

Rádios comunitárias: novas territorialidades na ambiência digital

Maria Ivete Trevisan Fossá¹

Kalliandra Quevedo Conrad²

1 Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Vínculo institucional com os Programas de Pós Graduação em Comunicação e Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). fossa@terra.com.br.

2 Mestranda em Comunicação Midiática no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (PPGCOM/UFSM) e graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). kalliandraconrad@gmail.com.

Resumo

O presente artigo, baseado em pesquisa bibliográfica, se propõe a refletir sobre como a ambiência digital pode ampliar os espaços de cidadania através das rádios comunitárias. Para tanto, apresentamos o conceito de relações públicas comunitárias e problematizamos a legislação das rádios comunitárias. Ao final, buscamos suscitar questões acerca do discurso hegemônico da tecnologia e em como esse discurso interfere nas relações entre os sujeitos e os meios de comunicação digitais. Acreditamos que as novas territorialidades das rádios comunitárias se configuram como uma potencialidade a ser desenvolvida devido a outras questões a serem discutidas, como o acesso e a capacitação dos sujeitos, além da educação para a mídia.

Palavras-chave

Rádios comunitárias, ambiência digital, cidadania.

Abstract

This article, based on literature review, reflect on how digital ambiances can enlarge spaces of citizenship through community radios. Therefore, we present the concept of public relations community, confronting the legislation on community radio. In the end, we raise questions about hegemonic discourses of technology and how that speech interferes in the relations between subjects and digital media. We believe that the new territoriality of the community radios has great potential to be developed because of other issues discussed – such as access and training subjects – beyond media education.

Keywords

Community radios, digital ambience, citizenship.

Considerações Preliminares

Este trabalho, de caráter bibliográfico, se propõe a refletir sobre as mudanças promovidas pelos diferentes contextos em que atuam as relações públicas, desde o paradigma funcionalista até o surgimento das relações públicas comunitárias. Para traçar este percurso, recorreremos aos modelos de relações públicas apresentados por Grunig *et al.* (2009): agência de imprensa/divulgação; informação pública; assimétrico de duas mãos e simétrico de duas mãos.

Do mesmo modo, os processos de participação e exercício da cidadania nas rádios comunitárias são modificados ao serem delineados sob uma nova cultura. A cultura da convergência – conceito elaborado por Jenkins (2008) – alterou as formas de participação dos indivíduos nas práticas de exercício da cidadania. É deste modo que, ao problematizarmos a legislação das rádios comunitárias, percebemos que se colocam diversos obstáculos à democratização da comunicação. Por isso, discutiremos como a ambiência digital pode ser uma alternativa aos entraves da lei que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária, além de levantar questões acerca do discurso hegemônico da tecnologia.

Comunicação Comunitária e Relações Públicas

Os estudos acerca do conceito de relações públicas comunitárias surgiram no Brasil a partir da década de 1980. Eram marcados, inicialmente, pelo paradigma funcionalista e, posteriormente, pelo paradigma humanista radical, tendo como referência os estudos de Peruzzo (1986). Aos poucos, tanto os públicos quanto as relações públicas mudaram suas formas de atuação em decorrência das transformações ocorridas na sociedade contemporânea.

Para vários autores, as Relações Públicas comunitárias indicam uma proposta metodológica na qual o profissional concebe a sociedade sob uma ótica diferenciada onde possa estabelecer canais verdadeiros de integração e propõe que tal renovação metodológica deva ser iniciada pela revisão de seu quadro de funções básicas. Em relação

aos públicos, sua caracterização não se refere à definição clássica em internos, externos e mistos, antes devendo ser vistos na sua inter-relação (HENRIQUES; PINHO NETO, 2001, p. 7).

A comunicação comunitária, enquanto disciplina, passa a incorporar as atividades de relações públicas. São modos diferentes de atuar e de se colocar diante dos públicos. O condicionamento das relações públicas às ações direcionadas unicamente às exigências mercadológicas acaba por ser repensado. Se o relacionamento entre as relações públicas e as organizações modifica-se, logo também se alteram as formas de as organizações relacionarem-se com seus públicos.

