objetivo de constituir um consenso. São exemplos do instrumento de diálogo: fóruns de consulta, oficinas de mobilização social, grupos de trabalho, planejamento participativo, ouvidorias, conselhos gestores, serviços de atendimento ao cidadão, consultas públicas, listas de discussão dentre outros. Esses instrumentos ou institutos tornam-se elos entre o cidadão e a democracia participativa, no sentido que propiciam a participação popular.

4.2 Relações Públicas: o profissional em sintonia com o diálogo e a cidadania

Em consequência das teorias apresentadas, sob o contexto de centralidade das mídias na sociedade contemporânea, posteriormente a respeito da necessidade de pluralidade e diversidade nos meios de comunicação, para assim constituir na própria mídia espaços para que o cidadão tenha oportunidade de se comunicar de maneira dialógica. Nesse prisma de análise, o rádio, objeto de estudo desse trabalho, é compreendido como veículo com grande potencial democratizador, quando sem fins lucrativos pode desempenhar a função de esfera pública, tornando efetiva a proposta de comunicação pública.

Sendo assim, qual seria o profissional que desempenharia uma função estratégica em relação aos públicos da organização de radiodifusão pública, embasando-se no processo de centralização midiática, refletindo, teorizando e praticando a comunicação social comprometida com a cidadania a fim de viabilizar o diálogo?

Teóricos da área de Relações Públicas, como Margarida M. K. Kunsch (1997) argumentam que as relações públicas, assim como a comunicação integram as ciências sociais aplicadas e a sociedade democrática. Edward Bernays, renomado teórico foi o precursor da teorização da área nesse véis.

As relações públicas cobrem o relacionamento de um homem, uma instituição ou idéia com seus públicos. Qualquer tentativa eficiente para melhorar esse relacionamento depende de nossa compreensão das ciências do comportamento e de como nós a aplicamos – sociologia, psicologia social, antropologia, história e outras. As ciências sociais são a base das relações públicas. Se as ciências do comportamento têm feito qualquer contribuição para o novo conhecimento do assunto, é óbvio que um conhecimento dessas ciências é básico para um assessor que tenta melhorar as relações entre um indivíduo, um grupo ou uma idéia e o público em geral (BERNAYS 1986, p. 40 apud KUNSCH, 1997, p. 106).

Por meio da formação humanística, as Relações Públicas como disciplina acadêmica e prática profissional, possui uma rede teórica em processo constante de maturação, possibilitando a distinção de outros conhecimentos teóricos. Para Kunsch (1997, p.107) “as relações públicas valem-se da comunicação para intercambiar interações entre as organizações e seus públicos”. De maneira genérica as Relações Públicas é compreendida pela função de gerenciamento da comunicação, tendo como objeto de estudo e aplicação teórica, as *organizações* e seus *públicos*, mesmo sendo instâncias diferenciadas, no processo de comunicação elas se relacionam dialeticamente.³⁶ O profissional de Relações Públicas, portanto trabalha promovendo e administrando os relacionamentos, dessa forma faz a mediação de conflitos, utilizando ferramentas como estratégias e planos de comunicação de acordo com a realidade ambiental da organização (KUNSCH, 2003).

Partindo da premissa de que as Relações Públicas, como processo pluridimensional de interação das organizações com a sociedade, orientam-se segundo as estruturas psicossocial, cultural, econômica, política, ideológica, jurídico-estatal, histórica e filosófica, temos uma perspectiva integrada de conceitos que faz das Relações Públicas uma atividade adequada aos interesses de uma organização, bem como uma contrapartida das comunidades ligadas a ela, direta ou indiretamente (VIEIRA, 2002, p. 15).

³⁶ Segundo Srour (1998, p.108), pode-se definir organização como “agentes coletivos, à semelhança das classes sociais, das categorias sociais e dos públicos [que] são planejadas de forma deliberada para realizar um determinado objetivo”. O *Novo Dicionário Aurélio* (Ferreira, 1975, p. 105), em uma de suas definições, enuncia que organização é “associação ou instituição com objetivos definidos” (FARIAS, 2004, P. 50).

Nesse sentido infere-se que a atividade de Relações Públicas se projeta numa ação refletida, consciente e transformadora, na medida em que são aplicadas essas interdisciplinaridades das Ciências dentro do suporte comunicacional, na relação organização-público, e seus intrínsecos conflitos. No desempenho de suas funções e atividades específicas, esse profissional coopera para o cumprimento dos objetivos e comprometimento social das organizações. Pois na sociedade global contemporânea as organizações possuem metas e obrigações que vão além da sua posição mercadológica e de obtenção de lucro. “A abertura das fontes e a transparência das ações serão fundamentais para que as organizações possam se relacionar com a sociedade e contribuir para a construção da cidadania na perspectiva da responsabilidade social” (KUNSCH, 2003, p. 90). Portanto as organizações não podem estar restritas apenas ao Marketing, necessitam de práticas que privilegiem o estabelecimento estratégico e político de canais de comunicação que possibilitem a interação e mediação entre a organização e seus diversos públicos.

A fim de melhor compreensão da atividade de Relações Públicas, os teóricos Grunig e Hunt (1984 apud KUNSCH, 2003, p.106) demonstram a complexidade da relação entre organização - público ao longo da história. Estruturada em 4 modelos, a teoria dos autores consistem em: imprensa/propaganda, informação pública, assimétrico de duas mãos e simétrico de duas mãos.

1) Imprensa e Propaganda- Este modelo consiste na prática de divulgação propagandista da organização, de seus produtos ou serviços, com objetivo de despertar a atenção da mídia. Segundo a teórica Kunsch (2003, p.106) o primeiro modelo “atua numa perspectiva publicitária. Não há intercâmbio, sendo a comunicação unilateral.” Grunig e Hunt reconhecem que ao longo da história surgiram atividades parecidas com as relações públicas. No entanto os teóricos afirmam que os assessores de imprensa do século XIX, foram os precursores especializados na atuação de Relações Públicas, de modo que praticavam o modelo *imprensa/propaganda*.

2) Informação Pública- O segundo modelo traz como objetivo principal organizar, disseminar e difundir as informações sobre a organização para seus públicos. Existe a preocupação em fornecer informações, no entanto esse processo se dá em via de mão única. Segundo Grunig e Hunt o modelo surgiu no começo do século XX, sendo uma reação aos ataques de jornalistas às grandes companhias e órgãos governamentais. Assim essas organizações contratavam jornalistas para escrever press-releases a fim de apenas divulgar suas ações. As informações publicadas geralmente abordavam os

aspectos positivos da empresa, sendo o conteúdo verdadeiro e exato. Ivy Lee é o destaque desse modelo.

3) Assimétrico de duas mãos- Nesse modelo as mediações são trabalhadas com base em pesquisas e métodos científicos, portanto a organização busca informações a fim de conhecer o perfil de seu público, e suas opiniões em relação à própria organização. No entanto o interesse se basta e não propicia o diálogo. As informações adquiridas são utilizadas a fim de persuadir, convencer, tornando a comunicação assimétrica na medida em que beneficia apenas a organização e não os públicos. No decorrer da Primeira Guerra Mundial, houve um fomento da atividade de Relações Públicas fundamentada nas Ciências Sociais e nas Ciências do Comportamento, sendo expoente desse modelo o teórico Edward Bernays, que utilizava a Psicologia em suas argumentações.

4) Simétrico de duas mãos- O exercício de Relações Públicas concentra esforços na busca de equilíbrio entre os interesses da organização e de seus públicos. Assim como no modelo assimétrico de duas mãos, o quarto modelo utiliza pesquisas e métodos científicos. Porém o simétrico de duas mãos objetiva a compreensão mútua, relacionamento ético e justo entre a organização e seus públicos.

Quando aplicado, esse modelo torna-se capaz de estabelecer a excelência na comunicação das organizações, no entanto sua prática requer muito esforço. Os teóricos Grunig e Hunt identificaram em Lee e Bernays, assim como nos educadores e nos líderes profissionais muita das suposições contidas nesse modelo simétrico de duas mãos. Como por exemplo: dizer a verdade, interpretar o cliente e o público, basear-se numa gestão em que as organizações compreendessem a opinião de seus públicos, e esses por sua vez entendessem o ponto de vista da organização. Por outro lado, poucos profissionais dos modelos anteriores colocaram em prática tais proposições. Sendo assim, os pesquisadores da área elaboraram o quarto modelo embasado na pesquisa científica, alegando a simetria por se afastar da manipulação e pautar-se no entendimento mútuo. Para a autora Marchiori (2006) o quarto modelo exige uma postura diferenciada do profissional, pois utilizando como recurso indispensável à pesquisa, adiciona-se a ferramenta do diálogo no processo, favorecendo as mudanças de idéias, e comportamentos, focada tanto para a organização quanto para seus públicos.

Tabela 1 - Características dos quatro Modelos de Relações Públicas Grunig e Hunt.

	De Imprensa/ Propaganda	De Informação pública	Assimétrica de duas mãos	Simétrica de duas mãos
Objetivos	* Propaganda	* Disseminação da informação	* Persuasão científica	* Compreensão mútua
Natureza da Comunicação	* De uma mão * Verdade Completa Não é essencial	* De uma mão * Verdade é importante	* De duas mãos * Efeitos desequilibradas	* De duas mãos * Efeitos equilibrados
Processo de Comunicação	* Fonte → Receptor	* Fone → Receptor	* Fonte → Receptor ← feedback	* Grupo → ← Grupo
Natureza da Pesquisa	* Pequena * Porta em Porta	* Pequena * Alta Legibilidade * Público: leitores	* Formativa * Avaliadora de atitudes	* Formativa * Avaliadoras da Compreensão
Figuras Principais	* Phineas Barnum * Esportes * Teatro	* Ivy Lee	* Edward Bernays	* Bernays * Educadores * Líderes profissionais
Usos típicos	* Promoção de produtos	* Governo * Associações não lucrativas * Organizações	* Empresas Competitivas * Agências	* Empresas * Agências

Fonte: GRUNIG, James; HUNT, Todd. **Managing public relations**, p. 22. HUNT, Todd; GRUNIG James E. **Pubic relations techniques**, p. 9 apud KUNSCH, 1997, p. 110.

