

**Rádiodifusão comunitária: uma estratégia  
para o desenvolvimento local**

*Community broadcasting: a strategy for  
local development*

CLAUDIA MARA STAPANI RUAS

---

Professora Mestre na Universidade Católica Dom Bosco – Campo Grande-MS.

## RESUMO

Este artigo analisa até que ponto a radiodifusão comunitária pode ser considerada como fator de desenvolvimento local.

Com base nas conceituações teóricas de radiodifusão e nas abordagens orientadas pela perspectiva do desenvolvimento local, constatou-se que os dois processos assemelham-se em suas essências, principalmente porque devem ser geridos pela e para a comunidade. Apesar de todas as limitações, tanto de ordem interna quanto externa, a radiodifusão possui o poder, seja em que localidade for inserida, de construir cultura democrática, indivíduo cidadão em direção à sociedade que considere o ser humano como força motivadora, propulsora e receptora dos benefícios do relacionamento entre a radiodifusão local e desenvolvimento comunitário. Dessa forma, a radiodifusão comunitária pode ser considerada como fator de desenvolvimento local ou não, dependendo de como a própria comunidade se apropria dela como instrumento de cidadania.

## PALAVRAS-CHAVE

radiodifusão comunitária  
desenvolvimento local  
cidadania

## ABSTRACT

*The present article aims at investigating how community broadcasting became a tool in favor of local development. Based upon theoretical concepts, historical experience of Brazilian broadcasting and the information directed by the perspective of local development, similarities in both processes were noticed, mainly in the way of self-management, for and by the community. Although there were many limitations, in and out of the process, community broadcasting has the power to construct a democratic culture, a citizen directed towards a society capable of considering human beings as a strength that motivates, propels and receives the benefits of local broadcasting and community development. All the statements collected concluded that community broadcasting can become a strategy of local development or not, depending on how communities appropriate the local vehicle as a tool for citizenship.*

## KEY WORDS

*community broadcasting  
local development  
citizenship*

A comunicação tem um papel fundamental no desenvolvimento local, primeiramente porque, com a organização humana em sociedade, a comunicação passa a ser elemento essencial de vida. Quanto mais aperfeiçoavam as técnicas de comunicação, mais seguros se sentiam os homens em sua área de ocupação e mais instrumentos foram sendo criados para facilitar seu contato com a comunidade. Outros meios de comunicação além do som, do tato, do olfato e das pinturas nas cavernas foram sendo adaptados e desenvolvidos para funcionarem como sendo a extensão do homem e, dessa forma, concretizarem esse empreendimento humano.

A comunicação confunde-se com a própria vida. Temos tanta consciência de que comunicamos como de que respiramos ou andamos. É ela uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.

Juntamente com a evolução das sociedades, consagrou-se também a evolução dos meios de comunicação: primeiro a palavra escrita, sendo formalizada através da imprensa, a palavra falada, através da radiodifusão, o som aliado a imagem, concretizado pelo surgimento da televisão e finalmente a internet, representando hoje uma união de todos os meios de comunicação (jornal, rádio e televisão) em um único veículo.

Tal fato nos leva à compreensão de que não haveria sociedade, tal como conhecemos hoje, evoluída e globalizada, sem a comunicação. Não haveria evolução no processo da convivência e do desenvolvimento humano sem a evolução dos meios de comunicação que a facilita.

Assim, podemos afirmar que não haveria sociedade e muito menos desenvolvimento sem comunicação. Podemos ir até mais longe, na era da informação e do conhecimento, pouco existiria sem as técnicas utilizadas pelos meios de comunicação que propulsionam todo crescimento da economia local à mundial.

A importância que vem sendo dada ao desenvolvimento local, em todo o país, deve-se ao fato de estarmos vivendo crises de confiança nas políticas dirigidas pelos governos em dimensões de estados. As desigualdades entre as regiões, de norte a sul, em que apenas al-

guns ganham e muitos continuam perdendo e mantendo apenas sua condição de sobrevivência, sendo este um dos maiores problemas da economia globalizada.

Estamos presenciando um tempo em que tudo se faz e se desfaz na mesma rapidez, que vai do conhecido ao desconhecido, do “local-local” para o “local-global”.

