



Mídias locais: o perfil das rádios em municípios do Médio Vale do Jequitinhonha¹

Márcio Simeone Henriques²

Augusto Otávio Simeone Henriques³

Bruno de Moraes Castro⁴

Universidade Federal de Minas Gerais

Resumo

O artigo apresenta resultados da pesquisa “Perfil da Mídia local no Médio Vale do Jequitinhonha”. Enfoca especificamente a parte do estudo que investigou o perfil das emissoras de rádio existentes em sete municípios, comparando dados com levantamentos anteriores que permitem evidenciar a trajetória deste tipo de mídia no período de 2002 a 2007. Apresenta também o resultado de observação mais aprofundada sobre estes veículos, em termos de suas características, modos de operação e alcance.

Palavras-chave

comunicação – mídias locais – mobilização social – rádios comunitárias

1 Introdução

Os programas de extensão Pólo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha e Pólos de Cidadania da Faculdade de Direito da UFMG têm tido uma expressiva atuação no Médio Vale do Jequitinhonha. A atuação integrada desses dois programas nos projetos “*MOSAICO: Incubação de cooperativa e associações para o fortalecimento de grupos de mulheres e jovens na geração de trabalho e renda*” e

¹ Trabalho apresentado ao GT Audiovisual, do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

² Professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG – Coordenador do Programa Pólos de Cidadania – simeone@fafich.ufmg.br

³ Professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG – Coordenador do Programa Pólos de Cidadania – asimeone@fafich.ufmg.br

⁴ Estudante de Graduação – Comunicação Social UFMG – Bolsista Programa Pólo de Integração UFMG no Vale do Jequitinhonha – bruno_mc2001@yahoo.com.br



“*Criança e adolescente em situação de risco: geração de renda como alternativa de prevenção à exploração sexual*” (Projeto 18 de Maio) trouxe uma perspectiva ampla de trabalho de comunicação para mobilização social, como suporte fundamental às suas ações, dando seqüência aos trabalhos que já vinham sendo realizados na região desde o ano de 2001, vinculados a diversos projetos da UFMG, através do Programa Pólo Jequitinhonha.

Para a realização desses trabalhos, uma ênfase especial aos meios de comunicação de cada localidade tornou-se necessária. Em primeiro lugar, pelo desconhecimento das equipes de extensão acerca do uso desses meios, seu alcance e efetividade em processos de mobilização. As chamadas “mídias locais” possuem peculiaridades em cada município e, via de regra, não são investigadas no que se refere às relações de sociabilidade local nas quais se inserem. Assim, as equipes de Suporte de Comunicação de ambos os programas procuraram primeiramente realizar um levantamento e elaborar um banco de dados dos veículos de comunicação nestas localidades. O chamado “Mapa da Mídia” teve sua primeira versão concluída em 2002 e abrangeu 20 municípios (16 do Médio, 1 do Baixo e 3 do Alto Jequitinhonha).

Este primeiro levantamento revelou um grande número de emissoras de rádio nesta região (19, sendo quase todas elas à margem da regulamentação legal). Isso demonstrou inequivocamente a introdução, na última década, de um novo elemento de comunicação, importante para a organização coletiva e para a geração e manutenção das redes de sociabilidade locais. Conseqüentemente, observou-se uma grande demanda em relação à capacitação para o uso destes meios, seja em relação à sua própria operação (uma vez que a profissionalização na área é quase inexistente), seja para a potencialização do uso desse veículo pelos mais diversos projetos de mobilização social. De tal maneira que todos os projetos realizados na região com a participação dos suportes de comunicação procuraram incorporar esta demanda e realizar oficinas radiofônicas em vários municípios.

O banco de dados sofreu pelo menos duas grandes atualizações posteriores (em 2003 e 2005⁵). Por outro lado, o intenso contato com a mídia local destas cidades, especialmente com as rádios, tem trazido inúmeras indagações acerca do perfil dessa mídia local, suas características mais peculiares, seu alcance e sua efetividade, especialmente no que toca aos processos de mobilização de públicos locais.

⁵ A atuação mais forte em alguns municípios do Médio Vale fez com que, em 2005 fossem atualizados somente os dados dos municípios da região.



