
RÁDIO VOZ DO POVO: O PAPEL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA E PARTICIPAÇÃO DIRETA DA POPULAÇÃO¹

Thaís Gomes LIRA ²

Zulmira NÓBREGA ³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

Partindo do entendimento da comunicação comunitária e popular como uma ferramenta de mobilização social, este trabalho tem como objetivo refletir sobre a contribuição das multiplataformas digitais para a participação ativa da população em um contexto de convergência midiática. A partir dos conceitos de cidadania, PERUZZO (2007), e cultura participativa Jenkins (2018), Castells (1996), Magnoni e Miranda (2018) a pesquisa descortina o trabalho social de comunicação realizado pela Associação Comunitária Agrícola de Muçumagro (ACAM), em João Pessoa, Paraíba, por meio da Rádio Voz do Povo. Identificamos as possibilidades de comunicação descentralizada, diversa e plural a partir da convergência de mídias e de uma comunicação realizada pela população periférica que está às margens da mídia tradicional e hegemônica.

Palavras-chave: Comunicação comunitária. Convergência. Cidadania. Multiplataforma.

Introdução

As formas de fazer comunicação e distribuir informação vivencia profunda transformação que tem como fator principal as inovações tecnológicas. Rotineiramente, surge novas possibilidades de conexão, plataformas e diversidade de mídias, nas quais deixamos de ser apenas consumidores de informação para sermos, também, produtores e participantes ativos na construção da informação. Nos processos comunicacionais contemporâneos, novas e antigas mídias interagem de forma complexa a partir da convergência dos meios. Tal paradigma tem transformado as nossas relações não só com os meios de comunicação, mas também nossas relações sociais, políticas e culturais.

Nesse contexto, o jornalismo “tradicional” experimenta uma crise transformadora. O jornalismo centralizado e descontextualizado parece perder o sentido. Por outro lado,

¹ Trabalho apresentado IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania– XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFPB. e-mail:thais.lira@estudantes.ufpb.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Graduação e Pós-Graduação em Jornalismo, e-mail:zulmiranobrega@uol.com.br.

a forma de fazer comunicação comunitária, também tem vivido transformações em um momento de expansão.

A comunicação comunitária e popular é uma ferramenta de exercício da cidadania em que a comunidade se mobiliza para comunicar os seus interesses coletivos, denunciar os descasos públicos e lutar pelos seus direitos civis, a começar pelo seu direito à liberdade de expressão e de fala. Trata-se de um projeto coletivo que garante a representatividade, identificação e uma cultura política a partir de uma comunicação plural, diversa e descentralizada.

Descentralizar a comunicação, que é tradicionalmente hegemônica, é fundamental para a constituição de uma sociedade democrática por efetivar o direito à comunicação. O maior objetivo da comunicação comunitária e popular é o de servir às comunidades, valorizando as culturas e tradições locais, assim como o contexto em que a população está inserida. Para isso, as ferramentas de comunicação precisam ser adaptadas de forma que seja assertiva e acessível para os moradores.

Por meio da comunicação comunitária, as comunidades se empoderaram e se direcionam para autonomia democrática, no sentido de apropriação e reivindicação dos direitos. Algo que é fundamental para a efetivação da democracia, em que a condição básica é o poder exercido pelo povo, inclusive o poder de comunicar. Contudo, no cenário de transformação e convergência da comunicação, nos indagamos qual o papel das multiplataformas digitais na participação e cidadania da população? Como as novas tecnologias influenciaram no fazer comunicação comunitária?

Nesse sentido, esta pesquisa objetiva refletir sobre a contribuição das multiplataformas digitais para a participação ativa da população em um contexto de convergência midiática, em especial, o trabalho da Rádio Voz do Povo da Associação Comunitária Agrícola de Muçumagro (ACAM), em João Pessoa, Paraíba. Ainda procura entender conceitos como convergência midiática, a relação democracia e comunicação, cultura participativa e cidadania são experimentados em tais práticas comunitárias, contextualizando com os interesses e a realidade da população em questão.

Para tanto, na realização desse artigo, nos amparamos, fundamentalmente, na análise de conteúdo de dados recolhidos através de entrevista.

[...] desmontagem de um discurso e na produção de um novo discurso através de um processo de localização - atribuição de traços de significação, resultado de uma relação dinâmica entre as condições de produção do discurso a analisar e as condições de produção da análise (VALA, 1986, p. 104).

