

RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO ESTADO DO ACRE

COMMUNITY RADIOS IN THE STATE OF ACRE

Rafael de Souza^{1*}
Wagner Miguel Ribeiro Rolim²

1. Mestre em Administração e Bacharel em Administração Pública (Universidade Federal Fluminense). Mediador Pedagógico na Fundação CECIERJ/CEDERJ. Servidor público da Secretaria de Educação/RJ.
2. Bacharel em Administração Pública (Universidade Federal Fluminense). Mediador Pedagógico na Fundação CECIERJ/CEDERJ.

* Autor correspondente: e-mail: rafaelsoouza@educacao.rj.gov.br

RESUMO

A radiodifusão é um formato de distribuição de mídia que alcança tanto a população da área urbana quanto a rural. Na história brasileira, o rádio foi um importante equipamento de radiodifusão no processo de integração nacional. As rádios comunitárias são elementos de radiodifusão que possuem características peculiares na sua constituição e quanto aos seus objetivos informacionais. São instrumentos de comunicação para a comunidade local que exigem um custo baixo para construção e formado por grupos pequenos de pessoas. Os estados brasileiros registram uma desproporção na distribuição das rádios ao longo do território nacional. Desta forma, o objetivo da pesquisa está em identificar a distribuição de rádios comunitárias no território brasileiro, com foco no Estado do Acre, região localizada no extremo norte do país e que conta com apenas seis rádios comunitárias. Para alcançar os resultados, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa através de uma pesquisa bibliográfica e o emprego da técnica de pesquisa do tipo documental. Os resultados demonstram que o sistema de mídias brasileiro é composto por diferentes tipos de serviços. A mídia alternativa como as rádios comunitárias possui características regionais que favorecem à participação, o processo de inclusão de grupos menos favorecidos e à preservação da cultural local. O Brasil dispõe de mais de 1600 rádios comunitárias legalizadas, cuja maioria se concentram no eixo Centro-Sul. Os estados com menor quantidade são Roraima e o Acre. As seis rádios acreanas estão dispostas em apenas cinco municípios do estado.

Palavras-Chave: Sistema de comunicação. Mídias alternativas. Rádios comunitárias. Estado do Acre.

ABSTRACT

Broadcasting is a media format that reaches both the urban and rural population. In Brazilian history, radio was an important broadcasting equipment in the process of national integration. Community radio is a broadcast format that has peculiar characteristics in its constitution and its informational objectives. They are a communication tool for the local community, which require a low cost for construction and consists of small groups of people. The Brazilian states register a disproportion in the distribution of radios throughout the national territory. Thus, the objective of the research is to identify the distribution of community radios in Brazilian territory, with a particular focus on the State of Acre, located in the extreme north of the country, with only six community radios. To achieve the results, the research adopted a qualitative approach through a bibliographical research and the use of the research technique of the document type. The results demonstrate that the Brazilian media system is composed of different types of services. Alternative media such as community radios have regional characteristics that favor participation, the process of inclusion of less favored groups and the preservation of local culture. Brazil has more than 1600 legalized community radio stations, most of which are concentrated in the Center-South region. The states with the smallest amount are Roraima and Acre. The six Acre radio stations are located in only five counties in the state.

Keywords: Communication system. Alternative media. Community radios. State of Acre.

1. INTRODUÇÃO

O processo de estruturação dos sistemas de comunicação no mundo ocorreu através do surgimento dos serviços da radiodifusão e dos sistemas de telecomunicações, incentivados pelos conglomerados das grandes empresas norte-americanas. No segundo estágio da estruturação dos sistemas, o governo dos Estados Unidos se aproxima dos conglomerados, proximidade que possibilitou o posicionamento hegemônico do país nas telecomunicações e nos meios de comunicação em massa. Outros países seguiram a esteira norte-americana e desenvolveram seus sistemas de radiodifusão [1].

A partir da expansão dos serviços de rádios difusão e dos sistemas de comunicação, os países no mundo separaram as suas respectivas faixas de frequência e tornaram-se responsáveis pela distribuição ao longo de seus territórios, de forma que não ultrapassassem a limitações de outros países.