Em 2007 realizamos nova pesquisa⁶, que pretendeu aprofundar a caracterização do perfil das mídias locais em sete municípios do Médio Vale do Jequitinhonha, nos quais os Programas Pólo Jequitinhonha e Pólos de Cidadania possuem atividades ou ações em seus projetos: Araçuaí, Itinga, Virgem da Lapa, Ponto dos Volantes, Padre Paraíso, Itaobim e Medina. Buscamos atualizar os dados e traçar o perfil dessas mídias em termos das suas características, modos de operação, alcance e potencial de mobilização social⁷. O presente trabalho apresenta algumas das conclusões que se referem somente à mídia radiofônica, em particular. A comparação com as apurações anteriores, destacando de todos os municípios abrangidos pelo “mapa da mídia” os dados dos sete municípios escolhidos como amostra, somada às informações em profundidade colhidas em campo, permite-nos compreender a evolução desse tipo de mídia nos últimos anos e evidencia a importância de conhecer de modo mais detalhado os meios de comunicação locais.

2 O problema das mídias locais

Ao tomarmos a mídia local queremos dar uma ênfase especial à localidade, ou seja, ao conjunto de relações estabelecidas em um espaço que pode ser denominado local, em oposição a outros espaços que transcendem aquele âmbito. Não é, entretanto, uma referência precisa, é forçoso reconhecer. A referência mais contemporânea de local costuma ser uma oposição a uma dimensão global. E, é claro, entre local e global podem ser observados vários espaços em escalas diferentes.

A opção pelo termo *mídias locais* enseja também uma diferenciação em relação ao termo *mídias comunitárias*. Por dois motivos: em primeiro lugar porque nem sempre aquilo que circunscrevemos como localidade corresponde a uma sociabilidade do tipo comunal. No nosso caso, por escolhermos como referência de localidade os territórios dos municípios, vemos que as complexas teias de relações e de sociabilidade neste espaço, não equivalem necessariamente à noção de comunidade como espaço de relações tipicamente marcadas pelas formas tradicionais de lealdade baseadas em

⁶ A pesquisa foi realizada com auxílio financeiro do Programa Pólo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha (Pró-Reitoria de Extensão da UFMG).

⁷ A pesquisa como um todo teve como objetivos apurar as principais características das mídias locais, verificar através de que meios os públicos se informam sobre os acontecimentos e eventos locais e ainda investigar a forma pela qual o poder público utiliza as mídias locais para prestar informações e convocar a população à participação em processos mobilizadores. O presente trabalho enfoca apenas os resultados relativos à evolução, funcionamento e estrutura da mídia radiofônica.



proximidade, vizinhança e parentesco, onde a comunicação entre os seus membros se dá de forma mais direta. Embora possam ser notadas tais formas de relacionamento e fortes traços de tradição cultural, vê-se que, numa dimensão municipal, o conjunto de relacionamentos é hoje marcado por grande permeabilidade às influências externas, com intenso fluxo de comunicações bem mais complexo, que se dá, inclusive, por meio de um conjunto de dispositivos de comunicação – que chega até às formas mais avançadas de telecomunicações. Em segundo lugar, porque o termo “mídia comunitária” remete a um *modus operandi*, a um modelo de operação de veículos de comunicação, dentro de certas características que nem sempre correspondem ao que se observa na prática dos meios existentes em uma localidade.

Uma questão importante que dirige o nosso olhar para as mídias locais é que os estudos de comunicação costumam apontar preponderantemente para os problemas da chamada “grande mídia”, os meios massivos, organizados em dimensão industrial, ou, alternativamente, para a chamada “mídia comunitária”, como sendo um contraponto à massificação e uma possibilidade de ação em menor escala que contemple necessidades de comunicação que não podem ser satisfeitas pela grande mídia, em sua lógica comercial. É uma discussão bastante ampla, que foge ao objetivo deste trabalho, mas é importante situar que, se consideramos o ambiente de comunicação que se estabelece numa localidade delimitada, como um pequeno ou médio município, temos que reconhecer que há outros arranjos, várias formas que assumem os meios de comunicação nessa pequena escala, nos quais podemos perceber uma lógica particular de operação. Também não se confunde com a noção de “mídia radical” (Downing, 2004), também mais voltada às formas mais alternativas, ligadas à resistência e à construção de identidades coletivas, embora possa incluir todos esses tipos.