O estudo desses quatro modelos, protagonizados por Grunig e Hunt, serviram de parâmetros para os pesquisadores avaliarem como as relações públicas eram praticadas nos departamentos internos de organizações de diversos países. Os resultados demonstraram que o modelo de comunicação simétrica de duas mãos não foi muito bem compreendido, tendo sido considerado utópico e de difícil aplicação na sua forma “pura”, sem a junção ou mescla com os demais modelos que apresentavam as melhores soluções para elas. Considerou-se também, nesse contexto, a importância de levar em conta a teoria da contingência para compreender por que e quando as organizações praticavam um ou determinado modelo (KUNSCH, 2003, p. 107).

Para autora cada um dos quatro modelos poderia servir como uma teoria normativa das relações públicas. Por exemplo: o profissional poderia se pautar no modelo de informação pública quando desempenhada a função de assessor de imprensa. Importante salientar que a atenção dos teóricos estava centralizada nos públicos como embasamento para as relações estabelecidas. “Sua análise concentra-se nos princípios

de uma teoria de sistema que oferece soluções para as situações que as organizações criam para seus públicos” (MARCHIORI, 2006, p. 162). Portanto o que se observa na estruturação da teoria dos quatro modelos de Relações Públicas, é que os modelos não propiciam uma visão abrangente da atuação do profissional, no entanto auxiliam na identificação da maneira que são dirigidas as atividades nas organizações.

Os teóricos Grunig e Hunt (1984) passaram a interpretar o modelo de informação pública, também como *comunicação simétrica de duas mãos*, sendo considerados sistemas científicos. Já os modelos de imprensa/propaganda e o assimétrico de duas mãos como artesanais (KUNSCH, 1997).

Pela contribuição dos teóricos, as Relações Públicas foram identificadas com o ultimo modelo *simétrico de duas mãos*, quando executado, norteia os profissionais com uma teoria geral de Relações Públicas e Administração da Comunicação, propiciando a excelência no ato comunicativo. A luz do teórico Lindeborg, Kunsch (1997) argumenta que a comunicação excelente é aquela estrategicamente gerenciada, que conquista seus objetivos e equilibra os interesses da organização com as de seus principais públicos.

Relações Públicas simétricas não ocorrem em uma situação ideal na qual interesses concorrentes se juntam com a disposição de resolver suas diferenças porque compartilham de um objetivo de equilíbrio e harmonia social. Muito pelo contrário, elas acontecem em uma situação em que os grupos se juntam para proteger e intensificar seus interesses próprios, onde ocorrem a argumentação, o debate e a persuasão. Mas o diálogo, o ouvir, o entender e a construção de relacionamentos também acontecem porque são mais eficazes na resolução de conflitos do que as tentativas unilaterais de obtenção de concordância (GRUNIG, 2001, p. 18 apud MARCHIORI, 2006, p. 165).

Nesse sentido a teorização do autor colaborou para a compreensão das Relações Públicas num sentido mais amplo, não apenas de convencimento e persuasão na comunicação, e sim no processo de negociação, no diálogo, o qual pretende acrescentar na ação comunicativa os pontos de vista do receptor da mensagem, buscando assim um consenso entre diversos, e muitas vezes antagônicos interesses. “Os autores do estudo da comunicação excelente acreditam que o valor de um programa de comunicação, deve ser avaliado exatamente por sua eficácia ao procurar conciliar os objetivos organizacionais e as expectativas dos públicos-alvos” (KUNSCH, 2006, p. 43). As atividades de Relações Públicas, portanto não se pautam apenas na ação mediadora de

informar, concentrada apenas na distribuição de mensagens, e sim a maior preocupação do profissional é proporcionar ao receptor o verdadeiro significado etimológico da palavra *comunicar*, no sentido de tornar comum, praticar a comunhão, propiciando a troca, a contrapartida, abrindo os canais para se estabelecer uma comunicação de mão-dupla.

O mercado para o profissional de relações públicas é bastante amplo. Uma primeira frente está nas próprias organizações, especificamente nos departamentos de comunicação social, marketing e recursos humanos de empresas públicas e privadas, prefeituras, secretarias de governo, hospitais, universidades, escolas, cooperativas, emissoras jornalísticas, radiofônicas e televisivas, ONGs etc., onde ele cuida, sobretudo, da comunicação institucional com os diferentes públicos (KUNSCH, 2003, p. 118).

Como a própria teórica elucida, a abrangência do curso permite que o profissional desempenhe sua função em diversos segmentos da sociedade. Deste modo as Relações Públicas possui formação, competência teórica e funcional para atuar com excelência comunicativa também nas organizações de comunicação social pública.

As organizações modernas assumem novas posturas na sociedade de hoje. A velocidade das mudanças que ocorrem em todos os campos impele a um novo comportamento institucional das organizações perante a opinião pública. Elas passam a se preocupar sempre mais com as relações sociais, com os acontecimentos políticos e com os fatos econômicos mundiais. E, nesse contexto, a atuação das relações públicas será fundamental, pois caberá a essa atividade a função de auditoria social. Isto é, terá de saber avaliar as reações da opinião pública para traçar as estratégias de comunicação (KUNSCH, 1997, p. 141).

A autora alerta que as organizações (públicas, privadas, etc.) estão de certa forma vulneráveis as mudanças que acontecem no ambiente macro (países, continentes, regiões), o ambiente micro (o organizacional), nesse sentido é influenciado direta e indiretamente pelo sistema global contemporâneo, exigindo da rotina organizacional nova postura e novas reações. Neste cenário global, apontam distintas concepções de organizações, não apenas como unidades econômicas, focadas na obtenção de lucro, e estrategicamente atuando com estímulos ao consumo. A tendência atual é de interpretá-

las como *unidades sociais*, preocupadas com o interesse coletivo, podendo ser percebido em seus objetivos organizacionais.

Portanto o profissional de Relações Públicas nesse contexto necessita administrar as relações conflitantes entre a organização e seus públicos, de maneira ativa, posicionando-se como ator estrategista, utilizando como mecanismo primordial o quarto modelo de Grunig e Hunt, *simétrico de duas mãos*, almejando a compreensão mútua, ou seja, focado não só nos interesses micro, mas preocupado com toda conjuntura ambiental ao qual se encontra a organização, para assim constituir espaços, canais de comunicação aos diversos segmentos de público.

[...] o profissional de Relações Públicas é a ferramenta na vida pulsante de uma empresa, unindo cultura e comunicação de forma que se assuma sua função estratégica. O trabalho de Relações Públicas está na criação de um processo de gestão de relacionamento que estimula a empresa a evoluir do ponto de vista de sua cultura organizacional (MARCHIORI, 2006, p. 28).

Quando a autora remete a cultura organizacional, ela refere-se ao reflexo da essência da organização, podendo ser entendida como sua personalidade, seu perfil. A cultura organizacional segundo a teórica é experimentada por seus integrantes de maneira conjunta, afetando a realidade da organização e a forma com que os grupos se posicionam e se relacionam no âmbito interno. “A formação de cultura organizacional está intimamente ligada ao processo de conhecimento e relacionamento” (MARCHIORI, 2006, p. 82). Nesse cenário o diálogo apresenta-se como ferramenta essencial, a fim de possibilitar a construção de significados, e relacionamentos, podendo ser transformado em conhecimento compartilhado, em consequência da realidade organizacional. Importante salientar que a atividade de Relações Públicas não pode ser avaliada numa ótica isolada, pelo contrário a atuação desse profissional insere-se no sistema organizacional, sendo parte integrante dessa conjuntura cultural e trabalhando também no âmbito macro-ambiente da organização.

As Relações públicas em sua *concepção estratégica* tem como papel fundamental auxiliar a organização a estabelecer uma postura, um modo de ser perante a sociedade. No entanto essa afirmação se direciona a um ponto questionador: Quais os métodos utilizados para conquistar esse resultado? O trabalho de Relações Públicas é minucioso e processual, portanto a princípio faz-se necessário toda uma ação de planejamento estratégico, com a participação de lideranças e funcionários para definição

dos valores, da razão de ser, da missão e dos objetivos almejados pela organização. Quando esses fatores estratégicos estiverem em sintonia com a personalidade da empresa, cabe às Relações Públicas demonstrar por meio de ações comunicacionais a identidade própria e a maneira como a organização quer ser vista. Além de demonstrar, o profissional tem a função de mediar estrategicamente os canais de comunicação entre a organização e seus públicos, objetivando construir a confiança mútua, a credibilidade, a compreensão e o diálogo. Na medida em que enfatiza sua missão, seus propósitos e princípios, a organização se posiciona na dimensão ambiental macro e micro, fortalecendo assim seu caráter institucional.

Aliás, as Relações Públicas transcende esses objetivos estratégicos, no processo de interação da organização com a sociedade pode provocar mudanças no sentido de humanizar as relações interpessoais no âmbito organizacional. Segundo Vieira (2002, p.20) as Relações Públicas vão além da conquista de objetivos estratégicos impostos no planejamento da organização, buscam um método de motivação para a mudança da mentalidade, na medida em que humaniza as relações de trabalho, minimizam as diferenças sociais, transformando a própria sociedade. Constituem-se não apenas numa necessidade do modo de produção capitalista, como também de instituições como sindicatos, escolas, hospitais, associações, e etc.

