

# MÍDIAS ALTERNATIVAS E ESFERA PÚBLICA: DEMOCRACIA E RECONHECIMENTO NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO BRASIL E NA FRANÇA<sup>1</sup>

*Sayonara LEAL<sup>2</sup>*

*Lavina Madeira RIBEIRO<sup>3</sup>*

**RESUMO:** Este trabalho contempla o estudo do papel das rádios associativas francesas e das rádios comunitárias brasileiras como espaços públicos onde se manifestam discursos de caráter político, cultural e social, em vários gêneros, informativo e opinativo, em especial este último. Tais espaços são permeados por ações comunicativas e instrumentais, nos termos defendidos por Habermas, manifestas nas tensões e aproximações entre espaço público e espaço comum. Com base em estudos de casos dessas mídias, constata-se a dinâmica desses espaços. As formas como funcionam permitem avaliar se essas rádios se configuram em *locus* de debates públicos que envolvem a comunidade e favorecem o exercício de uma comunicação voltada para o interesse comum ou se configuram, em grande dose, em arenas sociais de denúncias e apelos assistencialistas que resvalam para satisfação de necessidades imediatas de membros da localidade. Com base na aplicação de questionários, em análise documental e de programações radiofônicas e em entrevistas do tipo episódicas e semi-estruturadas, foram pesquisadas: a) 22 rádios associativas autorizadas e em funcionamento no Norte da França, dentre as quais nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas e b) 15 rádios comunitárias legalizadas na região do Distrito Federal e Entorno, no Centro-Oeste do Brasil, dentre as quais também nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio comunitária. Espaço público. Lógicas de ação. Democracia.

---

<sup>1</sup> Este artigo, em sua versão original, foi apresentado no grupo de trabalho Mídia, Política e Opinião Pública, durante o 30º Encontro Anual da ANPOCS, 24 a 28 de outubro de 2006, Caxambu – MG. A presente versão foi revisitada a partir de contribuições dos colegas do GT.

<sup>2</sup> UNB – Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Laboratório de Políticas em Comunicação. Brasília – DF – Brasil. 70.910-900. sayonaraleal@uol.com.br

<sup>3</sup> UNB – Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Brasília – DF – Brasil. 70.910-900. lavinamadeira@yahoo.com.br

## Introdução

Esta proposta de trabalho contempla o estudo da relação entre democracia, espaço público e reconhecimento, tendo como objeto de pesquisa as rádios associativas na França e as rádios comunitárias no Brasil. De acordo com o caráter republicano universalista do movimento de rádios locais francesas, essas mídias são designadas como associativas, de proximidade, mas, sobretudo, evita-se a denominação rádios comunitárias. Trata-se de evitar a referência ao comunitarismo, associado no país ao isolamento cultural ou aos guetos étnicos. No Brasil, o termo comunitário não tem essa conotação e remete a uma mídia que presta serviço local de informação a uma pequena população territorialmente delimitada, independente de suas características étnicas, nacionais ou culturais. As rádios associativas francesas e as rádios comunitárias brasileiras são *locus* onde se manifestam episodicamente espaços públicos que abrigam discursos de caráter político, econômico, cultural e social, em vários gêneros, em especial, o opinativo. Tais espaços são permeados por ações comunicativas e instrumentais, nos termos defendidos por Habermas (1987), manifestas nas tensões e aproximações entre espaço público e espaço comum.

As práticas discursivas veiculadas nessas mídias alternativas e as lógicas de ação<sup>4</sup> que operam no interior delas nos levam a identificar um certo deslocamento do debate político para o sociocultural ou ainda para denúncias de questões privadas que se apresentam públicas. Trata-se da socialização de protestos individuais que ao ganharem visibilidade pública, podem redundar em demandas generalizadas que não se restringem a um só reclamante.

O foco de análise neste texto dirige-se para o atual cenário de configuração de esferas discursivas de caráter político, social e cultural em localidades periféricas tanto no Brasil como na França. As rádios locais sem fins lucrativos, de feição alternativa, mas de caráter jurídico privado, são os espaços comunicativos levados em consideração neste estudo, remetendo-nos à correlação entre público, comunitário e privado. Consideramos essas emissoras criadas, em geral, por associações, como objetos multiformes (religiosas, educativas, comunitárias, generalistas, musicais), vinculados a finalidades e modos operativos distintos, podendo ou não se configurar enquanto espaços comunicativos comunitários nas localidades onde operam, podendo

<sup>4</sup> Por diferentes lógicas de ação entendem-se as distintas orientações que motivam as ações dos atores que atuam no espaço associativo da rádio, como locutores e diretores, os quais se vinculam à rádio por voluntarismo ou regime de contrato. Essas lógicas de ação podem ser do tipo cívicas, quando relacionadas aos interesses da coletividade; empresarial e industrial, quando voltadas para a eficiência e profissionalismo da performance da rádio; opinativa, quando o espaço da rádio é utilizado para divulgação de idéias próprias. A referência à diversidade de lógicas de ação aqui baseia-se nos conceitos de mundos sociais ou *cités* de Boltanski e Thévenot (1991).

promover debates públicos a partir dos quais formam-se ou influenciam-se opiniões e comportamentos.

A disponibilização de espaços na programação radiofônica das emissoras para intervenções do público, assim como a estrutura operativa e sua programação, servem de objeto de análise na medida que estes espaços públicos se configuram como espaços comunitários, ou seja, voltados para a exposição e o debate de interesses comuns a toda a comunidade na qual se inserem e com a qual dialogam. A abertura desse espaço para participação de sujeitos anônimos, os quais trazem em suas intervenções conteúdos que remetem a questões políticas, culturais e sociais em forma de depoimentos particulares sobre o cotidiano da cidade, a difusão da cultura local, a realização da comunicação pública, podendo redundar em processos de reconhecimento.

Com base na aplicação de questionários, em análise documental e em entrevistas do tipo episódicas e semi-estruturadas, foram pesquisadas: a) 22 rádios associativas autorizadas e em funcionamento no Norte da França, dentre as quais nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas e b) 15 rádios comunitárias legalizadas na região do Distrito Federal e Entorno, no Centro-Oeste do Brasil, dentre as quais também nos aprofundamos no estudo de caso de cinco delas. As emissoras estudadas prestam um serviço de comunicação de proximidade e são juridicamente representadas por associações.

## A diversidade das esferas públicas contemporâneas

A esfera pública traz em sua potencialidade dialógica as condições para a manifestação da ação sociopolítica. O potencial comunicativo desse espaço nutre o modelo de democracia deliberativa, o qual se apóia no ideal de práticas democráticas mais participativas, referenciadas na concepção de um bem comum como um bem de todos. Trata-se da submissão do poder, em um contexto discursivo, a um processo de legitimação inédito baseado no uso público da razão. Sabe-se que o tema da esfera pública vincula-se, a princípio, ao debate sobre a configuração e funcionamento de espaços democráticos voltados para o debate e a busca de entendimentos sobre questões concernentes ao mundo social, cultural e político de coletividades ampliadas, associações, movimentos, grupos sociais e comunidades localizadas. Há, na atualidade, uma diversidade de perspectivas sobre a configuração de novas versões de espaços públicos movidos pela difusão e debate de conteúdos oriundos de interesses particulares e coletivos, relativos à participação dos indivíduos em processos da vida social que, por sua vez, caracterizam modalidades diversificadas de espaços públicos.

O espaço público de hoje confronta-se com novas variáveis advindas da extrema segmentação do trabalho, dos interesses de setores e grupos, dos comportamentos e estilos de vida. Confronta-se com fragmentações de práticas e valores políticos e culturais, graves conflitos de interesse, resultando em um complexo cenário de múltiplos e desiguais espaços públicos que dão origem a diferentes noções de um mesmo fenômeno sociopolítico: espaços públicos “plurais”, “plebeus”, “pós-modernos”, “populares”, “pós-burgueses”, “fóruns de debates”, “arenas públicas” e outras denominações.

É possível identificar setores, grupos, lideranças, atores sociais e políticos que protagonizam cenas de visibilidade pública atuando nos mais diversos contextos (local, nacional e global), movidos por projetos e causas voltados para o interesse comum, formando, assim, as chamadas arenas sociais e públicas<sup>5</sup>, onde temas e demandas diversos são discutidos e publicizados (CEFAÏ, 2002; CEFAÏ; PASQUIER, 2004). Muitas vezes, tais iniciativas constituem esferas públicas plurais e emancipatórias, mas nem sempre podem ser mais comparadas ao modelo normativo de Habermas (1984, 1997) ou às condições do exercício da política nos termos descritos por Hannah Arendt (2002). Entretanto, a designação de arena pública está associada aos princípios democráticos e republicanos também comuns à concepção, tanto clássica quanto moderna, de espaço público. Uma arena pública só se torna operante a partir do desvelamento do cidadão abstrato, evocando-se um sistema de ações coletivas racionais e justificáveis em um cenário concreto de demandas sociais e políticas, no quadro de uma democracia participativa e dialógica.

Um importante desafio para as instâncias de configuração do espaço público encontra-se na sua forma de comunicação com a sociedade. Ou seja, como as reivindicações e propostas difusas nesse cenário ganham visibilidade, publicizam-se por meio de estruturas diversas de comunicação e chegam a materializar-se enquanto textos legais no interior do Estado. A repercussão das manifestações organizadas no âmbito da sociedade civil, geralmente, encontra grande resistência por parte das grandes redes privadas de comunicação a conferir-lhes importância e franca visibilidade. A propensão à generalização de um modelo de comunicação e à dominação simbólica de paradigmas culturais hegemônicos potencializa a tendência à homogeneização do espaço público (FLORIS, 2003).

<sup>5</sup> O conceito referenciado em Cefai (2002) de arena pública está associado aos princípios democráticos e republicanos também comuns à concepção tanto clássica quanto moderna de espaço público. Ao se referir às necessidades sociais e, portanto, também materiais, a ideia de arena social é também suscitada como parte da arena pública, designada a partir de uma situação de interação entre atores públicos e privados que se encontram em meio a tramas compartilhadas e situações problemáticas, onde elaboram programas de ação e defendem estratégias de interesses.