Uma maior proporção da comunicação acontece na vida familiar e na relação diária entre as pessoas, no trabalho, na recreação, no comércio e no esporte. A comunicação interpessoal, característica da sociedade tradicional, que muitos pensavam que seria suplantada pela comunicação impessoal dos meios eletrônicos, hoje está de novo em ascensão, talvez como uma reação contra a massificação e o comercialismo dos meios de comunicação. Mas, a razão mais provável da revalorização do colóquio, do encontro, do bate-papo, talvez seja o homem-indivíduo estar encontrando sua identidade verdadeira de homem-social e valorizando mais o lugar onde mora. No seio do associativismo em ascensão e da luta pelo fortalecimento da sociedade civil o homem está reaprendendo o processo de comunicação “pessoa a pessoa”, por meio da palavra falada.

McLuhan (1964, p. 98) afirma:

A palavra falada envolve todos os sentidos intensamente. Ao falar, tendemos a reagir a cada situação, seguindo o tom e o gesto até de nosso próprio ato de falar. É a projeção do homem no falar. É a projeção do homem na fala que permite o intelecto destacar-se da vastidão real. Sem a linguagem, a inteligência humana teria permanecido totalmente envolvida nos objetos de sua atenção. A linguagem é para a inteligência o que a roda é para os pés, pois lhes permite deslocar-se de uma coisa a outra com desenvoltura e rapidez. A linguagem projeta e amplia o homem. A fala separa o homem e a humanidade do inconsciente cósmico. A linguagem é considerada a mais rica forma de arte humana, pois é que a distingue da criação animal.

A palavra falada tem um valor indiscutível, um papel fundamental, consagrando-se com a radiodifusão. Nesse processo podemos citar três fatores importantes. Em primeiro lugar, ter sido um processo que colaborou para a integração nacional, superando longas distân-

cias, chegando a locais remotos de difícil acesso. Tornou-se o meio de comunicação mais popular e de maior alcance da população, por motivos geográficos, culturais ou econômicos.

Estando presente no cotidiano da maioria das pessoas, foi um veículo usado para colaborar com o país, na superação de problemas graves tais como os altos índices de analfabetismo, pobreza, mortalidade infantil e falta de informação.

Seguindo ainda o pensamento de McLuhan (1964, p. 336),

O rádio afeta as pessoas, digamos como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular.

O poder que tem o rádio de envolver as pessoas em profundidade se manifesta no uso que as pessoas fazem do aparelho de rádio, durante seus trabalhos de casa, bem como aquelas que levam consigo seus transistores, que lhes propiciam um mundo particular, próprio, em meio às multidões. Em segundo lugar, ser um meio compreensível para os analfabetos, público que a mídia impressa exclui. Em terceiro porque, após a descoberta do transistor, o rádio adquiriu a mobilidade de que tanto precisava. Ficou livre de fios e tomadas e está presente em todos os lugares: na sala, na cozinha, no quarto, no carro.

Segundo Ortriwano (1985, p. 37), “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 também em todo mundo”.

Por último, através de sua mobilidade, o rádio deixou de ser um meio de recepção coletiva, tornando-se individual. O emissor passou a se comunicar para toda sua audiência, como se estivesse falando para cada um, em particular.

Para a rádio comunitária esta mobilidade é um fator preponderante, pois possibilita atingir os corações das pessoas de uma determinada comunidade, estabelecida nas periferias da cidade, engajando-as em sua dinâmica cotidiana, permitindo o desenvolvimento de suas potencialidades. Nas programações da rádio comunitária, como por exemplo, a da Rocinha, no Rio de Janeiro, observa-se a expansão do uso da radiodifusão como uma mola-mestra para a mobilização social,

constituindo-se em um dos principais fatores para o desenvolvimento local. Além da mobilidade provocada pela radiodifusão, temos também a mobilização, a qual é efetivada pela convocação de voluntários a um propósito comum, com interpretações e sentidos partilhados e, antes de tudo, despertando uma paixão. Não é possível mobilizar uma comunidade se não se despertar, previamente, a paixão, que move, desperta, faz agir e faz o indivíduo recriar seu próprio local: a comunidade em que vive.