Há, portanto, um desafio de compreender como se formam e funcionam as redes de sociabilidade local e os meios de comunicação de que dispõem. Villasante (2002) fala da riqueza das formas de sociabilidade locais, em contraste com uma padronização global. No local estão as redes de relações mais espontâneas e as potencialidades de inovação, que podem ser criativas e estimulantes para a sociedade. Aos diversos meios formais, juntam-se múltiplas possibilidades informais de contato cotidiano e de constituição de fluxos de informação entre os sujeitos. Estes ambientes formais e informais exercem continuamente influência mútua, alimentam-se reciprocamente e também se tensionam. Desta maneira, não podemos negligenciar o papel das “pequenas” mídias, quaisquer que sejam suas características, numa dada localidade. E



não somente por sua posição intermediária entre as “grandes” e a teia informal que todo lugar comporta. Elas também possuem, certamente, funções e características bem próprias, um papel bem definido que acabam exercendo por si mesmas nos contextos locais. E, embora possam ter feições semelhantes, em cada lugar se amoldam às condições específicas. Daí porque traçar com mais cuidado um perfil da mídia local pode auxiliar na compreensão dos intrincados processos através dos quais as localidades se organizam em seus modos de vida e de convivência. Seja nas pequenas localidades, onde se observam relações mais comunais, seja em segmentos de territórios maiores (por exemplo, os bairros, nas grandes cidades), pode estar a chave para compreender de que maneira os meios de comunicação locais surgem e operam e de que maneira podem atender às demandas dos sujeitos naquele espaço.

3 Em busca das mídias

A pesquisa iniciou-se com o levantamento de dados preliminares, compostos a partir da caracterização dos municípios, dados oficiais sobre radiodifusão, apuração de dados secundários de pesquisas e análise do mapa da mídia local dos projetos de extensão, que atuam na região.

A partir de viagem, em janeiro de 2007, aos sete municípios do Médio Vale do Jequitinhonha, foi realizada a pesquisa de campo e o levantamento de dados primários, por meio de questionários aplicados aos representantes das rádios encontradas e da realização de entrevistas em profundidade. As visitas às rádios serviram também para a observação *in loco* de suas instalações e de seu funcionamento.

Após a coleta de dados, foi feito um levantamento da evolução e do crescimento do número de veículos disponíveis nos municípios visitados e em relação a algumas de suas características, em confronto com os dados obtidos nas apurações anteriores (2002, 2003 e 2005).

4 O perfil das rádios locais

Tendo em vista o potencial mobilizador e comunitário, centenas de experiências de rádios produzidas e geridas por comunidades têm surgido no Brasil nas últimas décadas. Nos anos 90, a grande expansão das rádios levou o Governo Federal a discutir



o assunto. O processo eclodiu com a promulgação da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que define a radiodifusão comunitária como a *radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço.*

Em todo o Vale do Jequitinhonha, o fenômeno de implantação de rádios locais na maioria dos municípios é bastante recente. As primeiras rádios a ganharem concessão comercial foram nos anos 80. Hoje, nos municípios visitados na pesquisa o número de emissoras legalizadas são três rádios FM com concessão comunitária, em Virgem da Lapa, Itinga e Araçuaí⁸. No entanto, há uma década iniciou-se o fenômeno de abertura de inúmeras rádios, principalmente naquelas cidades que não tinham nenhuma emissora. Até então, a presença do rádio era bastante forte junto à população, através da sintonia de emissoras em ondas curtas de várias partes do país (até hoje estas são bastante ouvidas na região e atualmente são bastante mencionadas as rádios Itatiaia e Inconfidência, de Minas Gerais e Aparecida, de São Paulo).

O Programa Pólo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha iniciou o mapeamento de mídia local em sua área de atuação em 2002. Naquele momento, dos 20 municípios delimitados para realização do levantamento⁹, 5 não possuíam nenhuma emissora em atividade, sendo que 3 deles já registravam alguma experiência de funcionamento de emissoras ou estavam com a emissora fechada devido à fiscalização. Naquele ano foi constatada a existência de um total de 19 emissoras, nenhuma delas legalizada. Em 2003, a atualização do banco de dados permitiu observar a existência de 24 emissoras, sendo que apenas 4 municípios não possuíam rádio em atividade naquele momento e, destes, somente um não havia tido nenhuma experiência de emissão radiofônica. A atualização finalizada em 2005 já apresentou dados bem diferentes: nos 20 municípios foram constatadas 36 emissoras, sendo que em todos havia ao menos uma emissora ativa no momento (foram registrados 11 casos de rádios que se declararam temporariamente desativadas).