A informação, matéria-prima das relações públicas, envolve os interesses da organização e, principalmente, dos cidadãos. Seu foco são os relacionamentos, encarados sob a ótica de um processo social e estratégico. As tendências comunitárias para as relações públicas se estabelecem em organizações públicas, privadas e, principalmente, no terceiro setor. Em outras palavras, as relações públicas comunitárias, na dimensão dos relacionamentos, são inseridas em organizações que não sejam, essencialmente, ligadas à sociedade civil organizada. Atuam a fim de fazê-las perceber que o conflito, inerente às relações sócio-comunicativas, pode ser encarado como uma oportunidade de transformação social.

Dessa forma, as relações públicas coabitam com a dimensão comunitária da comunicação. São, assim, vinculadas ao conceito de comunicação comunitária. Este conceito é utilizado em diferentes contextos e coloca-se superposto a outras adjetivações. Por isso, Peruzzo (2008) diz que a expressão *relações públicas comunitárias* assumiu diferentes abordagens:

[...] uma é aquela relativa à comunicação de empresas com as 'comunidades' de seu entorno ou junto a associações e/ou outros grupos/organizações do chamado terceiro setor. Outra é a comunicação de órgãos públicos com os mesmos segmentos sociais acima referidos. E a terceira abordagem trata da comunicação das próprias associações comunitárias, ONGs e movimentos populares entre si, com a sociedade e com os públicos com os quais se relacionam (PERUZZO, 2008, p. 9).

Sobre as diferentes percepções sobre a atuação das relações públicas, Grunig *et al.* (2009) identificou quatro modelos que podem ser pensados no âmbito da comunicação comunitária. Os modelos correspondem a quatro formas de entender a natureza e o propósito das relações públicas: modelo de agência de imprensa/ divulgação; modelo de informação pública; modelo assimétrico de duas mãos e modelo simétrico de duas mãos, como sistematizado abaixo (Fig. 1).

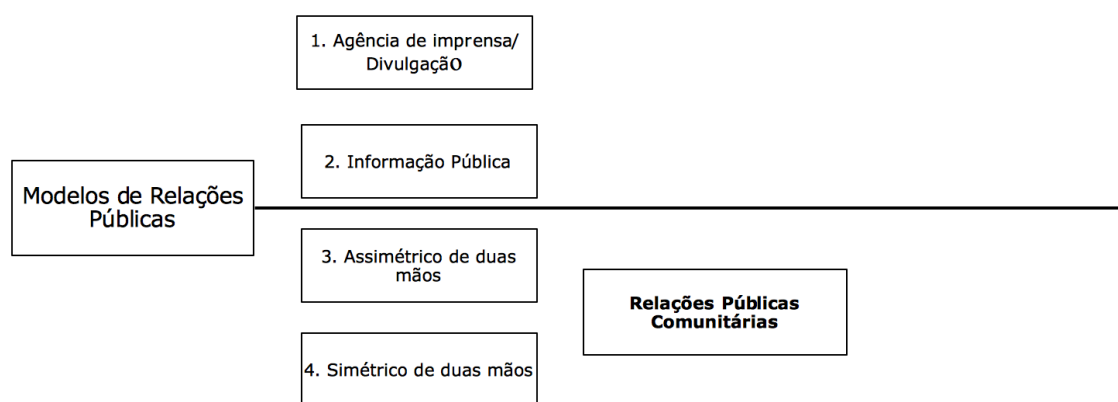


FIGURA 1 - Modelos de Relações Públicas (adaptado pelas autoras).

FONTE – GRUNIG *et al.* (2009).

Percebemos ao observar os quatro modelos, o reflexo da evolução teórico-prática das relações públicas. Inicialmente, seu papel estava vinculado ao paradigma funcionalista, no qual “cabe às Relações Públicas estabelecer, manter e otimizar as relações entre instituição e público. As Relações Públicas devem explicar e prever as características dessas relações para interferir na realidade (positivismo)” (FONSECA, 1989, p. 71). Esse paradigma, no nosso entendimento, conduz às atividades de relações públicas nos modelos 1, 2 e 3, visto que, nesses modelos, as relações públicas atuam com o intuito de beneficiar apenas as organizações em detrimento de seus públicos.