A paixão dos agentes, aliada à mobilidade da radiodifusão e à mobilização que ela provoca, são fatores que fazem a ponte entre a comunidade e o seu desenvolvimento, tornando-o viável.

Implementar o desenvolvimento local é o desafio prioritário de muitos agentes e instituições sociais em todo o mundo. Já não se trata somente de uma responsabilidade dos governos, mas também preocupação das comunidades sociais, das administrações locais e regionais. É ainda também um desafio de alguns veículos de comunicação, dando ênfase aqui aos veículos segmentados. É notória essa percepção quanto à responsabilidade e participação, pois seu público deixou de ser a massa e passou a ser um público específico, segmentado e dirigido: caso das rádios comunitárias, que apenas uma determinada comunidade é atendida.

As rádios comunitárias, ao mesmo tempo em que seguem o trinômio geral do rádio de educar, divertir e informar, também são conhecedoras da sua vital importância e responsabilidade no desenvolvimento cultural e educacional do local. Suas abrangências são limitadas a 25 kw e diferenciam-se das demais rádios comerciais por não visarem lucro. Assim vêm-se obrigadas a descobrir as potencialidades das comunidades em todos os sentidos, ou pelo seu aspecto social ou pelo econômico, garantindo sua sobrevivência como veículo de comunicação.

O poder de mobilização que a radiodifusão ganhou ao longo dos anos, sobretudo o da rádio comunitária, acentua-se, gradativamente, pois permite que os sujeitos, individuais ou coletivos, compreendam seu território e sua função real dentro dele. Mostram que o mundo, em particular sua comunidade, é um conjunto de possibilidades, cuja

efetivação depende de oportunidades oferecidas no local em que o indivíduo faz parte. Essas oportunidades, bem aproveitadas, servirão de base para um padrão de vida decente, com mais liberdade e menos marginalidade, pois os sujeitos pertencentes a essa comunidade não só entenderão ou ouvirão falar a respeito de cidadania, mas, com certeza, terão subsídios para exercê-la.

Para termos uma comunidade cidadã é preciso termos, primeiramente, cidadão que exerça sua cidadania e de acordo com Souza e Rodrigues (1994, p. 22):

O cidadão é o indivíduo que tem consciência de seus direitos e deveres e participa ativamente de todas as questões da sociedade. Tudo o que acontece no mundo, seja no meu país, na minha cidade ou no meu bairro, acontece comigo. Então preciso participar das decisões que interferem na minha vida. Um cidadão com um sentimento ético forte e consciência da cidadania não deixa passar nada, não abre mão desse poder de participação. A idéia de cidadania é ser alguém que cobra, propõe e pressiona o tempo todo. O cidadão precisa ter consciência do seu poder. Então, se há um problema na sua rua, você chama o seu vereador e, se elegeu o prefeito, chama o prefeito.

Nesse processo a mídia tem um papel fundamental de informar, ajudando a comunidade a saber, conhecer, pensar e agir. Podemos dar o nome de “educação” e, portanto, é, diretamente, uma característica da mídia comunitária também.

O papel dessa radiodifusão segmentada torna-se, cada vez mais importante, pois, infelizmente, sabemos que no Brasil o exercício da cidadania é limitado ou impedido pela desigualdade social, o desemprego, a miséria, o analfabetismo ou até as diversas formas de violência. Um país que não educa seu povo estará sempre exposto a ser governado por políticos eleitos com base na exploração da miséria e da ignorância de grande parte dos cidadãos.

As rádios comunitárias, entendidas no contexto de educadoras, são propulsoras da cidadania e significa um importante instrumento para o desenvolvimento. São as rádios comunitárias, sem sombra de dúvida, uma renovação criativa na radiodifusão, com o intuito de levar uma nova realidade às comunidades que, de certa forma,

foram excluídas do contexto social. Essa alternativa segmentada para a radiodifusão, nada mais é do que a criatividade humana imperando, acima do conhecimento, em momentos de crise. É a percepção da comunidade sobre a importância, ainda empírica, do “local”, no processo de desenvolvimento de uma economia globalizada.