Com a finalidade de responder as questões que surgiram ao pensar a comunicação comunitária em um contexto de convergência midiática, realizamos entrevistas com a comunicadora Helena Gomes e o presidente da Associação dos Moradores Agrícola de Muçumagro, Vítor Rodrigues, responsáveis atualmente pela rádio comunitária do Muçumagro, bairro periférico da cidade de João Pessoa, capital do Estado da Paraíba. Na ocasião também participou Fernando, um adolescente da comunidade que faz parte da equipe de comunicação da referida Associação.

As entrevistas foram realizadas no dia 15 de junho de 2022 de forma presencial na ACAM. Conversamos dentro do estúdio da rádio após a gravação de um podcast. Realizei previamente um roteiro de perguntas com base na minha pesquisa, mas a conversa foi acontecendo de forma muito espontânea e as perguntas foram se moldando de acordo com as informações que foram surgindo.

O objeto de estudo é o trabalho de comunicação comunitária realizado pela ACAM, destacando-se os usos das diversas plataformas digitais adotadas para alcançar a pluralidade do público nos diferentes contextos da comunidade, assim como, o projeto de comunicação, objetivo, público, estratégias comunicacionais, acesso dos moradores e conteúdo abordado na rádio Voz do povo.

Poder coletivo: comunidade, cidadania e multiplataforma

Na busca pela compreensão do novo cenário comunicacional, nos deparamos com o fenômeno da convergência de meios. A partir da virtualização dos meios de comunicação e dos avanços tecnológicos, mídias antigas e novas interagem de forma complexa em um espaço de grande fluxo de informações nas múltiplas plataformas digitais.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JEKINS, 2009, pág. 30).

Para além das novas tecnologias informacionais, Jenkins (2009) entende que “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais”, transformando também as nossas relações sociais e a forma como interagimos com a informação.

A convergência deve ser entendida como uma transformação cultural, uma vez que incentiva os consumidores a buscar informações em diversos meios e, a partir deles, criar conexões. É por essa razão que, para o autor, a convergência não ocorre apenas dentro dos aparelhos, mas, principalmente, dentro do cérebro de cada indivíduo e em suas relações sociais. (MAGNONI 2018, p. 4).

Ainda de acordo com Jenkins (2009), “o mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia.” Este mundo, a partir de uma cultura participativa e da inteligência coletiva, favorece as práticas de criação, compartilhamento e recombinação de conteúdo dentro do ambiente digital. Neste contexto, há mais possibilidades de encontros e compartilhamentos de ideias.

“O consumo tornou-se um processo coletivo” (JENKINS 2008, p. 31). Da mesma forma, os processos comunicacionais são cada vez mais coletivos, produzidos por uma inteligência coletiva dentro de uma cultura participativa. Aspecto que fortalece ainda mais o fazer comunicação comunitária e popular que já possui esse cunho de mobilização social para a defesa de interesses da comunidade.

Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve aplicaremos essas habilidades a propósitos mais “sérios”. (JENKINS 2009, p. 31)

Esta ideia de associar recursos e habilidades em vista de um bem comum, produzindo um ambiente informativo alternativo às mídias centralizadas e tradicionais, já é uma característica da comunicação popular. O objetivo maior, é utilizar as diversas plataformas digitais para alcançar a diversidade de público que está na comunidade. Por meio da comunicação é possível mobilizar a população para um diálogo sobre o exercício da cidadania e atuação democrática em busca de direitos básicos para a população.

Um bom exemplo é o caso de Renê Silva que em 2010, durante a ocupação militar do Morro do Adeus, no Rio de Janeiro, destacou-se por usar o microblog Twiter para transmitir informações em tempo real sobre os acontecimentos que marcavam a invasão.

Renê Silva é o idealizador do jornal “Voz da Comunidade” um pequeno jornal mensal que tem como público-alvo os próprios moradores da periferia.

De acordo com Junot de Oliveira Maia (2012), o jovem é um exemplo de “sujeito pertencente ao grupo periférico e que, a despeito das barreiras socioeconômicas impostas, se apropriou das TIC por meio de estratégias e táticas que, em ação, desestabilizaram a ordem hegemônica.” Ou seja, Renê, adolescente da favela, por meio de um letramento plural, apropriou-se das novas tecnologias para fortalecer a comunidade e contar as histórias da perspectiva da própria população. Assim tornou-se locutor privilegiado de informações sobre os conflitos que ocorriam no Morro do Alemão.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho dos consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009, p. 47).

