

Comunicação Cidadã: Projeto de Assessoria a Entidades Populares e Instituições Voltadas para Projetos de Mídias Comunitárias

Área Temática de Comunicação

Resumo

A comunicação é um fator-chave de sucesso para qualquer organização atingir os seus objetivos. Portanto, as ações comunicacionais devem ser desenvolvidas em nível estratégico, baseadas em um planejamento consistente. Um de seus objetivos é: assessorar entidades voltadas para a promoção da cidadania a desenvolver projetos de comunicação para mobilização social e para a divulgação de seus produtos. Para isso, reuniões, visitas e pesquisas embasam uma análise dos problemas de comunicação das entidades, fundamentando um diagnóstico. Em seguida, as entidades são assessoradas na formulação de planos de comunicação — definição de objetivos, metas e ações táticas. O Comunicação Cidadã não produz peças de comunicação, mas atua também intermediando as demandas específicas das entidades parceiras por serviços de comunicação a terceiros. Resultados: formalização de parcerias com quatro entidades, cinco em processo de captação e um projeto concluído. Os projetos já formalizados estão em fase de análise e, dado o tempo de existência do projeto, nenhum plano de comunicação foi executado. Nota-se uma sensibilização dessas entidades para a importância estratégica da comunicação e uma mudança de postura em relação a tal atividade.

Autores

Valdir de Castro Oliveira - Professor Titular do Departamento de Comunicação Social e coordenador do Promic.

Gilmar José dos Santos - Professor Assistente do Departamento de Comunicação Social e coordenador do Projeto Comunicação Cidadã.

Zuza do Valle Nacif - Aluno do curso de graduação em Comunicação Social e bolsista do Projeto.

Rúbia Guimarães Piancastelli - Aluna do curso de graduação em Comunicação Social.

Sara Abreu da Mata Machado - Aluna do curso de graduação em Comunicação Social.

Instituição

Universidade Federal de Minas Gerais

Palavras-chave: comunicação; cidadania; assessoria de comunicação

Introdução e objetivo

O Programa de Apoio e Capacitação de Mídias Comunitárias (Promic) é um projeto de extensão vinculado ao Departamento de Comunicação Social da UFMG que conta com mais três projetos, além do *Comunicação Cidadã*: “Mídia em pauta”, “Literatura nas ondas do rádio” e “UFMG Repórter”. O projeto Comunicação Cidadã teve início em março de 2004 e nasceu a partir da demanda de entidades voltadas para a promoção da cidadania, que viam na comunicação um recurso para lhes auxiliar na consecução de seus objetivos. Segundo diagnóstico feito pelas próprias entidades, a área da comunicação estaria defasada em suas instituições, sendo necessário um auxílio que permitisse solucionar os problemas apresentados nessa área.

Dentro dessa perspectiva, o *Comunicação Cidadã* visa a atender as instituições voltadas para a promoção da cidadania que tenham identificado a necessidade de aperfeiçoar e melhorar sua capacidade de planejamento, difusão de informações, mobilização e melhoria das peças comunicacionais com as quais trabalham ou são instadas a trabalhar. Partiu-se do princípio de que são entidades que enfatizam a luta pela melhoria das condições de vida da população a que assistem e promovem ações de cunho solidário e voltadas para o interesse coletivo. Assim, além de atuar na formação e na capacitação de comunicadores populares, o Projeto pretende atuar na assessoria de ONG's ou organizações populares e instituições que, direta ou indiretamente, buscam formas de mobilização dos seus públicos na perspectiva da cidadania e de ações sociais solidárias utilizando a comunicação como um recurso pedagógico ou de divulgação.

O *Comunicação Cidadã* é composto por um grupo de cinco alunos de Comunicação, orientados pelo Prof. Gilmar José dos Santos. O objetivo principal é assessorar as entidades parceiras a traçar planos de comunicação estratégica — desde a realização de diagnósticos para delimitar os problemas de comunicação que dificultam o alcance dos seus objetivos, até a proposição de ações de comunicação, visando solucionar os problemas encontrados, sendo sua execução, quando necessária, encaminhada a parceiros que possam competentemente realizá-la.

