

## AS PRÁTICAS CIDADÃS NA FREQUÊNCIA DA RÁDIO UNESP FM

**MENEGUINI, Aline**

Mestranda em Comunicação Midiática pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação-UNESP, alinemeneguini@gmail.com

### Resumo

O artigo pretende salientar a experiência comunicativa do Programa Interação Comunitária transmitido semanalmente na Rádio UNESP FM. Dá-se este destaque devido suas peculiaridades como: participação social, empatia entre comunicador e comunidade e inclusão dos segmentos sociais estigmatizados da cidade de Bauru-SP. Com isso a pesquisa em desenvolvimento, está pautada na metodologia qualitativa bibliográfica e também utiliza a análise de conteúdo, a fim de identificar as principais temáticas abordadas pelo programa.

**Palavras-chave:** Comunicação.Rádio.Cidadania. Comunicação Pública. Programa radiofônico.

### Abstract

The article aims to highlight the communicative experience of Community Interaction Program, Keywords transmitted weekly on Rádio UNESP FM. It is given this prominence due its peculiarities, how: social participation, empathy between communicator and community and inclusion of stigmatized social groups in the city of Bauru-SP. Therefore, the research in development is based in the qualitative methodology literature and also uses content analysis to intent identify the main issues addressed by the program.

Keywords: Communication. Radio, Citizenship, Public Communication, Radio Program

### 1. Comunicação midiática: uma questão de mediação e cultura

A fim de esmiuçar a relação constituída da comunicação e da cidadania, opta-se pelo desenvolvimento de arcabouço teórico relacionado à perspectiva sociocultural da comunicação. Para isso é imprescindível analisar a cultura enquanto produção e intercâmbio, tanto de informações, quanto de conteúdos simbólicos.

Subsidiada pelas explanações de Barbero (2001), a postura comunicacional defendida perpassa a redefinição da cultura, sendo necessário compreende-la por meio de sua natureza comunicativa. Ou seja, a cultura enquanto processo que produz significações, não apenas distribui informações, já que o receptor não é simples decodificador de conteúdos simbólicos e sim, em muitos casos, o próprio produtor.

Nesse sentido, a produção de conteúdos simbólicos juntamente com a troca de informações é considerada atividade inerente ao ser humano. Compartilhar, produzir, armazenar, são aspectos centrais da vida em sociedade, seja nas mais remotas formas de comunicação, como na gestual e no uso da linguagem, seja nas mais contemporâneas formas de circulação da informação advindas com o desenvolvimento tecnológico. Diante de tal reflexão Barbero (2001, p.28) conjectura um posicionamento comunicacional:

Assim a comunicação se tornou para nós questão de *mediação* mais que de meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimentos, mas de re-conhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí tem seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos.

A compreensão do processo receptivo das formas simbólicas mediadas, portanto, requer uma aproximação voltada para a sensibilidade em relação às características rotineiras e práticas da recepção. Desse modo a comunicação midiática deve ser entendida por meio de seu aspecto de dissociação estrutural entre produção e recepção das formas simbólicas, o qual promove a separação do contexto de produção do contexto da recepção e a flexibilidade. Tal fato, equivocadamente pode levar a crer que na comunicação mediada o receptor encontra-se em desvantagem e sem possibilidade de interação, no entanto Thompson (2009, p.35) esclarece:

Os receptores são, pela própria natureza da comunicação de massa, parceiros desiguais no processo de intercambio simbólico. Comparados com os indivíduos envolvidos no processo de produção e transmissão, os receptores de mensagens mediadas pouco podem fazer para determinar os tópicos ou o conteúdo da comunicação. Mas isto não significa que eles sejam totalmente privados de poder, meros espectadores passivos de um espetáculo sobre o qual não tem nenhum controle.

Portanto, nessa perspectiva, faz-se necessário o distanciamento da ideia de que os receptores são consumidores passivos dos bens simbólicos mediados, pelo contrário, os indivíduos que decodificam as mensagens midiáticas, assimilam-nas de acordo com suas condições sociais, seus modos de ver e viver. Sendo assim, o mesmo conteúdo pode ser compreendido de diversas formas nos mais diferentes contextos.