Deste modo, temos como principal propósito das relações públicas a obtenção de publicidade favorável à organização (modelo 1); a disseminação de

informações para seus públicos (modelo 2) e a utilização de serviços de empresas de pesquisa para o planejamento de suas ações (modelo 3). São vistas, assim, como a disseminação de informações, na qual não se abrem oportunidades de diálogo com seus públicos a fim de suscitar/manter relacionamentos. Esses modelos protegem a organização do seu contexto e do seu ambiente, eximindo-se de suas responsabilidades de atuação cidadã. A atividade de relações públicas somente passa a ser conduzida sob novas configurações

quando as estruturas anacrônicas do lucro pelo lucro, da sonegação de impostos, do desrespeito aos interesses dos públicos começam a tornar-se superadas em favor da valorização do empregado, do pleno exercício da cidadania e da mobilização a favor dos interesses e necessidades das sociedades (HENRIQUES; PINHO NETO, 2001, p. 5).

É a partir deste enfoque que, no modelo 4, as relações públicas voltam-se para novos paradigmas. Por isso, entendemos que foi a partir do modelo simétrico de duas mãos que começaram a surgir as iniciativas de relações públicas comunitárias, como foi explicitado na figura 1. Elas são fundamentadas na pesquisa, que acentua sua função política baseada na teoria de conflitos-resoluções (KUNSCH, 2003).

É ultrapassada a visão individualista e unilateral embutida nas suas atividades que, por motivos específicos a cada organização (competitividade, consciência de seu papel social, exigência dos públicos consumidores etc.), passam a atuar de forma dialética. A teoria dialética utiliza-se do conflito para, a partir de sua análise, buscar razões sociais, culturais e econômicas para superá-lo, a fim de criar novas possibilidades para o processo de relacionamento entre os sujeitos (CÉSAR, 1999).

É nesse sentido que a abordagem apresentada por Peruzzo (1986) traz contribuições dessa ordem para a dimensão comunitária da comunicação social. Ao refletirmos sobre a *práxis* das atividades – baseada nos modelos de relações públicas apresentados por Grunig *et al.* (2009) – é que se torna visível o quanto a evolução teórica-metodológica das relações públicas perpassa as

exigências da sociedade e, em consequência, a reformulação de sua postura profissional frente a essas demandas.

Dessa forma, as relações públicas comunitárias são entendidas como uma atividade que passou por diferentes contextos e que, a partir disso, foi se atualizando na medida em que as estruturas em que se inseria iam se alterando. Os temas de interesse público e as necessidades sociais passaram, de certo modo, a serem considerados com maior relevância. Quando se reconhece que as necessidades sociais dos sujeitos compõem, na verdade, seus direitos cidadãos, coloca-se em evidência um desafio para as relações públicas. Essas passam, então, a exercer o papel de conscientizar as organizações que, até então, desconheciam a dimensão comunitária nos planejamentos de comunicação. Segundo Peruzzo (2008, p. 4), “não se trata de o profissional de RP constituir-se representante ou mediador de organizações populares ou movimentos sociais, mas de fazer com que se auto-representem”.

Deste modo, as relações públicas comunitárias podem atuar em diversos âmbitos da sociedade, como em organizações do primeiro, segundo e terceiro setores. Neste último é que podemos visualizar as rádios comunitárias, na qual as relações públicas podem atuar no planejamento de estratégias de mobilização social junto às comunidades. Diante desse contexto, problematizaremos adiante, a partir do conceito de comunicação comunitária, os entraves enfrentados pelas rádios comunitárias diante de sua legislação.

A legislação das rádios comunitárias: concessão ou repressão?

Os estudos acerca da comunicação comunitária se fazem presentes em várias pesquisas comunicacionais. Dentre eles, vamos salientar, neste trabalho, o entendimento do termo comunicação comunitária de acordo com Peruzzo (2006a; 2006b). O entendimento do termo comunicação comunitária permite direcionar nossa atenção para os processos midiáticos desenvolvidos a fim de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos e para

a transformação social. Entre os processos midiáticos que visam cumprir com esse escopo, iremos tratar neste trabalho das iniciativas comunicacionais das rádios comunitárias.

O processo de comunicação comunitária emerge da ação dos grupos populares. É também denominada de comunicação alternativa, participativa, horizontal, dialógica, cidadã, entre outras. As diferentes denominações estão ligadas aos diferentes contextos em que o termo é empregado.

Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política. No entanto, desde o final do século passado passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão comunicação comunitária para designar este mesmo tipo de comunicação e também outras expressões similares (PERUZZO, 2006a, p. 2).

A apropriação de recursos comunicacionais é perpassada por dois processos distintos: um processo informacional e um processo comunicacional. Fazemos a distinção entre esses processos por considerarmos que o processo informacional está condicionado aos modelos 1, 2 e 3 de relações públicas, formulados por Grunig *et. al* (2009), como apresentados na figura 1. Esse processo é unidirecional e instrumental, visto que não possibilita a interação dialógica entre as organizações e seus públicos.

Encaramos, por outro lado, a perspectiva do processo comunicacional a partir de Peruzzolo (2006) em que a comunicação é uma relação entre sujeitos. Portanto, a disseminação de informações não pode ser considerada comunicação; entretanto, a efetiva troca de experiências, a discussão, o envolvimento e o diálogo das iniciativas de base comunitária podem ser considerados processos comunicacionais. Para esse autor, a comunicação é algo inerente ao ser humano e à sua sobrevivência. Acrescenta-se a isso a comunicação midiática como um direito de cidadania, em que os sujeitos podem expressar suas ideias e reivindicar suas demandas coletivas através dos meios de comunicação.

Por isso, consideramos a comunicação comunitária como a “expressão de lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para a participação democrática do ‘povo’” (PERUZZO, 2006a, p. 4). Dito isso, cabe-nos questionar a questão dos conglomerados midiáticos brasileiros, por um lado e, por outro, os impedimentos para instituir o direito à comunicação.

Para instituir, legalmente, o direito de comunicar, os sujeitos devem cumprir com as normas presentes na lei que regulamenta o serviço de radiodifusão comunitária. A lei possui, como proposição inicial, dar suporte às rádios comunitárias que, anteriormente à criação dessa lei, estavam condicionadas à categoria de clandestinas ou, como são comumente referidas pela grande mídia brasileira, de rádios piratas.

Posto isso, a lei 9.612/1998 teria em sua essência o cumprimento de uma função social, política e cultural no que tange ao direito de comunicação do cidadão³. Podemos perceber que, embora a legislação venha a ser uma oportunidade de legalidade, esta, muitas vezes, não passa disso. Veja bem: a regulamentação, perante o Estado, não garante o direito de liberdade de manifestação do pensamento e da expressão de ideias, como consta no Art. 224 da Constituição Federal. Dessa forma, podemos dizer que a lei de radiodifusão comunitária é uma contradição.

Acrescenta-se ainda a existência de outras contradições no processo de legalização, pois o Governo, com frequência, autoriza o funcionamento de emissoras comunitárias ligadas a particulares, igrejas, ou a políticos em detrimento de associações comprovadamente constituídas com base em entidades de cunho organizativo-comunitário local, conforme exige a lei (PERUZZO, 2006b, p. 117).

Ora, a própria definição de rádios comunitárias restringe o seu uso pela comunidade. Segundo a legislação, uma rádio comunitária deve operar em baixa potência (cerca de 25 *watts*) e sob as condições técnicas apontadas pela lei.

3 http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viiv_Identificacao/Lei%209.612-1998?OpenDocument

Por outro lado, o limitado espectro de transmissão reforça os laços territoriais entre a rádio e a comunidade. Abrem-se espaços para a produção de programas radiofônicos locais em que a participação pode ser suscitada no fortalecimento dos vínculos com a comunidade.

Um sistema de comunicação pode ser considerado participativo se prevê mecanismos e canais que permitam aos grupos de base determinar com independência os conteúdos temáticos do programa e emitir mensagens autônomas, surgidas deles mesmos e não escolhidas pelos promotores; torna-se possível que os setores populares falem daquilo que eles próprios querem falar (DORNELLES, 2007, p.4).

Reconhecemos, ao problematizarmos a legislação das rádios comunitárias, que embora seus propósitos sejam democráticos e participativos, o direito à comunicação não é valorizado. Ainda que a lei venha contribuir para que a atuação das rádios seja instituída legalmente, a lei opera como um mecanismo de impedimento à estruturação das rádios, principalmente no que diz respeito a sua implantação. A lei torna-se, então, incoerente com a realidade das rádios comunitárias.