O sistema de telecomunicação brasileiro foi inaugurado com a instalação do telégrafo em 1851, por incentivo de Eusébio de Queirós e do Barão de Capanema. Em 1860, um decreto do imperador regulamentou a estruturação dos telégrafos quanto às finalidades de emprego e à tarifação para autorização do uso. Apesar do incentivo e da regulamentação, o custo elevado para implantação e as condições geográficas do país foram fatores que dificultaram a contínua utilização dos serviços de telégrafos pelos usuários naquele período [1].

Ações da iniciativa privada e públicas, bem como das forças armadas, foram infrutíferas na organização do sistema de comunicação brasileiro nos períodos posteriores. Em virtude disso, o processo de emissão das concessões de exploração dos serviços de radiotelefonia e de radiotelegrafia ficaram exclusivamente na responsabilidade do governo federal brasileiro.

A legislação brasileira atual caracteriza os conceitos de radiodifusão e de radiocomunicação em consonância à Convenção Internacional de Telecomunicação. O primeiro conceito tem maior abrangência ao englobar os sistemas de transmissão de sons (radiodifusão sonora) e de transmissão de sons e imagens (televisão), ao serem direta e livremente recebidas pelo público em geral [2,3].

O conceito de radiocomunicação se restringe à telecomunicação que utiliza frequências radioelétricas não confinadas a fios, cabos ou outros meios físicos de transmissão. Dentre os tipos de equipamentos presentes nesta categoria encontram-se os rádios [2].

O surgimento do rádio no cenário brasileiro aconteceu através de uma demonstração pública em 1922, quando inaugurou a radiodifusão nacional com incentivo à curiosidade popular pelo equipamento e, conseqüentemente, a posterior consolidação como um veículo de comunicação no país. No ano seguinte, a Sociedade Rádio Educadora Paulista teve uma

proposta de cunho educativo e recebeu financiamento de uma elite nacional com aporte de capital estrangeiro, como da empresa americana RCA de componentes eletrônicos.

A fase de implementação do sistema de comunicação brasileiro teve um número restrito de ouvintes, os quais tinham disponibilidade financeira para adquirir os rádios e efetuar o pagamento da contribuição à emissora e da taxa governamental. Além de elementos econômicos, o perfil das programações contribuiu para o processo de exclusão sociocultural, visto que eram desenhadas com um conteúdo erudito e transmitido com uma linguagem formal [1].

Nos últimos tempos o país testemunhou uma revolução nos sistemas de comunicação e o surgimento de uma indústria de comunicação de cunho mercadológico. Políticas de incentivos tributários para equipamentos de reprodução de mídia – televisores, computadores e celulares – redução das taxas de crédito e os eventos esportivos internacionais, foram elementos alguns dos elementos que favoreceram a penetração dos aparelhos no interior das residências. Cabe destacar que os rádios representam uma das portas de entrada para a construção de espaços social e cultural, altamente integrados à estruturação política e econômica.

Os incentivos de adesão aos rádios expandiram o seu uso e a capacidade de construção de espaços, entretanto, a presença de distintos canais de comunicação não significou uma diversidade de conteúdo. A comunicação entendida como uma esfera pública democrática é composta por multiplicidade e multicamadas de meios de comunicações, no sentido contrário aos monopólios comunicacionais [4,5].

Os aparelhos de televisão são um meio de comunicação popular no Brasil, ainda assim é uma forma de plataforma que cria uma comunicação unidirecional. Apesar do aumento do alcance das programações televisivas, ainda existe uma desigualdade de acesso entre áreas urbanas, rurais e regiões mais afastadas em um país de extensão continental.

A expansão da internet e os serviços ofertados por ela modificou a sociedade moderna. Ela representa em espaço de comunicação que detêm uma multiplicidade de canais de consumo de informação e que possibilita escolha de qual conteúdo de mídia o usuário deseja consumir. No entanto, a internet não assegurou o surgimento de um sistema de comunicação como uma esfera pública. Um sistema de comunicação enquanto uma esfera pública, alinhada a uma política democrática, depende tanto da qualidade do discurso quanto da participação da sociedade nos canais de comunicação [6].

A internet surgiu como um canal alternativo aos tradicionais e que modificou os relacionamentos ao permite uma interação entre os veículos e a sociedade. A rede de

computadores tem potencial de consolidar-se como uma esfera pública alternativa. Por outro lado, ainda apresenta limitações ao refletir a voz de um público que se encontra digitalmente desconectado e tecnologicamente analfabeto [7].