Objetivo geral: assessorar entidades voltadas para a promoção da cidadania a desenvolver projetos de comunicação para mobilização social e para a divulgação de seus produtos.

Objetivos específicos:

Despertar nas entidades assistidas a necessidade de se investir de modo mais eficiente nos processos comunicacionais;

Contribuir para o planejamento e o desenvolvimento de atividades comunicacionais das entidades parceiras;

Melhorar os instrumentos comunicacionais utilizados pelas entidades parceiras;

Montar oficinas de comunicação com a finalidade de capacitar comunicadores populares para promover ações comunicacionais, que atendam à demanda da entidade parceira;

Promover oficinas de planejamento de comunicação (análise, diagnóstico, planejamento e avaliação);

Promover diagnósticos sobre os públicos e os problemas apresentados, na área de comunicação, das entidades envolvidas;

Avaliar a atuação das entidades assistidas, através de pesquisas com o público e outras ferramentas;

Assessorar os trabalhos de comunicação interna nas instituições;

Permitir que tais entidades atinjam um nível de competência no planejamento dos seus processos comunicacionais, utilizando a comunicação como fator estratégico para a promoção da cidadania;

Utilizar o conhecimento produzido dentro na Universidade para gerar impacto positivo junto à comunidade extramuros, via entidades parceiras;

Criar uma aproximação entre as entidades parceiras e a universidade;

Melhorar os processos de aprendizado dos alunos envolvidos permitindo-lhes aplicar as teorias aprendidas no curso e aprofundá-las através de aplicações práticas.

Metodologia

A partir de reuniões, visitas e pesquisas junto às entidades, é feita uma análise dos problemas de comunicação destas, que embasam um diagnóstico. Em seguida, os integrantes do *Comunicação Cidadã* assessoram as entidades a traçar planos de comunicação estratégica,

orientando-as 1) na definição dos objetivos 2) estabelecendo metas e 3) propondo ações táticas. O *Comunicação Cidadã* não produz peças de comunicação, mas atua também intermediando as demandas específicas das entidades parceiras por serviços de comunicação junto a prestadores de serviços.

Os projetos de parceria são captados pelos coordenadores, que explicam os objetivos do *Comunicação Cidadã* oralmente e/ou através de uma carta de apresentação. A partir da captação das demandas, os coordenadores reúnem-se com os alunos e são definidas as formas mais adequadas de se obterem as informações relativas à potencial entidade parceira. Reuniões com os seus dirigentes, visitas *in loco* e pesquisas junto aos seus integrantes e público-alvo são os métodos mais empregados, geralmente envolvendo os estagiários. Esses contatos preliminares têm como objetivo permitir aos estagiários conhecer a realidade de cada instituição, através de um atendimento planejado e direcionado às demandas específicas. As reuniões para tal fim são realizadas tanto na universidade quanto na sede da instituição, promovendo um intercâmbio entre essas duas realidades. Um rigoroso trabalho de registro de informações é realizado, visando a sistematizar o trabalho de análise situacional da entidade parceira: Todo contato com as entidades é registrado em relatórios de visita, para controle e organização, tanto por parte do projeto quanto da instituição parceira; As entrevistas gravadas são transcritas e arquivadas, o mesmo ocorrendo com os questionários estruturados. Além disso, é registrado o nome, profissão, idade, cargo etc. de todos os entrevistados; É elaborado um organograma simplificado da entidade, com a lista dos principais dirigentes e responsáveis pelos contatos com o *Comunicação Cidadã*; São registradas quaisquer observações decorrentes de reuniões com os parceiros ou visitas *in loco*;