A difícil inserção, na agenda da grande mídia, de questões da vida social e política ordinária originárias de espaços e arenas públicos demonstra os altos níveis de restrições à publicização destas questões. O relacionamento entre mídia e movimentos sociais, associações, protestos coletivos suscita críticas como as de Patrick Farbiaz (1995) e Yvan Jossen (1995) que apontam inúmeras e severas barreiras à ocupação de espaços na grande mídia por distintos atores sociais. Mesmo quando tais mídias hegemônicas demonstram que não são indiferentes à pauta gerada pelos espaços públicos difusos na sociedade civil, veiculando suas ações, como comenta Leonrado Avritzer (2000), é fundamental, ainda assim, exercitar a crítica à comunicação voltada para grandes audiências, sendo vigilantes em relação às configurações aparentemente dialógicas assumidas pela mídia ao tentar forjar opiniões e comportamentos, simplificando esquemas explicativos de processos complexos da vida social e política.

### Opinião, esfera pública e comunicação

O relacionamento entre a grande mídia e esferas públicas múltiplas e diferentes remete à discussão sobre a função social dos espaços discursivos configurados no interior do cotidiano de grupos, comunidades e indivíduos localizados e suas próprias estruturas de comunicação (rádios e televisões comunitárias, educativas, culturais, de alcance regional limitado e baixa sofisticação tecnológica). Remete também à reflexão sobre a forma e intensidade com que eles podem ampliar seus debates e temas através da grande mídia e chegar a efetivamente influir na formação de consensos e de opiniões comuns a grandes públicos.

A variabilidade de interesses que circulam no espaço público midiático, em geral, leva, muitas vezes, a que ele se torne um espaço de pressão e não mais um lugar para o confronto entre argumentos que pretendem a validação e o alcance de consensos sobre assuntos de interesse comum a toda a sociedade. Há um deslocamento de função da mídia, enquanto espaço público, que coloca em questão tanto as dimensões política e social da opinião, criadas no interior de um espaço comunicativo que postula a pluralidade em nome da democracia, como também a qualidade do público que participa desse processo.

A esfera pública remete a um espaço formado por indivíduos dotados de opinião própria. Os indivíduos oscilam entre a instância crítica do poder, protagonizada pelo cidadão, e a entidade de caráter econômico e social, formada por cidadãos consumidores. Apesar de serem definidos a partir da suposta passividade e do lugar que ocupam no espaço social da divisão do trabalho e do consumo, não podem ser

desacreditados, como propõem Canclini (1998) e Sorj<sup>6</sup> (2000), enquanto cidadãos capazes de reflexão e posicionamentos críticos.

Em que pesem as diversas significações, atualmente, atribuídas ao conceito de cidadania e suas formas contemporâneas de manifestação, a esfera pública continua sendo designada como fórum de indivíduos, atuando enquanto cidadãos, com capacidade crítica de julgar, permitindo a formação de opiniões públicas que devem orientar as ações e proposições do Estado. O potencial crítico destas opiniões assegura a possibilidade de auto-regulação da sociedade civil e reversão de decisões tomadas na esfera do poder público.

Assim, não se pode negar que na vida cotidiana das pessoas ocorrem momentos de sociabilidade e de tensões entre diferentes posicionamentos e opiniões sobre temas diversos e nem sempre as comunidades dispõem de espaços propícios para divulgar a divergência ou compatibilidade de opiniões. A grande mídia, sobretudo em período eleitoral, tende a reduzir a um mesmo denominador comum as variadas opiniões que convivem em um mesmo espaço social<sup>7</sup> e, a partir de métodos matemáticos aplicados a pesquisas de sondagem, sustentando quadros com poucas opiniões. Esse processo indutivo de formação de opinião que ganha *status* de pública pela atuação da grande mídia revela, em essência, a quantidade de opiniões cujo processo de formação é, muitas vezes, desconhecido e relegado a um terceiro plano. No entanto, não se pode negar a importância que a mídia assume como fonte de uma comunicação pública que traz à tona aspectos ordinários da vida política, social e cultural. Como também não podemos desconsiderar que, apesar da identificação da mídia como estrutura, usualmente, vislumbrada como espaço público que influencia e forma opiniões ao se inserir no ambiente privado dos lares e pautar temas que são debatidos na esfera pública política (parlamento), na verdade, tem-se de forma difusa na sociedade espaços públicos plurais.

O espaço público não é um, mas múltiplo; a cada espaço público não corresponde um tipo de agir, mas uma pluralidade de registros dos quais um pode ser predominante:

<sup>6</sup> Um dos aspectos que Sorj (2000) ressalta no processo de valorização do consumidor como cidadão está relacionado à criação pelo governo de mecanismos para incentivar a ação reivindicatória do consumidor cidadão. O autor se refere a uma sociedade de consumo onde é possível o consumidor-cidadão exercer os seus direitos políticos e sociais. Essa categoria é possibilitada pelo surgimento e adaptação de instrumentos legais, a partir da década de 1970, como o *Código de defesa do consumidor*, do Procon e do Ministério Público, órgãos que servem a interesses públicos.

<sup>7</sup> O termo espaço social é referenciado aqui nos termos de Hannah Arendt (2007) quando a autora estabelece nítida distinção entre atividades pertinentes ao mundo comum e aquelas referentes à manutenção da vida. A esfera pública se traduz em um espaço comum reservado à prática da ação humana. No mundo moderno, os espaços públicos e privados se justapõem formando uma esfera própria das "sociedades das massas", a qual Arendt designou de esfera social.

a expressividade identitária, a negociação estratégica, a intercompreensão racional, a conflitualidade, etc. (EME, 2003, p.165).

Esses espaços são vistos como autônomos porque estão ancorados aos "mundos vividos" das pessoas e, portanto, assumem as feições das especificidades do grupo que os constituiu. No entanto, a tensão que se estabelece entre a pluralidade de espaços públicos se dá quando há um confronto entre espaços públicos não oficiais, populares ou de agrupamento voluntário e espaço público político. A tensão decorre do fato desse último ser manipulado pelo poder estratégico que permeia o sistema político, já os primeiros são criados por ações comuns de indivíduos que tentam constituir uma esfera de compreensão e intervenção a respeito da sua realidade objetiva; entretanto, esses espaços não são uniformes e muito menos homogêneos. Trata-se de "espaços públicos vividos" (EME, 2003), na acepção habermasiana, os quais representam interesses de categorias social, exercendo poder social sobre as instituições públicas e demais instâncias da própria sociedade.

Tem-se, assim, espaços que comunicam anseios e necessidades individuais e coletivas, sediam processos de lutas por reconhecimentos, demandas de toda ordem, inclusive das chamadas minorias<sup>8</sup>, que produzem reivindicações específicas em forma de direitos voltados para determinados perfis socioculturais.

### Reconhecimento e espaço público: em busca de pluralidade e visibilidade

O reconhecimento tornou-se um conceito central nos debates políticos sobre a vida social. Para aqueles que se interessam pela discussão sobre as interfaces entre ação social e política nos espaços deliberativos de comunicação parece inevitável a consideração das atuais reflexões sobre justiça social e espaço público. O debate conceitual sobre reconhecimento é, cada vez mais, um tema fundamental relacionado ao espaço público, onde são demandadas necessidades e discutidos interesses oriundos do espaço privado. É importante apreender os aspectos privados e públicos da luta pelo reconhecimento. No coração desse debate, encontramos as noções morais e éticas, na busca de ser reconhecido.

<sup>8</sup> O conceito de minoria aparece neste trabalho como um segmento social destacado da "maioria". Diz respeito a grupos minoritários que se manifestam em oposição ao *status quo*, os quais partem de uma ação reflexiva e crítica em relação à realidade objetiva que os cerca. Eles se contrapõem à ordem estabelecida em processos da vida social, formando assim uma instância quantitativamente menor, mas qualitativamente importante e ativa do ponto de vista político. Como "lugar" de geração de demandas comuns a um grupo e protestos coletivos, a minoria protagoniza ações com pretensões transformadoras, sobretudo a inclusão social, respeito e afeto com relação ao outro (PAIVA, 2005).

O estatuto do reconhecimento é uma demanda social e política que remonta ao passado da sociedade moderna, mas hoje a sua legitimação está no centro de conflitos sociais atuais localizados no cenário multicultural e de carências sociais, em que se impõe a questão do respeito e da convivialidade entre indivíduos membros de culturas diferentes ou de segmentos sociais desfavorecidos do ponto de vista socioeconômico. Trata-se de atores sociais que reivindicam reconhecimento de seus direitos em uma sociedade marcada por diferenças de classes e rupturas sociais que se reforçam intrinsecamente.

Em geral, a demanda por reconhecimento vem da expectativa de confirmação de capacidades e de valor pelos outros. Essa demanda está vinculada às relações sociais ligadas à distribuição de formas de estima social aos indivíduos. O processo de reconhecimento pode começar em cada indivíduo e, entre eles, no meio da sociedade primária, como na família, pode-se constituir o momento inicial de reconhecimento a partir do qual torna-se possível apreender as outras formas de reconhecimento (HONNETH, 2003, 2004). Para John Rawls (1997), o processo de reconhecimento segue um caminho inverso daquele apontado por Honneth. Para Rawls, é a partir das instituições políticas que se dão as condições de ser reconhecido e depois esse processo se reproduz no meio familiar.

Mas, o reconhecimento é conquistado pelo sujeito quando este é tornado visível pelo outro. Trata-se de um processo intersubjetivo de reconhecimento, levando em conta a capacidade de percepção dos seres humanos. O sujeito objeto de reconhecimento deve se mediatizar de maneira expressiva e bem feita para ser percebido e recebido como membro reconhecido, então, visível na e pela sociedade. Esse é o “procedimento”, na perspectiva de Honneth (2003), para ser reconhecido e aceito por todos e fazer parte de uma vitrine social regulada por regras de comportamento, segundo códigos morais em uso.