O mundo, na verdade, tem que ser entendido e sentido, por seus sujeitos como sendo o seu lugar, pois é através dele que serão oferecidas as possibilidades de sua realização mais eficaz. Por mais globalizados que pareçamos estar, ainda assim devemos nos preocupar em desenvolver o local, pois é ele que forma e constitui esse todo global.

Somente através do desenvolvimento local, pelo desabrochar de potencialidades incubadas ou encobertas é que haverá, por parte de qualquer comunidade, um atalho para a sua inserção nesse processo global e seu desenvolvimento será apenas uma consequência.

Interessante notar que o conceito de desenvolvimento local implantado na Europa, na década de 1980, é similar aos objetivos dos primeiros sinais de transmissão das rádios comunitárias, ou seja, servir para desenvolver uma comunidade, consagrando, assim, o pensamento de Bordenave (1986, p. 101):

Deseja-se colocar o poder da comunicação a serviço da construção de uma sociedade onde a participação e o diálogo transformantes sejam possíveis. É próprio da comunicação contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos. Daí o imenso poder da comunicação. Daí o uso que o poder faz da comunicação.

A serviço de uma construção de uma comunidade mais bem informada, surgiu a Radiodifusão comunitária, uma prática muito nova no Brasil, mas que já se desenvolve em milhares de comunidades.

Segundo dados da Associação Brasileira das Emissoras de Radiodifusão Comunitária (ABRACO), constata-se que, em todo o Brasil, há seis rádios comunitárias para cada uma rádio comercial. Calcula-se,



provavelmente, que tenhamos hoje mais de 15 mil pequenas emissoras espalhadas no país e incalculável número de vozes atravessando a interlocução social.

Baseada em tecnologia fácil, barata e inovadora, a radiodifusão comunitária, disseminada inicialmente por pessoas da população pobre e desassistida, mostra imediatamente aspectos de um achado que hoje todos aplaudem.

De acordo com Cogo (1998, p. 36):

As experiências de comunicação popular estão, na realidade, na origem das próprias CEB (Comunidades Eclesiais de Base) no Brasil. Foram criadas escolas radiofônicas, na cidade de Natal, como centros de educação e conscientização, sementes de igreja. Em 1965 eram 1410 escolas radiofônicas da Arquidiocese de Natal. Através delas, reuniam-se grupos de pessoas para alfabetizarem-se, formar uma comunidade, menor que o povoado e a paróquia. Todos os participantes eram católicos e o trabalho era orientado pela Arquidiocese. Então, catequizava pelo rádio. Aos domingos, as comunidades se reuniam em torno do aparelho de rádio para responder a missa que o bispo celebrava e para escutar a sua palavra.

Neste início da comunicação popular, orientada pela Igreja Católica, constata-se que surgiu pelos mesmos objetivos de 1923, quando começou a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, atual Rádio MEC, considerada a emissora pioneira no Brasil. Criada por Roquete Pinto e Henrique Moritze, tinha como objetivo lutar pela cultura dos que vivem em nossa terra. Roquete Pinto acreditava que o rádio era o meio de comunicação perfeito para educar e se fosse utilizado com vontade, alma e coração, poderia transformar o homem em poucos minutos.

O trabalho das Comunidades Eclesiais de Base, neste período inicial, nota-se que as formas de comunicação se entrelaçam e representam setores sociais claramente diferenciados. A comunicação de massa se relaciona com o capital internacional; a comunicação popular com a organização dos movimentos sociais de base.

Aliás, na maior parte dos países latinos, segundo Cogo (1998, p. 39):

A comunicação popular emerge no interior dos movimentos e organizações sociais em meio a uma conjuntura de profunda insatisfação por parte do povo e de profundas restrições às liberdades de expressão. Nas décadas de 60 e 70 os regimes autoritários e ditatoriais controlam os meios de comunicação de massa, utilizando-os em favor de seus interesses e projetos políticos. Em um contexto como esse é compreensível que os meios de comunicação emergentes, não diretamente sujeitos a tal controle, passem a ser algo extremamente real e de interesse da sociedade.