É realizada leitura, discussão e arquivamento de material apresentado pelas entidades, bem como análise de peças comunicacionais e da comunicação interna. As observações de cada reunião são discutidas em sala pelos alunos e professores, no intuito de traçarem um diagnóstico que possa servir de base para o planejamento de ações comunicacionais do parceiro atendido. Todas as decisões e soluções são tomadas em conjunto com o parceiro, pois entende-se a comunicação como um fator-chave de sucesso, instituinte de um processo estratégico que não se restringe apenas aos meios de comunicação, mas que vai além, chegando à comunicação interpessoal. Assim, pretende-se apresentar projetos e planos que devam ser seguidos e entendidos pelos componentes da entidade. Os processos são conduzidos de tal modo que eles percebam seus problemas e encontrem soluções para os mesmos, pois dessa maneira, eles é que implantarão as ações e/ou modificações em seus projetos de comunicação interna e externa, avaliando a melhor forma de implantá-los. Durante esse curto tempo de existência do projeto já foram desenvolvidas ações tais como oficinas e seminários (oficinas de rádio, de mídias comunitárias, de comunicação interna, de jornalismo e seminários sobre controle social) que possibilitam a capacitação de comunicadores populares e o uso consciente e crítico das várias formas de se comunicar. Isso requer a análise do melhor meio de conduzir cada etapa do processo, a melhor maneira de se desenvolver cada oficina e o seu conteúdo, bem como toda sua organização, divulgação, coordenação e análise dos resultados obtidos com as mesmas.

Ao término de cada etapa é realizada, juntamente com os componentes da instituição e com os órgãos envolvidos, uma avaliação da eficácia dos métodos utilizados e os resultados obtidos. Assim, a própria entidade torna-se capaz de avaliar suas ações não apenas de comunicação, mas em todas as suas áreas de atuação.

O *Comunicação Cidadã* se disponibiliza para discutir não apenas problemas de comunicação, mas todos os problemas apresentados pela entidade ou percebidos em visitas/reuniões, que de alguma forma se instituem como obstáculo para que ela possa atingir o fim a que se propõe. Para tanto, buscam-se parcerias que possam resolver tais problemas, o

que permite a introdução de um novo olhar na entidade, permitindo o seu aprimoramento e sua preparação para uma melhor execução de seus projetos.

Resultados e discussão

O Comunicação Cidadã tem formalizadas parcerias com quatro entidades, cinco em processo de captação e um projeto concluído. Como projeto concluído, o *Comunicação Cidadã* estabeleceu parceria com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de Minas Gerais para a promoção de um curso sobre Comunicação, Mobilização Social e Cidadania que contou com 50 participantes entre estudantes, profissionais da comunicação e líderes comunitários.

A seguir são apresentados três casos de parceiros atendidos cujas parcerias já foram formalizadas e dois em andamento, ilustrando melhor o trabalho que desenvolvido pelo *Comunicação Cidadã*.

Conselho Municipal de Saúde de Brumadinho.

Parceiro atendido desde 27 de abril de 2004. O Conselho Municipal de Saúde de Brumadinho é um órgão colegiado, deliberativo e permanente do Sistema Único de Saúde (SUS), criado em 1991, integrante da estrutura básica da Secretaria Municipal de Saúde. Consubstancia a participação da sociedade organizada na administração da Saúde, propiciando o controle social. É um órgão deliberativo que deve propor, planejar e fiscalizar as ações da Secretaria Municipal de saúde. É livre para promover campanhas e é dotado de regimento interno que organiza suas comissões permanentes (fiscalização, executiva e comunicação) e reuniões. O conselho visa abranger aproximadamente 50 localidades do município, o que representa uma população (cerca de 26 mil habitantes) muito dispersa e heterogênea. A forma fixa de manter relacionamento com a comunidade se dá através de reuniões ordinárias, que são abertas, porém voltadas para o encontro com os conselheiros. O Conselho Municipal de saúde de Brumadinho solicitou a parceria com o Comunicação Cidadã, pois percebia que não possuía o apoio da população que representava. Assim, pretendia desenvolver ações que dessem visibilidade ao conselho e apoio popular, para que ele pudesse contar com o respaldo da comunidade nas pressões diante da Secretaria Municipal de saúde da cidade.