Além disso, apenas uma legislação que conceda a outorga às rádios comunitárias não garante a inclusão dos cidadãos nos processos de participação e comunicação. Do mesmo modo, além de uma legislação coerente, devem ser desenvolvidas políticas públicas para complementar a lei no sentido de capacitar os sujeitos para que, assim, possam ter condições de fazê-la valer na prática.

Desta forma, compreendemos a ambiência digital como um espaço comunicacional alternativo frente às exigências e dificuldades encontradas na implantação e operacionalização das rádios comunitárias. As rádios comunitárias aliadas ao ambiente digital constroem, então, novas territorialidades. "De fato, é desta maneira que se compõe uma territorialidade: um espaço permeado por sistemas de relações, as quais o constroem, produzindo cultura. Constituem-se mais como dimensões sociais, culturais, políticas: um espaço de relações, um espaço de encontros" (MOASSAB, 2006, p. 2). A ambiência digital é, assim, uma

oportunidade de emancipação das rádios comunitárias frente aos entraves da lei, que na maioria das vezes, as impedem de exercerem seu direito à comunicação.

Novas territorialidades e rádios comunitárias

Além de a ambiência digital ser uma alternativa aos entraves da lei, ela abre espaços para que os cidadãos possam produzir suas próprias mensagens e ter acesso a uma gama de informações disponíveis na *web*. O acesso ao ciberespaço é uma oportunidade para conhecer outros pontos de vista, já que, no nosso país, imperam os monopólios de comunicação. A Rede Globo de Televisão, por exemplo, possui 340 veículos incluindo suas afiliadas, além de um sistema de retransmissão que conta com 3305 redes de telecomunicações⁴.

Ainda que sejam criadas diversas tecnologias interativas e móveis, que permitam aos indivíduos manterem-se conectados com o mundo, a enorme quantidade de tecnologias de comunicação não garante a participação dos sujeitos nos processos de democratização da comunicação.

Quando se admitirá, enfim, que quanto mais telefones, mais televisores, mais mídias interativas, mais redes, mais se colocará a pergunta sobre o que a sociedade faz dessas técnicas, e não que sociedade será criada por essas técnicas? Resumindo, quando admitiremos que o problema está mais para socializar as técnicas do que para 'tecnizar' a sociedade? (WOLTON, 2004, p. 60).

Frente ao surgimento das tecnologias digitais de informação e comunicação, surgem os debates sobre o desaparecimento das mídias tradicionais, como o rádio. O que percebemos, até então, é que ambas coabitam entre os sujeitos, criando uma nova cultura, denominada por Jenkins (2008) de cultura da convergência. "Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas" (JENKINS, 2008, p. 32-33).

4 Dados coletados do Projeto Donos da Mídia. Esse projeto reúne informações fornecidas pelos grupos de mídia para montar um panorama completo da mídia no Brasil. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/rede/4023>>. Acessado em 27 jun. 2012.

A nova cultura apontada por Jenkins (2008), na qual a convergência transforma tanto os modos de interação entre as antigas e novas mídias quanto a relação entre os sujeitos, pode ser entendida sob a ótica da “sociedade mediatizada”. Segundo Pires (2010), em uma sociedade mediatizada não há somente um acúmulo de saberes, mas também diversas formas de mediação e difusão desses saberes. A partir das novas formas de apropriação das tecnologias, o tempo e o espaço são reorganizados e reelaborados e, assim, produzem novas formas de relacionamento. Diz a autora que

[...] o sujeito contemporâneo tornou-se espectador e produtor de suas próprias mensagens. Surgiram diferentes espaços e temporalidades a partir do uso da tecnologia do audiovisual nas novas produções de subjetividade, que emergem do uso dos novos meios no espaço doméstico, nas culturas juvenis, no cotidiano das escolas, nas associações comunitárias, etc. (PIRES, 2010, p. 286).

Bem como nos diz Castells (1999), os significados produzidos pela inserção das tecnologias da informação só podem ser reconhecidos a partir do seu uso e pelas práticas sociais (re)criadas, que moldam a identidade dos sujeitos. Desse modo, a expansão das rádios comunitárias para o ambiente digital é propiciada pela reelaboração dos polos de produção, distribuição e recepção dos conteúdos. Criam-se, a partir disso, novas territorialidades e uma nova forma de interação entre as rádios comunitárias e a sociedade. Além disso, a ausência de regulamentação do ambiente digital permite dar às rádios uma maior abertura e flexibilidade no momento de criar um canal de comunicação com a comunidade. Passam a habitar, então, um novo espaço onde podem valer-se de sua criatividade para transmitir a informação local para qualquer parte do mundo.