Recentemente, ao discutir a temática da luta por reconhecimento, Habermas (2002), afirma que as constituições modernas efetivam direitos que cidadãos precisam reconhecer mutuamente para regularem seu convívio com aparatos do direito positivo. Assim como Honneth, esse autor acredita que relações de reconhecimento mútuo se apóiam no direito ou na moral. Ao recorrer à teoria da ação comunicativa, Habermas contesta a competência dos direitos de orientação individualista para dar conta de lutas por reconhecimento nas quais parece tratar-se, principalmente, da articulação e afirmação de identidades coletivas. Para o autor, a moral é superior aos conflitos porque, além de orientar comportamentos dos membros da comunidade, ela indica formas de resolver conflitos de ação a partir do entendimento pelo acordo mútuo, sem recorrer à violência. É nesse sentido que Habermas defende a ação comunicativa como uma ação social moralmente fundamentada e competente para subsidiar processos

de reconhecimento. Ou seja, mais uma vez, o teórico da ação comunicativa aposta no discurso subjetivo competente para mediar posições antagônicas de interesse.

Na verdade, para o indivíduo ser reconhecido, ele deve sempre fazer parte da cena social, representando seu papel nos espaços públicos onde ele possa ser visto e avaliado pela sociedade. É nesse sentido que Habermas acredita que o processo fundamental do reconhecimento passa, de início, pela constituição da identidade cívica, a qual é reforçada por meio das trocas comunicacionais entre indivíduos, no espaço público. Neste lugar, são estabelecidas normas como resultado de um procedimento de intercompreensão racional dos indivíduos e como princípio moral de universalização, ou seja, os fundamentos dos direitos civis e políticos do cidadão.

Segundo Lazzeri e Caillé (2004), no quadro da ética comunicacional defendida por Habermas, as regras da deliberação coletiva racional definem as condições de uma ética imanente à comunicação argumentativa na qual os interlocutores se reconhecem reciprocamente como sujeitos de convicção, aceitando o risco de inseri-los na discussão. Existem regras e normas, acordadas coletivamente, que são instituídas para garantir um debate em pé de igualdade (as regras do jogo são dadas antes que a discussão tenha sido feita na esfera de debate).

A estima de si mesmo constitui a tradução subjetiva do ato de reconhecimento. Lazzeri e Caillé sustentam que o reconhecimento não deve ser pensado somente de maneira positiva, mas também em uma perspectiva negativa. Esta abordagem valoriza as “fraturas morais” que permitem perceber a vulnerabilidade de um indivíduo ou de um grupo social em face de uma série de depreciações e de sua reprodução, sobretudo aspectos da negligência social. Isso pode acontecer quando os objetivos das lutas por reconhecimento não são claros para aqueles que fazem parte dela, promovendo conflitos das representações de si próprio e de identidade.

A esse respeito, Z. Bauman (2003) sugere que a questão do reconhecimento seja remetida ao quadro da justiça social e não ao de auto-realização, para acabar com o sectarismo no processo de demandas por reconhecimento. Esse autor considera que as demandas por reconhecimento se localizam em dois fenômenos: o colapso dos apelos coletivos por redistribuição (aqui Bauman recomenda os critérios de justiça social); e o crescimento da desigualdade. O autor, assim como Nancy Fraser (2005), acredita que reconhecimento não se dá sem referência à justiça redistributiva.

É preciso considerar ainda que critérios culturalistas e direitos humanos universalistas nem sempre formam base de lutas por reconhecimento. Nesse sentido, Nancy Fraser (2005) enfatiza que reconhecimento como vetor da justiça social pode estar associado a causas particulares de um determinado grupo, não necessariamente em defesa de direitos universais, mas em prol de direitos específicos, reivindicados por minorias.

Em uma perspectiva antiutilitarista, Honneth (2004), Lazzeri e Caillé (2004), François Flahault (2004) e Stéphane Haber (2004) propõem uma teoria do reconhecimento que leva em consideração objetivos do ator social não somente baseados nas finalidades utilitaristas, mas também em seus fins éticos e identitários. Mas, e no caso em que o reconhecimento é negado ao sujeito e a identidade do indivíduo se forma a partir da negação de seu reconhecimento social, quando os princípios do mérito e da igualdade não funcionam? Neste caso, as considerações de Nancy Fraser parecem mais associadas à realidade dos conflitos sociais de processos de reconhecimento apoiados por aquilo que é marcante em uma sociedade moderna: as diferenças socioculturais. Não se tratam de sociedades homogêneas, mas de universos sociais e, sobretudo, morais, diferentes, que convivem em um mesmo meio social.

O espaço público vislumbrado neste trabalho, em sua interface plural, em seu aspecto “mosaïque” (BASTIEN; NEVEU, 1999) é muito menos físico do que simbólico, tornado possível pela ação sociopolítica de pessoas privadas ou de coletividades – atores sociais – que se lançam em cenas públicas pelo usufruto do direito à liberdade de expressão, pelo viés da palavra pública. Nesse sentido, para além da afirmação de identidades pessoais, a palavra pública, que pode se justificar pelo seu caráter individualista ou coletivo (defesa de interesse comum), aponta para o alargamento do espaço público em termos de procedimentos democráticos, podendo chamar a atenção tanto de atores políticos como de pessoas ordinárias sobre a capacidade de emitir sua “verdade” pela divulgação de um evento de sua intimidade, de uma emoção ou percursos de vida.

Do ponto de vista da sociologia política, considera-se que novas formas de participação no espaço público a partir da palavra pública individualizada se traduzem em fenômeno que dialoga com os atuais pressupostos de espaços públicos plurais que abrigam formas autênticas e autônomas de leituras e reinterpretações de mazelas sociais e eventos ordinários que constituem a vida cotidiana de coletividades. Assim, o “[...] espaço público aparece quando uma palavra individual substitui uma palavra ‘em nome de ...’”. (TETÚ, 1995, p.298). Em oposição à perspectiva de hegemonia de um espaço público unitário, tem-se a noção de “espaços públicos parciais” (FAVRE, 1999) que se definem em meio à complexa conexão entre demandas públicas e privadas e são facilmente detectados em contextos locais. Nesses termos, “Os mundos vividos do local, do meio profissional, dos engajamentos associativos podem, então, logicamente, aparecer como ilhotas de capacidade deliberativa, de senso e de comunicação autêntica.” (FAVRE, 1999, p.52). Tais considerações remetem às chamadas formas de aumento em generalidade nos registros de palavra pública mediada em espaços públicos.

As formas de generalização<sup>9</sup>, dos regimes de justificação e dos imperativos discursivos, aos quais uma palavra pública deve se submeter para adquirir credibilidade e legitimidade e não ser desqualificada como simples expressão de uma patologia individual ou de uma reivindicação indiferente a toda consideração do bem comum, de uma vida juntos, são cada vez mais recorrentes, sobretudo, em espaços midiáticos. Trata-se da abertura no espaço público a partir de denúncias e justificações para a diversidade de problemas públicos e suas causas, questões individuais e coletivas que tentam penetrá-lo e nele se fazer entender (BASTIEN; NEVEU, 1999). Refere-se aqui às condições efetivas às quais agentes sociais ordinários ou coletividades não dispõem para acessar cotidianamente a fóruns públicos, aos espaços públicos oficiais ou até mesmo criar espaços de expressão alternativos a partir da catalização de palavras de anônimos difusos em contextos locais, testemunhos, manifestações pessoais e coletivas, onde possa vir à tona a emergência de um militância apolítico, colocando em questão o papel do engajamento, o contorno dos dispositivos representativos convencionais.

Essas formas de aparição pública de minorias, coletividades, pessoas anônimas se manifestam, inclusive, sob a forma social de espaços locais que assumem a feição jurídica de associações, conselhos, apontando para certo resgate de cunho republicano de virtudes cívicas em um movimento que, por vezes, sinaliza um retorno ao sentimento de comunidade. Nesse sentido, é possível compreender porque a teoria do reconhecimento passa obrigatoriamente pela discussão e reflexão da teoria e da estrutura do espaço público e dos fatores da justiça social. Mais uma vez, a dimensão discursiva e midiática do espaço público se inscreve na perspectiva de um processo de ampliação da democracia e fortalecimento de públicos capazes de intervir em processos da vida social, mesmo que circunscritos em um movimento de segmentação de públicos e de interesses no espaço difuso da sociedade civil, inclusive em pequenas formações sociais também designadas de comunidades.

<sup>9</sup> Termo utilizado por Boltanski (1984), em seu célebre texto “*La dénonciation*”, para designar generalizações que se traduzem em uma operação de comunicação, uma forma de construir o real, de compartilhar com os outros princípios de visão e de divisão do mundo social, cuja validade ultrapassa a experiência imediata. É também uma operação que permite a apropriação do mundo social, de falar em seu nome, de o representar; é uma condição de acesso legítima aos debates públicos servindo de ponto de apoio tanto à crítica quanto ao estabelecimento de acordos sobre o bem comum. Estão quase sempre inscritas em denúncias e justificações de sujeitos que se lançam na cena pública em busca de dar visibilidade às suas concepções críticas sobre seu mundo vivido.

## Espaço público e espaço comum: desafios da mídia comunitária

Caracterizar e compreender configurações locais de espaços públicos dialógicos, fundados no debate de opiniões entre indivíduos reunidos em torno de comunidades, localizadas geograficamente ou definidas segundo critérios étnicos ou religiosos, implica encontrar denominações para suas ações, seja no amplo espaço de suas vidas cotidianas, de seus locais de reunião de debate, como, em especial, das juridicamente denominadas mídias comunitárias. Tais mídias ora se voltam para temas de interesse comum a toda a comunidade, ora difundem opiniões privadas dos seus detentores e aliados. Neste sentido, são espaços públicos comunitários que não necessariamente se dedicam à causa do interesse comum, por mais que portem a denominação de mídias comunitárias. São comunitárias quando se ocupam da tematização de identidades, valores, idéias, pensamentos e opiniões que remetem diretamente à comunidade dos indivíduos que constituem seu público ativo ou receptor; quando buscam a formação de consensos pela via das afinidades de interesses e da formulação de objetivos e práticas sociais. Este espaço público comunitário promovido pelas pequenas mídias pode ser marcado pela diferença de posicionamentos, pelo pluralismo de opiniões, pela heterogeneidade e conflito de posições, pela publicização e visibilidade de argumentos. É possível nesse espaço a construção de um ou mais consensos, provisórios ou relativamente permanentes, mas depende, essencialmente, da afinidade na busca da proposição de representações e entendimentos que sejam válidos para a comunidade em geral, comuns à maioria.