Durante os encontros realizados percebeu-se que havia problemas de comunicação interna, externa e de outras naturezas, como cultural, administrativa, pessoal, organizacional etc. Diagnóstico: Frágil relação com a população — público que representa. Há pouca participação social nas reuniões do Conselho; os conselheiros têm pouco contato com a população que deveriam representar e sabem pouco de suas necessidades. Há poucas formas de diálogo com os moradores, que muitas vezes não entendem a função do conselho. A maioria das pessoas que participa apenas leva problemas, como a dificuldade em conseguir consultas, e não propostas. Muitos ainda vêm o Conselho como pessoas que ficam se reunindo, sem decidir ou fazer algo de concreto. Com isso, o órgão deixa a desejar em sua função propositiva, havendo poucas propostas de políticas públicas, já que os conselheiros possuem pouco contato com as bases e a população, de um modo geral, não reconhece o conselho como um instrumento social do qual podem participar para obter resultados na área da saúde. Não existem ações estruturadas e planejadas para socializar as informações dentro do conselho. A relação do Conselho com a Secretaria Municipal de Saúde é precária, ficando muitas vezes apenas no plano informal, sem nenhum registro ou ação efetiva. As ações comunicacionais são todas elas informais. Muitos conselheiros não sabem ao certo a real função do conselho e a maioria de seus componentes percebe o conselho como um órgão cuja obrigação é apenas a de fiscalizar, o que se confirma em suas ações.

Resultados esperados

Decidiu-se, juntamente com o Conselho, que seria necessário desenvolver, em um primeiro momento, ações de comunicação interna paralelas às de comunicação externa. As ações de comunicação interna teriam o objetivo de possibilitar que os conselheiros tomassem consciência da real função do órgão que constituem e analisar se o Conselho cumpre sua função social. Para as ações de comunicação externa seriam realizadas oficinas que capacitassem pessoas para a execução de *spots* radiofônicos, tendo em vista que a rádio comunitária foi detectada como o meio de maior identificação da população na cidade. Outras ações de comunicação externa também serão realizadas, como o desenvolvimento de um jornal do conselho e outras ações, das quais se está ocupando no momento. Com as ações de comunicação interna pretende-se conscientizar os conselheiros do papel que cabe ao conselho desempenhar dentro desta comunidade específica, contribuindo para que eles sejam membros ativos da mesma, principalmente no que diz respeito à saúde. Nos seminários que serão realizados pretende-se capacitá-los para que eles possam indicar a melhor maneira de estabelecer a comunicação interna, propiciando uma maior circulação de informação dentro do Conselho.

O intuito é fazê-los perceber que são capazes de atingir os objetivos traçados por eles para atender não apenas os deveres do Conselho, como também os anseios, na área de saúde, da população em questão. Será necessário encontrar um meio adequado de estabelecer um canal de comunicação eficaz entre os conselheiros e a população que representam. Com as ações de comunicação externa pretende-se mostrar à população que não adianta reclamar, pois o Conselho tem a "cara" da população. Assim, as pessoas têm de saber qual a verdadeira função do Conselho para, além de cobrar mais ação — o que servirá também como estímulo para os conselheiros que se sentirão cobrados, saber de quem realmente se deve cobrar ou para quem se deve sugerir alguma ação. Aqui, deve-se indicar à população a melhor forma de se comunicar com os conselheiros, que devem estar preparados para isso.