Provoca-se uma ruptura com as formas de atuação das rádios comunitárias: antes, viam-se aprisionadas ao alcance da antena transmissora (que tem o alcance de um raio de um quilômetro), agora, podem expandir a comunicação local para além do seu território. São novas possibilidades de

promover a participação e o envolvimento do público. Assim, podemos elencar que as territorialidades das rádios comunitárias provocam:

- a) Uma oportunidade de realizar uma comunicação alternativa em relação à vinculação das rádios à legislação;
- b) Uma nova dimensão espaço-temporal na relação entre a rádio comunitária e os sujeitos, já que as rádios comunitárias estarão desvinculadas de seu território físico;
- c) Novas formas de atuação no ambiente digital, que compreendem tanto a operacionalização quanto as modalidades de participação dos sujeitos;
- d) Necessidade de capacitação dos sujeitos envolvidos diretamente com o fazer comunitário, visto que, tanto no meio físico quanto no ambiente digital, as rádios comunitárias carecem do desenvolvimento de habilidades e competências técnicas para elaborarem estratégias de produção, gestão, participação e, principalmente, de mobilização social.

A questão da capacitação antecede as novas territorialidades das rádios comunitárias. Percebemos que, em sua maioria, ainda não conseguem desempenhar um trabalho comunitário com a comunidade por não terem conhecimento para produção radiofônica ou por apresentarem um desvirtuamento de seus princípios de cidadania. Nesse sentido, Peruzzo (2006b) afirma que

caso contrário tendem a reproduzir estilos de programação e tendências das rádios convencionais, tanto pela ênfase em conteúdo musical, como no alinhamento político a ocupantes de cargos nas instâncias legislativas e do poder executivo local em contrapartida a apoios financeiros (PERUZZO, 2006b, p. 117).

Por outro lado, a ambiência digital poderia suscitar, por meio das rádios comunitárias, novas formas de relacionamento entre os sujeitos. Os princípios das rádios comunitárias, enquanto agentes de cidadania, modificam o papel dos sujeitos frente às possibilidades que se abrem e se expandem no meio digital.

A nova cultura do conhecimento surge ao mesmo tempo em que nossos vínculos com antigas formas de comunidade social estão se rompendo, nosso arraigamento à geografia física está diminuindo, nossos laços com a família estendida, ou mesmo com a família nuclear, estão se desintegrando, e nossas alianças com Estados-nações estão sendo redefinidas. Entretanto, novas formas de comunidade estão surgindo (JENKINS, 2008, p. 56-57).

As possibilidades apresentadas ainda permanecem, no cenário brasileiro, nos limites das questões do acesso e do conhecimento para a utilização/apropriação das tecnologias digitais. Emerge, assim, o discurso hegemônico da técnica no qual os sujeitos vislumbram as tecnologias digitais como a salvação da sociedade contemporânea para a democratização da comunicação.

Para Lévy (2010), o ambiente digital representa uma nova esfera pública na qual floresce a cultura do diálogo em um espaço interativo que possui como principais características a inclusão, a transparência e a universalidade. Esse espaço dá aos cidadãos maior responsabilidade e liberdade de expressão, já que distribui a função midiática no conjunto da sociedade. Os conteúdos reunidos no ciberespaço se complementam com a união do texto, do áudio e da imagem, e não se organizam mais de acordo com uma grade de programação, mas sim, segundo os temas de interesse do usuário.

A mediação clássica organizava uma seleção institucional e, *a priori*, informações para instituições especializadas. A intermediação emergente do ciberespaço, ao contrário, organiza seleções personalizadas, *a posteriori*, usando a contribuição da inteligência coletiva [...] (LÉVY, 2010, p. 371).