O autor afirma ainda que a constituição de um público dependa do grau de desenvolvimento dos canais de comunicação, e também da liberdade de discussão proporcionada nesses meios. Vieira argumenta que o trabalho empreendedor de Relações Públicas dá-se na formação de opinião. Sendo importante denotar, que mesmo estando focado no público-alvo, esse profissional não pode perder a dimensão individual do sujeito.

Interessam às Relações Públicas as três situações de inserção do indivíduo na sociedade. Atingindo-o pela mídia com a simulação de interesses comuns, conquistando a simpatia da massa; contornando as controvérsias que comprometam moralmente a organização e que podem ser alvo de arrebatamento da multidão; formando opinião para construir um público, criando uma identidade ou uma aproximação como resultado de práticas efetivas- esta situação que realmente lhe cabe administrar (VIEIRA, 2002, p. 31).

Como exposto pelo autor percebe-se a complexidade da atuação das Relações Públicas no lidar com o homem na condição de massa, multidão, ou público, com

intuito de constituir uma imagem, um conceito, um posicionamento social, uma opinião, assim como, uma mobilização ou a boa vontade, para alcançar o resultado de “*tornar comum*”. A matéria-prima do profissional para tal empreendimento é a informação, no entanto o ato de formar opinião não é resultante da informação, pois essa é apenas um meio e não o fim em si mesmo.

Todas essas relações, mediadas por instrumentos de comunicação, visam à otimização tanto da informação quanto do próprio trabalho e de seus resultados. É pela experiência com técnicas desenvolvidas e novas linguagens que se procura atingir o público-alvo. O importante é estar preparado para resolver impasses ou manter o equilíbrio entre os grupos, não através de métodos simuladores de uma realidade, mas, num âmbito menor, de promoção de debates sobre os reais interesses da comunidade (VIEIRA, 2002, p. 32).

O teórico relata nesse momento o caráter que fortalece a profissão, a escolha pelo **homem-cidadão**, distanciando-se então da massa, do público-alvo, dos grupos e da multidão. Nesse sentido as Relações Públicas voltam-se aos objetivos políticos da organização, sendo o ato contributivo do homem, consequência da informação orientadora, compartilhada a fim de gerenciar os interesses comuns e específicos, proporcionando ao sujeito uma proximidade do conhecimento e de sua aplicação social. Nessa perspectiva de análise as Relações Públicas, deixam de ser porta-vozes do discurso de status-quo, ou representantes da ideologia dos modos capitalistas de produção, fato este ocorrente. Compreendendo as organizações como *unidades sociais*, denominação mencionada por Kunsch (1997), o profissional passa a desempenhar uma função estratégica e importante para a construção da cidadania, na medida em que sob uma ótica abrangente, sua função extrapola os limites organizacionais podendo realizar os processos comunicacionais juntamente a favor de transformações sociais.

Nessa temática, encontra-se uma vertente teórica em desenvolvimento, **às Relações Públicas Comunitárias:**

Deixemos claro, de início, que relações públicas comunitárias autênticas são muito mais do que um trabalho “para” a comunidade, nos moldes tradicionais, por meio de ações sociais paternalistas. Elas pressupõem uma atuação interativa, em que o profissional é, antes, um articulador e um incentivador, mais do que um simples transmissor de saberes e aplicado de técnicas aprendidas na universidade. Ele não deve ser um mero “consultor”, que não vivencia as necessidades da comunidade.

As relações públicas comunitárias implicam sua participação “na” comunidade, dentro dela e em função dela. Melhor ainda será se ele for um “agente orgânico” surgido no seio da própria comunidade (KUNSCH, M; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p. 173).

A comunidade segundo a teórica é hoje um público estratégico importante para as organizações, representando um dos principais públicos. Mas a noção de comunidade possui várias acepções, na contemporaneidade o sentido de comunidade, de população que habita certo território, é superada pela existência das comunidades virtuais. Um novo conceito de comunidade que condiz às redes sociais. Margarida M. K. Kunsch (In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007) embasada no teórico Rogério Costa (2005) explicita que: o fato da existência de comunidades virtuais nos remete a uma transmutação do conceito de “comunidade” em “rede social”, pouco tempo atrás aspectos como solidariedade, vizinhança, e parentesco eram características relevantes quando se pretendia definir uma comunidade, na contemporaneidade os estudiosos avaliam as formas nas quais padrões estruturais alternativos influenciam o fluxo de recursos entre os integrantes de uma rede social.

Portanto quando se trata de Relações Públicas Comunitárias, o termo comunidade não condiz apenas ao território, a vizinhança, mas também às comunidades virtuais por conta das redes sociais constituídas na Internet.

Assim, o tema das relações nas comunidades ultrapassa fronteiras geográficas, envolvendo as redes sociais criadas no ciberespaço, que também tem o poder de provocar mudanças comportamentais, implicando novas formas de atuação para as relações públicas e para a comunicação das organizações. No trabalho comunitário, o profissional de relações públicas deve verificar como se processa a dinâmica social integrativa dos seus membros, seja no entorno fisicamente delimitado, seja no ciberespaço. Em qualquer um dos casos, ele não pode mais encarar a comunidade de forma estanque, como um simples aglomerado de pessoas, sem o mínimo de participação ativa de seus componentes na construção de ideais comuns (KUNSCH, M; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p. 175).

Percebe-se, portanto, que a vertente de Relações Públicas Comunitária possui como diretriz norteadora o modelo de Relações Públicas **simétrico de duas mãos**. Estabelecendo canais de comunicação de mão dupla, a troca, compartilha, ou seja, o diálogo entre emissor e receptor. A atividade desse profissional seja a pesquisa de opinião pública, pesquisa de perfil do público, seja no desenvolvimento e no processo

de execução de planos de comunicação, dá-se de maneira participativa. A comunicação, o trabalho de relações públicas nesse sentido deve ser feito “com” a comunidade e não “para” a comunidade.

Nesse momento cabe uma pertinente questão, pelo explicitado a cima às Relações Públicas pode ser considerada como profissão capaz de possibilitar a transformação social, promovendo ao público a cidadania, a deliberação pública?

Para o autor Murade (In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007), por meio do estímulo a discussão, a deliberação pública, propiciando a compreensão dos problemas, e das questões controversas da comunidade, pode sim ocasionar numa promoção da cidadania proporcionando relações comunitárias solidárias. Nesse processo às Relações Públicas desempenha o papel de contribuir para o fomento das deliberações, utilizando instrumentos de comunicação, assim como deve encaminhar as reivindicações dos grupos sociais aos órgãos públicos em pauta.

Trata-se de oferecer às comunidades informações e ferramentas de comunicação (assessoria) que possibilitem à leitura do mundo (pesquisa-diagnóstico da realidade), a articulação em torno de pólos e de projetos reivindicativos (planejamento e organização), a ação transformadora da realidade (execução), para, uma vez superada a situação geradora da controvérsia, chegar ao consenso e estimular novas reivindicações- dissenso-, com base na releitura do mundo (avaliação) (MURADE; In KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p.159).

Segundo o autor às Relações Públicas tem por função desenvolver a inquietude social e, assim formar a cidadania. Sendo o dissenso, o conflito e discussão uma maneira para se chegar à cidadania. Uma das funções do profissional de Relações Públicas é justamente gerenciar, mediar os conflitos de interesses, auxiliando a comunidade /organização a compreender a realidade, a sua posição diante a sociedade, propiciando uma leitura do contexto em que se encontra.

As Relações Públicas Comunitárias, centralizadas na comunicação simétrica de mão dupla, certamente podem ser desempenhadas numa organização de rádio pública, pois quando compreendida como uma organização que produz informações para a sociedade, desvinculada das exigências mercadológicas, possuindo autonomia, independência na produção de conteúdos e na elaboração de programação, constitui-se num espaço propício para uma gestão voltada à cidadania, à emancipação do sujeito, em suma para realização da comunicação pública. Voltada para uma visão organizacional, a

emissora de rádio pública pode se beneficiar com a atuação do profissional de Relações Públicas, seja em sua função estratégica, auxiliando a rádio a se reconhecer em sua realidade, em seu ambiente macro e micro, colaborando com a definição de valores, políticas e objetivos organizacionais, a fim de melhor se comunicar com cada público. Em sua função mediadora, a qual gerencia e compreende as raízes sócio-históricas de conflitos, buscando um consenso de interesses; seja na função comunitária, na qual o profissional encontra-se comprometido com a cidadania, transformando o processo comunicativo, num diálogo, como também no estímulo ao dissenso:

Nesse processo de enfrentamento para a construção da cidadania, as relações públicas devem incentivar a inquietação dos protagonistas sociais, o desejo de transformar a realidade, de construir outra diferente da instituída pelo poder hegemônico, enfim, de alcançar a consciência e a ação crítica (MURADE in KUNSCH, M; KUNSCH, W, 2007, p. 162).

Nesse sentido a teorização de Comunicação Pública se correlaciona com as de Relações Públicas, tornando-se práticas diretamente interligadas. Pois na realização da comunicação pública, o profissional pode colaborar com a negociação, a deliberação das questões públicas, de interesse comum, na medida em que é capaz de estimular a inquietação do sujeito, além do mais a profissão têm estreita ligação com as ciências sociais. Sob essa análise o teórico Vieira (2002) argumenta que a polarização das Ciências Sociais permite ao profissional de Relações Públicas a busca de legitimação do poder do sujeito em marcar, manter e ampliar seu espaço na sociedade. E ainda propicia a observação crítica dessas mesmas atividades, colaborando então na eficiência da elaboração de projetos em concordância com as necessidades e mazelas do cidadão.

Infere-se pelas teorias apresentadas que às Relações Públicas transcende a visão mercadológica, no qual o profissional está preocupado em atender as necessidades e expectativas do sujeito apenas enquanto consumidor. Compreende-se também que esse profissional está habilitado para atuar em diversas faces do sistema social, em contraposição da visão tradicional na qual se associava às Relações Públicas na gerência de comunicação em empresas privadas ou governamentais.