Além das estruturas sócio-políticas e dos elementos (equipamentos) que compõem uma esfera pública, para que se manter independente ela deve permanecer separada das pressões tanto do mercado quanto do Estado. Os canais de comunicação de mídias devem servir ao debate público e não apenas a comercialização de produtos e serviços em si [8]. Como consequência, a notícia informacional se torna um produto secundarizado nas mídias, dada a intensa indústria da publicidade, perceptível nos horários nobres televisivos, por exemplo.

Essa indústria comunicacional e de propaganda faz com que as empresas tratem os ouvintes, telespectadores ou usuários da internet como consumidores e não como cidadãos. Ao observar que as empresas de comunicação estabelecem uma relação comercial com outras empresas, as diretrizes empresariais são questionadas quanto a chance de interferir na imparcialidade das informações [9,10].

Um requisito para formar um sistema de comunicação como uma esfera pública é a participação de todos os participantes do processo comunicacional. A percepção do sistema como uma esfera pública não é compensada pelo aumento da audiência e pelo alcance dos meios de comunicação. O discurso na esfera pública representa um elemento na construção da democracia, necessário para a noção de esfera pública política [11].

O discurso produzido pela maioria dos meios de comunicação brasileiro é orientado para o mercado e atende ao público situado nos meios urbanos. Os meios de comunicação capturados pelas elites comerciais e políticas prima por notícias e comunicações (informações) voltadas à agenda política, aos interesses de mercados urbanos e problemáticas de capitais. A própria concentração das empresas de comunicação no eixo Rio-São Paulo demonstra o perfil de informações direcionado ao meio urbano e a subvalorização das demais regiões do país [1,10].

A rádio é uma forma de comunicação que se aproxima da população e que possibilitou que nas décadas de 40 e 50, as publicidades nas rádios desempenhassem um papel de estímulo ao consumismo, contribuíssem para a valorização dos produtos nacionais, serviram como um instrumento de integração nacional, permitiram a disseminação das informações de maneira sintética aos locais isolados dos países [12].

Em um país com dimensão continental como o Brasil, o rádio é um instrumento do sistema de comunicação alternativo com capacidade de atender às diferenças culturais e

geográfica de cada região brasileira. Ele contribuiu de sobremaneira na inserção das comunidades rurais aos meios de comunicação e no acesso à informação, que antes eram grupos isolados dos principais acontecimentos dos centros urbanos e das decisões políticas brasileira [13].

O rádio é uma das poderosas mídias comunitárias que dá vida ao conhecimento, sabedoria e habilidades a serem transferidas de uma geração para outra. Tem um papel importante em diferentes estágios de mudança social e desenvolvimento [14,15].

1.1 RÁDIO COMUNITÁRIAS

No grupo dos serviços de radiodifusão existem as rádios comunitárias, originárias na América Latina. As duas primeiras rádios comunitárias foram criadas na região com o lema de remover a pobreza e a injustiça social em 1947. A primeira experiência começou na Bolívia conhecida como rádio dos Mineiros, enquanto a segunda na Colômbia no mesmo ano, conhecida como Radio Sutatenza / Acción Cultural Popular [16,17,18].

O principal papel delas era democratizar a comunicação através da participação da comunidade para resolver necessidades específicas em vários contextos sociais e implementar a agenda de desenvolvimento [16,17,18].

Na década de 70 as rádios comunitárias se expandiram como um dos meios de comunicação alternativos para a ampliação da esfera pública, em resistência ao período de censura do regime militar. Elas emergiram com a participação popular ou de grupos específicos, de forma diferenciada ao ecossistema midiático tradicional [18].

As rádios comunitárias são definidas como estações de radiodifusão de caráter público, constituídas a baixo custo e operam no intuito de atender à comunidade local. A rádio comunitária atende a uma comunidade geográfica, pois a sua base de existência é atender à comunidade, trazer benefícios sociais para a mesma [2,19].

É uma forma de serviço público de radiodifusão, mas serve uma comunidade e não toda a nação, como é a forma usual de radiodifusão pública em massa. Além disso, confia e deve confiar principalmente nos recursos da comunidade [18].

A rádio comunitária é um meio eficaz de comunicação, pelo fato de ser abrangente, local, extensivo, flexível, disponível, prontamente compreensível, pessoal, portátil, rápido e eficiente e, portanto, estabelece uma nova relação entre um meio e seus ouvintes [15,20,21].