Esta nova forma de radiodifusão não veio ferir os interesses econômicos das rádios comerciais e não surgiu para tomar o lugar de ninguém, embora receba patrocínios culturais de empresas privadas. Não faz temor às rádios convencionais pertencentes aos políticos brasileiros, mas há o receio, por parte deles, de que elas pulverizem a audiência, ocasionando uma perda de anunciantes para a venda de espaço publicitário nas rádios comerciais.

Apesar de todos os problemas para a democratização dos meios de comunicação, sabe-se que, onde se instala uma rádio comunitária, vê-se rapidamente sua força transformadora na base das relações sociais. Há centenas de rádios comunitárias bem sucedidas, com estrutura sólida e grande respaldo popular, como é o caso da rádio comunitária *Novos Rumos*, no município de Queimados/RJ, que conta, no seu quadro, com 14 funcionários e quase cem colaboradores (entre programadores e auxiliares de programação) e, de acordo com o IBOPE, já é a terceira rádio mais ouvida na região, com 21% da preferência dos ouvintes.

Este índice de audiência alto conseguido pelas rádios comunitárias, observando-se a grande aceitação pelas comunidades locais, deve-se ao fato de que elas desenvolvem uma programação sintonizada com os interesses locais. São capazes de inovarem em suas programações atraindo apoio cultural pela alta segmentação de mercado.

Um grande perigo que os proprietários das emissoras comerciais notam é que as rádios comunitárias, se bem utilizadas, despertam no ouvinte a cidadania, ao promover a troca de papéis. Atendem a uma carência crescente de comunicação, em nível local, a que a legislação não soube se adiantar. São essas emissoras que se preocupam com

temas que não têm espaço nas comerciais, as suas festas, a saúde, a segurança da comunidade, entre outros. Temas que falam do lugar onde as pessoas vivem, constroem relações de sangue e de espírito.

Marcondes Filho (1994, p. 162), afirma esse pensamento quando escreve:

Com este tipo de veículo comunitário as comunidades podem romper com o gueto a que estão submetidas pelos critérios de marginalização predominantes na sociedade. Essa é a proposta deste meio, que deve se empenhar em organizar movimentos sociais e unificar esforços individuais em defesa de interesses comuns, normalmente menosprezados na sociedade. É a forma da comunidade poder afirmar-se e fazer valer sua posição sem ser deglutido pelas máquinas de informação oficiais, públicas ou privadas, que tudo fazem, menos solucionar os problemas e as necessidades dessas comunidades.

Quando há este rompimento pela atuação das rádios comunitárias, há a mobilização da comunidade para causas não pessoais e sim coletivas, mas que indiretamente afetará a todos. Pode-se dizer que a força que se forma é um fator de desenvolvimento local, é um fator para a melhoria da qualidade de vida das pessoas que vivem naquela comunidade, onde está inserida uma emissora legitimamente comunitária.

De acordo com Cogo (1998, p. 51), a comunidade (bairro) configura-se:

Como o espaço privilegiado de constituição e vivência dos valores fundamentais como a solidariedade, a união, a ajuda mútua que, articulados a religiosidade impõem-se como referenciais indispensáveis na compreensão das culturas populares na sua relação com a comunicação. [...] Ela é o mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, por último, de comunicação entre parentes e vizinhos.

Podemos concluir que a comunidade, quando se trata de rádio comunitária e desenvolvimento local, sabendo utilizar esse meio adequadamente, tem-se uma estratégia fundamental para fomentar o processo no local e para o local.

Se a comunidade tiver informações suficientes para exercer sua cidadania, terá os subsídios necessários para não deixar nas mãos dos

governantes uma responsabilidade que também é sua. A responsabilidade social pode ter como ponto de partida um veículo comunitário, no qual a comunidade faz sua própria comunicação em prol de uma coletividade, uma comunicação concreta e real.

Com as rádios comunitárias a comunidade pode aprender e ensinar. Todos podem falar; há diálogo no plano público, produção de consensos para a resolução das dificuldades individuais e coletivas. Através da difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos, essas rádios podem oferecer mecanismos de formação e integração da comunidade. Diminui a criminalidade, aumenta a solidariedade social, a segurança coletiva, a cidadania, a democracia. Concretiza-se a liberdade de expressão.