Com a necessidade vigente de pluralidade e diversidade dos meios de comunicação, assim como a ânsia de espaços para participação do cidadão, a fim de buscar uma democratização da comunicação no cenário nacional, favorecendo assim uma consolidação da democracia social. O profissional de Relações Públicas torna-se

uma peça chave, nesse contexto, pois esse possui aparato teórico humanístico, que proporciona a compreensão das raízes de conflitos de interesses. Por conta disso desempenha a função mediadora e estratégica, colaborando para a comunicação ser praticada com excelência, havendo a troca e o diálogo, além de auxiliar as organizações de comunicação a se posicionarem enquanto instituição social.

Essa abordagem de atuação do profissional implica numa abrangência e aprofundamento de concepção política e social atrelada a rotina de suas atividades, não limitada apenas às contingências das organizações de modelo capitalista de produção. Nesse prisma de análise, as Relações Públicas pode assumir a sua intrínseca função social, ou seja, compreender as teorias de democracia e cidadania em suas complexidades na sociedade, para assim conciliar as demandas sociais junto às ações de comunicação, valorizando os princípios democráticos, a diversidade, o pluralismo e a justiça social, esse considero o grande desafio de atuação.

A fim de exemplificar o desempenho do profissional de Relações Públicas, diante do processo de comunicação frente à cidadania, o próximo subtítulo consiste numa breve análise de uma emissora de rádio pública, a Rádio UNESP FM, e a atuação do profissional comprometida com a comunicação simétrica e com a emancipação do sujeito.

4.2.1 A título de exemplificação: aspectos da experiência da Rádio UNESP FM

A Rádio UNESP FM é uma *Unidade Complementar* da reitoria, vinculado ao Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa da Universidade Estadual Paulista. Sediada no campus de Bauru, na região centro-oeste do Estado de São Paulo, a emissora inaugurou as suas transmissões no dia 13 de maio de 1991. A equipe de profissionais da UNESP FM vem cumprindo o objetivo de promover a cultura e a educação, ampliando o horizonte de seus ouvintes. A rádio apresenta uma programação musical criteriosa, abordando diversos gêneros musicais: jazz, rock, blues, erudito, orquestras, new age, pop e principalmente as vertentes da Música Popular Brasileira: chorinho, samba, música, instrumental, clássicos, e as novidades de MPB. O jornalismo da emissora tem os compromissos de relatar os fatos do cotidiano, prestar serviços e destacar a Universidade Estadual Paulista como fonte de informação, dando vida aos

acontecimentos, pesquisas científicas e eventos do nosso mundo acadêmico. Com potência de transmissão de 3000 watts e antena de 41 metros, a emissora atinge um raio de 100 km, atendendo a cidade de Bauru e região. A UNESP FM é sintonizada em 105,7 MHz.³⁷

Com uma equipe de 24 profissionais, formado por uma Diretoria Geral com o Diretor e o Oficial Administrativo; por um departamento de Produção constituído de 3 produtores, departamento de Locução com 3 locutores, a Manutenção Técnica com 2 técnicos eletrônica. O departamento de Jornalismo com editora chefe, 2 redatores e 2 repórteres. Departamento de Programação e Discoteca constituído de um coordenador de programação e um discotecário programador. No departamento de Operação de áudio constam: 6 operadores. E a organização conta também com 1 motorista. Além dos funcionários, a Rádio UNESP FM possui 4 “colaboradores”, que atuam como voluntários na organização. O referido quadro de funcionários tem como fonte o site oficial da organização, podendo estar alterado no cotidiano da Rádio.

Importante salientar que o diretor geral da emissora é denominado pelo Reitor da UNESP, e que a emissora conta com um conselho regulador do Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa da universidade Estadual Paulista constituído de: Diretor da rádio, diretor da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação), representante docente da FAAC, representante do PROEX (Pró-Reitoria de Extensão Universitária), representante do CO (Conselho Universitário) e ACI (Assessoria de Comunicação e Imprensa), e representantes dos servidores técnicos- administrativos.

Ao apresentar as características do veículo, e seu conjunto de profissionais, torna-se mais claro a compreensão da emissora como uma organização. Cujo fim, o produto fornecido é a programação radiofônica. Como se pode observar no quadro de funcionários, a rádio não possui um departamento de comunicação, nem um departamento ou central de atendimento ao ouvinte. Essa ausência de profissionais de comunicação responsáveis por gerir estrategicamente o diálogo entre os públicos acarreta algum dano para a organização?

Por meio de observação da grade de programação, visitas na emissora, entrevistas com funcionários da Rádio UNESP FM, e antigos diretores da emissora

³⁷ Informações disponíveis no site oficial da Rádio: http://radio.unesp.br/index_portal.php
Acessado em 14 de outubro de 2009.

tornou-se possível refletir e compreender sobre a questão acima e o processo produtivo da organização assim como seus relacionamentos e cultura interna.

A grade de programação, por se tratar do produto da empresa fornecido á população de Bauru e região, reflete todo o empreendimento e o desempenho de seus profissionais: programadores, produtores, roteiristas, operadores de áudio, que elaboram o produto (programa, o programete, a vinheta dentre outros), que quando finalizado, é passado para o coordenador de programação, que tem por função administrar a grade de programação.

Em relação aos pontos estratégicos da organização, como objetivos, valores metas, missão, visão, políticas e etc. foi possível observar que tais aspectos não estão de forma clara para os funcionários (colaboradores). No entanto esses quando entrevistados transpareceram certa concepção de qual seria a missão da Rádio: **tratar o ouvinte como cidadão, não como mero consumidor.** Denotou-se que existe uma preocupação em fornecer uma programação, informação de qualidade, havendo uma maior atenção conteúdista e conceitual.

A comunicação interna é realizada por e-mails, memorandos, comunicados impressos, quadro de aviso da Administração, e por telefone. Na rede interna, que interliga os softwares, não se estabelece uma troca de mensagens, essa é utilizada apenas pra fins técnicos. Percebe-se também que os funcionários conhecem as atividades dos outros departamentos, porém alegam que a comunicação poderia ser mais efetiva. Na organização não é realizada com freqüência, reuniões da diretoria com os funcionários e líderes como: reunião de planejamento de metas, de remanejamento de atividades, de reestruturação, dentre outras, sendo considerados líderes da organização a editora chefe e o coordenador de programação. As reuniões realizadas atualmente foram focadas na introdução da gestão e posteriormente na mudança de programação. Nesse sentido, os próprios departamentos tomam iniciativa de elaborar reuniões com questões específicas de cada ramo de atividade.

A equipe de funcionários está na organização em horários distintos entre às 7h e 22h, sendo considerado por eles um dos motivos da não eficiência da comunicação interna. Como não existe um departamento ou um grupo responsável pela comunicação entre os funcionários, os líderes acabam exercendo a função de repassar ao diretor as reclamações e problemas dos funcionários. Este fato pode ser interpretado como grande empecilho na comunicação interna, pois muitas vezes as reclamações não são encaminhadas ao devidos responsáveis. Portanto uma característica do perfil da

organização é a intermediação da comunicação interna pelos líderes, para depois ser encaminhada para a diretoria.

Levantados como pontos fortes da Rádio UNESP FM: a franqueza no relacionamento interno, a autonomia e independência, no entanto essas últimas características devem ser controladas a fim de que os funcionários mesmo trabalhando de maneira autônoma, possam se balizar em diretrizes organizacionais. Já o relacionamento com os colaboradores (voluntários) sem vínculos empregatícios com a organização, poderia ser melhorado, pois esses às vezes não compreendem e não estão imersos no profissionalismo e na cultura organizacional da Rádio.

Fato este observado na transmissão do programa Interação Comunitária, que no dia 14 de novembro, ao entrevistar uma dupla sertaneja do Paraná, veiculou 2 músicas sertanejo-universitário. Desse fato surgiram algumas questões como: o programa em sua sinopse é apresentado com o objetivo de atender toda a comunidade. Então artistas independentes de Bauru, teriam espaço para divulgar seus trabalhos? O “atender toda a comunidade” remete-se a comunidade de Bauru e região? Ou “toda a comunidade” remete-se ao âmbito estadual, ou nacional? Em relação ao estilo musical, percebe-se que tais músicas são veiculadas com muita frequência nas Rádios FMs sendo alvo de comercialização fonográfica, por conta disso pode-se dizer que tais músicas são incoerentes a proposta de programação? Tais questionamentos poderiam ser evitados se houvesse uma comunicação interna efetiva, que compartilhasse os valores e propósitos da organização, aos seus diversos públicos.

A emissora de Rádio UNESP FM não conta com o desempenho do profissional de Relações Públicas, muitas vezes atividades dessa profissão acabam sendo realizadas pelos próprios líderes da organização. Como mediar os conflitos organizacionais, apresentar a empresa aos visitantes, elaborar a comunicação institucional, dentre outras.

Os públicos, levantados pelos funcionários, aos quais a organização se relaciona são: o ouvinte, a comunidade, a reitoria da UNESP, os colaboradores (voluntários), a Prefeitura de Bauru, a Secretária Municipal e Estadual de Cultura e Meio Ambiente, o Governo Federal, ONGs, produtores de artistas independentes, produtores culturais, Assessoria de Comunicação das Faculdades, SESC, ARPUB (Associação de Rádios Públicas), fornecedores de equipamentos e materiais de escritório, as instituições públicas de maneira geral, a Rádio Agência Web, Agência Rádio Nacional, Rádio 2 notícias e Rádio França Internacional.