⁸ Na cidade de Padre Paraíso há uma concessão outorgada, mas a emissora não estava implantada na época da pesquisa.

⁹ São os seguintes municípios: Carbonita, Turmalina, Veredinha (Alto Jequitinhonha), Araçuaí, Berilo, Virgem da Lapa, Itinga, Jenipapo de Minas, Itaobim, Medina, Comercinho, Padre Paraíso, Francisco Badaró, Ponto dos Volantes, Novo Cruzeiro, Coronel Murta, Chapada do Norte, Cachoeira do Pajeú e José Gonçalves de Minas (Médio Jequitinhonha) e Jequitinhonha (Baixo Jequitinhonha). Em 2005 foram também acrescentados os municípios de Salto da Divisa, Jacinto, Santo Antônio do Jacinto e Santa Maria do Salto, do Baixo Jequitinhonha, mas que não são tomados estatisticamente neste estudo para efeito de comparação.



Além da apuração geral nos 20 municípios, em 2003 o Programa fez um reconhecimento mais específico da mídia local de cidades do Médio Vale, região que concentrava no momento o maior número de projetos de extensão. Tomando como base apenas os dados relativos às sete cidades eleitas como foco do presente estudo, podemos caracterizar a evolução dos dados coletados da seguinte forma:

Tab. 1 – evolução do perfil das emissoras da amostra da pesquisa

Ano**	N.o de emissoras ativas	Cidades sem nenhuma experiência de emissão	Cidades sem emissão no momento do levantamento	N.o de emissoras temporariamente inativas
2002	9	1	1	2
2003	13	0	1	4
2005	15	0	0	1
2007	18	0	0	4*

* dessas quatro, duas possuem concessão da ANATEL para o funcionamento, uma é intermitente e outra estava realmente desativada

A tabela apresenta números expressivos que denotam um crescimento exponencial. De 2002 a 2007 o crescimento de emissoras ativas foi de 100%, mas observa-se que entre os anos de 2002 e 2003, concentrou o maior crescimento em apenas um ano.

Quanto ao processo de legalização das emissoras, os dados apurados revelam a seguinte evolução (tab.2):

Tab.2 Situação das Emissoras

Ano	Emissoras ativas	Legalizadas	Com pedido protocolado	Sem informação sobre pedido de concessão
2002	9	0	3	1
2003	13	0	5	3
2005	15	3	6	4
2007	18	3	9	6

O que se apurou a partir desta pesquisa e que era desconhecido nos mapeamentos anteriores está ligado ao número de autuações. Ao todo nestes municípios foram registradas 20 autuações com fechamento ou paralisação das atividades. Apesar



das autuações, as emissoras voltam a funcionar após o período de fiscalização. Destaca-se com o maior número de autuações a Radio Cidade no município de Itaobim com 4 interrupções de transmissão em seus 3 anos de existência.

Apesar do número de autuações, o que se nota é o crescimento significativo do número de emissoras nos municípios visitados. A partir de então podemos relacionar o número de rádios em funcionamento e o total da população de acordo com os dados do IBGE, a fim de verificar a concentração de rádios por habitante (tab.3).

Tab.3 - Emissoras por habitante

Município	População*	Emissoras ativas			
		2005	Emissoras/habitantes	2007	Emissoras/habitantes
Medina	21.566	2	1/10.783	4	1/5.391,5
Itaobim	21.843	3	1/7.281	4	1/5.406,7
Padre Paraíso	17.568	3	1/5.856	3	1/5.856
Ponto dos Volantes	17.568	1	1/17.568	2	1/8.784
Araçuaí	36.895	3	1/12.298,3	3	1/12.298,3
Virgem da Lapa	13.513	1	1/13.513	1	1/13.513
Itinga	14.027	2	1/7.013,5	1	1/14.027
TOTAL	142.980	15	1/9.532	18	1/7.943,3

*Dados do IBGE 2002: consideramos que esse dado não teve significativa variação nesse intervalo de tempo

As mudanças verificadas entre os anos de 2005 e 2007 foram nas cidades de Medina, Itaobim e Ponto dos Volantes. De modo geral estes dados revelam que o rádio passa a fazer parte do cotidiano da população destas cidades. Observa-se que ocorre uma certa pulverização da audiência com aumento da concorrência entre emissoras. O Único lugar que diminuiu a concentração de emissoras por habitante foi Itinga. Pode-se levantar a hipótese de que a legalização de uma rádio serviu de desestímulo para o funcionamento de outras rádios ou abertura de novas.