Promove o engajamento da população e democratizar a comunicação por meio da participação dos membros da comunidade como planejadores, produtores e intérpretes são características das rádios comunitárias. Desta forma elas produzem informações personalizadas às características da região e se apresenta como um meio de expressão da comunidade e não apenas, uma forma de comunicação para aquela comunidade: uma mídia pró-pessoas [22,23].

Por meio da participação dos moradores locais na programação, a concepção das rádios se propõe a promover uma interação com os residentes locais e tratar dos interesses e dos problemas onde estão instaladas. As pessoas comuns podem solicitar programas especiais e dar feedback sobre os programas de transmissão por e-mails, telefones e mídias sociais, ou podem participar de transmissões ao vivo por telefones fixos ou celulares [24,25,26].

Elas são capazes de empoderar a comunicação local, com acesso do público à rádio e a valorização, com intuito de atrair grupos socialmente excluídos [23,27,28,29].

Em relação ao perfil do público, ao contrário de outras mídias sociais, uma rádio comunitária tem como alvo as populações rurais, os socialmente desfavorecidos, os vulneráveis, os moradores em regiões de difícil acesso, ao contrário das populações tradicionais. A presença delas no Nepal demonstram a capacidade delas, visto que a implantação permitiu que fossem dadas vozes aos grupos menos favorecidos com o surgimento de estações especializadas: específicas para mulheres, para a casta Dalit, para as comunidades indígenas e para as religiosas [30,31].

A concepção de uma comunidade está além das fronteiras geográficas, mas considera também a dimensão cultural. Em países como Nepal e a Índia, os quais possuem diversidade linguística, as rádios comunitárias contribuíram para a manutenção da cultura local, visto cada estação de rádio pode adotar o dialeto local [32].

Na qualidade de formato de mídia alternativa, as rádios comunitárias surgem como um modelo de radiodifusão que se difere da radiodifusão comercial ou pública, ao funcionarem como uma ferramenta de mídia que acolhe o sofrimento dos sujeitos sem voz e marginalizados [33,34].

Por serem independentes tanto do governo quanto de indivíduos privados e são mantidas pela comunidade a que servem, as rádios comunitárias se tornam parte vital de um setor saudável e pluralista da mídia. Ela permite que a população-alvo compreenda o objetivo original e o propósito da comunicação, ao mesmo tempo em que cria utilidade de conhecimento baseada no tempo, lugar e contexto que vivem [35].

O envolvimento multifacetado da população local nas operações e programas da rádio significa que as comunicações estão livres das influências do governo, organizações privadas, partidos políticos e outras instituições [34,36].

Outra dimensão identificada neste tipo de rádios é a capacidade de produzirem conhecimento e entretenimento aos moradores locais [23,37]. As características das rádios comunitárias aumentam positivamente a aceitabilidade das comunicações sobre determinados comportamentos: saúde, educação, sustentabilidade e outros. Tal aceitação afeta os fatores determinantes comportamentais e modifica a intenção dos moradores de adotarem comportamentos sustentável, por exemplo [38].

Em comunidades afastadas e rurais, as rádios levam a informação e o entretenimento ao um custo baixo na implantação da infraestrutura e na produção de programas, quando comparada a outros meios de transmissão [39,40].

As rádios têm a capacidade de contribuir no desenvolvimento de regiões, como no caso nigeriano do programa agrícola “Agric Panorama” na Rádio FM da cidade de Shika. As rádios contribuíram para o desenvolvimento da região ao disseminarem informações sobre a aplicação de métodos agrícolas modernos que contribuíram para redução dos gastos agrícolas e ao aumento da produtividade [41].

Outra capacidade das rádios comunitárias, referem-se ao papel em situações de risco de desastres ou durante, momento no qual outras emissoras nacionais ou privada, podem não estar em funcionando.

Por fim, as rádios comunitárias são capazes de contribuir para o desenvolvimento social e econômico da sociedade, no processo de comunicação, de inclusão social de grupos excluídos social ou geograficamente, educar em temas gerais, promover a interatividade, possibilitar a manutenção cultural local, proporcionar o desenvolvimento regional, atuar em situações de desastres e outras situações [42].

2. MATERIAIS E MÉTODOS

A abordagem da pesquisa é predominantemente qualitativa, por meio da pesquisa do tipo bibliográfica com emprego da técnica de pesquisa documental. A fase quantitativa utiliza a descrição de dados em tabelas, no intuito auxiliar a visualização e a compreensão das informações.