A divergência de opiniões e a tentativa de construção de uma discursividade pelo viés procedimental são os fatores que fortalecem a noção de público comunitário, fundamental para tornar possível a comunicação dialógica nesse espaço. Ou seja, a esfera pública comunitária pode gerar processos democráticos dos quais resultam opiniões públicas que favorecem ou representam. No espaço público comunitário a opinião se apresenta a partir da solidariedade entre indivíduos ativos que partilham interesses semelhantes, comuns a um determinado grupo.

Nesses ambientes comunitários, retorna-se às premissas do espaço público enquanto espaço formador de cidadania, de indivíduos politicamente ativos e autônomos, em busca de modelos societários democráticos, igualitários e emancipatórios. Tassin (1991) esclarece que é na coexistência cotidiana que se reforça o “ser em comum”, que se constrói a retórica ontológica da comunidade. Aqui a exposição da palavra traduz um posicionamento a respeito de um objeto comum a um grupo. Essa exposição pública se dá em nome do corporativismo de interesse particular que forma a base de uma solidariedade orientada por um “princípio superior comum” entre os participantes de uma comunidade de comunicação.

Ao contrário disso, o espaço público se viabiliza pela exposição de elaborações subjetivas que se tornam públicas ao serem objetivadas no ato da palavra pronunciada na cena pública. Percebe-se, assim, que o espaço público não é um evento dado, natural, que simplesmente, manifesta-se fisicamente em um determinado local. Esse espaço resulta da organização política, de fluxos comunicacionais, para tornar possível, entre outras coisas, um lugar comum de participação e comunicação. Na verdade, o que vai definir um espaço público são as formas e as condições de outorga da palavra concedida tanto ao indivíduo anônimo como a entidades representativas da sociedade civil. O caráter público e político deste espaço será tanto maior quanto mais visibilidade for dada aos processos discursivos, às críticas ao poder e à diversidade de conteúdos opinativos e temáticos, gerados a partir da liberdade política e individual, a qual deve ser garantida pelo Estado de direito a todo cidadão.

A liberdade privada é o primeiro passo para garantir o direito político à associação de indivíduos privados em contextos de manifestação pública. Nesse sentido, não existe liberdade pública sem antes desfrutarmos da liberdade privada. É importante para a consolidação de uma esfera pública evitar a entropia, a partir da realização de trocas de informações, relacionamento com o universo institucional exterior a esse espaço, assim como com outros espaços de deliberação e comunicação (como associações, clubes, centros e movimentos sociais, outros veículos de comunicação). O problema da entropia e a falta de engajamento são dois dos problemas que dificultam a configuração e permanência de espaços públicos, como novos espaços políticos e sociais.

Nos termos de Georges Labica (1995), os três fatores de engajamento que tornam possível o espaço público – comunidade, identidade e individualidade – estão diretamente associados ao processo de busca pelo reconhecimento de diferenças socioculturais de minorias (FRASER, 2005) ou até mesmo do indivíduo anônimo que deseja visibilidade na cena pública (HONNETH, 2003). Esses fatores, por sua vez, podem também se desdobrar em causas públicas sustentadas por ações políticas protagonizadas por pessoas físicas e entidades civis no espaço público.

A questão da comunidade e da identidade está atrelada ao sentimento de pertencer a um modo de vida, local, cultura, nação ou etnia. O local, nesse sentido, refere-se não apenas a um território, mas também à noção de lugar onde se vive, não diz respeito somente ao vínculo territorial do *habitat*, “[...] mas, sobretudo o lugar, não obrigatoriamente, territorializado, onde se manifestam conflitos e o efeito das decisões em termos de desigualdade de todas as ordens, de emprego (ou desemprego), de transporte, de acesso à cultura (de escolaridade), de saúde etc.” (TETÚ, 1995, p.290). O local, nesses termos, é um lugar onde se faz política, produzem-se e reproduzem-se culturas, opiniões, onde se configura a realidade da ação social e

política. É o *locus* de vida totalmente penetrado pela comunicação por meio da qual tudo pode ser compartilhado, tornado comum.

Os vínculos solidários se dão para a aproximação de pensamentos e opiniões. Já a individualidade diz respeito à participação do sujeito motivada pelo interesse em um determinado debate que traduza necessidades ou demandas social, cultural ou política que podem se tornar causas coletivas. Esse processo se dá, em geral, pela via da denúncia (BOLTANSKI, 1984), pelo testemunho de experiências vividas que dizem respeito à insatisfação do indivíduo diante da sua vida social ao perceber e refletir criticamente sua realidade objetiva ou, simplesmente, a motivação vem do desejo de publicizar anseios de sua intimidade, percursos de vida.

Os espaços públicos como espaços comuns, nas suas mais variadas versões e estruturas, com suas qualidades e limitações, traduz-se em fator fundamental para garantir a dinâmica e vigência de práticas democráticas e processos de transformação social e política. Para além da atuação restrita de espaços públicos comunitários e da sua ocupação por interesses comuns, é importante não perder de vista a importância dos demais espaços comunicativos e o grau de comprometimento de suas representações de temas e questões vinculadas ao interesse comum de minorias ou majorias.

O mais importante a enfatizar neste momento é a comunicação como instrumento de diálogo e de troca de experiências que se traduz, de certa forma, em um indício de organização de esferas discursivas pautadas em uma racionalidade comunicativa. A mediação de opiniões e debates de atores sociais pertencentes à comunidade torna possível o desenvolvimento de espaços públicos animados por valores éticos e morais compartilhados por cidadãos que participam do processo democrático de interpretação e leitura da realidade local ou comum.

É a consciência associativa de grupo que nutre as ações coletivas organizadas em prol do reconhecimento de demandas e necessidades, não necessariamente universais, mas às vezes específicas a cada comunidade. Os espaços para tornar visíveis debates e reivindicações de uma justiça social podem estar nos veículos alternativos e comunitários de comunicação. Cabe à comunidade a escolha deliberada de ser protagonista ou destinatária de programas e de projetos que se deseja levar adiante. Nesse sentido, evocam-se as rádios comunitárias, nos termos suscitados por Cecília Peruzzo (2004), como meios de veiculação de conteúdos que expressam interesses e demandas de minorias em uma linguagem que representa a diversidade cultural, étnica e territorial, a qual, muitas vezes, é negligenciada pela indústria da comunicação de largo alcance.

Passa-se, agora, aos resultados do estudo de casos de rádios comunitárias de alcance restrito no Brasil e na França. Tratam-se de mídias associativas<sup>10</sup>, cujo espaço constituído de comunicação se pauta em interesses privados organizados na forma legal de associação, demandante do serviço de radiodifusão comunitária junto ao poder público. Essas rádios são instrumentos de difusão de ideais comuns a um ou mais grupos e, nem sempre, representam interesses da maioria da comunidade local. Na verdade, as rádios comunitárias são, *a priori*, resultados da ação organizada e mobilização de indivíduos privados que se reúnem numa entidade civil em defesa de interesses de uma coletividade.

### Rádios comunitárias: casos estudados na França e no Brasil

A partir do estudo de caso e da comparação entre experiências de rádios de associações sem fins lucrativos na França e no Brasil afirma-se que as rádios de alcance restrito, levadas em consideração neste trabalho, traduzem-se tanto em fenômeno territorial como sociocultural. Isto porque existe uma relação importante entre dimensão espacial e proximidade moral, cultural, além de similitudes e diferenças em relação a condições de existência na cidade entre os habitantes pertencentes a localidades para as quais as rádios de associação investigadas prestam serviço de comunicação local. Essas mídias se manifestam como arenas sociais e, muitas vezes políticas, permeadas por distintas orientações de ações e formas de engajamento. Os espaços das rádios estão referenciados nos pressupostos da democracia como: participação, pluralismo, reconhecimento do “outro”, comunicação, cidadania, direitos fundamentais (em especial, o direito à liberdade de expressão). Nem sempre esses elementos se mostram ao mesmo tempo na observação da performance das mídias locais pesquisadas, mas são referências fundamentais para nortear as ações, interesses e funcionamento dessas emissoras enquanto meios de comunicação a serviço do interesse público.

### Rádios associativas na região *Nord-Pas-de-Calais*

Na região do *Nord-Pas-de-Calais*, na França, foram estudadas em profundidade cinco rádios associativas, as quais podem ser compreendidas como veículos de comunicação com distintos perfis de atuação. A diversidade de propostas

<sup>10</sup> A denominação não é original, a lei francesa sobre audiovisual nomeia as rádios locais não comerciais e não públicas de rádios privadas associativas. São meios de comunicação demandados por associações ou fundações sem fins lucrativos.



e do universo de representações culturais é a característica mais marcante desse sistema de comunicação. Segundo dados dos Comitês Técnicos Radiofônicos regionais – CTR's, existem 547<sup>11</sup> (dados do Conselho Superior Audiovisual de 31 de dezembro de 2003) rádios associativas em funcionamento na França, o que representa 24,9% do total das frequências autorizadas pelo CSA.