Cedefes - Centro de Documentação Eloy Ferreira

Parceiro atendido desde 20 de abril de 2004. O objetivo do Cedefes é promover a informação, a formação cultural e pedagógica, documentar, arquivar, pesquisar e publicar temas do interesse do povo e dos movimentos sociais. O nome escolhido para o Centro, fundado em 1985, é uma homenagem a Eloy Ferreira da Silva, trabalhador rural e sindicalista, assassinado em 16 de dezembro de 1984, no Vale do São Francisco, Minas Gerais. A documentação do órgão é construída com um sentido básico de educação e formação social e política dos trabalhadores rurais, povos indígenas, grupos e organizações populares e sujeitos escolares como alunos e professores das escolas de todos os níveis, sobretudo da região de Belo Horizonte, Contagem, Ibirité e Betim.

Ao longo dos anos, o Cedefes veio priorizando dois temas centrais: a questão da terra e a questão indígena, sobretudo em Minas Gerais. A questão agrária vem se agravando no Brasil a cada ano e hoje, certamente, os movimentos sociais do campo são dos mais importantes focos de resistência à avalanche de dominação econômica e à apatia política que caracterizam a conjuntura nacional e global. A questão indígena foi se constituindo aos poucos na entidade, que hoje tem já uma tradição de trabalho nessa área, sendo o único centro de documentação voltado para o resgate, registro e preservação da história dos povos indígenas, em Minas Gerais. Recentemente, o CEDEFES começou a desenvolver atividades mais específicas na área da educação, entendida como atividades de formação, discussão e conscientização das pessoas do povo, crianças, jovens e adultos, em experiências que facilitem o aprendizado de um modo de convivência mais democrático e justo, em que as pessoas sejam mais atentas e respeitadas consigo e com os outros. Também faz parte de uma história mais recente do centro uma aproximação maior a temas relativos aos afro-brasileiros. O Cedefes conta com uma biblioteca (revistas, jornais, livros e textos dos movimentos sociais e entidades), hemeroteca (recortes e classificação de materiais jornalísticos desde 1985 e

manutenção de arquivos da mídia eletrônica, desde 1999), mapoteca, coleção de cartazes, serviços de orientação e consulta em sua sede e empréstimos de partes do acervo. Há ainda a produção de uma revista, um *site* e um *folder*.

O Cedefes trabalha com um público diversificado e heterogêneo. Com o trabalho do *Comunicação Cidadã* a entidade pretende melhorar seus produtos de comunicação e desenvolver ações que possibilitem uma maior utilização de seu acervo por parte da população e, com maior visibilidade, obter apoio financeiro para melhor execução de seus projetos. Diagnóstico: O público a que o Cedefes se dirige é muito amplo e diversificado. Abrange várias lideranças de movimentos sociais em Minas Gerais — estudantes e professores do ensino médio e universitário, militantes ligados aos temas sociais — principalmente os que têm como preocupação a questão do índio e da terra no estado. Dessa maneira, os produtos de comunicação da entidade se dirigem a diferentes públicos. Porém, não se tem controle de qual público é atingido com cada ação. Os produtos comunicacionais não se apresentam em conformidade com os objetivos da entidade, que já detectou isso. A identidade visual mostra-se confusa, apagada e muitas vezes fora da proposta do parceiro em questão. Resultados esperados: Pretende-se determinar qual a melhor ação comunicacional para cada público que o Cedefes pretende atingir.

A partir daí, será estabelecida uma parceria com a CRIA, empresa júnior do curso de Comunicação Social da UFMG, para uma reformulação da identidade visual da entidade e de suas peças de comunicação. Após a realização de uma campanha de divulgação da entidade, espera-se um incremento significativo no uso de seu acervo. Portanto, busca-se estabelecer novas parcerias para o Cedefes, como com a comissão estadual que está reformulando o complexo da praça da Liberdade na cidade de Belo Horizonte. Essa comissão pretende dar suporte para que todas as entidades que de certo modo guardem a memória de Minas Gerais possam se transferir para o complexo da praça, oferecendo condições mais adequadas para o desenvolvimento de seu trabalho. Isso daria maior visibilidade ao projeto, bem como facilitaria a obtenção de recursos para financiar as mudanças em seus produtos de comunicação. Os contatos para a parceria já se iniciaram, tendo despertado grande interesse na comissão de reformulação da praça. CEI