No processo interpretativo destas formas simbólicas, além de compreendê-las, os indivíduos também podem agregar ao entendimento à noção que têm de si mesmo e como

compreendem os outros. Para esse processo de reflexão e auto-reflexão, Thompson (2009, p.45) designa o termo “apropriação”, compreendendo que em tal dinâmica os indivíduos se apoderam e tornam próprias as mensagens recebidas. O que fica claro, portanto, é que o processo de apropriação faz parte de uma dinâmica gradual e contínua de entendimento e re-entendimento tanto de si mesmo quanto das mensagens fornecidas.

Desse modo, acredita-se que os meios de comunicação, por ocuparem a centralidade na sociedade contemporânea, quando comprometidos com a consolidação da cidadania podem favorecer a conscientização e promoção das práticas cidadãs nos seus receptores. Com isso, cabe nesse momento aprofundarmos as reflexões sobre a função e importância da comunicação na consolidação da cidadania.

## **2. Cidadania Comunicativa: o reconhecimento dos indivíduos como sujeitos de direitos e deveres**

De modo mais generalista a cidadania pode ser entendida como posse de direitos e deveres, para Peruzzo (2007) a cidadania é histórica e processual, nesse sentido seu grau de direitos alcançados e ampliados condiz com a capacidade de articulação entre sociedade civil e âmbito político. Para a teórica Kunsch (2005, p.22) “a cidadania refere-se aos direitos e às obrigações entre o Estado e o cidadão”. De forma mais precisa, a respeito deste relacionamento entre cidadão e Estado, a teórica Maria da Glória Gohn (2003, p. 178) acredita que, o que define a cidadania é um processo no qual se encontram teias de relações, práticas sociais, econômicas, políticas e culturais, tramas de articulações que explicam e simultaneamente são flexíveis às redefinições e ressignificações da relação entre indivíduo e Estado.

Com objetivo de alcançar uma conceituação mais atualizada do termo, o teórico Antonio Albino Canelas Rubim (2003, p. 108) elucida que compreender a cidadania como reconhecimento do direito a ter direitos propicia o entendimento do termo por meio de uma perspectiva em movimento, aberta a produção de sentidos e de um processo de apropriação de novos direitos e deveres, o qual ocorre em determinado ambiente socio-histórico com suas possibilidades e constrangimentos.

O teórico também alerta para a necessidade de formulação de direitos e deveres no ambiente eletrônico e virtual, justamente por observar a importância dos meios de comunicação na sociabilidade contemporânea e diante de tal aspecto esclarece:

(...) caberia reconhecer que a comunicação ao transmitir informações, sem dúvida, aparece como um dos requisitos essenciais para a realização da cidadania, desde a modernidade, e para a concretização de uma cultura política democrática, pois sem informação livre, plural e disponível, sem um conhecimento consistente do mundo e de seus assuntos, fica inviável a constituição de opiniões legítimas e independentes (...) enfim, o exercício satisfatório da cidadania (RUBIM, 2003, p.111).

Partindo da mesma reflexão a teórica argentina Maria Cristina Mata (2006) defende a comunicação como um direito humano, entendendo-a como um direito que passa de direito individual para noção de direito coletivo, de grupos humanos, de movimentos populares e das mais variadas formas de organização social de interesse público. Contudo, a cidadania comunicativa, assim como a cidadania não é garantida apenas pelos textos de leis, pelo contrário, implica no desenvolvimento de práticas que visem assegurar os direitos do campo comunicacional. E com isso explicita:

(...) Cidadania comunicativa entendemos como reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direitos e de demandas no campo da comunicação pública e o exercício desse direito. (...) A noção de cidadania comunicativa remete necessariamente a direitos civis – a liberdade de expressão, o direito de informação, a possibilidade de exigir publicidade dos assuntos públicos, etc.- juridicamente consagrados por diversos instrumentos como a constituição dos Estados, leis, decretos, disposições regulamentares. E neste sentido, como ocorre geralmente com os direitos civis, a cidadania comunicativa representa uma limitação na ação do Estado com o fim de garantir a liberdade das pessoas e representa um status jurídico (MATA, 2006. p.13)<sup>1</sup>.