A revolução digital ao colocar a informação como principal fator de desenvolvimento e convergir meios, criou oportunidades para que a população possa construir e transmitir informações, assim como criar e participar de canais de interação e de ativismo. Magnoni identifica que:

Silveira (2010) compartilha desse pensamento ao indicar que os processos de comunicação criados pelas novas tecnologias reforçam o potencial comunicador das localidades e permite a conexão delas com quaisquer pontos e nós da rede, comprimindo e anulando as distâncias, sintetizando a importância da participação efetiva na internet, ao coque a participação nas redes digitais é um exercício criativo de cidadania digital. (MAGNONI 2018, p. 7)

No contexto de convergência, há uma cultura participativa (Jenkins, 2008), em que produtores e consumidores de mídia interagem e participam da construção da informação. O consumidor, na verdade, se torna fator principal em uma comunicação contextualizada e personalizada. Segundo Jenkins, “a circulação de conteúdo depende fortemente da participação dos consumidores”, partindo do entendimento que a convergência vai muito além dos processos tecnológicos que unem múltiplas funções em

um aparelho. O autor vai tratar este fenômeno, antes de tudo, como uma transformação cultural que altera nossas relações com a informação. Magnoni (2018) explica que:

Na cultura da convergência todos são participantes em maior ou menor grau e a cultura participativa modifica as antigas noções de passividade dos consumidores midiáticos, colocando-os em papel similar ao dos produtores de informação. (MAGNONI, 2018, p. 8).

No caso da comunicação comunitária, temos um fenômeno comunicacional ainda mais profundo. De acordo com Santos (2019), a comunidade é produtora de conteúdo desde a década de 1980. Período que surgiram as primeiras rádios comunitárias no Brasil como uma vertente de diversos movimentos de transmissão radiofônica ilegais, inspirando-se nas chamadas rádios piratas europeias. Porém, as novas tecnologias informacionais e o início da democratização dos meios de comunicação no Brasil possibilitaram os desdobramentos da rádio comunitária em múltiplas mídias e plataformas.

A comunicação comunitária também está em constante transformação em um período de reinvenção do jornalismo. Ela se adaptou às diversas plataformas para alcançar e criar redes de apoio e diálogo com a população. As plataformas digitais e a democratização das redes tiveram um papel fundamental no empoderamento da comunicação comunitária no Brasil.

A internet é fundamentalmente um espaço social, cada vez mais amplo e diversificado a partir das tecnologias de acesso móvel a ela. Por isso a preservação da liberdade de expressão e comunicação na internet é a principal questão na liberdade de expressão em nosso mundo. (CASTELLS, 1996, p. 227).

O avanço das múltiplas plataformas digitais nos processos comunicativos oferece maiores possibilidades de comunicação que envolvem uma nova cultura informacional, muito além dos avanços tecnológicos. Jenkins cita Nicholas Negroponte no best-seller *A Vida Digital* [Being Digital], de 1990, para refletir este momento de convergência de meios.

Os atuais barões das mídias irão se agarrar a seus impérios centralizados amanhã, na tentativa de mantê-los... As forças combinadas da tecnologia e da natureza humana acabarão por impor a pluralidade com muito mais vigor do que quaisquer leis que o Congresso possa inventar. (NEGROPONTE 2019, apud JENKINS, 2009, p. 33).

A pluralidade é característica fundamental da comunicação comunitária. Ao se voltar para a perspectiva do povo, o terceiro setor oferece ferramentas comunicacionais para a população periférica, permitindo a fala sobre os problemas sociais que fazem parte das diversas realidades da comunidade, mas também empoderando a cultura artística e de resistência da população marginalizada pelas mídias tradicionais.

Além disso, tem como proposta principal oferecer um espaço democrático para a população, permitindo a identificação da diversidade populacional. O ambiente comunicacional da comunidade é um espaço para abarcar a diversidade de religiões, artistas, microempreendedores, idades e contextos da comunidade. Assim, possui princípios básicos que compreendem desde o respeito à pluralidade de ideias, a garantia de participação de todos sem discriminação de qualquer natureza, até o incentivo à cultura local.