A Lei 9.612, que instituiu o serviço de radiodifusão de baixa potência e que define as rádios comunitárias, foi sancionada em 19 de fevereiro de 1998 e publicada pelo Diário Oficial da União – DOU, em 20 de fevereiro do mesmo ano, sendo complementada pela regulamentação Decreto 2.615 – DOC.4.06.98.

A Lei determina que essas emissoras não podem pertencer a empresários, partidos políticos ou religião. O espaço tem que ser democrático, não podendo ser dominado por empresa, igreja ou partido político.

A concessão para operar uma rádio comunitária é atribuição do Ministério das Comunicações (conforme o Art 9º, parágrafo 1º) que determina:

Para outorgar a autorização para execução do serviço de radiodifusão comunitária, as entidades interessadas deverão dirigir petição ao Poder Concedente, indicando a área onde pretendem prestar o serviço. § 1 – analisada a pretensão quanto a sua viabilidade técnica, o Poder concedente publicará comunicado de habilitação e promoverá sua mais ampla divulgação para que as entidades interessadas se inscrevam (BRASIL, 1998).

Para ter seu projeto aprovado, as associações comunitárias, devem ser geridas por fundações/associações civis, sem fins lucrativos, que se comprometam com a difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade. Além disso, devem prestar serviços de utilidade pública e informação. A lei também determina que

qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, podendo fazer reclamações, manifestar idéias e propostas. Não é permitida a publicidade comercial neste tipo de radiodifusão, mas a figura do “apoio cultural” aos programas transmitidos é legal, desde que esses anunciantes façam parte da comunidade onde a emissora está instalada. Ainda de acordo com a lei, cada bairro ou vila só pode ter uma rádio comunitária e a instalação do Conselho Comunitário é fundamental para o caráter da rádio comunitária. Sua função é administrar a rádio em toda sua amplitude, incluindo os aspectos administrativos e também programação musical e jornalística. O Conselho Comunitário deve ser o mais abrangente possível, devendo abarcar associações, sindicatos etc.

Este Conselho deve manter no ar programação com o tempo mínimo de oito horas por dia e, obrigatoriamente, retransmitir programas oficiais como “A Voz do Brasil”; pois quem não cumprir este dispositivo será punido.

A força da rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local. Estações de rádios locais que querem atingir grande audiência precisam transmitir aquilo que a comunidade gosta e o que quer ouvir. Essas pessoas que participam do projeto e da programação comunitária devem entender que devem ser mais do que fomentadores da comunicação, devem preparar pessoas para o real exercício da profissão de mobilizador social.

Como afirma Tavares (1998, p. 21), “notícias obtidas na esquina do meu bairro, são tão ou mais importantes do que as recebidas de outras partes do estado, país ou do mundo”.

Em um mercado cada vez mais disputado, as rádios comunitárias passam a fazer parte do cotidiano das pessoas, integrando-se à rotina dos moradores das comunidades, e se transformando em uma grande estratégia para o desenvolvimento local.

Para Martín (1999), no seminário internacional sobre perspectivas de desenvolvimento na Ibero-América, disse que:

[...] falar de desenvolvimento local é saber que em nossos dias promover o desenvolvimento é o objetivo prioritário de muitos agentes e instituições sociais em todo o mundo. Já não é só uma

responsabilidade dos governos, mas é uma preocupação dos coletivos sociais, das administrações locais e regionais.

Estamos em um momento em que o desenvolvimento local está sendo convertido em uma estratégia político-administrativa, uma esperança, um conceito de debate acadêmico.

De acordo com Gonzáles (1998, p. 6):

Cada vez se habla más de desarrollo local en congresos, libros, revistas [...] se crean cursos de especialización, se percibe como una puerta de trabajo para jóvenes licenciados, y en ocasiones se recurre a él como vía alternativa para el incremento de los niveles de vida y bienestar de las sociedades. Sin embargo se mantiene aún como una entelequia falta de una definición global y ampliamente asumida por todos los profesionales e investigadores de esta temática.