Ao considerar a comunicação como um direito humano compreende-se que o processo comunicativo também adquire status de prática cidadã, na medida em que a cidadania não é alcançada por benefícios recebidos passivamente, pelo contrário por luta e mobilização. Assim ocorre com o reconhecimento dos direitos de comunicação, que para serem consolidados na esfera nacional e respeitados pelos meios de comunicação, necessita de organização civil a fim de mobilizar, conscientizar e reivindicar seu cumprimento. Portanto, a título de esclarecimento, práticas cidadãs neste artigo são consideradas as ações, movimentos e demais atividades que objetivem a ampliação e respeito aos direitos e deveres do cidadão.

---

<sup>1</sup> Tradução da autora

### **3. Comunicação Pública: reconhecer e incluir para ampliar a cidadania**

Mediante os percalços da regulamentação e da prática comunicacional no país, pesquisadores da área vislumbram na vertente cidadã da comunicação uma alternativa eficiente para garantir o direito de informação e o direito de comunicação aos cidadãos brasileiros. Pois, acreditam que a manutenção e extensão desses direitos proporcionam maior autonomia ao cidadão para reivindicar uma sociedade mais justa.

Por não representar especificamente uma área do conhecimento, profissão ou estruturas, a comunicação pública torna-se uma postura, um modo de atuar e perceber a comunicação como instrumento promotor de cidadania. Nesse ponto de vista Jorge Duarte (2009, p.61) esclarece:

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. Portanto, é um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas.

Nesse sentido, a comunicação pública possui uma conotação ampla e afastada da visão restrita de fornecimento de informação. Compreende que o cidadão deve ter o integral conhecimento sobre o que lhe diz respeito, especialmente em relação às informações que ele não busca saber por desconhecer sua existência, a possibilidade de expressar suas opiniões sabendo que será ouvido e obter instruções e educação para a cidadania. O que significa que a práxis da comunicação pública pretende estimular a autonomia dos sujeitos, o conhecimento de seus direitos, a orientação, o atendimento adequado e a participação efetiva nos assuntos e decisões que são de seus interesses.

Em vista das diferentes definições, aplicações e abrangências do conceito de Comunicação Pública constata-se a emergência da participação social para o seu cumprimento. Mesmo que ela seja realizada por atores sociais distintos como a mídia, as organizações públicas, os governos, as ONGS (organizações não governamentais), os partidos políticos, os grupos de pressão, os movimentos sociais e até mesmo pelas empresas privadas, o envolvimento dos

agentes sociais em seu processo torna-se indissociável. E nesse sentido, a teórica Heloiza Matos (2009, p.52) assinala que:

“a comunicação pública exige a participação da sociedade e de seus segmentos. Não apenas como receptores da comunicação do governo e seus poderes, mas também como produtores ativos do processo. Inclui, portanto, o terceiro setor, a mídia e o mercado como agentes e instâncias institucionais, mas deve incluir igualmente os outros agentes – estejam eles vinculados ou não a instituições ou associações formais”.

Portanto, infere-se que o cidadão, entendido como partícula individual da sociedade, também é considerado como agente social do processo comunicativo de comunicação pública. E dessa forma, sua participação no debate público é premissa fundamental para efetivação da comunicação comprometida com a cidadania, independentemente se esse cidadão esteja representado e/ou incluso num grupo ou movimento social.

Com isso, torna-se possível questionar a conscientização desses sujeitos em relação ao acesso e conhecimento de seus direitos e deveres e a qualidade das informações que recebem. Diante dessa perspectiva, o teórico Jorge Duarte (2009, p.67) elucida que:

Num país em que a desigualdade é enorme, a oportunidade de um cidadão comum conhecer as possibilidades de participação, instrumentos de acesso, seus direitos a informação, a expressar sua opinião ou a um atendimento digno tende a ser equivalente à sua posição na estrutural social. Informação é um bem de interesse geral ainda acessível para poucos, o que restringe o potencial de participação em termos igualitários, tanto de acesso quanto de capacidade de tomar decisões.