O que define a democracia não é, portanto, somente um conjunto de garantias institucionais ou o reino da maioria, mas antes de tudo o respeito pelos projetos individuais e coletivos, que combinam a afirmação de uma liberdade pessoal com o direito de identificação com uma coletividade social, nacional ou religiosa particular. A democracia não se apoia somente nas leis, mas sobretudo em uma cultura política. (TOURAINÉ, 1996, p. 26).

Ressaltamos, pois, a comunicação comunitária como um espaço de incentivo ao exercício pleno e autônomo da cidadania, oportunizando a participação ativa da população na defesa de seus direitos básicos, a começar pela apropriação do seu direito à liberdade de expressão e direito à informação. Conjuntura fundamental para uma sociedade democrática de direitos.

Rádio Voz do Povo: plataforma de uma comunidade ativa

Diante da escassez de estudos sobre como a convergência midiática acontece no ativismo da sociedade civil no Brasil, pretendemos, com esta pesquisa, pensar as múltiplas mídias e plataformas digitais no contexto da comunicação comunitária e popular. Entendendo esta comunicação como uma ferramenta de mobilização social e de associação popular em vista de mudanças efetivas nas comunidades periféricas e marginalizadas.

A internet também fornece aos brasileiros um conjunto de ferramentas que são importantes para o ativismo e a participação. No entanto, a ausência de estudos relevantes com uma abordagem sistemática sobre o papel das plataformas digitais no

ativismo da sociedade civil no Brasil faz com que seja difícil avaliar o impacto da digitalização sobre o ativismo e a participação. (MAGNONI 2018, p. 3)

Verifica-se um caso de convergência de meios na comunicação comunitária realizada no bairro Muçumagro, em João Pessoa (PB) por meio do trabalho social de comunicação realizado pela Associação Comunitária Agrícola de Muçumagro (ACAM) com a Rádio Voz do Povo. A rádio é um veículo popular de comunicação tradicionalmente usado pelos coletivos de comunicação em comunidades, sendo operado em baixa frequência para atender uma comunidade. A rádio comunitária Voz do Povo, ativa desde 1999, tem convergido, estrategicamente, com novos veículos e plataformas digitais ao mesmo tempo que tem evoluído na forma tradicional de caixinhas de som espalhadas pelo bairro.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS 2009, p. 30)

Atualmente, a equipe de comunicação está elaborando uma grade para a rádio a fim de contemplar cada vez mais a diversidade e pluralidade do público. A equipe também tem trabalhado na criação de programas de política, esporte, cultura e entretenimento, além de abrir espaços para os coletivos que fazem parte da comunidade. Surgiu também a ideia de criar um programa factual de meia hora com notícias locais de interesse da população, unindo os conteúdos da cidade aos serviços da associação.

A associação já tinha uma rádio comunitária desde 1999. Há mais de 20 anos, iniciou aqui por meio de um projeto social da Rádio Amazona e de lá para cá, ela teve picos de bons momentos, principalmente nos primeiros 10 anos, por ser uma novidade. No início bombava. Os comerciantes poderiam ouvir e divulgar seu apoio, tinham programas, a Igreja tinha um programa e bombava. Então, quando eu assumi, a rádio estava num momento de baixa mesmo. Ela estava sobrevivendo. Não havia apoio cultural, que é o que ainda consegue fazer com que ela se mantenha e pague seus custos. Não tinha uma grade definida de comunicação. Eu pensei então em começar aqui pela rádio. (VITOR, 2022). (Informação verbal).⁴

⁴ Entrevista concedida para esta pesquisa no dia 15 de junho de 2022, na Associação Comunitária Agrícola de Muçumagro.

De acordo com Vítor, são mais de 40 caixinhas espalhadas nos principais pontos da comunidade, sendo que apenas 30 funcionam de fato. E que há um público atento a esta mídia, principalmente o comércio local e as pessoas que ocupam espaços como as praças públicas. Mas também há um público que será alcançado pelo novo podcast que está sendo produzido pela equipe de comunicação da associação comunitária.