A empresa não realiza pesquisas de audiência, ou pesquisas de opinião pública, portanto a delimitação do público-alvo da emissora não é possível. Acredita-se que a rádio atinja adultos maiores de 25 anos das classes sociais A e B. No entanto, como essa noção de público não é comprovada em nenhuma pesquisa científica, não se pode considerá-la. Essa constatação remete uma curiosa questão: *Como é possível se estabelecer uma comunicação com compromisso cidadão, quando não se sabe exatamente qual público é atingido?*

A comunicação Institucional da organização é realizada na própria programação, voltada apenas para o público ouvinte, seja com veiculação de vinhetas do slogan da emissora: “UNESP FM, rádio pública, cultural e educativa.”; seja no apoio de campanhas sociais divulgadas na rádio, assim como realização de campanhas de cunho social por iniciativa própria. Outras formas de divulgar o nome da empresa não são executadas, como a elaboração de flyers e folders, e o site da instituição encontra-se desatualizado.

Em relação ao comprometimento social, a emissora de rádio pública possui a preocupação na transmissão de conteúdos que orientem o cidadão, que o ajudem em sua vida cotidiana. Esse caráter é observado nas campanhas sociais e nos programetes veiculados como: Radiojornal Ecoando, Minuto Consciente, Notícias do Campo, Opinião, Toque da Ciência, Edição Universitária, Cidade Universitária e Interação Comunitária. Mesmo com a preocupação em ter o cunho social, os funcionários relatam que não conseguem saber ao certo se a Rádio tem proximidade com os ouvintes. A proximidade percebida dá-se apenas quando os especialistas são convidados para dar entrevistas no programa de jornalismo: UNESP Notícias, Interação Comunitária, dentre outros.

A programação da emissora diferencia-se das outras rádios da região, pelo fato de veicular músicas clássicas, instrumentais, buscando a inserção de artistas independentes na grade, pelo fato de não ter dependência com gravadoras. Diferencia-se também pelo caráter público do jornalismo, não veiculado a políticos nem ao mercado. Os funcionários acreditam que as informações transmitidas são de serviço público.

As formas que o ouvinte tem para se comunicar, interagir e participar na rádio são: e-mail, espaço interatividade no site, telefone, pedindo músicas no programa Manhã Popular Brasileira e cartas. A participação do ouvinte em linhas gerais não se dá de maneira simultânea, ao vivo com o locutor, pois a emissora não possui um funcionário para filtrar as ligações para os locutores. A única participação ao vivo seria

quando o cidadão é convidado na seção de entrevistas no jornalismo, e no programa Interação Comunitária.

Ao entrevistar os antigos diretores da emissora pode-se compreender a dimensão da Rádio, em seus conflitos estruturais e suas delimitações. Quando projetada a organização de radiodifusão sonora, foi idealizada num alcance local, pois sua concessão pública era municipal, no entanto essa concessão desdobrou-se como posse da Universidade Estadual Paulista, necessitando então de uma reelaboração de seu projeto inicial. Fato que não ocorreu, ocasionando problemas na definição da organização e quais os propósitos da mesma. Pesquisas realizadas na gestão de 1993 a 1998 demonstraram que a emissora não era ouvida pelos universitários. Portanto a necessidade de estruturação do projeto inicial culminou em dificuldades para delimitar o público-alvo. A solução encontrada nessa gestão foi de tornar a grade de programação mais eclética possível, para assim conseguir trabalhar com as divergências de interesses do público ouvinte.

Já na gestão seguinte, o desafio era de aproximar os estudantes e professores da rádio, pois como a emissora é uma unidade complementar da reitoria, ela corre o risco de se isolar na universidade. Para tal empreendimento a gestão concentrou esforços no relacionamento com os professores, estimulando-os a executar projetos de extensão, e estágios dentro da rádio. Em relação à interatividade com os ouvintes, a rádio possuía certas delimitações para que ela ocorresse, como falta de mobilidade dos repórteres, pois havia apenas um automóvel e reduzido número de jornalistas, para fazer cobertura na comunidade em suas notícias. O diferencial da rádio nessa gestão além da música clássica, e música brasileira, era a inserção de programas como Hip Hop, que atingiu um nicho da população resultando em interatividade significativa, e programas sobre saúde.

Fatos recorrentes nas gestões anteriores como se pode observar nas entrevistas dos funcionários atuais, ainda ocorrem, projetos iniciados como o de aproximação da Rádio junto a Universidade não tiveram continuidade, pois mesmo que os alunos continuem elaborando projetos de extensão e estágios na emissora, percebe-se que o vínculo não é estreito, e também não é percebido como fator de concentração de esforços na gestão recente. Cabe nesse momento, após a breve análise da organização uma tentativa de definir algumas ações pontuais do profissional de Relações Públicas diante desse contexto.

4.2.2 Ingerência de Relações Públicas

Com a demonstração dos aspectos observados e analisados na emissora de Rádio UNESP FM, torna-se claro que as atividades desempenhadas pelo profissional de Relações Públicas beneficiariam a organização a compreender-se enquanto instituição social (sua posição na sociedade), suas complexidades desde a realização do projeto inicial da rádio, até a dificuldade de estabelecer um público-alvo a ser atingido. Por meio do planejamento estratégico, esse profissional auxiliaria a emissora a definir seus valores, seus objetivos, sua missão, suas políticas para assim estabelecer uma comunicação simétrica com seus públicos. Nesse sentido a Emissora de Rádio UNESP FM necessita se reconhecer como organização que fornece a população de Bauru uma programação comprometida com a cidadania. E para tanto a empresa carece de definidores estratégicos, para viabilizar o diálogo com seu público.

É por meio da comunicação que uma organização pode justamente democratizar a informação, abrir canais de conversa com seus funcionários e líderes, assim recebendo, oferecendo e canalizando informação para a tomada de decisões mais acertadas. Sem relacionamento, sem troca, a comunicação não existe.

O sucesso de uma empresa está primeiramente em sua instância interna, nas habilidades de comunicação de que ela dispõe, na conversa que ela trava com seu público. Em segundo momento, essas habilidades podem ser projetadas externamente, em razão de a empresa estar preparada e estruturada para manutenção desses relacionamentos (MARCHIORI, 2006, p. 205).

Portanto o âmbito interno, precisa de maior concentração de esforços, nesse sentido faz-se necessário a atenção e preocupação com a comunicação interna, viabilizando canais de comunicação (diálogo) entre os funcionários/colaboradores, assim como compartilhar nesses canais as diretrizes que definem a empresa, para assim a organização caminhar em conjunto. Transparecendo para seu público os aspectos que a definem, nesse processo fortalecendo uma personalidade organizacional, para construção de confiança, credibilidade e compreensão mútua. Com um quadro estratégico que define aonde a empresa quer chegar, quem ela é, e qual a visão que ela tem, os funcionários realizam seu trabalho cotidiano balizados numa diretriz comum,

facilitando a conexão dos esforços departamentais a fim de conquistar os objetivos da organização como um todo.

Nesse sentido a teórica Kunsch (1997) argumenta que a comunicação interna deve contribuir para o exercício da cidadania e para a valorização do homem, pois a comunicação participativa propicia um ambiente construtivo. Para a autora o público interno é multiplicador, seja na família, seja em seu convívio social, ele será um porta-voz da organização de forma positiva ou negativa, dependendo de seu engajamento e a confiança que a organização transmite a ele. Uma comunicação interna eficiente favorece, portanto a administração de conflitos e a busca de soluções preventivas.

Sendo assim para se transmitir uma comunicação com comprometimento cidadão, faz-se necessário implantar internamente esse valor, construindo um ambiente ao qual o funcionário possa participar e dialogar de forma efetiva com outros funcionários e diretores. A organização Rádio UNESP FM, além de necessitar dessa definição estratégica, precisa repassá-las para seus funcionários e também para os seus colaboradores (voluntários) que elaboram programas na emissora, para assim a Rádio transparecer seu perfil, sua personalidade na transmissão.

O profissional de Relações Públicas precisará de uma pesquisa de opinião pública, pois na ausência desta, torna-se inviável a atividade desse profissional.

Relações Públicas é uma função de gerenciamento distinta que auxilia no estabelecimento e manutenção das linhas mútuas de comunicação, entendimento, aceitação e cooperação entre uma organização e seus públicos; envolve a administração de problemas; auxilia a administração a manter a opinião pública informada e receptiva; define e enfatiza a responsabilidade da administração em servir os interesses públicos; auxilia a administração a caminhar efetivamente ao lado de mudanças como uma forma de antecipar tendências; e utiliza a pesquisa na definição da comunicação ética como sua principal ferramenta de trabalho (HARLOW, 1976, p.36 apud MARCHIORI, 2006, p. 161-162).

A realização de pesquisa de audiência, de opinião pública é de extrema importância não só para a realização de atividades do profissional de Relações Públicas, mas também para a empresa possuir mais assertividade em suas ações comunicativas.

No contexto Rádio UNESP FM, esse empreendimento poderia ser realizado em parceria com os alunos de Relações Públicas, mas especificamente em projetos de extensão do Núcleo de Opinião na UNESP Bauru. A partir dos resultados dessas

pesquisas as Relações Públicas poderia engatar suas atividades, como elaboração de e-mails organizacionais, realização de eventos entre os funcionários, viabilização de canais eficientes de comunicação simétrica entre público interno, elaboração de manuais e boletins dentre outros.

Em relação aos ouvintes, as Relações Públicas poderia atuar na vertente Comunitária estabelecendo a comunicação de mão dupla, propiciando espaços dentro da programação da Rádio para maior mobilização social do cidadão. Ao qual o ouvinte, possa reivindicar, discutir e deliberar políticas públicas, para assim a emissora de Rádio Pública UNESP FM Bauru realizar a Comunicação Pública teorizada no começo desse capítulo. Pois a prerrogativa da Comunicação Pública é a participação do cidadão no processo comunicativo, justamente o que a emissora de rádio pública estudada apresenta maior carência, pois mesmo com a intenção de serviço público e a proposta do jornalismo voltada à construção da cidadania, tal empreendimento esbarra na reduzida forma de participação do ouvinte.