Cada vez é mais freqüente a utilização de terminologias e conceitos, como desenvolvimento endógeno, comunitário, sustentável, integrado, embora sejam termos redundantes. Na realidade o desenvolvimento local trata, como seu próprio nome indica, de um desenvolvimento econômico e social, localizado em um espaço concreto dentro de uma dinâmica de trocas. É um processo que afeta todas as estruturas produtivas e sociais que se distribuem por todos os territórios beneficiados por esse desenvolvimento.

Uma diferenciação essencial e que deve ser citada, o desenvolvimento local não equivale diretamente a um desenvolvimento econômico. Evidentemente para que se produza um desenvolvimento econômico é necessário que exista um crescimento econômico e produtivo que o sustente. Entretanto, o desenvolvimento local requer uma perspectiva bem mais complexa, a qual deve fundamentar-se no desenvolvimento global e integral, repercutindo na valorização e utilização dos recursos próprios que possui cada território.

No Brasil, o enfoque de “desenvolvimento local” só começou a merecer espaço em nosso meio, na década de noventa, através do Departamento de Geografia das universidades brasileiras.

Ávila (2000, p. 8), concorda que ainda permanecem questões nebulosas no horizonte conceitual do que venha a significar de fato desenvolvimento local. O autor concorda firmemente com Martín (1999) quando afirma que;

El desarrollo local es el proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona, capaz de estimular y diversificar su crecimiento económico crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local, siendo el resultado de um compromisso por el que se entiende el espacio como lugar de solidariedad activa, lo que implica cambios de actitudes y comportamientos de grupos e individuos.

As conceituações descritivas analisadas deixam margem ao entendimento de que o desenvolvimento local se refere apenas à melhoria de vida de uma comunidade, localizada desde que a mesma participe do respectivo processo.

Ávila (2000, p. 11), comenta ainda que:

[...] há diferença fundamental entre os significados de 'desenvolvimento local' e de 'desenvolvimento no local' mesmo que com a participação da comunidade. Podem até ser conceitos contrários, mas não contraditórios: Desenvolvimento no local - quaisquer agentes externos que se dirigem à comunidade localizada para promover as melhorias de suas condições e qualidade de vida com a participação ativa da mesma. Desenvolvimento local - a comunidade mesma desabrocha suas capacidades, competências e habilidades de agenciamento e gestão das próprias condições e qualidade de vida, metabolizando comunitariamente as participações efetivamente contributivas de quaisquer agentes externos.

Observamos que no primeiro caso, os agentes externos são os promotores do desenvolvimento e a comunidade apenas se envolve participando. No segundo, a própria comunidade assume o agenciamento do seu desenvolvimento e os agentes externos são os que se envolvem participando, funcionando como combustíveis e baterias que acionam o motor da comunidade para que ela mesma, pouco a pouco, se torne capaz de impulsionar o progresso e suas condições e qualidade de vida, sob todos os pontos de vista (social, econômico, cultural etc.), inclusive no que se refere à contínua atração e metabolização de contribuições exógenas alimentadoras.

Os fatores endógenos do desenvolvimento local se constituem daqueles potenciais, dinamismos e força tanto individuais, familiares e coletivos, quanto físico-ambientais, presentes, explícita ou impli-

citamente, no cotidiano de cada comunidade localizada. A título de exemplificação, são fatores endógenos: interesses e objetivos comuns, a identidade social, cultural e histórica, a diversidade de funções individualizadas, muitas das quais isoladamente mal garantem a sobrevivência individual ou familiar, mas que, se mobilizadas, somadas e canalizadas, constituem autênticas e concretas forças de avançamento de progresso coletivo que a todas beneficiam; sindicatos, associações, igrejas, condições hídricas e de solo; e assim por diante. O fator fundamental, argumentado aqui, no tocante ao fator endógeno, é o potencial de capacidade que cada comunidade tem de se despertar, mentalizar, mobilizar, mesmo que com algum tipo de empurrãozinho externo, há de edificar, paulatinamente, o seu progresso em todas as dimensões. Este é o estopim de desencadeamento do processo de desenvolvimento local.