Ainda de acordo com o teórico, os entraves da participação social e do não reconhecimento do cidadão como sujeito de ação são explicados pelo fato de que as pessoas que mais necessitam de informação, em sua maioria, são as que possuem menos acesso às dinâmicas de transmissão, de instrução e têm mais dificuldade para compreensão das mensagens. Soma-se também a apatia, o desinteresse, o descrédito com a administração pública e a falta de formação política. Além disso, o desempenho comunicativo de um agente social é diretamente relacionado com sua capacidade de expor seus projetos, objetivos, justificativas e desenvolvimento de suas atividades. E assim, a identidade e legitimidade desses agentes estão estritamente vinculadas às interações realizadas com os outros atores sociais e a maneira como elas são articuladas (MATOS, 2011).

Desse modo, observa-se que a comunicação pública pode contribuir para o envolvimento desses cidadãos na esfera pública. No entanto, faz-se necessário que sua concepção inclua as demandas dos segmentos sociais marginalizados, “não reconhecidos” pela sociedade em geral.

Nesse sentido, a teórica Heloiza Matos (2011) identificou uma lacuna na teorização de comunicação pública. Ela compreende que seu entendimento como processo de trocas e compartilhamento comunicativo entre instituições e sociedade é recente, porém destaca a necessidade de refletir, incluir e reconhecer os segmentos sociais marginalizados. Segundo a teórica, “‘comunicação pública’ deve incluir, necessariamente, (todos), os atores sociais que integram a esfera pública para debater e formular propostas de ações ou de políticas que beneficiem (toda) sociedade” (MATOS, 2011, p.45).

#### **4. Possível modelo de análise de conteúdo do programa radiofônico Interação Comunitária**

Com intuito de corroborar a discussão teórica apresentada, a metodologia escolhida pautou-se na análise de conteúdo do objeto de estudo da pesquisa, o programa Interação Comunitária. Selecionado dentro da programação da Rádio Pública e Universitária UNESP FM, emissora comprometida para com a consolidação da cidadania, o programa Interação Comunitária é transmitido aos sábados às 12h30 e tem como objetivo promover o diálogo entre diversos grupos sociais, como políticos, líderes comunitários, moradores, ONGs, Associações e demais movimentos da sociedade civil. A participação dos cidadãos dá-se por meio de entrevistas no estúdio ou pelas varreduras que o comunicador e idealizador do projeto, Vagner Silvestre, realiza nos bairros periféricos da cidade de Bauru-SP.

O *corpus* da pesquisa refere-se às transmissões do Interação Comunitária de março de 2011 a março de 2012. Foram coletadas 57 gravações do programa por meio de visitas técnicas à emissora Rádio UNESP-FM realizadas no decorrer da pesquisa.

Segundo Bardin (2009, p.123) a análise pode efetuar-se numa *amostra* desde que o material a isso se preste. Referenciada pela autora, realizou-se um recorte para ser analisado, o qual representaria todo o universo. Diante disso, foram selecionados 26 programas dentre os 57 coletados guiando-se pelos seguintes critérios: foram excluídos os programas com entrevistas repetidas em curto espaço de tempo, consideraram-se os programas que abordavam as temáticas discutidas no quadro teórico da pesquisa e priorizou-se um número de 2 programas selecionados por mês.

Após a escolha do material a ser analisado, por meio da leitura flutuante foi possível estabelecer a unidade de registro (núcleos de sentido), a unidade de contexto e os objetivos a serem alcançados com a análise de conteúdo. Devido às especificidades da linguagem radiofônica e a denotada oralidade optou-se por definir as unidades de registro como temas abordados e a unidade de contexto como a enumeração dos programas selecionados, sendo que essas unidades estão divididas por intervalos, os quais não foram considerados na análise. A leitura flutuante também possibilitou a listagem de referência dos temas:

- A) Manifestações Socioculturais;
- B) Valorização de artistas regionais;
- C) Ações e Projetos sociais beneficentes;
- D) Respeito e Reconhecimento de segmentos sociais marginalizados;
- E) Projetos de Extensão Universitária;
- F) Reivindicações Comunitárias;
- G) Melhorias e Conquistas Alcançadas pela Comunidade;
- H) Possibilidades e Reflexões sobre o processo educacional formal;
- I) Promoção de atividades Esportivas;
- J) Policiamento e Segurança Nacional;
- K) Reflexões sobre a formação e responsabilidades da família contemporânea;
- L) Meio Ambiente e Sustentabilidade;
- M) Saúde;
- N) Representação e participação no âmbito político;
- O) Sexualidade na adolescência;
- P) Uso de drogas;
- Q) Transmissão de músicas e entrevistas com artistas de repercussão nacional;
- R) Eventos Científicos;
- S) Importância da Rádio UNESP e rádio pública para a comunidade.