O podcast pretende atingir um público mais jovem, como também tem a ideia de aprofundar alguns temas de cunho político e econômico, produzindo uma informação que fortaleça o exercício da cidadania pela população do bairro. Um outro objetivo, entendido como principal na estratégia de comunicação adotada pela equipe, é o de fazer lives ao vivo das gravações do podcasts e da rádio, a serem disponibilizadas no Facebook e no Youtube. Para isso, um dos objetivos atuais é o de aumentar o número de inscritos no canal.

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. (JENKINS, 2009, p. 33).

Pensando nas possibilidades de plataformas digitais e na importância cada vez maior da informação nos diversos meios, a rádio também adotou o formato de web rádio. Na plataforma online, disponibiliza as atualizações e links para a rádio, podcast, redes sociais, sendo mais um meio de distribuição e registro de informação. Atualmente, segundo Helena, o site está passando por mudanças. Estão migrando para uma plataforma que ofereça mais possibilidades para comunicar todas as atividades realizadas para a população.

O Facebook, assim como o WhatsApp, ainda têm sido as principais plataformas de interação com a comunidade. De acordo com Vítor, o público de mais idade, que constitui a maioria do público alcançado hoje, está mais presente no Facebook do que no Instagram. Da mesma forma, os grupos de WhatsApp ainda é a plataforma de maior acesso da população mais pobre, além de oferecer essa comunicação de forma instantânea e horizontal.

As outras mídias passaram a ficar mais ativas quando Vítor encontrou esse espaço com foco maior na comunicação, além das ações sociais. Então, a partir desses cursos e oficinas puderam

abrir o olhar para essas plataformas digitais e possibilidades. (HELENA, 2022). (Informação verbal)⁵

A associação criou para o WhatsApp diversas estratégias organizacionais e de acessibilidade para otimizar essa comunicação. Primeiramente, todos os textos informativos nestes veículos adotam a forma textual escrita e em áudio para que seja acessível para pessoas com deficiência visual ou que não sejam alfabetizadas formalmente.

Para o comércio local no grupo de WhatsApp, a equipe criou um sistema de regras para evitar a poluição de informações. Assim, o anúncio de venda de produtos e serviços do comércio local obedece a um fluxo de um anúncio semanal, contendo apenas uma imagem, além de passar pela orientação da própria equipe de comunicação. O serviço é gratuito com a intenção de apoiar o comércio local e atender os interesses da população.

Ainda sobre o WhatsApp, Vitor identificou que foi uma plataforma que teve um maior crescimento durante o período de pandemia da COVID-19, em que a população ficou mais carente de informações mais instantâneas. Os grupos de WhatsApp foram os principais meios de conscientização da população periférica que foi a mais prejudicada na crise pandêmica. Os problemas de falta de acesso à saúde, educação, alimentação de qualidade ficaram mais evidentes nesse período. E a comunicação comunitária foi fundamental para o fortalecimento da população nos últimos anos.

Começamos a dialogar mais com a comunidade por meio do WhatsApp. reativei o grupo. Fui inserindo moradores dentro desse grupo. O pp foi movimento e virou um meio de comunicação. O grupo foi aumentando e as pessoas foram chegando. As informações foram se concentrando nesse grupo Quando chegou a pandemia, foi também um momento de virada de chave. A associação foi extremamente importante aqui no bairro, teve um papel de destaque, nesse momento, as pessoas entenderam a associação como um apoio. Então, nesses anos de pandemia, as pessoas passaram a procurar a associação. E foi onde começamos a fazer um trabalho maior de ação social, como distribuição de cestas básicas. (VITOR, 2022). (Informação verbal)

De acordo com Vítor, o bairro até agora não possui um posto de saúde (os atendimentos médicos acontecem no espaço da associação sem nenhuma estrutura), assim como a escola é a única da cidade que não teve as aulas retomadas. A associação usou os meios de comunicação para oferecer e organizar serviços sociais como a distribuição de vale gás e alimentos básicos para a população mais carente.