Na França, o estudo foi realizado nas rádios: *Rencontre*, *Canal Sambre Avesnois*, *Pacot Lambersart*, *Campus FM* e *Pastel FM*. De início a classificação dessas rádios obedece às tendências e aos princípios do projeto radiofônico e da programação de cada uma delas, as quais podem ser consideradas emissoras **generalistas** (estas desenvolvem um projeto de animação local dando um espaço significativo à programação local musical variada, seguida de tendências musicais contemporâneas), **comunitárias** (adotam um modelo próprio, valorizando as práticas culturais de uma comunidade étnica, religiosa) **territoriais** (são meios de comunicação orientados por um projeto radiofônico de afirmação da identidade regional ou territorial), **interculturais** (essas rádios têm um perfil muito próximo daquele das rádios comunitárias, mas essas compartilham o espaço radiofônico de maneira equilibrada entre as diferentes culturas que são representadas na grade de programação) e **generalistas a temas** (são emissoras cujo projeto radiofônico propõe ações multitemáticas, mas com uma forte programação musical, cujas músicas difundidas refletem culturas de diversas nacionalidades).

Em geral, estamos falando de meios de comunicação de centros sociais, regionais e de territórios (comunitárias e generalistas) que oferecem uma programação bastante variada dando espaço aos seguintes gêneros: informação, magazine, cultura, jogos, músicas, humor, conselhos, entrevistas, anúncios pagos e gratuitos, entretenimento. Há uma tendência nacional, desde a década de 1980, da prevalência de conteúdos musicais, o que permite o preenchimento da grade horária. As emissões musicais são a maneira mais simples e menos onerosa de manter a frequência. Mas, a programação musical com tendências distintas é para as rádios um modo particular de valorizar a diversidade cultural marcante na paisagem social local.

As emissões consideradas interativas são consagradas a jogos apadrinhados por entidades culturais locais, associações e estabelecimentos comerciantes (bilhetes de cinema, espetáculos, brindes promocionais). A distribuição de brindes se configura em estratégia para chamar a atenção dos auditores. Essas rádios priorizam os temas relacionados à vida local. Nos programas de interesse local são veiculadas informações de serviço e de entidades do tecido associativo local.

Essas mídias associativas oferecem emissões temáticas com convidados artistas locais, intelectuais, representantes de associações e de movimentos sociais, produtores culturais e gente anônima. A participação dos convidados está sob controle do animador, já que cada um é responsável pela sua emissão. Há ainda a difusão da chamada “entrevista documentário” que se baseia no gênero “palavra documentário” proferida por pessoas anônimas que contam a sua história de vida durante um programa específico.

A informação local é normalmente elaborada pelos animadores voluntários, como também pelos assalariados ou jornalistas, mas não podemos deixar de reconhecer que essas rádios são, sobretudo, espaços onde o amadorismo é importante. Nos programas informativos é preponderante o gênero “magazine de imprensa” e os flashes de informações, um formato comumente utilizado quando se trata de anúncios das associações. Globalmente, constata-se que essas rádios recorrem a bancos de programas (Rádio França Internacional e *Échanges & Productions Radiophoniques* – EPRA) para assegurar um serviço de informação nacional e internacional aos seus auditores.

Essas rádios são elegíveis a fundos de financiamento que apóiam a expressão radiofônica, como o Fundo de Suporte à Emissão Radiofônica – FSER – criado pelo governo. Os recursos do fundo podem ser destinados à manutenção da emissora, compra e renovação de equipamentos técnicos e instalações. O FSER é mantido por uma taxa parafiscal sobre as receitas publicitárias das rádios e televisões privadas comerciais. Mas, para que as rádios locais privadas que se beneficiam de verbas publicitárias recebam a ajuda do Fundo, elas devem obedecer ao dispositivo da lei 86-1067, de 30 de setembro de 1986, que limita em menos de 20% a publicidade sobre o total de receita da rádio. No entanto, a carência de recursos financeiros e a falta de pessoal são evocadas pelos dirigentes das rádios como a razão principal da ausência ou pouca frequência de programas de debates ou espaços para promoção da palavra do ouvinte.

O profissionalismo não é somente um objeto de preocupação das mídias privadas comerciais, mas também daquelas que funcionam sem fins lucrativos. A busca de audiência e de qualidade das emissões faz das rádios associativas mídias submissas a algumas estratégias para conquistar o seu público. Essa preocupação das emissoras está associada à sua legitimação como instrumento de comunicação local. A taxa de audiência tornou-se um alvo de interesse para essas rádios na medida que se traduz hoje em fator importante e, em alguns casos, determinante, para serem contempladas por recursos locais públicos e privados. A esse respeito, Robert Prot (1985) considera que as rádios sustentadas por subvenções públicas locais e que são criadas a partir de municipalidades devem ser objeto de reflexão, porque a autonomia desses meios pode ficar comprometida.

<sup>11</sup> O CSA mantém CRT's em doze regiões da França: Toulouse, Rennes, Poitiers, Bordeaux, Nancy, Clermont-Ferrand, Lille, Lyon, Paris e Marseille.

Essas mídias, apesar de adotarem estratégias comerciais para estabilidade da programação, conquistar e preservar sua audiência e manter sua estrutura, tentam preservar sua autonomia em relação ao mercado e aos poderes locais constituídos. Elas são dependentes do voluntariado como força motriz de todo trabalho realizado nas rádios; é o que lhes garante também um caráter amador, criativo e menos padronizado.

### Casos das rádios comunitárias no Distrito Federal, Brasil

Ao contrário da França, no Brasil muitas rádios locais funcionam sem autorização do Executivo, o que permite dizer que no país existem emissoras livres não regularizadas. O atual quadro<sup>12</sup> de concessões de rádios comunitárias no país pode ser traduzido nos seguintes números: são 2.353 rádios autorizadas em 2.178 municípios, 1.364 processos encontram-se em tramitação no Ministério das Comunicações e 4.555 pedidos de concessão estão arquivados. No total, entre autorizadas e não legalizadas, existe uma estimativa de 35 mil rádios locais em funcionamento no país<sup>13</sup>.

Na análise das demandas e projetos de rádios comunitárias legalizadas de cinco associações do Distrito Federal, em cinco localidades diferentes, encontramos distintas motivações para operar o serviço de radiodifusão local de caráter comunitário. As radiodifusoras contempladas estão implantadas em cidades satélites, localidades periféricas em relação ao Plano Piloto de Brasília, a saber rádios: *Utopia FM*, *Comunidade FM*, *Paranoá FM*, *Sobradinho FM* e *Líder FM*. Destacamos quatro prerrogativas fundamentais que orientam as entidades associativas a demandarem o serviço ao Poder Concedente: religiosidade associada à filantropia, questões sociais como habitação, cultura (músicas temáticas) e ações e projetos comunitários. Na avaliação de amostras de projetos associativos, constatou-se a defesa de propósitos comuns a um ou mais grupos da localidade, sejam eles sociais, culturais ou confessionais, mas estes nem sempre se referem a interesses difusos que podem surgir em uma formação social tão pouco coesa como é a comunidade territorial contemporânea.

A relação entre política partidária e concessão, por exemplo, é considerado um dos atalhos nos quais as associações demandantes do serviço depositam suas expectativas para obtenção de outorga. Não são raros os políticos que se comprometem diante da “comunidade” a intermediar o processo de autorização da licença, omitindo

<sup>12</sup> Dados referentes a maio de 2006 fornecidos pelo Ministério das Comunicações.

<sup>13</sup> Informação concedida pela Associação Brasileira de Rádios Comunitárias, em 2005.

e desconsiderando a validade de critérios técnicos, como viabilidade geográfica para implantação de uma operadora de rádio em uma localidade. Seria possível evocar outras deformidades de práticas políticas no sentido de distorcer o processo de demanda de rádios comunitárias, mas o intuito aqui é problematizar as diferentes ações sociais propostas nos projetos das associações demandantes do serviço e seu efetivo desdobramento no espaço radiofônico da emissora.

Tratam-se de emissoras que apresentam características tanto de um serviço local de comunicação como de uma rádio facilmente identificada como veículo de comunicação comercial, inclusive do ponto de vista do modelo de gestão e de programação. Assim, pode-se dizer que as rádios comunitárias estudadas na região brasileira do Distrito Federal enquadram-se na seguinte tipologia: **generalista particular** (são aquelas que seguem o modelo de comunicação comercial das rádios privadas comerciais, a direção da emissora é centralizada nas mãos de um político ou empresário, veiculam informações locais, mas a grade de emissões não é plural); **generalista comunitária** (são as emissoras que seguem o formato padronizado das rádios comerciais, mas têm projetos radiofônicos orientados pelos interesses públicos da localidade, apresentam emissões e conteúdos de interesse apenas local), **confessionais** (são aquelas emissoras comprometidas com a orientação de apenas uma crença religiosa, tem direção centralizada pelos membros de uma determinada prática confessional, os conteúdos exibidos são de interesse apenas da comunidade religiosa, podendo também apresentar vínculos com um partido político) e **intercultural comunitária** (são mídias que adotam um modelo próprio de programação, sem estar presas a formatos Standard, a gestão da mídia é descentralizada e é dada prioridade para necessidades e demandas locais, em termos de informação e difusão de diferentes práticas culturais que convivem na localidade, valorização da diversidade cultural local).

Essas emissoras difundem, em geral, conteúdos como: informações locais, regionais e nacionais; opiniões, músicas de diversos gêneros; conselhos (auto-ajuda); entrevistas, anúncios pagos e gratuitos; campanhas públicas (saúde, educação), divulgação de iniciativas da própria rádio e da associação gestora da mídia e do tecido associativo e das instituições locais.

É importante destacar que as rádios comunitárias na região pesquisada apresentam uma prática discursiva apoiada nas mazelas sociais características das localidades onde estão implantadas. As emissoras estudadas estão localizadas em cidades periféricas, com baixos índices de desenvolvimento humano. Os temas da pobreza, violência urbana, problemas relacionados à infra-estrutura urbana, críticas dirigidas às instâncias de poder público local, demandas por políticas públicas, denúncias, pedidos de ajudas, apoio material dos ouvintes perpassam toda

programação. Essas rádios se constituem em importantes canais de comunicação entre espaço público político local e sociedade civil.