Outra característica importante observada é que grande parte das emissoras concentra-se na zona urbana dos municípios. Algumas rádios possuem o alcance maior devido ao posicionamento da antena de transmissão. Na apuração de 2003 foram detectadas 2 emissoras localizadas em distritos rurais (Padre Paraíso e Ponto dos



Volantes). Em 2005, apenas 1 (em Padre Paraíso). Atualmente somente em Ponto dos Volantes foi encontrada uma rádio em funcionamento em distrito rural.

Os dados coletados nos municípios possibilitaram que fosse traçado o perfil dos meios de comunicação através da verificação das características predominantes de programação (tab.4). Foram consideradas religiosas as de iniciativa de igrejas ou grupos religiosos (católica ou evangélicas), mas que veiculam exclusivamente programas próprios do grupo religioso¹⁰. Comerciais as que possuem programação majoritariamente musical e com veiculação de anúncios comerciais locais e comunitárias as que se em sua programação abrem espaço significativo e regular para a prestação de serviços de utilidade pública (e possibilitam acesso a organizações da sociedade civil e do poder público).

Tab. 4 – Perfil das Rádios (quanto ao tipo de programação)

Perfil	2003	2007
Religiosas	4	2
Comerciais	6	10
Comunitárias	3	5
Ignorado	0	1

Pelo que constatamos, todas as rádios legalizadas possuem concessão de rádio comunitária. Já as outras rádios visitadas se intitulam como comunitárias e, no entanto, pelo perfil de sua programação constata-se uma característica predominantemente comercial.

Percebe-se também um avanço na informatização da produção e da difusão dos programas (tab.5). Em 2003 apenas duas emissoras possuíam equipamentos informatizados de radiodifusão e nenhuma das emissoras possuía acesso a Internet. A evolução e a redução de preços dos equipamentos fez com que no recente levantamento quase 70% das rádios visitadas já se mostrassem equipadas com recursos de informática para controle de estúdio e gravação de *spots* comerciais. Já o acesso à Internet ainda é pequeno, devido à precariedade de acesso nos municípios. Apenas cinco emissoras possuem acesso direto à Internet. O que se configura como inédito é a disponibilidade da programação das rádios locais na Internet. A pesquisa encontrou, em Araçuaí, a

¹⁰ Há emissoras criadas por iniciativa de igrejas ou grupos religiosos, mas que se enquadram nos critérios de radiodifusão comunitária. Neste caso, foram consideradas para efeito do estudo como *comunitárias*.



primeira rádio da região com programação integral disponível na rede mundial de computadores.

Tab. 5 – Estrutura e tecnologias

Ano	Controle de estúdio computadorizado	Acesso à Internet	Site	Programação disponível na Internet
2003	2	0	0	0
2005	8	3	0	0
2007	14	8	3	1

Apesar de se perceber o crescimento nos espaços de radiodifusão, constatamos que a maioria das emissoras faz pouca ou quase nenhuma cobertura de acontecimentos locais – produção de notícia. Muitas fazem programas jornalísticos a partir de notícias gerais coletadas na Internet ou jornais da grande mídia para leitura. Poucas delas fazem uma leitura adaptada e comentada.

Na maior parte das emissoras a programação é realizada ao vivo. Apenas anúncios comerciais são gravados. Nenhuma das emissoras tem produção própria de campanhas de utilidade pública. Mas colocam no ar *spots* enviados pelos órgãos do governo Estadual e Federal e por organizações não-governamentais. Têm destaque as peças enviadas pelo Ministério da Saúde, pelos governos estaduais e os programas da Pastoral da Criança e o “Plantão Saúde” produzido por uma organização de comunicação popular de São Paulo.