Nesse sentido, Pariser (2011) traz contribuições que contestam a ideia de democratização no ambiente digital. O autor parte da hipótese de que na internet não há universalidade, mas sim um direcionamento de conteúdo limitado e específico para cada usuário. A *web* compartilharia conosco nossos próprios pontos de vista, nossas preferências, nossos desejos e nossas convicções ao formar uma bolha em que estamos individualmente herméticos em nossos próprios pensamentos.

Além do mais, na obra *The filter bubble* (PARISER, 2011), a bolha da qual fazemos parte na *web* é constituída de conteúdos que passam por uma espécie de “filtro” antes de chegar até nós. Sendo assim, a liberdade de escolha que achávamos que tínhamos no ambiente digital tornou-se um equívoco? A partir do fenômeno da bolha do filtro, o conteúdo que consumimos será alterado, modificado e determinado por interesses que não são nossos? O computador se tornará, então, como diz Pariser (2011), um tipo de espelho unidirecional que reflete nossos interesses?

Os conteúdos a que temos acesso na rede são moldados a partir de um mapeamento dos usuários. Por isso, os resultados em um sistema de busca são diferentes de pessoa para pessoa. Assim, na bolha do filtro não há perigo de ficarmos expostos a pontos de vista diferentes do nosso. Se a democracia parte de uma relação de confiança nas informações disponíveis, essa relação de confiança se torna essencial quando percebemos que possuir a informação é ter o poder do conhecimento. E o que fazer quando a informação que consumimos faz parte de um universo paralelo ao nosso?

O projeto a que a ambiência digital se propunha parecia ir muito além dos interesses dos anunciantes. Seria um meio em potencial para democratizar a informação, modificar nossa relação com os meios de comunicação e transformar a relação de poder existente entre os sujeitos e a forma de consumir os conteúdos midiáticos. Poderíamos agir sobre a informação, transformá-la, criticá-la.

A bolha do filtro afeta nossas escolhas cotidianas e, fazendo parte da bolha, estamos deixando que as empresas façam essas escolhas por nós mesmos. Entramos em “um tipo de informação determinista” (PARISER, 2011, p. 14. Tradução nossa). Estamos inseridos em uma aldeia global ou numa espécie de insulamento digital? Ter conhecimento sobre como a informação chega até nós é fundamental para entendermos como os interesses privados afetam os processos democráticos e para entender a importância do papel da mídia nesse processo.

As novas territorialidades das rádios comunitárias fariam parte de um processo de nivelamento da sociedade por permitir o acesso, a produção e a distribuição de todo tipo de informação, sob o olhar de diferentes sujeitos. A visibilidade gerada por esse espaço poderia ser uma nova forma de fiscalizar as ações da administração pública. A oportunidade de descentralizar a informação, por meio das rádios comunitárias no ambiente digital poderia dar aos cidadãos maior poder de intervenção na esfera pública midiática e, conseqüentemente, maior poder de decisão sobre a esfera pública política.

Percebemos, ademais, que a busca por novas territorialidades para as rádios comunitárias precisa ser repensada. A reflexão crítica sobre o processo de produção da informação é tão importante quanto os meios a que temos acesso, pois as intencionalidades que estão contidas na elaboração das mensagens e as escolhas realizadas previamente fazem da informação um produto midiático de consumo.

Apontamentos finais

As discussões apresentadas neste trabalho configuram-se como potencialidades diante das novas territorialidades das rádios comunitárias. As reflexões sobre como a ambiência digital pode ser um meio de ampliar a atuação das rádios comunitárias está vinculada a determinados fatores. No contexto do nosso país, o acesso, o uso e a apropriação dos meios de comunicação digitais pelos sujeitos é uma realidade que parece distante. Segundo dados apresentados pelo IBGE, a maioria da população brasileira é sem instrução ou possui o ensino fundamental incompleto⁵.

Deste modo, a atuação dos sujeitos nas rádios comunitárias depende do desenvolvimento de capacidades e habilidades técnicas para que possam se apropriar desses espaços e habitar os meios de comunicação comunitários.

5 Dados relativos à educação no Brasil. Fonte: IBGE, *Censo Demográfico 2010*. Disponível em <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/amostra>>. Acessado em 25 jun. 2012.

Cabe, também, às políticas públicas incluir os meios de comunicação e os sujeitos em um processo dialógico com vistas à transformação social. Provocar-se-ia, assim, uma mudança cultural nas formas de participação dos sujeitos para o exercício da cidadania.