Centro de Ecologia Integral

Parceiro atendido desde 18 de maio de 2004. O Centro de Ecologia Integral (CEI) é uma organização não-governamental, sem fins econômicos, que tem como principal finalidade trabalhar por uma cultura de paz e pela ecologia integral, apoiando e desenvolvendo ações para a defesa, elevação e manutenção da qualidade de vida do ser humano, da sociedade e do meio ambiente, através de atividades que promovam a ecologia pessoal, a ecologia social e a ecologia ambiental. A ecologia pessoal visa a saúde física, emocional, mental e espiritual do ser humano como estratégia fundamental para o desenvolvimento da paz e da ecologia integral.

A ecologia social busca a integração do ser humano com a sociedade, o exercício da cidadania, da participação e dos direitos humanos, a justiça social, a simplicidade voluntária e o conforto essencial, a escala humana, a cultura de paz e não-violência, a ética da diversidade, os valores universais, a inclusividade, a multi e a transdisciplinariedade. A ecologia ambiental objetiva a integração do ser humano com a natureza facilitando o processo de transformação no sentido da redução do consumo e do desperdício, do incentivo à reutilização e à reciclagem dos recursos naturais, bem como da preservação e defesa do meio ambiente e de sociedades sustentáveis.

O *Comunicação Cidadã* atende a uma demanda pontual do CEI, que é a radiofonização da revista *Ecologia Integral*, produzida pela entidade para ser distribuída para aproximadamente 100 rádios comunitárias espalhadas não apenas em Minas Gerais, mas por todo o Brasil. Através de outros dois sub-projetos do Promic — *UFMG Repórter* e *Literatura*

nas ondas do rádio — o *Comunicação Cidadã* estudará a melhor forma de tal ação ser executada, assim como a formação de um núcleo específico para tender a esta demanda. O CEI ocupará somente quinze minutos de uma fita K7 que será distribuída via Correio. Será realizado um estudo para se determinar a melhor maneira de se preencher o restante da fita.

Dentre as alternativas consideradas estão o desenvolvimento de um novo programa, a distribuição dos contos adaptados para o rádio pela *Literatura nas ondas do rádio* ou a distribuição de programas de radiojornalismo produzidos pelo *UFMG Repórter*.

Parcerias em andamento: Conselho Comunitário de Segurança Pública de Brumadinho cuja parceria visa dar suporte ao planejamento da comunicação e possibilitar maior visibilidade do Conselho junto à comunidade. Artebom (Associação dos Artesãos de Bom Despacho) — demanda em fase de captação, que visa ao desenvolvimento de ações de comunicação externa divulgando o trabalho dos artesãos dessa cidade mineira e organizando seminários que possam capacitá-los para a plena execução de suas atividades.

Com essa demanda pretende-se estabelecer parcerias com a Escola de Belas Artes da UFMG, para um aprimoramento da arte produzida e com a UFMG Consultoria Jr., empresa júnior do curso de Administração da UFMG, para atender às necessidades administrativas. Esse projeto tem potencial para ser estendido a outras entidades da cidade, como a Cooperativa das Costureiras de Bom Despacho.

Conclusões

O pouco tempo de existência do projeto não permite uma avaliação dos impactos gerados nas instituições atendidas e nos públicos que elas atendem. No entanto, percebe-se em todas elas uma nova percepção do papel estratégico da comunicação para atingir os seus objetivos. Elas percebem a importância de se investir de forma sistemática e planejada em comunicação para facilitar o cumprimento de sua função social. Embora ainda não haja resultados quanto à contribuição da comunicação sobre o impacto dessas instituições na sociedade há expectativa de que essa relação seja positiva.