A pesquisa documental foi aplicada para identificar a existência das rádios comunitários registradas na base de dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Para identificar as datas de outorga das autorizações de funcionamento das rádios, as portarias disponíveis no Diário Oficial do Poder Legislativo Federal foram utilizadas.

Os dados populacionais e geográficos foram extraídos das bases de pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referentes ao Estado do Acre.

As informações quanto as atividades principais e as secundárias das entidades foram retirados da base de dados da Receita Federal do Brasil, por meio do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) de cada rádio.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As rádios comunitárias têm origem no Sistema de Radiodifusão Comunitária, aprovado pela Lei 9.612/98 (LRC), como proposta de uma rádio que seja plural, pois cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora e manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações no momento adequado da programação.

A outorga é destinada às fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação de difusão. A LRC determina que cada região ou bairro terá o limite de uma rádio comunitária e todas as emissoras operarão na mesma frequência, pois será instalada frequência única.

O Serviço de Radiodifusão Comunitária pretende atender à comunidade beneficiada ao dar oportunidade à difusão de ideias, cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade, fornece mecanismos à formação e integração da comunidade, prestar serviços de utilidade pública, integrar-se aos serviços de defesa civil quando necessário e permitir que os cidadãos sejam capazes de exercerem o direito de expressão da forma mais acessível possível.

As características de uma rádio comunitária permitem que as programações sejam feitas de pessoas para pessoas. Ela dá a todos a liberdade para falar, para conversar com o locutor e os demais da comunidade, entender seus problemas.

Ela possibilita que pessoas que não frequentaram uma educação formal, tenham acesso à informação. Por meio dos programas, permite que esse público tenha contato com conhecimento agricultura, saúde, segurança e muitos outros.

Uma rádio que atende as características locais favorece para que a cultura, a memória, a história e o folclore regionais sejam preservados.

As rádios representam um instrumento de comunicação e articulação que nascem na própria comunidade, direcionada aos interesses locais e com a participação da região como forma de quebra do modelo tradicional de maneira passiva de construção da comunicação [1,3].

No entanto, o artigo 22 da lei não privilegia as rádios comunitárias quanto à ocorrência de possíveis interferências dos sinais de outras emissoras dos Serviços de Telecomunicações e Radiodifusão regularmente instaladas, o que acaba por gerar dupla transmissão na mesma frequência de rádios comunitárias próximas ou concorrência com os sistemas de comunicação de grande porte [3].

A lei demonstra como os processos de regulação podem ser diferentes em um mesmo quadro estrutural, ao possibilitar que pequenas rádios circunscritas em regiões limítrofes possam competir pela mesma frequência, mas concorrência com sistemas de comunicação de grande porte e a possibilidade de restrição de sinal das menores em favor das maiores [3].

As rádios comunitárias sobrevivem pelo fato de atenderem às questões regionais na qual o ouvinte se encontra e possibilitar a sensação de proximidade. Ao contrário do que ocorre com a indústria de mídia, a qual se concentra no eixo Rio-São Paulo, as rádios comunitárias se encontram distribuídas em todo território nacional e massificam a construção de uma identidade comunicacional da região [1,9,28].

Em consulta ao banco de dados do Sistema de Entidades Autorizadas dos Serviços Privados Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), foi possível identificar que o Brasil possui pouco mais de 1600 rádios comunitárias distribuídas em seu território, as quais estão concentradas nas regiões sudeste e nordeste, como demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 – Quantidade de rádios comunitárias (JUNHO/2019)

Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste		Sul	
UF	Quant.	UF	Quant.	UF	Quant.	UF	Quant.	UF	Quant.
AC	6	AL	69	GO	215	ES	70	PR	306
AP	17	BA	337	MT	96	MG	736	RS	399
AM	39	CE	229	MS	83	RJ	123	SC	213
PA	131	MA	154	DF	33	SP	582		
RO	42	PB	148						
RR	6	PE	191						
TO	78	PI	97						
		RN	124						
		SE	34						
Total	319		1.383		427		1.511		918
	Total geral						4.558		

*Quant. = Quantidade

Fonte: Elaborado pelos autores [43].