Pretende-se com a análise identificar os principais atores sociais envolvidos no programa, assim como apontar os principais temas abordados por eles. A fim de dialogar a teorização de comunicação pública, com destaque a necessidade de inclusão de segmentos marginalizados no processo comunicativo, esses atores também foram considerados como unidades de registro e identificados segundo a lista de referência:

- P1) Líderes Comunitários;
- P2) Membros do Poder local;
- P3) Idealizadores de Projetos Socioculturais;
- P4) Universitários;
- P5) Artistas;
- P6) Acadêmicos;
- P7) Funcionários de instituições privadas: (Exceto professores universitários);
- P8) Funcionários de ONGs /Associações e Entidades filantrópicas;
- P9) Funcionários de instituições públicas: (Exceto professores universitários);
- P10) Comunicador: Vagner Silvestre ou demais jornalistas da rádio.

#### **4.1 Resultados parciais da análise de conteúdo**

Verificou-se por meio da exploração, codificação e análise da frequência de aparições de personagens nos programas selecionados que o personagem P5 designado aos carnavalescos, músicos, poetas, artistas plásticos de âmbito regional e nacional obtiveram 15 aparições, resultando no grupo com maior índice. Em segundo lugar o personagem P6 denominado aos professores universitários contabilizou 10 participações no corpus da pesquisa. Já os personagens P8 (Funcionários de ONGs, Associações e Entidades Filantrópicas) e P9 (Funcionários de Instituições públicas) ambos contabilizaram 8 aparições. Em relação ao total de aparições distribuídas entre os 10 personagens constatou-se que a presença do personagem P5 resultou em 23,5%, do personagem P6 em 15,6% e os personagens P8 e P9 em 12,5%.

A distribuição da frequência de aparições dos personagens nos 26 programas selecionados está estruturada no Gráfico 1:

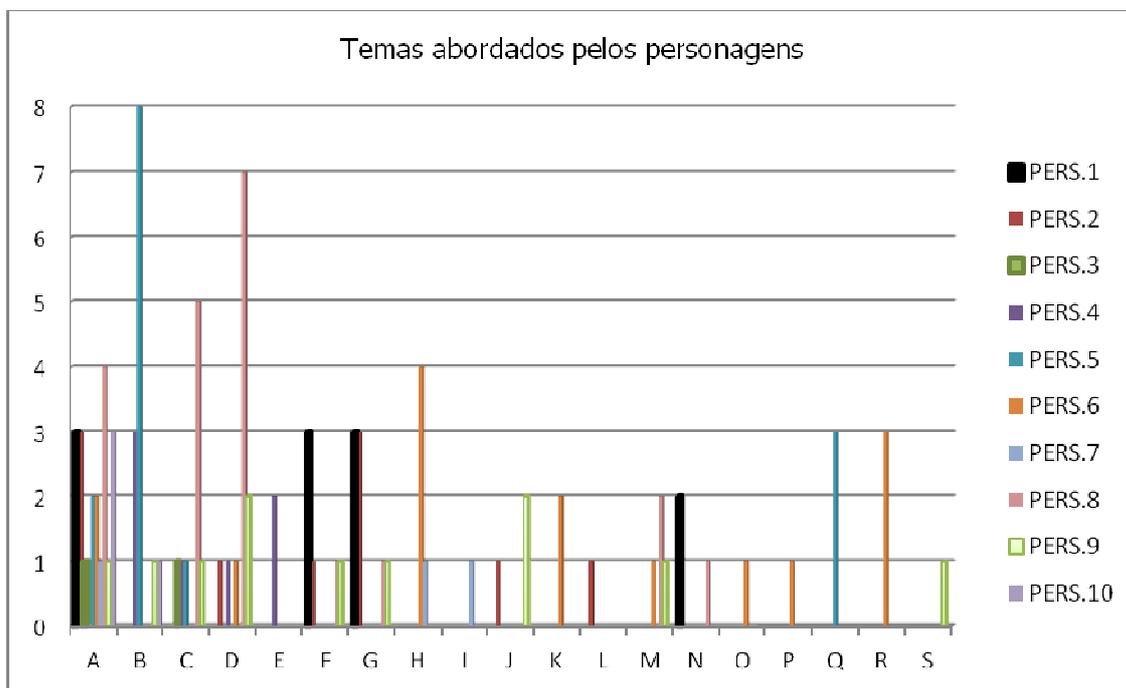
Gráfico1- Aparições de personagens no *corpus* da pesquisa