⁵ Entrevista concedida para esta pesquisa no dia 15 de junho de 2022, na Associação Comunitária Agrícola de Muçumagro

Primeiro que a gente passa por um momento bem complicado, em que está faltando liberdade até de comunicação. Aqui, temos feito sim esse trabalho que é de resistência sim, já que não temos nenhum apoio público, incentivo externo. E porque nós queremos mostrar para a população do bairro que fazer comunicação, antes de tudo, é um direito garantido pelos direitos humanos e constituição. Então quando fazemos esse trabalho também é para mostrar à população que é possível. Que esse lugar deve ser acessado pela população e deve ser feito para que possamos abordar esses temas que, normalmente, a gente não vê nas grandes mídias. Trazer pautas importantes para o bairro, como sobre a situação atual do PSF (posto de saúde). (...) Quando trazemos elementos do nosso dia a dia, isso é fazer a comunicação comunitária. (...) Queremos que as pessoas vejam como essa comunicação é importante, até que possamos poder chamar várias pessoas para falar sobre a problemática do transporte público aqui no bairro e se movimentar por nossos direitos. Até chegar nesse ponto, nós já vamos ter falado sobre isso diversas vezes nas diversas plataformas e mídias, seja WhatsApp, podcast, rádio. (VITOR, 2022). (Informação verbal)

Vítor assumiu a presidência da associação comunitária em 2018, desde então, entendeu que a comunicação seria a principal ferramenta para alcançar a população. Ele começou o seu trabalho pela revitalização da rádio, mas principalmente pela formação de comunicadores da própria comunidade. A ideia é que toda comunidade tenha acesso ao conteúdo e para isso, usam a estratégia de diversificar as plataformas. A comunicação comunitária e de resistência precisa pensar esse acesso da população para que faça sentido. Trata-se de uma comunicação da comunidade para a comunidade.

Se a gente abre para um jovem falar sobre sexualidade, algum assunto que normalmente não se conversa muito em casa, mas está na roda com os amigos, quando ele fala, ele estará dialogando com outros jovens e amigos que também precisam desse conteúdo. Nossa equipe é diversa e pensamos nessa diversidade. Vai ter programa da igreja... queremos que a comunidade entenda que está é uma rádio comunitária é um espaço democrático. Queremos, através da comunicação, fortalecer a voz da população pensando nessa identidade. Em quem está falando...que seja o próprio povo da comunidade falando e criando conteúdo para criar essa identidade e democracia. (VITOR, 2022). (Informação verbal)

Atualmente, a equipe é formada por 10 pessoas, entre elas Helena, produtora da Rádio Tabajara. O grupo se estabeleceu através de uma formação e oficina de rádio com pessoas da comunidade e que se interessaram por dar continuidade às ideias que surgiram.

Todos trabalham de forma comunitária e se organizam para fazer a comunicação, cobrir eventos e criar programas e projetos.

A ideia é contemplar todos os ritmos, pluralidade e diversidade da comunidade. Então, primeiro dizer que a atual equipe de comunicação que temos foi formada por meio de processos de formação e capacitação da comunidade mesmo. Através do ponto de cultura pude conhecer Helena, onde fizemos juntos uma formação de comunicação “rádio e locução”. Era uma oficina em que aprendíamos sobre rádio, técnicas...dessa oficina, nós formamos a equipe atual, buscando as pessoas que aprenderam e quiseram continuar e atuar na rádio comunitária. Montamos uma equipe de comunicação formada por pessoas da comunidade e capacitada para dominar as técnicas. (HELENA, 2022). (Informação verbal)

A comunidade tem o conteúdo e a potência, pois fazem parte e são a comunidade. Conhecem suas necessidades e vivências. A técnica, assim como as políticas públicas, vem para dar recursos de otimização e possibilidade para que essa comunicação aconteça de fato.

A ideia é oferecer recursos para a perpetuação deste trabalho, entendo que a rádio é um dos principais equipamentos da comunidade. Equipamento de comunicação, empoderamento, cidadania...Daqui podemos fazer denúncias. Me sinto satisfeito por estar conseguindo realizar essa formação de pessoas, criando essas possibilidades. Precisamos que todos possam participar. A ideia é que todos possamos ter formação para falar sobre os diversos temas acerca da cidadania. (...) O maior problema da mídia atual é a manipulação da informação, que apresenta apenas um ponto de vista em que ninguém pode fazer um contraponto. (VITOR, 2022. Informação verbal).

A Rádio Voz do Povo e os seus desdobramentos nas múltiplas formas de comunicar no ambiente digital se coloca, socialmente, como uma forma de comunicação de resistência ao pensar e criar meios de incentivo da cidadania de uma população marginalizada.

Considerações finais

A Rádio Comunitária Voz do Povo, assim como a associação de moradores de Muçumagro não possui apoio público ou privado. Trata-se de uma organização sem fins lucrativos com o objetivo de prestar serviços sociais para a comunidade, incluindo o serviço de comunicação e cultura.