As rádios mostram-se hoje instrumentos importantes para a comunicação do poder público municipal com a população. Quase todas recebem informes da prefeitura e das secretarias com bastante frequência, avisos que são veiculados ao vivo com informações de interesse público (principalmente os enviados pelos setores de saúde e de assistência social). Em pelo menos quatro delas a prefeitura do município possui espaço para um programa próprio. Em todas as rádios onde isso acontece, o programa é realizado ao vivo e muitas vezes com a participação dos prefeitos e secretários municipais.

Observa-se pouca qualificação dos funcionários e colaboradores dessas rádios. Foi encontrado na amostra apenas um profissional formado em Comunicação Social. Alguns poucos, entretanto, se destacam pela habilidade de lidar com a mídia radiofônica e é comum que também demonstrem habilidades de lidar com outras mídias e prestem



outros serviços no local (produzindo comunicados impressos, fazendo programação visual e gráfica, criando e mantendo *sites* na Internet etc.). Em geral são locutores, vários deles com as características comuns às emissoras comerciais de FM que transmitem programação predominantemente musical. É quase inexistente o perfil do radialista ou radiojornalista, capaz de ancorar programas de variedades com informações e prestação de serviço e uma interatividade maior com os ouvintes. O tipo de interatividade que predomina é para pedidos de músicas e de transmissão de recados. Na maioria das rádios os funcionários recebem algum tipo de remuneração. Mesmo que não seja salário regular, podem receber percentuais por anúncios publicitários captados ou produzidos.

5 Considerações finais

Os dados coletados evidenciam um grande crescimento da mídia radiofônica na região entre 2002 e 2005. No entanto, esse crescimento em si não pode ser considerado um fator de desenvolvimento de mídias comunitárias, já que a maioria delas não se enquadra necessariamente nas características e na forma de operação esperada (e exigida por Lei) para as rádios comunitárias. Já a comparação entre os dados de 2002 e 2007 mostra uma mudança na distribuição das emissoras. Neste período são legalizadas 3 rádios em 3 municípios¹¹. Nota-se que todas as emissoras até agora legalizadas já estavam em operação há mais de 5 anos, já tendo sofrido mais de uma vez autuação da agência fiscalizadora.

É importante investigar em maior profundidade o impacto das rádios locais. Primeiro porque, em alguns momentos o alcance e a importância delas parecem ser superestimados, na falta de apurações de audiência. Há indícios de que boa parte da audiência radiofônica não é de rádios locais, mas é ainda de rádios regionais ou das grandes emissoras que transmitem em ondas curtas. Em segundo lugar porque o perfil de programação da maioria delas se resume ao entretenimento e veiculação de comerciais, entremeada com avisos e recados. São poucas as que possuem programas regulares de cobertura noticiosa ou de debates e entrevistas. Em várias delas, os programas que são citados como mais ouvidos são musicais. A maioria possui

¹¹ Há ainda um caso de emissora que, no momento da pesquisa, já teve a concessão outorgada, mas como comercial e se encontrava em processo de implementação. No entanto, já funciona há 10 anos, com características de rádio comunitária.



programas religiosos regulares. Já as emissoras de caráter religioso só esporadicamente transmitem recados e avisos de utilidade pública mais gerais.

O tema radiodifusão comunitária mostra-se, enfim, de grande complexidade, e merece uma discussão aprofundada. É evidente que os espaços das mídias locais são importantes para captar uma série de potencialidades escondidas que habitualmente não são recolhidas pelos sistemas comunicativos dominantes e podem constituir espaços criativos e estimulantes para a sociedade (Villasante, 2002). Igualmente, é válido pensar que esta inserção da comunidade nos meios de comunicação mostra-se como uma lúcida possibilidade de impulsionar seus objetivos, por meio de um acesso mais democrático à informação.

6 Bibliografia

- CASTELLS**, Manuel. *O Poder da identidade. “A Era da Informação: economia, sociedade e cultura”*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- FREIRE**, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 6.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 93p.
- HENRIQUES**, Márcio Simeone (org.) *et alli. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.
- PERUZZO**, Cicilia M. Khroling. *A Comunicação nos Movimentos Populares*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.
- SILVEIRA**, Paulo Fernandes. *Rádios Comunitárias*. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.
- VILLASANTE**, Tomás R. *Redes e Alternativas. Estratégias e estilos criativos na complexidade social*. Petrópolis: Vozes, 2002.