Para tanto, todos os projetos incluirão uma fase de avaliação que permitirá quantificar diversas variáveis de desempenho das ações promovidas tais como: participação popular nos projetos das entidades, contribuição das instituições para a causa que elas defendem, o nível de conhecimento que o público-alvo tem da instituição e o apoio que ela recebe da sociedade. Dessa forma, a comunicação estará contribuindo para a formação de cidadãos ativos que contribuam não apenas dentro da instituição da qual fazem parte, como também em outras instâncias sociais que forem solicitados. Isso permite a criação de uma dinâmica social em que os cidadãos tenham um papel ativo na transformação de sua realidade.

Referências bibliográficas

A VIDA COM A TV – O PODER DA TELEVISÃO NO COTIDIANO. São Paulo, Editora Senac, 2002.

BAITELLO JR., Norval. “A Cultura do Ouvir”. In ZAREMBA, Lilian; BENTES, Ivana. Rádio Nova: constelações da radiofonia contemporânea. Rio de Janeiro, UFRJ/ECO, Publique, 1999, págs. 53-69.

BAPTISTA, Patrícia Rodrigues Tanuri. “Nas Ondas do Rádio: um Estudo da Construção do Enquadre Pessoal”. Tese de Doutorado. Belo Horizonte, Faculdade de Letras da UFMG, 2002.

BIANCO, Nélia R. Del & MOREIRA, Sônia Virgínia. Rádio no Brasil: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro, EdUERJ/Brasília: UnB, 1999.

BLOIS, Marlene Montezi. “O Rádio no Brasil: Reserva e Ocupação dos Canais Educativos em FM”. Revista Comunicação: No. 33, s/d, págs. 12-15

COELHO NETO, Armando. Rádio comunitária não é crime: direito de antena: o espectro eletromagnético como um bem difuso. São Paulo, Editora Ícone, 2002

COGO, Denise Maria. No aruma rádio comunitária. São Paulo, Paulinas, 1998.

COSTA, Maria Tereza P. da. A justiça em ondas médias: o programa Gil Gomes. Campinas, Edit. Da Unicampo, 1992.

COULON, A. Etnometodologia. Petrópolis, Vozes, 1995

ESCHENBACH. J. Radiodifusión para la innovación. Quito (Equadro), Ciespal, Coleção Intiyan, 1978.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio & MASAGÃO , Marcelo. Rádios livres: a reforma agrária no ar. São Paulo, Brasiliense, 1986

MARCUSCHI, L. Análise da Conversação. São Paulo, Ática, 1986, Série Princípios.

MARTINS, Fábio. Senhores ouvintes, no ar ... a cidade e o rádio. Belo Horizonte, C/Artes, 1999.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. “Rádios Comunitárias, Esfera Pública e Cidadania”. Recife 2003, anais do Congresso da Compôs de 2003.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. O Mimetismo da Realidade nos Discursos da Comunicação para o Desenvolvimento Rural: a experiência da Rádio Guarani de Belo Horizonte. Dissertação de Mestrado, Departamento de Sociologia; Campus de Campina Grande: Universidade Federal da Paraíba, 1984.

PAIVA, Vanessa. A. “A mensagem Radiofônica: o Acontecimento (re) significado”. In MOULLAUD, M., DAYRELL, S.P. (orgs.). O jornal: da forma ao sentido. Brasília, Paralelo 15, 1997, págs. 551-572.

SILVEIRA, Paulo Fernando. Rádios comunitárias. Belo Horizonte, Del Rey, 2002

TYS, Hélio. “Rádio no Brasil”. Revista Comunicação: Teoria e Prática. Rio de Janeiro, Ano 7 (25): 3-12, 1978

ZUMTHOR, Paul. A letra e a voz. São Paulo, Companhia das Letras, 1993