Quanto aos fatores exógenos, há cerca de 30 anos, quase todos eles eram bem visíveis e destacáveis, pois se referiam as oportunidades de acesso das comunidades localizadas a serviços e bens que extrapolavam suas fronteiras, como: energia elétrica, água canalizada, saneamento básico, condições de emprego (já que a oferta de emprego em escala recaía na área empresarial, sobretudo nos setores de indústrias, comércio e na prestação de serviços), estradas, aumento de vagas em escolas públicas, assistência médico-hospitalar, como também financiamentos de moradias, de produção, de bens de consumo, e assim por diante.

Hoje, as influências dos fatores exógenos se sofisticaram muito graças ao avanço científico-tecnológico mundial, com rápida e eficiente penetração, inclusive nos lares de regiões e comunidades, não importa muito onde se situem, através dos meios de comunicação modernos, sobretudo rádio e a televisão, ambos já de alcance bem popular.

Se antes só pela mediação de alguns tipos de liderança as comunidades interioranas tomavam conhecimento de suas próprias deficiências e carências, no tocante a condições e qualidade de vida em relação ao que havia lá fora, hoje o fazem direta e em termos de lares ou indivíduos, tendo a oportunidade de comparar e até de criar



necessidades tantos de bem-estar construtivo quanto de consumismo e status degenerativos.

Quando se deseja formar pessoas em mobilização, é importante que elas tenham um modelo geral, que varie de acordo com circunstâncias específicas e permita articulação de todas as posições teóricas e de todas as experiências pessoais, tanto dos que dirigem quanto dos que recebem o benefício da mobilização.

Este propósito não está somente no âmbito da radiodifusão, é também um desafio prioritário de muitos agentes e instituições sociais. Já não é somente uma responsabilidade dos governos, mas também é preocupação das comunidades sociais, das administrações locais e regionais e dos meios de comunicação.

Entendendo-se que desenvolvimento local é o processo de aproveitamento eficiente dos recursos endógenos existentes em uma determinada zona, capaz de estimular e diversificar seu crescimento econômico, criar emprego e melhorar a qualidade de vida da comunidade local, as rádios comunitárias vêm atingindo esse papel em toda extensão do conceito. Podemos assim, analisar o desenvolvimento local por outro ângulo, como um processo de mudança de uma realidade para outra, inserindo nesse processo uma renovação criativa, que advém da aplicação de conceitos alternativos e idéias novas, revolucionárias, que mudam o panorama e a realidade de um local, de um estado, e conseqüentemente de um país.

Segundo Cogo (1998, p. 18), “uma rádio comunitária é definida pelos objetivos que persegue: democratizar a palavra que está concentrada em poucas bocas e em pouquíssimas mãos para que nossa sociedade seja mais democrática”.

## REFERÊNCIAS

ÁVILA, Vicente Fideles. Pressupostos para formação educação em desenvolvimento local. In: *Interações* - Revista Internacional de Desenvolvimento Local, Campo Grande: UCDB, vol. 1, n. 1, set. 2000.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação?* São Paulo: Brasiliense, 1986.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o serviço de radiodifusão de baixa potência e define as rádios comunitárias. *Diário Oficial da União*, Brasília, 20 fev. 1998.

COGO, Denise Maria. *No ar uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas, 1998.

GONZALES, Román Rodrigues. La escala local del desarrollo-definición y aspectos teóricos. *Revista de Desenvolvimento Econômico - RDE*, Salvador, ano 1, n.1, nov. 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem?* Poder e massas na indústria cultural da comunicação no Brasil. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARTÍN, José Carpio. *Nuevas realidades en el desarrollo local en Espana e Iberoamerica*. Seminario Internacional sobre perspectivas de desarrollo en Iberoamerica. Santiago de Compostela, mayo 1999.

MCLUHAN, Marshall Herbert. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

ORTRIWANO, Gisela Swetland. *A informação no rádio*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.

SOUZA, Herbert; RODRIGUES, Carla. *Ética e cidadania*. São Paulo: Moderna, 1994.

TAVARES, Reynald C. *Histórias que o rádio não contou*. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.