A programação das rádios avaliadas apresenta, em grande parte, emissões musicais, com intervenções episódicas dos locutores e; quando há intervenção do ouvinte, esta é basicamente para pedidos musicais, no entanto, nas emissoras que desenvolvem emissões específicas que tratam da vida social local, há intervenções críticas e propositivas tanto da parte do comunicador como dos ouvintes. Observou-se que não são raros os programas de debates, entrevistas e jornalísticos que trazem políticos, administradores públicos para prestarem esclarecimentos diante de questionamentos e reclamações da comunidade. Há também programas que buscam valorizar os artistas locais, eventos e iniciativas culturais e políticas oriundas da comunidade, do tecido associativo local ou da ação organizada ou individual dos cidadãos moradores da localidade, como shows, passeatas, mobilizações sociais, trabalhos comunitários. As emissões são também espaços privilegiados para publicização da palavra do cidadão comum, a partir de denúncias, reclamações e testemunhos de situações de risco vividas pela comunidade (violência, desemprego, vícios, acidentes). A grade de programação também é espaço para difusão de diferentes gostos musicais que fazem sucesso no circuito comercial.

A carência de recursos é o maior desafio enfrentado para manutenção de todas as rádios entrevistadas. As emissoras comunitárias brasileiras não contam com recursos governamentais porque não há fundos públicos previstos para subsidiar iniciativas de radiodifusão comunitária no Brasil. As emissoras são proibidas por lei de praticar publicidade comercial, podendo, apenas, captar “apoios culturais” no comércio e instituições locais. Por se tratar de um serviço de radiocomunicação de alcance restrito, dificilmente as rádios conseguem captar apoios financeiros de instituições públicas e privadas. O voluntariado é fundamental para manutenção do sistema, mas, comumente ele está associado há uma possibilidade de remuneração, já que muitos locutores captam anunciantes para seus programas e, portanto, garantem, mesmo que esporadicamente, alguma gratificação pelo serviço prestado à rádio. Mas, também é possível encontrar um tipo de engajamento à emissora apenas pela adesão ao projeto radiofônico da mídia comunitária ou para exercitar o ofício de radialista. A análise comparativa que se segue está referenciada nos cinco casos estudados em profundidade, tanto na França como no Brasil.

### Análise comparativa: casos França e Brasil

Pode-se dizer que apreender a paisagem das rádios associativas na França e das rádios comunitárias no Brasil se constituiu em grande desafio por se tratar de

mídias situadas em contextos socioculturais e econômicos distintos e, sobretudo, pela dificuldade em mapear em meio às contradições do universo de prestação desse serviço a transição entre práticas referentes ao espaço privado e aquelas próprias ao espaço público. De uma certa maneira, as práticas discursivas veiculadas nas rádios associativas e comunitárias estão atreladas aos domínios da vida privada, fazendo com que a própria sociedade civil tenha uma maior visibilidade e sensibilidade para os novos problemas e desafios sociais, conseguindo captá-las e identificá-las antes mesmo das instituições públicas e dos centros da política. A esfera pública, nesse sentido, emerge quando estruturas comunicativas se voltam para os problemas da sociedade civil. Nesse sentido, a rádio local pode sediar a transição do espaço social para o espaço político e vice-versa, sem que sua potencialidade comunicativa se restrinja ao tratamento de necessidades do foro íntimo ou de debates esclarecidos sobre temas de interesse público, podendo se traduzir também em espaço comunicativo para abrigar manifestações musiciais, programas de entretenimento. Essas mídias podem ser identificadas como espaços comunicativos disputados por diferentes interesses que representam campos, às vezes, contrários, de opiniões e vontades em uma mesma localidade. Cada uma das emissoras levadas em consideração neste estudo se constitui em mundo social específico no qual se combinam e se tencionam diferentes ações, comunicativa e/ou instrumental, nos termos de Habermas (1987).

Olhar para esses universos permeados por diferentes motivações de engajamentos de locutores e diretores, formatos e preocupações em jogo na grade de programação tornou possível avaliar as orientações de ações (cívicas – voltadas para o bem comum-; opinativas – originárias da busca por reconhecimento pessoal – ou empresariais – pautadas na perspectivas do lucro, na profissionalização) praticadas nesses espaços, o que, por sua vez, permitiu considerar algumas das suas manifestações como momentos de esferas públicas, de espaços comuns e de esferas privadas. Acontecimentos relacionados à cidade, suas contradições, distúrbios sociais, desafios, perspectivas de transformação de cenários caóticos, problemas urbanos, efervescência cultural, são elementos presentes nas manifestações discursivas, em múltiplas linguagens, das rádios associativas francesas e das rádios comunitárias no Brasil.

No que concerne aos meios de financiamento das rádios locais, tanto na França como no Brasil, essas mídias apresentam uma estrutura organizacional calcada em uma certa lógica mercantil, como veiculação de publicidade comercial para garantir recursos de manutenção da emissora. Algumas rádios são parte da estrutura funcional de associações e outras são a própria entidade associativa que só existe para administrar a emissora. No caso francês há uma rádio associativa, a *Campus FM*, uma emissora generalista a tema universitária cujo estatuto associativo como o projeto radiofônico da mídia proíbe a prática de publicidade comercial durante a

programação. No caso brasileiro, algumas emissoras, como a *Utopia FM*, tentam evitar o excesso de apoios culturais, alguns locutores optam por não veicular anúncios pagos em seu programa, mas a falta de subsídio público para manutenção das mídias comunitárias as conduz à captação de recursos junto ao comércio e instituições e entidades públicas e privadas locais. Algumas rádios chegam a ter um setor financeiro em sua estrutura para atração de apoios financeiros. Observa-se que a preocupação com captação de aportes materiais, que quase sempre está atrelada à busca pelo profissionalismo, compromete o caráter democrático e participativo da emissora que, para manter sua estrutura, assume compromissos com seus financiadores, tais como profissionalização de seu pessoal, renovação de equipamentos e seleção de temas que devem ser evitados na antena.

### Dimensão democrática-participativa das rádios

Trata-se aqui do grau de participação dos atores sociais locais (cidadãos, associações civis e políticas, instituições públicas e privadas) no espaço comunicativo das rádios, em termos de inclusão e intervenção não só nos programas como nas instâncias decisórias que versam sobre o funcionamento da rádio (reuniões de pauta, avaliação das emissões). Tanto no Brasil como na França, essas mídias são abertas à participação dos ouvintes e entidades civis locais, mas quase nunca concedem espaço para o público local intervir em reuniões entre membros da emissora para decidir sobre programação e atuação do veículo de comunicação. É mais comum a participação do ouvinte e entidades locais em duas situações: pedidos musicais e reclamações dirigidas ao poder público (Brasil) e pedidos musicais, divulgação de iniciativas de associações, exposição de aspectos culturais de diferentes populações que convivem na mesma localidade (França).

No caso específico das emissoras brasileiras, é muito recorrente a participação direta dos ouvintes (falando ao vivo, pessoalmente ou por telefone) ou indiretamente (a partir do locutor que media diferentes solicitações) fazendo denúncias, pedidos de ajudas materiais (remédio, comida, roupas) para sensibilizar a população ou reclamações de calamidades públicas e temas polêmicos suscitados para alcançar os poderes locais.

No caso francês, são mais frequentes debates sobre temas polêmicos a respeito de direitos humanos, processos migratórios, conflitos étnicos e sociais, condição humana e social dos estrangeiros naquele país. Estes conteúdos são recorrentes na programação das rádios associativas comunitárias, interculturais e de território pesquisadas.

Essas rádios servem como espaço de exposição da diversidade sociocultural no Norte da França. Em uma das emissoras (*Canal Sambre*) pode-se encontrar emissões que tratam da memória do operariado da região e testemunhos de pessoas que vivenciaram experiências em relação a processo migratórios, desempregos, maus tratos. Nas rádios francesas, em geral, é marcante a presença de representantes do tecido associativo local e emissões que veiculam temas, informações, discursos opinativos vinculados à vida social local. Observou-se que as rádios locais brasileiras têm um vínculo pouco consolidado com o sistema associativo local, sobretudo com entidades civis, mas apresentam fortes laços com Igrejas e comércio local e, em alguns casos, com instituições do poder público local (prefeituras).

Tanto na França como no Brasil, nota-se que as emissoras locais carecem de projetos associativos que orientem a política de comunicação da rádio e priorize objetivos inscritos em seus projetos de concepção. Na França, o vínculo do veículo de comunicação com a associação da qual surgiu é mais acentuado, sobretudo, porque em alguns casos a rádio é apenas uma das atividades da entidade civil. No caso brasileiro, as emissoras são mais desatreladas em relação à vida associativa e apresentam performance independente dos princípios da associação, nitidamente criada para demandar o serviço de radiodifusão comunitária ao Poder Concedente. Nos dois países, o poder social<sup>14</sup> das rádios de associações se reflete nos momentos em que a rádio se traduz em aparato de comunicação utilizado por locutores e ouvintes para chamar a atenção da sociedade civil e do poder público em relação a problemas vivenciados por membros da “comunidade”. O papel da rádio como vigilante da ordem pública local remete ao exercício desse poder desempenhado pelas emissoras comunitárias quando estas estabelecem contato com os poderes públicos instituídos na localidade, pressionando por medidas que resolvam problemas identificados e apontados pela rádio a partir também de denúncias da própria população. Os efeitos de tal poder social se manifestam quando representantes das instituições públicas locais se utilizam do espaço da rádio para prestar esclarecimentos ou fazer anúncios públicos para os ouvintes-cidadãos como uma forma de responder a demandas e pressões exercidas pelo tecido social local a partir da rádio frente a importantes questões da vida social da localidade (segurança pública, proteção aos refugiados políticos, preservação da memória patrimonial de uma cidade, bairro ou região).

<sup>14</sup> A concepção de poder social está referenciada em Tocqueville (1967, 2005) e Habermas (1997) para os quais o poder social resulta da atuação de entidades civis e políticas que representam forças de imposição de interesses superiores capazes de alcançar o núcleo do poder administrativo. Habermas interpreta o poder social como medida para a força de imposição de interesses organizados. Em termos habermasianos, as rádios locais podem exercer esse poder à medida que representam interesses sociais relevantes que causam algum impacto nas instituições decisórias do poder público. Ou seja, quando a rádio comunitária estabelece uma comunicação com entidades públicas a partir de recursos discursivos cujos conteúdos remetem ao tratamento de temas de interesse de uma coletividade.