Os recursos hoje utilizados para fazer a comunicação foram conseguidos por meio de editais e projetos do Ponto de Cultura, entidade reconhecida pela Lei N° 13.018, de 22 de junho de 2014, que institui a Política Nacional de Cultura Viva. Foi por esse meio, que a equipe de comunicação submeteu projetos e conseguiu estruturar um estúdio de rádio de baixa frequência, com equipamentos de som e audiovisual, assim como uma sala de informática composta por computadores e acesso à Internet.

Em tempos de convergência midiática, a democratização da informação está dada e é um fator que promove um profundo desenvolvimento comunicacional. Porém, o acesso às plataformas digitais se dá de uma maneira muito desigual. A falta de acesso da população periférica, tanto à recepção, quanto à emissão de conhecimento por meio das diversas plataformas digitais é uma provocação à ideia de avanço na democracia do conhecimento.

Apesar do crescimento da proporção de domicílios com acesso à internet (de 79,1 para 82,7 % em 2019), dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua e números de 2019, realizada pelo IBGE, mostram que 40 milhões de pessoas não têm acesso à internet no país.

Ainda em 2021, o IBGE divulgou relatório sobre as condições de vida da população brasileira que mostrava que metade dos alunos de 5 a 17 anos matriculados na rede pública de ensino não possuíam acesso à internet para acompanhar as aulas remotas durante a pandemia. Tais dados revelam a real carência de democratização da informação no Brasil.

Nesta conjuntura, uma comunicação que cria estratégias para oferecer oportunidades iguais de acesso à recepção e emissão de informação, representa para a população marginalizada uma ferramenta fundamental de sobrevivência e exercício de direito à informação. A comunicação comunitária, assim, constitui um direito humano à liberdade de expressão e à informação fundamental para o exercício da cidadania e que, portanto, deve ser garantida por políticas públicas que fortaleçam este modo de comunicação nas comunidades.

A rádio Voz do Povo, em seus diversos desdobramentos nas múltiplas plataformas digitais, atua como uma comunicação de resistência, criando estratégias para integrar a população nos meios midiáticos. Mais do que manter uma população informada, a ideia é restituir a comunidade do direito à informação, à liberdade de expressão, ao poder de denúncia e de busca por direitos civis. Isto é, oferecer autonomia política e econômica

por meio da informação, que no contexto de convergência se tornou o principal fator de desenvolvimento.

Referências

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

CASTELLS, Manuel. **Fluxos, Redes e Identidades: Uma Teoria Crítica da Sociedade Informacional**. In: Castells, M. (Org). *Novas perspectivas críticas em educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

MAGNONI, Antonio Francisco; VIEIRA, Miranda Giovani. **Convergência midiática, cultura participativa e o campo da Comunicação: possíveis relações a partir da interação com as novas tecnologias**. *Interin*, vol. 23, núm. 2, 2018 Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504459790006>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PERUZZO, C. M. K. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. *Lumina, [S. l.]*, v. 1, n. 1, 2007. DOI: 10.34019/1981-4070.2007.v1.20989.

Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20989>. Acesso em: 22 jun. 2022.

SANTOS, Eliene; PRATA, Nair; MEDEIROS, Rafael. 2019. **Rádios comunitárias no Brasil: entre a clandestinidade e a relevância social**. *Chasqui* 140: 117-134. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10469/18229>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MAIA, Junot de Oliveira. **O Twitter de Renê Silva e a ocupação da tecnologia: o morro (do Alemão) tem vez**. Campinas, São Paulo. Universidade Estadual de Campinas, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tla/a/sFC5P7qQ8M5XzK7vDG8BwHp/?lang=pt#>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BRASIL. **Lei N°13.018**, de 22 de julho de 2014. **Institui a Política Nacional de Cultura Viva e dá outras providências**. Diário Oficial da República, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113018.htm. 11 jul. 2022.

GALANTE, Cláudia. **Convergência midiática: uma nova forma de participação democrática**. UFRGS. Disponível em: http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/369.%20converg%Cancia%20midiatica.pdf. Acesso em: 01 jul. 2022.

IBGE. **Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira. Brasil**. IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html?=&t=resultados>. Acesso em: 15 jul. 2022.