Como proposta pontual nesse contexto, a estruturação de uma ouvidoria caberia às principais necessidades da emissora. As Relações Públicas atuando como ouvidor, canalizaria assim a opinião dos ouvintes, contribuindo e participando no planejamento estratégico da rádio, auxiliando nas projeções e novos propósitos da organização, em concordância com as expectativas do ouvinte- cidadão.

Mesmo não sendo mencionada na Carta Magna, a *ouvidoria* é considerada como um instrumento de democracia participativa. Conquistada pelos anseios de democratização e pelo ímpeto de participação popular na atuação da sociedade civil, vem pressionando e engendrando uma nova ótica de percepção na relação entre cidadão, enquanto consumidor dos serviços públicos e Estado. O profissional atuante numa Ouvidoria é denominado *ombudsman* ou *ouvidor*, o termo *ombudsman* tem origem sueca, que significa “representante do Homem”, e o termo *ouvidor* é oriundo da herança histórica do Brasil - Colônia. O conceito dos termos é similar, contendo apenas uma sutil diferença, o *ombudsman* é empregado para organizações privadas, e o *ouvidor* é empregado nas instituições públicas. A função de ambos é ser o porta-voz do cidadão, respeitando em plenitude os direitos do sujeito, para assim a ouvidoria desenvolver caráter autônomo e democrático. As ouvidorias a fim de garantir sua eficiência, necessitam de: direito à informação, como direito de divulgar as atividades realizadas no setor, recursos financeiros e gestão própria para seu funcionamento, dentre outros.

O ouvidor/ ombudsman têm como função primordial, agir de maneira crítica e propositiva, com enfoque na avaliação das diretrizes/ políticas básicas da organização em que atua. Nesse sentido esse profissional possui uma visão macro-estrutural da organização, sendo de extrema importância sua atuação também no planejamento interno, já que este tem conhecimento das necessidades dos clientes/ cidadãos, na medida em que recebe e analisa sua expressão, manifestação (reclamação, denúncia, queixa, elogios), torna-se crítico interno, atribuindo-lhe a competência de agente de mudança, já que este profissional com as informações provindas da população pode mais facilmente diagnosticar os problemas e corrigir injustiças institucionais, assim como propor novos métodos de atuação para a organização.³⁸

A partir da implantação da Ouvidoria, a Rádio UNESP FM que atualmente pela estruturação dos modelos de Relações Públicas de Grunig e Hunt encontra-se ainda no segundo modelo de **informação pública**, ao decorrer e desenvolvimento do trabalho, poderia transcender para o quarto modelo de **comunicação simétrica de duas mãos**. Realizando assim a comunicação pública, na qual o cidadão é compreendido como ator social, capaz de reivindicar, solicitar, e questionar políticas públicas visando o bem-estar social, nesse sentido por meio da participação ativa do sujeito, a democracia pode ser experimentada em sua conceituação clássica e social.

³⁸ LYRA, Rubens Pinto. **Ouvidor: o defensor dos direitos na administração pública brasileira**. In; Autônomas x obedientes: a ouvidoria pública em debate, p.119-152. João Pessoa: Ed. UFPB, 2004. Disponível em: http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/rubenspinto/rubelyra_ouvidor_defensor.pdf

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o sistema democrático e suas implicações no âmbito nacional, tornou-se possível a compreensão das conquistas alcançadas pelo cidadão no furor da redemocratização do país. Mesmo com as iniciativas inerentes de mandatos pós-redemocratização, percebe-se que a democracia no país ainda precisa percorrer um longo caminho, seja no âmbito social na implantação de projetos assistencialistas, seja no âmbito político, o qual está repleto de corrupção e práticas inconstitucionais. Os projetos sociais, na medida em que emergem, ainda se debatem com as questões assistencialistas, fato este que se encontra distante da conscientização do cidadão para defender seus direitos vigentes na Constituição de 1988.

A teorização sobre democracia, ainda colaborou para o entendimento das diretrizes constitucionais implantadas no cenário de comunicação social. Nesse sentido, o sistema de comunicação nacional foi estudado a fim de desenvolver uma argumentação de suas implicações no sistema democrático. Pelo fato de a sociedade contemporânea estar centralizada na mídia, observou-se que os meios de comunicação passaram a desempenhar a função de sugestão de agenda para a população, fiscalização das decisões e ações da Administração Pública, assim como se tornou a própria praça pública, onde existe a mediação entre os políticos e cidadãos.

No entanto os meios de comunicação, mediante a tal importância e centralização na sociedade, encontra-se nas mãos de poucos proprietários, sendo ditados pelas diretrizes mercadológicas. Por conta disso, o que se observa na mídia contemporânea é a exacerbação do sensacionalismo, a unidirecionalidade de informação, o forte apelo ao entretenimento e ao consumo. Portanto o sujeito está repleto de opções de meios de comunicação, de informações, porém está afastado de seus deveres e direitos de cidadão, distanciado, cada vez mais, de sua atuação política na sociedade. Em suma o sujeito se encontra cercado pela mídia, no entanto permanece mudo, pois a comunicação estabelecida não é dialógica, o cidadão raramente usufrui o direito de participação e produção dos conteúdos nesses veículos.

Diante dessa perspectiva, os meios públicos de comunicação podem ser compreendidos como veículos que constituem uma alternativa para tal problemática, pois desvinculados dos ditames comerciais, usufruem de certa independência e autonomia na transmissão, tornam-se canais preocupados em orientar o cidadão, seja no

comprometimento com a cidadania, seja na veiculação de informação com diversas abordagens e pontos de vista, favorecendo a discussão e a emancipação do sujeito.

Nesse prisma de análise, buscou-se identificar o veículo de comunicação com maior penetração na sociedade, sendo mais democratizador em comparação com os outros meios de comunicação. Desse modo, pelas suas características intrínsecas como: grande penetração, mobilidade, baixo custo, linguagem oral, dentre outras, o rádio, foi escolhido como objeto de estudo desse trabalho. Denotando-se seu caráter democrático e sua contribuição social, observou-se que o veículo possui grande potencial de democratização, pois consegue atingir a parcela da população que se encontra a margem da sociedade, muitos desses analfabetos.

A fim de compreender a comunicação realizada nos meios públicos de comunicação, estudou-se a Comunicação Pública, vislumbrada por Jorge Duarte (2007). Constatou-se que essa vertente da comunicação no âmbito nacional encontra-se em amadurecimento. No entanto proporciona uma compreensão abrangente do que os meios de comunicação são capazes de promover o sistema democrático. Sendo importante salientar que a participação do cidadão é aspecto amplamente ponderado, nessa linha de pesquisa.

Ao se estabelecer uma relação entre as teorias de Comunicação Pública e o rádio, foi possível abranger a compreensão do veículo e sua importância na sociedade contemporânea. Com o intuito de apresentar a aplicabilidade das teorizações realizadas no trabalho, a Radio UNESP FM, foi analisada sob a ótica de contribuição para a cidadania. A emissora, nesse aspecto demonstrou denotada carência da participação do ouvinte, culminando assim na dificuldade em realizar a Comunicação Pública. Diante deste fato, observou-se que o profissional de Relações Públicas possui habilidades e competências para atuar nesse âmbito de radiodifusão pública, proporcionando a comunicação comprometida com a cidadania, utilizando como mecanismo primordial o quarto modelo de Relações Públicas de Grunig, o que consiste na constituição de uma *comunicação simétrica de mão dupla*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDDT, Hanna. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.

BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana (Org.). **Rádio; sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

BIANCO, Nélia R. Del; MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj; Brasília, D.F: UnB, 1999.

BOBBIO Norberto- **O futuro da Democracia; uma defesa das regras do jogo**- Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BUCCI, Eugênio. **A razão de ser das Emissoras Públicas na Democracia**. Revista Interesse Nacional, 2008. Disponível em: www.interessenacional.com/artigos-integra.asp?cd_artigo=16.

CABELLO, Ana Rosa G; DIAS, Carlos E. de M. Interatividade na mídia radiofônica. *Semiosfera* Revista de Comunicação e Cultura. Nº 3 dezembro de 2002.

CARVALHO, José Murilo de- **Cidadania no Brasil: o longo caminho**- 8ª edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira 2006.

DOWNING, Jonh D. H.- **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. Tradução Silvana Vieira. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

DUARTE, Jorge; VERAS, Luciara (Org.). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa Das Musas, 2006.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

FARIAS, Luiz Alberto de. **A literatura de Relações Públicas: produção, consumo e perspectivas**. São Paulo: Summus, 2004.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 3. ed. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007. 232 p.

FINLEY, Mi. **Política no mundo Antigo**. Lisboa: Ed 70, 1985

_____. **Democracia Antiga e Moderna**. Rio de Janeiro: Ed Graal, 1988.

GITLIN, T. **Mídia sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GUARESCHI, Pedrinho A; BIZ, Osvaldo- **Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

KINZO, Maria D'Alva G. **Partidos, eleições e democracia no Brasil pós-1985**. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2004, vol.19, nº 54, p. 23-40.

_____. **A democratização brasileira- um balanço do processo político desde a transição**. São Paulo Perspec. vol.15 nº.4. São Paulo Oct./Dec. 2001.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Obtendo resultados com Relações Públicas**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. - Ed. Ver., atual. e ampl.- São Paulo: Summus, 2003.

LIMA, Venício A. de- **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2ª edição, 2004.

_____. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006. 176p.

LYRA, Rubens Pinto. **Ouvidor: o defensor dos direitos na administração pública brasileira**. In; Autônomas x obedientes: a ouvidoria pública em debate, p.119-152. João

Pessoa: Ed. UFPB, 2004. Disponível em: www.dhnet.org.br/direitos/militantes/rubenspinto/rubelyra_ouvidor_defensor.pdf

MACIEL, Suely. **A interatividade no diálogo viva-voz na comunicação radiofônica.** 2009. 248 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Departamento de Eca, USP, São Paulo, 2009.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização.** São Caetano SP: Difusão Editora, 2006.