A pulverização da política nos espaços sociais é inibida mediante a vigência de um quadro democrático ainda perpassado por condições pré-políticas de exercício da cidadania no espaço público, como acesso restrito a direitos fundamentais e à *citê*. A limitada participação cidadã na instância da rádio está atrelada a dois elementos principais: burocratização dos procedimentos de admissão de locutores que inibe, inclusive, a participação espontânea do ouvinte-cidadão, entidades civis, instituições e apatia do público em se envolver com um instrumento de comunicação local que exige um certo grau de engajamento.

A participação social no modo de operação das rádios locais esbarra no clássico problema das democracias contemporâneas, inclusive na França e de forma mais acentuada no Brasil, da atuação módica da sociedade civil, além de intervenções renitentes de práticas sistêmicas no mundo da vida. A função histórica da sociedade civil se traduz em constituir, a partir dos partidos políticos e da opinião pública, a ligação entre a sociedade e o Estado. É nesse âmbito que se consolidam as diferentes demandas sociais e os processos de legitimação do Estado.

No caso da sociedade francesa, nota-se que há a presença de um importante desempenho de um tecido associativo que atua na paisagem social e política desse país promovendo iniciativas civis de recomposição de rupturas sociais, a partir, sobretudo da operação de uma certa solidariedade civil (DACHEUX, 2003). Trata-se de um cenário social perpassado por tensões socioculturais em decorrência daquilo que hoje caracteriza as sociedades ocidentais: a heterogeneidade acentuada pelo multiculturalismo. No entanto, nesse país, constata-se também a persistência de vínculos sociais entre sujeitos oriundos de universos étnicos diferentes calcados na tolerância, a qual se apresenta como insuficiente para permitir uma convivência intercultural menos restrita e superficial. Dessa forma, identificamos contradições, limites e originalidade nas formas de manifestação de espaços públicos contemporâneos tanto no universo francês como brasileiro de rádios locais.

Em geral, a história da sociedade brasileira revela uma acanhada organização e ação cívica dos agentes sociais. Essa desarticulação entre sistema político e sociedade só facilita a autonomia dos atores políticos. Uma explicação pertinente para tal desequilíbrio pode ser dada pelo alto grau de exclusão educacional, social e econômica no Brasil<sup>15</sup>, que corresponde a uma certa exclusão política, como comenta apropriadamente José Murilo de Carvalho (2000, 2002). Além das barreiras

<sup>15</sup> Aliado a essa situação, temos, ainda, a má formulação ou inexistência de políticas públicas que, de fato, contemplem e atendam às demandas e necessidades dos cidadãos brasileiros. No que diz respeito à radiodifusão, podemos nos referir às modalidades de controle político e social das mídias no Brasil. As leis tornam-se muitas vezes contraditórias por serem elaboradas de acordo com as demandas sociais, mas executadas conforme a vontade do poder político que se estabelece no âmbito do Legislativo, como representante do povo.

históricas para formação de um *ethos* público no país (LAVALLE, 2004) e processos interrompidos de configuração de uma esfera pública brasileira, muitas vezes, restringindo-se ao âmbito da imaginação de um espaço nos termos descritos por Habermas e Arendt (RIBEIRO, 2004). Tudo isso reflete no tímido exercício da vida pública pelo cidadão brasileiro, inclusive no que diz respeito ao seu engajamento em ações cívicas do tipo associativa. No entanto, sabe-se de experiências originais de protagonismo da sociedade civil frente ao poder central do Estado, tornadas possíveis pela materialização de conselhos cívicos (GOHN, 2000), gestão pública participativa e dos movimentos associativos (AVRITZER, 2000, 2003; DEMO, 2001), dentre outros, os quais, mesmo que, em muitos casos, de forma incipiente, têm arejado o tecido social brasileiro perpassado por um processo sócio-histórico de apatia cívica e política e distorções na formação da nossa república (VIANNA; CARVALHO, 2000).

### Dimensão pluralista das rádios: em busca do reconhecimento

O reconhecimento do outro, seja em termos de diferenças socioculturais ou da individualidade da pessoa humana em sua singularidade, é um dos “remédios” para alcançar a justiça social. Reconhecer diferenças culturais, sociais, ideológicas, partidárias é vital para o desempenho de uma sociedade democrática. Mas o reconhecimento, assim como a geração de direitos, não se dá naturalmente, isso demanda espaços de exposição e condições discursivas para ouvir e falar a respeito daquilo que não é consenso em meio a uma sociedade pluralista. Nesse sentido, o reconhecimento como um processo encontra no espaço público um *locus* privilegiado de publicidade de práticas culturais que representam gostos estéticos, vontades, aspirações de diferentes segmentos da sociedade (FRASER, 2005). Como demonstram Honneth (2003), Fraser (2005), Habermas (2002), Bauman (2003), o reconhecimento não é algo dado, mas decorre de uma construção social que se dá em diferentes direções, inclusive para atender a interesses e necessidades específicos, como a busca por reconhecimento pessoal de identidades individuais em seu meio social, de direitos específicos formulados e reivindicados pelas chamadas minorias ou de direitos fundamentais que não foram ainda alcançados por majorias. O pluralismo está na proposição de uma sociedade democrática. Trata-se da condição mínima para chamada “democratização da democracia”, portanto é pressuposto de qualquer instância que se pretenda um espaço público, um espaço comum, aberto a diferentes intervenções sociais. A discussão que se trava aqui diz respeito às tensões entre esfera pública, esfera privada, entre o comum e o particular que se manifestam em situações, lugares no mundo da vida. Quando se faz referência a associações,

comunidades, bem público, bem comum, na verdade, trata-se dos espaços onde tensões se configuram e impactam a orientação de ações sociais as quais podem atuar em favor de interesses comuns, interesses públicos, interesses particulares a um determinado grupo ou apenas a uma ou mais pessoas que fazem parte de uma instância organizada na sociedade, como o é o caso da associação e da rádio local.

Trata da pluralidade de conteúdos ou diversidade de temas, culturas, opiniões, gostos estéticos presentes na programação das emissoras francesas e brasileiras. Nos dois países, a programação plural é mais efetiva quanto se trata de mídias interculturais (várias comunidades contempladas), generalistas a temas (o caso das rádios universitárias) e interculturais comunitárias (emissoras que priorizam a diversidade cultural). Nas rádios comunitárias e interculturais francesas constata-se a existência de rádios cujas emissões são feitas em língua estrangeira ou regional, segundo a origem do animador que se ocupa do programa. Algumas emissões são faladas com a tradução simultânea. Este tipo de programação é considerado pelas rádios como iniciativas de valorização da identidade cultural das gerações originárias de processos migratórios, essas emissões que tornam possível um lugar de comunicação entre os imigrantes e seus países e sua cultura de origem. Em relação aos casos brasileiros, as emissoras generalistas comunitárias e interculturais comunitárias apresentam conteúdos que remetem à diversidade de gostos, vários estilos musicais e práticas culturais locais, como emissões de diferentes religiões.

Pode-se dizer ainda que, em termos de programação, essas rádios, nos dois países, fizeram a opção, de maneira deliberada ou não, de adotar um formato musical, com certos espaços para a livre expressão da palavra dos convidados, das associações locais, dos habitantes, dos atores sociais e culturais locais. Elas visam, em certa medida, uma audiência alvo, sobretudo no caso das emissões temáticas e vários públicos na sua zona de cobertura. As rádios, em geral, tratam de questões culturais, sociais, políticas e econômicas, em graus diferenciados, que afetam a realidade local. De um lado, essas emissoras abordam temas polêmicos, conflitos locais. Elas são também espaços onde situações conflituosas, dissensos se manifestam. Por outro, algumas delas pretendem ser um lugar convival e assim optam pela não difusão de programas de debates políticos que possam gerar e estimular disputas ideológicas no espaço associativo da rádio ou na comunidade de ouvintes.

A performance das emissoras enquanto mídias locais sem fins lucrativos, as quais devem se pautar pelo interesse público local, é tanto mais atrelada aos pressupostos normativos de uma “mídia comunitária”, como a pluralidade que está condicionada ao grau democrático participativo admitido pelas rádios, quanto menor for a intervenção nesse espaço de lógicas empresariais.

## Considerações finais

Neste trabalho procurou-se estudar em que medida as rádios associativas na França e as rádios comunitárias no Brasil se configuram como espaços democrático-participativos e de manifestação de espaços públicos, compreendidos, nos casos estudados, como *locus* perpassados por demandas sociais, individuais e coletivas, que remetem a processos de reconhecimento. A relação dialógica entre democracia, espaço público e comunicação perpassa experiências contemporâneas protagonizadas pela sociedade civil e suas instituições em processos da vida social e política. A criação de associações civis, formação de comunidades discursivas referenciadas na etnicidade, em opiniões, gostos, vontades, necessidades, territorialidade, religião, entre outras motivações, são iniciativas que decorrem da mobilização de pessoas que se engajam em um empreendimento comum.

Apesar das contradições substantivas das atuações dos veículos de comunicação estudados na França e no Brasil, cujo compromisso é oferecer um serviço de comunicação local, atendendo a interesses públicos, constatou-se na pesquisa que a relação e sobreposição, em muitos casos, de lógicas de ação (cívicas ou empresariais) compatíveis ou contrárias à função pública dessas mídias não impediu a manifestação de espaços públicos. Estas esferas foram identificadas em três momentos fundamentais: quando na grade de programação a rádio atua como interlocutora entre sociedade civil local e poderes públicos e políticos; quando a emissora exerce interlocução entre seus membros, entidades e instituições da localidade e quando a mídia dialoga diretamente com a comunidade, fomentando debates entre ouvintes e locutores. Nesses casos, as rádios realizaram alguns dos pressupostos democráticos fundamentais do espaço público: comunicação, interlocução e participação, além de fomentarem uma certa solidariedade cívica entre os cidadãos em suas localidades.