Localizado na região sudeste, o Estado de Minas Gerais lidera o ranking com 736 rádios comunitárias e uma população estimada de 21.040.662 pessoas. Na região norte do país, os Estados do Acre com 6 e Roraima com 6 rádios são os que possuem a menor quantidade de rádio comunitárias, frente as populações estimadas de 869.265 e 576.568 pessoas, respectivamente [44,45].

O Estado do Acre possui a 16ª área da unidade territorial com 164.123,738 km², uma população estimada 869.265 pessoas, dividido em cinco mesorregiões geográficas estaduais e composto por 22 municípios [44,45].

O estado dispõe de apenas 6 rádios comunitárias, presentes em 5 municípios: Acrelândia, Feijó, Sena Madureira, Rio Branco e Tarauacá.

Tabela 2 – Distribuição geográfica das rádios comunitárias

Município	Mesorregião	Quantidade de rádios	População estimada	Área territorial (km ²)
Acrelândia	Rio Branco	1	15.020	1.807,948
Feijó	Tarauacá	1	34.675	27.975,426
Sena Madureira	Sena Madureira	2	45.177	23.753,066
Rio Branco	Rio Branco	1	401.155	8.834,942
Tarauacá	Tarauacá	1	41.976	20.171,075
Total		6	538.003,00	82.542,46

Fonte: Elaborado pelos autores [43].

As mesorregiões de Rio Branco, Sena Madeira e Tarauacá concentram todas rádios do estado, enquanto Cruzeiro do Sul e Brasileia não possuem rádios comunitárias. A capital do Estado é o município que possuem mais rádios comunitárias: duas.

O Quadro 1 apresenta a relação de rádios comunitárias presentes no Estado do Acre, o nome fantasia e o ano da outorga das autorizações.

Quadro 1 – Rádios comunitárias nos municípios

Município	Rádio Comunitária	Nome Fantasia	Ano da outorga
Acrelândia	Associação Centro de Comunicação Alternativa de Acrelândia	Cecom	2011
Feijó	Associação Pró-Saúde de Feijó AC	APROSFAC	2006
Sena Madureira	AVALANCHE-Amigos do Bairro Ana Vieira	Avalanche do Som	2010
Sena Madureira	Fundação Assistencial e Educacional BETEL	FAEB	2002
Rio Branco	Centro de Direitos Humanos e Educação Popular do Acre	CDDHEP AC	2009
Tarauacá	Associação de Moradores do Bairro Bento Marques - COHAB	Associação dos Moradores da Cohab-Tarauacá	2001

Fonte: (Elaborado pelos autores).

As rádios comunitárias recebem a outorga através de ato do Poder Legislativo Federal, no entanto, o ano da outorga nem sempre coincide com o ano de criação da entidade na qualidade de pessoa física no Receita Federal.

Os anos de outorga das rádios comunitárias situadas no Estado do Acre existem pelo menos a oito anos.

O Quadro 2 demonstra as atividades econômicas principal e secundárias das rádios comunitárias, extraídas do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) disponível na Receita Federal do Brasil.

Quadro 2 – Natureza econômica das rádios comunitárias

Rádio Comunitária	Atividade econômica principal	Atividades econômicas secundárias
Associação Centro de Comunicação Alternativa de Acrelândia	Atividades de associações de defesa de direitos sociais	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
Associação Pró-Saúde de Feijó AC	Atividades de rádio	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores, serviços pessoais, recreação e lazer
AVALANCHE-Amigos do Bairro Ana Vieira	Atividades de associações de defesa de direitos sociais	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
Fundação Assistencial e Educacional BETEL	Atividades de associações de defesa de direitos sociais	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
Centro de Direitos Humanos e Educação Popular do Acre	Atividades de associações de defesa de direitos sociais	Atividades de rádio e atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte
Associação de Moradores do Bairro Bento Marques - COHAB	Atividades de associações de defesa de direitos sociais	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte

Fonte: (Elaborado pelos autores).

Em relação às atividades econômicas secundárias, todas as rádios também apresentaram a descrição no CNPJ de poderem executar atividades associativas não especificadas nas listadas. Tal atividade abre espaço para diferentes tipos de atividades e fins em qualquer rádio comunitária.

As atividades das entidades se concentram, predominantemente, relacionadas à cultura e à arte. Cabe destacar que a Associação Pró-saúde de Feijó se difere ao propor atividades de artes plásticas, jornalismo independente e escritores, serviços pessoais, recreação e lazer.