MARQUES, Rosa Maria; MENDES Áquilas- **Servindo a dois senhores: as políticas sociais no governo Lula-** Rev. katálysis vol.10 no.1 Florianópolis Jan./June 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da infomação.** Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001. 304 p.

MIGUEL, Luis Felipe -**Teoria democrática atual: esboço de mapeamento.** BIB Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais n° 59. São Paulo, 2005, p. 5-42.

MIOLA, Edna. **Radiodifusão Pública e Participação Deliberativa: um estudo das características e dos modos de atuação do Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini.** 2009. 195 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

MOREIRA, Sonia Virgínia; BIANCO, Nélia R. Del (Org.). **Desafio do rádio no século XXI.** São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001. 256 p.

OLIVEIRA, Luzia Helena Herrmann de. **Rumos da democratização brasileira: a consolidação de um modelo majoritário de democracia?** Rev. Sociol. Polit.Curitiba n.15, 2000, p, 11-29, nov. 2000.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** 4. ed. São Paulo: Summus, 1985. 117 p.

_____ **A interativa teoria do rádio.** XXII Congresso Brasileiro da Ciência da Comunicação, Rio de Janeiro, setembro de 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-radio-interactividade.html>.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo.** Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano. **Rádio oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica.** São Paulo: Annablume, 1999. 116 p.

SOUZA, Meriti. **Leituras sobre o público, o privado e o sujeito da ação configurado pela identidade individualizada.** Revista Espaço Acadêmico nº 62, julho 2006.

STEPAN Alfred (org), Pinheiro Ana Luiza(trad)- **Democratizando o Brasil.** Rio de Janeiro. Editora Terra, 1989.

TIEZZI, Sergio. **A organização da política social do governo Fernando Henrique.** São Paulo Perspec. vol.18 no.2 São Paulo Apr./June 2004.

TOCQUEVILLE, A. De La Democratie em Amerique. Paris, Gallimard, 1961.430 p.

VICENTE, Maximiliano Martin. **Comunicação e manipulação na época da concentração midiática.** Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 8. Temática Variada, 2006. Disponível em: <http://www.cibersociedad.net>

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: opção pelo cidadão.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 72 p.

WEFFORT, Francisco C. (org). **Os clássicos da política.** 11º edição São Paulo: Ática, 2006.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique.** PUF, Col. Que sais-je ? Paris, 1995.

ZIMMERMANN, Clóvis Roberto. **Os programas sociais na ótica dos direitos humanos: o caso do Bolsa Família do governo Lula no Brasil.** Sur, Rev. int. direitos human. vol.3 no.4 São Paulo June 2006.

ANEXOS

Anexo A: Programas e produtores da Rádio UNESP FM

CRTVCE - Rádio UNESP-FM

Programas e Colaboradores: professores, alunos e funcionários da UNESP

Acordo Ortográfico

Apresentação: Prof. Francisco Moura, da UNESP de Araraquara.

Atitude

Parceria com o Departamento de Biologia – FC, representado pelo Prof. Osmar Cavassam.

Atividade

Orientação: Prof. Pedro Celso Campos, FAAC.

Apresentação: Daniela Penha e Murilo Tomaz, estudantes de jornalismo, FAAC.

Batuque na Cozinha

Seleção Musical e Apresentação: Ulisses Frazão, servidor da FE, doutorando em Engenharia Mecânica pela Unesp – Guaratinguetá.

Beatles 4ever

Produção e Apresentação: Prof. João Pedro Albino, FC

Cidade Universitária

Equipe Unesp de Jornalismo: assessores de imprensa de várias unidades que gravam matérias e participam do programa.

Aline Grego e Sérgio Santa Rosa, FCA – Botucatu

Leandro Rocha e Flávio Fogueral, FMB – Botucatu

Adriano Castro e Roberto Souza, Assessoria de Imprensa da Unesp

Adriana Donini, IBB – Botucatu

João Moretti, FC - Bauru

Edição Universitária

Parceria com Fundação Editora Unesp para divulgar seus principais lançamentos.

Entre no Clima, o seu programa de meteorologia (em fase de produção)

Parceria com o IPMet, representado pelo meteorologista Mateus da Silva Teixeira.

Interação Comunitária

Orientação: Prof. Marcelo Carbone, FAAC

Apresentação: Wagner Silvestre, funcionário da FAAC e Bacharel em Jornalismo.

Minuto Consciente

Projeto Experimental dos estudantes de Comunicação, gravado nos estúdios da Rádio Unesp e apresentado em forma de propagandas sociais.

Realização: Agência Propagação, agência experimental de propaganda desenvolvida pelos alunos de Comunicação da Unesp Bauru, sob orientação da Professora Lucilene dos Santos Gonzales, do Departamento de Ciências Humanas, FAAC.

Opinião Debate

Colaboração nos debates: Professora Nilma Renildes da Silva, Departamento de Psicologia, FC – Bauru.

O Rádio Conta o Rádio

Produção e Apresentação: Prof. João Batista Neto Chamadoira, FAAC

Poesia e Prosa

Produção e Apresentação: Prof. João Batista Neto Chamadoira, FAAC
Assistência de Produção: Gustavo Padovani, aluno de jornalismo.

Sons e Imagens

Produção, textos e comentários: Prof. Antonio Carlos de Jesus, FAAC

Tempo e Temperatura

Boletim em dois horários com apresentação ao vivo dos meteorologistas do IPMet: André Decco, Fernando Tavares, José Carlos Figueiredo, Mateus da Silva Teixeira, Rita Cerqueira e Zildene Pedrosa.

Toque da Ciência

Produto de divulgação científica desenvolvido por integrantes do LECOTEC – Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã, da Unesp. Professor Responsável: Juliano Maurício de Carvalho, FAAC.
Divulgação: Rádio Unesp-FM

Estagiários no Departamento de Jornalismo:

Alunos de Comunicação Social - Jornalismo, FAAC: Patrícia Medeiros, Viviam Federicci e Renan Milanez.

Colaboradores da Assessoria de Comunicação e Imprensa – Reitoria:

Programa Perfil Literário

Periodicidade: diário

Criação e Apresentação: Oscar Dambrózio, mestre em Artes pelo Instituto de Artes (Unesp)

Edição: Danilo Koga, Renato Coelho, Fabiana Manfrim e Daniel Patire.

Agenda Paulistana

Periodicidade: semanal

Criação e Apresentação: Oscar Dambrózio

Edição: Danilo Koga, Renato Coelho, Fabiana Manfrim e Daniel Patire.

Mídia e Cotidiano

Periodicidade: semanal

Criação e Apresentação: Genira Chagas, doutoranda em Ciências Sociais pela PUC-SP

Edição: Danilo Koga, Renato Coelho, Fabiana Manfrim e Daniel Patire.

Conexão Global (Especias Unesp)

Periodicidade: mensal

Criação e Apresentação: Julio Zanella, pós-graduado em Relações Internacionais
Programa San Tiago Dantas

Edição: Danilo Koga, pós-graduado em Relações Internacionais; Renato Coelho,
Fabiana Manfrim e Daniel Patire, pós-graduado em Relações Internacionais.

Anexo B: Sinopse dos Programas da Rádio UNESP FM

Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa Rádio UNESP-FM

Sinopse dos programas

- 1. A MÚSICA NO TEMPO**, uma história da arte dos sons: programa que trata da história da música cronologicamente e de forma didática, desde suas origens até os nossos dias, com ilustrações musicais de épocas e estilos. Produção e apresentação: Valdir Lopes de Figueiredo.
- 2. AGENDA CULTURAL**: boletim informativo com os eventos culturais de Bauru e região.
- 3. AGENDA PAULISTANA**: artes e espetáculos. Fique por dentro do que acontece na cidade de São Paulo. Agenda cultural com as dicas da equipe UNESP de jornalismo. Parceria UNESP-FM e Assessoria de Comunicação e Imprensa.
- 4. ATITUDE**: mini-programa especial que trata da educação ambiental. Parceria Rádio UNESP-FM e Instituto Vidágua. Apoio: Departamento de Ciências Biológicas da Unesp de Bauru.
- 5. ATIVIDADE**: o programa para quem não cansa de curtir a vida. Cidadania e bem estar. Entrevistas, acontecimentos, dicas culturais e notícias que fazem parte do cotidiano da terceira-idade. Parceria Unesp-FM e Grupo Idoso Mídia do Curso de Jornalismo da FAAC.
- 6. BALANÇO BRASIL**: seleção musical que apresenta as muitas faces do samba. O balanço brasileiro e as suas variações.
- 7. BATUQUE NA COZINHA**: a cadência e o compasso, a malandragem e a poesia, o cotidiano e o samba no pé. As histórias musicais do samba você ouve no Batuque na Cozinha.
- 8. BEATLES 4 EVER**: série especial que apresenta a inspirada produção e o talento dos Beatles, grupo de rock mais popular e bem sucedido da história.
- 9. BRASIL INSTRUMENTAL**: produção semanal que valoriza a arte do compositor brasileiro, a criatividade dos novos instrumentistas e os mestres dos instrumentos musicais.
- 10. CAINDO NO CHORO**: uma hora com o melhor do gênero e suas tendências. Dos clássicos da velha guarda à vitalidade do choro contemporâneo.
- 11. CANTA BRASIL**: produção semanal que traz a música brasileira em seus mais variados ritmos e sons populares. A trajetória musical dos nossos cantores e compositores.
- 12. CIDADE UNIVERSITÁRIA**: informações para o público estudantil. Fique por dentro dos fatos, eventos e acontecimentos da UNESP e demais universidades de Bauru e região.
- 13. CLÁSSICOS UNESP**: produção semanal que traz as mais belas e populares músicas de todos os tempos. Os movimentos da música erudita. Um passeio musical pelos acordes da música barroca à contemporânea.
- 14. CLUBE DO PET**: mini-programa que fala sobre os animais de estimação com orientações e novidades. Especialistas apresentam dicas para a qualidade de vida do seu companheiro tão especial.
- 15. CONEXÃO BRASIL**: programa que promove intercâmbio musical entre as emissoras ligadas à Associação das Rádios Públicas do Brasil. A cada mês, músicos de diferentes estados têm suas produções divulgadas em todo o território nacional pelas rádios parceiras.