Fonte: dados da autora

Buscou-se também identificar quais os temas mais abordados por estes personagens. Dessa forma constatou-se que o personagem P5 aborda com maior frequência o tema B, ou seja, suas participações condizem com entrevistas sobre seu trabalho, carreira, projetos e transmissões de suas músicas. Já o personagem P6 encontra-se prioritariamente vinculado ao tema H- Possibilidades e Reflexões sobre o processo de educação formal e posteriormente ao tema R- Eventos científicos. O personagem P8 em suas participações explana prioritariamente sobre o tema D- Respeito e reconhecimento de segmentos sociais marginalizados e posteriormente sobre o tema C- Ações e Projetos Sociais Benéficos. No Gráfico 2 essas frequências temáticas por personagem são apresentadas:

Gráfico 2: Frequência temática por personagem



Fonte: dados da autora

### Considerações parciais

Em relação aos dados coletados, percebe-se que o Programa Interação Comunitária trata-se de um espaço aberto para que a comunidade bauruense exponha seus projetos, suas reivindicações e suas conquistas. Pois, com a análise de conteúdo concentrada nas aparições dos personagens constatou-se que diversos representantes de segmentos sociais marginalizados, como representantes da Comunidade Negra, Associação Bauru pela Diversidade, Associação de Pais para Integração Escolar da Criança Especial (APIECE), dentre outras encontram no programa radiofônico um meio de ser ouvido, divulgar suas manifestações, fazer convites à comunidade e expressar suas opiniões. Nesse sentido, nos programas selecionados constam participações de artistas regionais que encontram no programa um meio de divulgar suas músicas, assim como aparições de membros de diferentes associações que expõem suas lutas e motivações a fim de conscientizar a comunidade.

Dessa forma, o Interação Comunitária pode ser compreendido como um meio de comunicação pública que favorece o processo de identificação e legitimidade dos agentes sociais e grupos que representam parcelas excluídas da sociedade, na medida em que cria um intercâmbio entre esses segmentos sociais e os ouvintes. Possibilita-se, portanto, a formação de

uma esfera discursiva, na qual estes cidadãos são compreendidos como sujeitos de demandas e de direitos. Corrobora-se assim, a premissa participativa da concepção de comunicação pública no Interação Comunitária, devido à indispensabilidade da participação dos cidadãos de Bauru e região a fim de divulgar as práticas cidadãs realizadas e assim garantir a assertividade e efetivação da consolidação e ampliação da cidadania almejadas pelo programa.

### **Referências Bibliográficas**

BARBERO- Martin Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**: edição revisitada e actualizada. Lisboa: Portugal: Edições 70, 2009.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOHN, Maria da Glória. Cidadania, Meios de Comunicação de Massas, Associativismo e Movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicília Maria Krohling; ALMEIDA, Fernando Ferreira (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: UNEB, 2003. 296p.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Campos de Estudos Emergentes em Comunicação nas Novas Cidadanias. In: BEZZON, Lara Crivelaro (org). **Comunicação Política e Sociedade**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2005.

MATA, Maria Cristina. **Comunicación y ciudadanía**. Problemas teórico-políticos de su articulación. Revista Fronteiras –estudos midiáticos. Vol VIII nº1 – jan/abril/2006

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS, Heloiza. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1ªed. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora (Série Pensamentos e Prática; v.4), 2011.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs). **Relações Públicas Comunitárias**: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Cidadania, Comunicação e Cultura. In: PERUZZO, Cicília Maria Krohling; ALMEIDA, Fernando Ferreira (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: UNEB, 2003. 296p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11 ed. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 2009.