Dos 22 municípios que compõem o Estado do Acre, dezessete não possuem rádios comunitárias registradas: Assis Brasil, Brasileia, Bujari, Capixaba, Cruzeiro do Sul, Epitaciolândia, Jordão, Mâncio Lima, Manoel Urbano, Marechal Thaumaturgo, Plácido de Castro, Porto Acre, Porto Walter, Rodrigues Alves, Santa Rosa do Purus, Senador Guimard e Xapuri.

CONCLUSÕES

O mercado midiático brasileiro é composto por uma mídia de aspecto monopolista, cujo capital se concentra nas mãos de poucas famílias da indústria de comunicação privada, aliado a uma inexpressiva participação do Estado no sistema.

A mídia alternativa representa as comunidades locais e contribui para preservação das características sociais, políticas, econômicas, enquanto a grande mídia representa a corporação midiáticas e o governo. E neste bojo, as rádios comunitárias não são apenas rádios, mas também a voz integrada das pessoas socialmente excluídas.

Elas têm o papel de produzir conhecimento à comunidade, trazer transparência à sociedade, fornecer informações continuamente, resolver pequenos ou grandes problemas locais, gerar desenvolvimento local dentre outros benefícios em regiões afastadas como o Estado do Acre.

Os fatores que impulsionaram a implantação das rádios nas cidades de Acrelândia, Feijó, Sena Madureira, Rio Branco e Tarauacá não foram objetos desses estudos. O impacto das rádios comunitárias nos municípios que possuem, assim como as lacunas nos dezessete municípios que não possuem também não foram abordados no estudo. Assim, para estudos futuros recomenda-se que tais fatores e impactos sejam identificados por meio de entrevistas juntos aos fundadores e a comunidade que possuem e as que não possuem rádios comunitárias no Estado do Acre.

Referências bibliográficas

[1] CARLOS, G. M. S. A comunicação alternativa como alavanca para a democratização. *ECCOM*, v. 3, n. 5, jan./jun. 2012.

[2] BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. **Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm. Acesso em 02 jun. 2019.

[3] _____. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. **Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9612.htm. Acesso em 01 jun. 2019.

[4] HALLIN, D. C. **We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere.** London & New York: Routledge, 1994.

- [5] GERBNER, G. *et al.* Growing up with television: Cultivation processes. In: J. Bryant; D. Zillman (eds.), **Media effects: Advances in theory and research**, 2nd ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum, p. 43-67, 2002.
- [6] AALBERG, T.; BLEKESAUNE, A.; ELVESTAD, E. Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? **The International Journal of Press/Politics**, v. 18, n.3, p. 281-303, 2013.
- [7] MAHMUD, S. The Internet as a public sphere: Blogging climate change in a changing media sphere in Bangladesh. In: **Conference at the University of California**, Berkeley, 2011.
- [8] FRASER, N. **Rethinking the public sphere**: A contribution to the critique of actually existing democracy. In: C. Calhoun (ed.), **Habermas and the public sphere**. **JSTOR**, n. 25/26, p. 56-80, 1992.
- [9] ALBUQUERQUE, A. As três faces do Quarto Poder. In: **XVIII Encontro da COMPÓS**, Belo Horizonte, 2009.
- [10] FONSECA, F. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 41-69, 2011.
- [11] HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- [12] BRITO, N C. R.; BIANCHI, G. S. Desafios do passado e do presente para emissoras comunitárias: uma exploração do panorama Sulmaranhense. In: **X Encontro Nacional de História da Mídia**, Porto Alegre, 2015.
- [13] FEDERICO, M. E. B. **História da Comunicação**: Rádio e TV no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.
- [14] GIRARDI, I.; JACOBUS, R. **Para fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre: Revolução de Idéias, 2009.
- [15] HOWLEY, K. **Understanding Community Media**. London: Sage Publications, 2010.
- [16] FRASER, C.; ESTRADA, R. S. Community Radio for Change and Development. **Development**, v. 45, p. 69-73, 2002.
- [17] GAYNOR, N.; O'BRIEN, A. Community radio, democratic participation and the public sphere. **Irish Journal of Sociology**, v. 25, p. 29-47, 2017.
- [18] FRASER, C.; SONIA, R. E. **Community radio handbook**. Paris: UNESCO, 2001.
- [19] MEGWA, E. R. Community radio stations as community technology centers: an evaluation of the development impact of technological hybridization on stakeholder communities in South Africa. **Journal of Radio Studies**, v. 14, n .1, p. 49-66, 2007.