Ao vislumbrarmos na ambiência digital uma oportunidade de emancipação das rádios comunitárias em relação a sua legislação, observamos também as lógicas de produção e disseminação dos conteúdos midiáticos. A ambiência digital não está isenta de interesses mercadológicos. Por isso, tão importante quanto compreender o processo de produção é compreender as formas de atuação dos sujeitos e como eles se apropriam dos conteúdos. Ou seja, embora haja diversas possibilidades de comunicação e produção de informação através das ferramentas disponíveis no ambiente digital, precisamos compreender as intencionalidades que permeiam a produção dos conteúdos midiáticos.

Outra questão é que os monopólios de comunicação continuam sendo referência para a produção de conteúdo no meio digital e, assim, pautando suas produções. Dessa forma, mesmo que a ambiência digital possa ser uma oportunidade para comunicar livremente, ela tende a reproduzir a ideologia dominante dos conglomerados midiáticos.

As relações públicas comunitárias também possuem potencialidades a serem desempenhadas nesse panorama. Desempenham o importante papel de conscientizar os sujeitos, dar oportunidade para que compreendam as estratégias de produção midiática e, principalmente, de mobilizá-los.

Fica em aberto, para estudos comunicacionais posteriores, a investigação acerca dos usos dos sujeitos em relação às potencialidades apresentadas. E, para além dos usos, investigar como a relação entre as rádios comunitárias – em novas territorialidades ou em espaços físicos – interferem nas práticas sociais dos sujeitos. Assim, nossos objetivos não visam o esgotamento da discussão acerca das rádios comunitárias, da ambiência digital e da cidadania, mas sim, buscam abrir espaços para o levantamento de questões a serem problematizadas.

Referências

CASTELLS, Manuel. A revolução da tecnologia da informação. In: CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura.* (Vol. 1). São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 67-118.

CÉSAR, Regina Célia Escudero. As Relações Públicas frente ao desenvolvimento comunitário. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 32, 2º semestre de 1999. p. 87-112.

DORNELLES, Beatriz. Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, ago./2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/files/26ecompos09_BeatrizDornelles.pdf>. Acesso em 03 jun. 2012.

FONSECA, Ana Maria Eirôa da. Paradigmas para a Teoria de Relações Públicas. *Revista de Biblioteconomia & Comunicação*, Porto Alegre, n. 4, jan.-dez./1989. p. 67-74.

GRUNIG, James E. Definição e posicionamento das Relações Públicas. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. In: *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos.* 1ª ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 15-34.

HENRIQUES, Márcio Simeone; PINHO NETO, Júlio Afonso Sá de. Comunicação e movimentos de mobilização social: estratégias de atuação das organizações do terceiro setor na área da comunicação. *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, XXIV, Campo Grande/MS, 2001.

JENKINS, H. *A cultura da convergência.* São Paulo: Aleph, 2008.

KUNSCH, M. M. K. Relações Públicas nas organizações. In: *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.* São Paulo: Summus, 2003. p. 89-147.

MOASSAB, Andréia. Rádios comunitárias e a construção de territorialidades contemporâneas. *Encontro Anual da COMPÓS – Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação*, vol. XV, Bauru/SP, 2006.

LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. 5ªed. São Paulo: Record, 2010. p. 367-384.

PARISER, Eli. *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. New York: Penguin Press, 2011.

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. *Relações Públicas no modo de produção capitalista*. 2ª ed. São Paulo, SP: Summus, 1986.

_____. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXIX*, Brasília (DF), 2006a.

_____. Rádio comunitária na Internet: empoderamento social das tecnologias. *Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 30, p. 115-125, agosto 2006b.

_____. Relações Públicas nos Movimentos Sociais e "Comunidades": princípios, estratégias e atividades. *Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, vol. II, Belo Horizonte/MG, 2008.

PERUZZOLO, Adair. *A comunicação como encontro*. Bauru: EDUSC, 2006.

PIRES, Eloiza Gurgel. A experiência audiovisual nos espaços educativos: possíveis intersecções entre educação e comunicação. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 36, n. 1, p. 281-295, jan/abr. 2010.

WOLTON, D. Comunicação e Sociedade: três hipóteses. In: WOLTON, D. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora UNB, 2004. p. 55-72.