Percebeu-se também no caso das mídias associativas francesas a importante presença de práticas discursivas e ações voltadas para valorização das diferenças socioculturais locais, na verdade, buscas por reconhecimento dessa diversidade cultural a partir da publicização de práticas culturais de diferentes nacionalidades (músicas, hábitos, crenças religiosas); experiências pessoais pelo relato de vivências interculturais, como também exposição de conflitos étnicos, nacionais, sociais, também vinculados ao reconhecimento.

Nos casos brasileiros, a prática discursiva e ações expostas nas programações das rádios locais encontram-se vinculadas ao assistencialismo, remetendo a uma certa cidadania assistida, já que as carências e demandas sociais que caracterizam as zonas onde estão instaladas fazem com que essas emissoras se configurem em espaços sociais. Nesse sentido, as necessidades materiais básicas não ainda supridas

pelos cidadãos levam a um tipo de intervenção “pré-política” dos ouvintes, sem nenhum caráter propositivo ou crítico. Eles transferem para a rádio a expectativa de respostas às suas demandas já dirigidas ao Estado, sem encontrar solução. Na grade de programação de rádios comunitárias no Brasil ficam patentes as diferenças sociais que perpassam uma mesma localidade. Um outro aspecto interessante é o uso do espaço radiofônico para denúncias de situações de risco e críticas ao sistema político local e nacional. Então, enquanto na França a rádio associativa, muitas vezes, coloca-se entre indivíduo e Estado, tentando aproximar um e outro, no Brasil a rádio comunitária, em muitos casos, assume atribuições do ente estatal, sobretudo quando promove ações assistencialistas em direção a populações carentes (distribuição de cestas básicas, campanhas de arrecadação de agasalhos, eventos beneficentes). As mídias comunitárias no Brasil são espaços importantes para veiculação de campanhas públicas de caráter educativo por terem uma significativa penetração em segmentos mais populares da sociedade.

Depreende-se, então, que sobre as rádios de associações, de alcance restrito ainda não podemos falar da generalização de espaços comunicativos democráticos e cidadãos, em termos, especialmente, de pluralismo de opiniões, nos dois países. Não podemos também garantir que as rádios locais em suas variadas denominações e perfis de atuação encarnem o ideal de um modelo de espaço público pleno. Mas, inegavelmente, esses meios resguardam em si o potencial de realização de uma interatividade comunicativa mais democrática entre diferentes atores sociais. Trata-se de um serviço com características e propostas diferenciadas das emissoras comerciais ou até mesmo das públicas. Essas mídias são, em muitas ocasiões, espaços de debates públicos, de lutas por reconhecimento de diferenças socioculturais, de necessidades coletivas ou individuais, do dissenso, do exercício da cidadania. Em verdade, aquilo que pode credenciar as rádios pesquisadas, no Brasil e na França, como esferas discursivas legítimas é sua prerrogativa de espaço público, onde, para além das forças e interesses que representam, ganham visibilidade (publicidade) iniciativas privadas em nome de um certo “bem comum”.

**ALTERNATIVE MEDIAS AND PUBLIC SPHERE: DEMOCRACY AND FIGHTS FOR RECOGNITION IN COMMUNITARY RADIOS FROM BRAZIL AND FRANCE**

**ABSTRACT:** *This dissertation is about the role played by French associational radios and Brazilian community radios as public spaces where there are political, social and cultural discourses from various genres such as informative and opinionative, especially for the latter. Such spaces are embedded by communicative*

*and instrumental actions as of Habermas, manifest in the tensions and approximations between public and common spaces. Based upon a cross-case study from these media, the dynamics of the spaces are analyzed. Stemming from the way such radios work, it is possible to assess whether they are a locus for public debates, involving the community and favouring communication which addresses the common interest, or, to a large extent, social arenas for clientelist appeals and criticisms, fulfilling immediate needs from members from a particular locality. Data collection included unstructured and episodic interviews, radio programs, analysis of documents from 22 associational radios in the north of France and 15 community radios in the Federal District and surroundings. After that, for a more in depth study, five case studies in Brazil and five case studies in France were carried out.*

**KEY-WORDS:** *Community radio. Public space. Action Rationales. Democracy.*

## Referências

- ARENDRT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2007.
- \_\_\_\_\_. **O que é política**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- AVRITZER, L. O orçamento participativo e a teoria democrática: um balanço crítico. In: AVRITZER, L.; ZANDER, N. (Org.). **A inovação democrática no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2003. p.13-60.
- AVRITZER, L. Entre o diálogo e a reflexividade: a modernidade tardia e a mídia. In: AVRITZER, L.; DOMINGUES, J. M. (Org.). **Teoria social e modernidade no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. p.60-81. (Série Humanitas).
- BASTIEN, F.; NEVEU, É. **Espaces publics mosaïques**: acteurs, arènes et rhétoriques, des débats publics contemporains. Rennes: Presses Universitaires Rennes, 1999. (Res Publica).
- BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- BOLTANSKI, L. La denunciation. **Actes de la recherche en Sciences Sociales**, Paris, v.51, p.3-40, 1984.
- BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. **De la justification**: les économies de la grandeur. Paris: Gallimard, 1991.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.

CARVALHO, J. M. de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

\_\_\_\_\_. Cidadania na encruzilhada. In: BIGNOTTO, N. (Org.). **Pensar a república**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. p.105-130.

CEFAÏ, D. Qu'est-ce qu'une arène publique? Quelques pistes pour une approche pragmatique. In: CEFAÏ, D.; ISAAC, J. (Org.). **L'héritage du pragmatisme**: conflits d'urbanité et épreuves de civisme. La Tour d'Aigues: Editions l'Aube, 2002. p.132-163.

CEFAÏ, D.; PASQUIER, D. (Org.). **Les sens du public**: publics politiques, publics médiatiques. Paris: Presses Universitaires de France, 2004.

DACHEUX, É. Un nouveau regard sur l'espace public et la crise démocratique. **Revue Hermes**, Paris, n.36, p.33-54, 2003.

DEMO, P. **Cidadania pequena**: polêmicas de nosso tempo. Campinas: Autores Associados, 2001.

EME, B. Agir solidaire et publicité des conflits. **Revue Hermes**, Paris, n.36, p. 45-63, 2003.

FARBIASZ, P. (Hypo) thèses pour la construction d'un mouvement politique de masse sur les médias. In: LABICA, G. (Org.). **Les nouveaux espaces politiques**. Paris: L'Harmattan, 1995. p. 165-168.

FAVRE, P. Les manifestations de rue entre espace privé et espaces publics. In: FRANÇOIS, B.; NEVEU, É. (Org.). **Espaces publics mosaïques**: acteurs, arènes et rhétoriques, des débats publics contemporains, 1999. p.135-154.

FLAHAULT, F. Identité et reconnaissance dans les contes. **Revue du Mauss**, Paris, n.23, p.31-56, 2004.

FLORIS, B. Espace public et sphère économique. **Revue Hermes**, Paris, n.36, p.37-53, 2003.

FRASER, N. **Qu'est-ce que la justice sociale?** reconnaissance et redistribution. Paris: La Découverte, 2005.

GOHN, M. G. **O papel dos conselhos gestores na gestão urbana**. 2000. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/urbano/gohn.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 06.

HABER, S. Hegel vu depuis la reconnaissance. **Revue du Mauss**, Paris, n.23, p.70-87, 2004.

HABERMAS, J. **A inclusão do outro**: estudos de teoria política. São Paulo: Loyola, 2002.

\_\_\_\_\_. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. v.1 e v.2.

\_\_\_\_\_. L'espace public, 30 ans après. **Quaderni**, Paris, n.18, p. 161-191, août 1992.

\_\_\_\_\_. **La teoría de la acción comunicativa**. Alfaguara: Taurus, 1987. t.I e t.II.

\_\_\_\_\_. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HONNETH, A. Visibilité et invisibilité: sur l'épistémologie de la reconnaissance. **Revue du Mauss**, Paris, n.23, p.133-150, 2004.

\_\_\_\_\_. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003.

JOSSEN, Y. Les médias, un réseau comme les autres? In: LABICA, G. (Org.). **Les nouveaux espaces politiques**. Paris: L'Harmattan, 1995. p.153-164.

LABICA, G. La démocratie à reinventer? In: LABICA, G. (Org.). **Les nouveaux espaces politiques**. Paris: L'Harmattan, 1995. p.5-12.

LAVALLE, A. G. **Vida pública e identidade nacional**. São Paulo: Globo, 2004.

LAZZERI, C.; CAILLÉ, A. La reconnaissance aujourd'hui: enjeux théoriques, éthiques et politiques du concept. **Revue du Mauss**, Paris, n.23, p.88-115, 2004.

PAIVA, R. Mídia e política de minorias. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. p.15-26.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, M. J. da C. (Org.). **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004. p.49-80.

PROT, R. **Des radios pour se parler**: les radios locales en France. Paris: La Documentation Française, 1985.

RAWLS, J. **Théorie de la justice social**. Paris: Éditions du Seuil, 1997.

RIBEIRO, L. M. **Imprensa e espaço público**: a institucionalização do jornalismo no Brasil: 1808-1960. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.



SORJ, B. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2000.

TETÚ, J. -F. L'espace public local et ses médiations. **Revue Hermés**, Paris, n.17/18, p.32-45, 1995.

TOCQUEVILLE, A. **A democracia na América**: sentimentos e opiniões: livro II. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

\_\_\_\_\_. **L'ancien régime et la révolution**. Paris: Gallimard, 1967.

TASSIN, E. Espace commun ou espace public? L'antagonisme de la communauté et de la publicité. **Revue Hermés**, Paris, n.10, p. 23-37, 1991.

VIANNA, L. W.; CARVALHO, M. A. R. de. República e civilização brasileira. In: BIGNOTTO, N. (Org.). **Pensar a República**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. p.131-154.