- 16. CONJUNTOS e ORQUESTRAS:** seleção musical que apresenta os temas universais nas mais variadas formas e interpretações. O seu programa diário de música instrumental.
- 17. DOMINGO MUSICAL:** produção musical informativa que propõe uma viagem pelos grandes sucessos nacionais e internacionais de todos os tempos.
- 18. ECOANDO:** radiojornal que trata das questões ambientais. Dicas, entrevistas e orientações para um mundo sustentável. Produzido e apresentado por estudantes de jornalismo.
- 19. EDIÇÃO UNIVERSITÁRIA:** mini-programa cultural e educativo em parceria com a Editora UNESP para divulgar seus principais lançamentos.
- 20. ESTAÇÃO BLUES:** produção semanal que intercala música e informação do gênero. Das margens do Mississipi ao asfalto da cidade grande: lamento alegria, confraternização e esperança.
- 21. ESSE TAL DE ROCK'N ROLL:** produção musical informativa que apresenta os clássicos e as novidades do gênero: as gerações e as vertentes do rock. Som com força e sensibilidade. Saudosismo e inovação.
- 22. ESPECIAIS UNESP:** Óperas Inesquecíveis e Retrato do Artista.
- 23. FIM DE TARDE:** programa diário com seleção musical variada nacional e internacional intercalada com boletins informativos e mini-programas especiais.
- 24. FLASHBACK:** seleção musical internacional, privilegiando os grandes sucessos do passado. Uma viagem musical as décadas de 60, 70, 80 e 90.
- 25. FM ESPECIAL:** seleção musical nacional e internacional nas noites de segunda a sexta, intercalada com programetes culturais e educativos.
- 26. HINO NACIONAL, SÍMBOLO DE UMA NAÇÃO:** série especial que apresenta as histórias dos hinos da França, Itália, Estados Unidos, Japão, China e do Brasil, que está comemorando o centenário da letra de Joaquim Ozório Duque Estrada.
- 27. INTERAÇÃO COMUNITÁRIA:** programa semanal com entrevistas e informações que visam promover e atender os anseios de toda a comunidade.
- 28. JAZZ IN CONCERT:** produção semanal que intercala os clássicos e as novidades do gênero. A sonoridade plural do jazz. Notas musicais em harmonia com o ritmo, melodia, técnica e improviso.
- 29. MADRUGADA BRASILEIRA:** programação musical diária que apresenta exclusivamente a música popular brasileira em todas as suas vertentes.
- 30. MANHÃ POPULAR BRASILEIRA:** a revista interativa da MPB. Seleção musical que atende aos pedidos de ouvintes e divulga lançamentos do mercado fonográfico, notícias, agenda e curiosidades. Entrevistas com protagonistas do gênero.
- 31. MINUTO CONSCIENTE:** projeto experimental dos alunos de Comunicação da UNESP, que divulga propagandas sociais pelas ondas do rádio. Parceria Rádio UNESP-FM e Agência Propagação.
- 32. MÚSICA INTERIOR:** produção semanal que propõe descanso e meditação. Um convite à reflexão e ao relaxamento.
- 33. MÚSICA LIGEIRA:** produção semanal que aborda o repertório popular, seus gêneros e movimentos. Raridades, clássicos e lançamentos do mercado fonográfico.
- 34. MUSICAL 105:** seleção musical destacando os sucessos internacionais da música POP.
- 35. MUSICAL UNESP:** música e informação. Programação musical nacional e internacional intercalada com boletins informativos, agenda cultural e miniprogramas especiais.
- 36. NOTÍCIAS DO CAMPO:** programa jornalístico que traz, diariamente, informações sobre agro-negócio e dicas para o produtor rural.

- 37. OPINIÃO:** programa semanal que convida especialistas para debater temas atuais de interesse público, sem cortes e sem censura. Diversidade de idéias e assuntos. Convergência, divergência, polêmica... Opinião.
- 38. OS GRANDES MESTRES:** produção semanal que apresenta o repertório das salas de concerto do mundo todo. A universal música dos grandes mestres com referências biográficas e históricas.
- 39. PÉ NA ESTRADA:** programa semanal que divulga música e informação dos novos lançamentos da MPB. A produção da atual cena musical brasileira e as gerações da MPB que estão com o pé na estrada.
- 40. PERFIL LITERÁRIO:** uma série que revela, num bate-papo informal, os novos escritores contemporâneos brasileiros.
- 41. POESIA E PROSA:** mini-programa cultural e educativo que apresenta os autores mais significativos da literatura em língua portuguesa. Produção e apresentação: Prof. João Batista Chamadoira.
- 42. O RÁDIO CONTA O RÁDIO:** Série que apresenta momentos importantes da história do rádio no Brasil: as vozes, os atores, as músicas e os programas que marcaram época. Produção e apresentação: Prof. João Batista Chamadoira.
- 43. SINTONIA FINA:** a programação musical dos finais de semana com repertório nacional e internacional variado.
- 44. SONS & IMAGENS:** programa semanal que apresenta trilhas sonoras, informações, críticas e comentários sobre a produção cinematográfica. Produção e comentários: Prof. Antonio Carlos de Jesus.
- 45. TOQUE DA CIÊNCIA:** mini-programa de divulgação científica produzido pelo Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Lecotec) da FAAC/Unesp em Bauru.
- 46. UNESP EM FOCO:** boletim informativo que divulga a Universidade Estadual Paulista na pauta do dia.
- 47. UNESP NOTÍCIAS – EDIÇÃO DE SÁBADO:** programa jornalístico que traz um resumo dos principais fatos da semana, agenda cultural, quadros e matérias especiais.
- 48. UNESP NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO:** a informação cotidiana de Bauru, do Brasil e do mundo, serviços, reportagens e entrevistas. Jornalismo público com assinatura universitária.
- 49. UNESP NOTÍCIAS 2ª EDIÇÃO:** programa jornalístico que apresenta um resumo dos principais fatos do dia. O que foi e vai ser notícia.
- 50. UNESPINHA:** programa especial dedicado à criança. Dicas de livros, curiosidades, historinha, muita música e diversão. Unespinha, o programa da criança.
- 51. VIDA CAIPIRA:** programa diário que traz a música e os costumes da nossa gente. As notícias do campo. Desperte ouvindo música de raiz e as informações do mundo rural.

Anexo C: Grade de Programação da Rádio UNESP

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	
00:00			PERFIL LITERÁRIO			LOUNGE UNESP	LOUNGE UNESP	00:00
00:30			LOUNGE UNESP					00:30
01:00	CANTA BRASIL	MÚSICA INTERIOR	CLASSICOS UNESP	MUSICA NO TEMPO	PÉ NA ESTRADA	FLASHBACK	FLASHBACK	01:00
02:00			MADRUGADA	BRASILEIRA		JAZZ IN CONCERT	MADRUGADA BRASILEIRA	02:00
03:00								03:00
04:00								04:00
05:00	CAINDO NO CHORO	ESPECIAIS UNESP	BR. INSTRUMENTAL	CLASSICOS UNESP	CANTA BRASIL	CAINDO NO CHORO	PÉ NA ESTRADA	05:00
06:00			VIDA CAPIRÁ			CLASSICOS UNESP	BR. INSTRUMENTAL	06:00
06:45			NOTÍCIAS DO CAMPO					06:45
07:00	MUSICAL 105	MUSICAL 105	MUSICAL 105	MUSICAL 105	MUSICAL 105	MUSICA NO TEMPO	CAINDO NO CHORO	07:00
07:45			CIDADE UNIVERSITÁRIA				ATIVIDADE	07:45
08:00						MANHÃ POPULAR BRASILEIRA	GRANDES MESTRES	08:00
09:00			MANHÃ POPULAR	BRASILEIRA			CANTA BRASIL	09:00
10:00								10:00
11:00						UNESP NOTÍCIAS	BALANÇO BRASIL	11:00
11:30						INTERAÇÃO COM		11:30
12:00						CONJUNTOS e ORQUE	BATUQUE NA	12:00
13:45						ATIVIDADE	COZINHA	13:45
14:00						UNESPINHA		14:00
15:00						SINTONIA FINA	DOMINGO MUSICAL	15:00
16:00								16:00
17:00						LOUNGE UNESP	BR. INSTRUMENTAL	17:00
18:00						PÉ NA ESTRADA	ESPECIAIS UNESP	18:00
18:30								18:30
19:00						SONS & IMAGENS	FLASHBACK	19:00
20:00								20:00
21:00	LOUNGE UNESP	PÉ NA ESTRADA	CANTA BRASIL	BR. INSTRUMENTAL	ROCKIN ROLL	MUSICA LIGEIRA	MUSICA NO TEMPO	21:00
22:00	SONS & IMAGENS	CLASSICOS UNESP	JAZZ IN CONCERT	ESTAÇÃO BLUES	MUSICA LIGEIRA	ESTAÇÃO BLUES	JAZZ IN CONCERT	22:00
23:00	ESPECIAIS UNESP	MUSICA NO TEMPO		MUSICA INTERIOR	MUSICA LIGEIRA	ROCKIN ROLL	MUSICA INTERIOR	23:00
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO	

Anexo D: Áudio das Entrevistas