- [20] WILKINSON, C. On the same wavelength? Hyper diverse young people at a community radio station. **Social & Cultural Geography**, p. 1-15, 2017.
- [21] MTIMDE, L. et al. What Is Community Radio? **A Resource Guide: AMARC Africa and Panos Southern Africa: Johannesburg, South Africa; Lusaka, Zambia**, 1998.
- [22] CARPENTIER, N. et al. Community media: muting the democratic media discourse? **Continuum: Journal of Media and Cultural Studies**, v. 17, n. 1, p. 51-68, 2003.
- [23] LAHNI, C. R., *et aliae*. Rádio comunitária, identidade e cidadania de jovens. **Fragmentos de Cultura**, v. 20, n. 7/8, p. 519-530, 2010.
- [24] ALGÜL, F. An internet radio from Turkey as an example of community radio: nor radyo. **Online Academic Journal of Information Technology**, v. 4, n. 12, 2013.
- [25] AGARWAL, S. K. et al. Content creation and dissemination by-and-for users in rural areas. In: **International Conference on Information and Communication Technologies and Development (ICTD)**, Doha, Qatar, 2009.
- [26] O'NEILL, S.; BOYKOFF, M. The Role of New Media in Engaging the Public with Climate Change. In: **Engaging the Public with Climate Change**; WHITMARSH, L.; O'NEILL, S.; LORENZONI, I. (Eds.). London: Earthscan, 2011.
- [27] PERUZZO, Cicilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, Vozes, 1998.
- [28] BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- [29] CASTRO, C. A.; NUNES, T. G. Crítica à Razão Empreendedora: sobre a função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo. **Revista de Derechos Humanos y Estudios Sociales**, v. 6, n. 11, p. 117-135, 2014.
- [30] DAHAL, Sudhamshu. Power, empowerment and community radio: Media by and for women in Nepal. **Women's Studies International Forum**, v. 40, p. 44-55, 2013.
- [31] KHAN, M. A. A. et al. Role of community radio for community development in Bangladesh. **The International Technology Management Review**, v. 6, n. 3, p. 94-102, 2017.
- [32] DESHPANDE, A.; WAHAB, A. Alternative Media: Choice of Unheard Voices in India. In: **International Conference on Media Ethics**, 2019.
- [33] BAILEY, O.; CAMMAERTS, Bart; CARPENTIER, Nico. **Understanding alternative media**. McGraw-Hill Education: Reino Unido, 2007.
- [34] MEFALOPULOS, P. **Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication**. Washington: World Bank, 2008.

[35] BEARTH, T. Language and Sustainability. In: **The role of languages for development in Africa: micro and macro perspectives**. BECK, R. M. (Ed.). Germany: Rüdiger Köppe, 2013, p. 15-61.

[36] MURADA, P. O.; GROVER, A. M. Women's voices: Engaging the excluded. **Review of Market Integration**, v. 6, n. 1, p. 114-130, 2014.

[37] BERRIGAN, F. J. **Community communications: the role of community media in development**. France: UNESCO Press, 1979.

[38] SHAHZALAL, Md; HASSAN, A. Communicating sustainability: using community media to influence rural people's intention to adopt sustainable behaviour. **Sustainability**, v. 11, n. 3, 812, 2019.

[39] TUCKER, E. Community radio in political theory and development practice. **Journal of Development and Communication Studies**, v. 2, n. 2/3, p. 392-420, 2013.

[40] NGUGI, P. K. Using community radios as a tool for development. **Journal of Mass Communication & Journalism**, v. 5, p. 1-8, 2015.

[41] ALHASSAN, M.sa; SHEHU, A. Community Radio in Promoting Agriculture: A Study of "Agric Panorama" Programme on ABU FM Radio. **KIU Journal of Humanities**, v. 3, n. 4, p. 57-62, 2019.

[42] HUIZIES, F. State of community radio: critical challenges and lessons from sector organizations and perspectives. In: **National Community Radio Conference**, Durban, 2007.

[43] AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Sistemas Interativos: Entidades Autorizadas dos Serviços Privados**. Disponível em: <<https://sistemas.anatel.gov.br/easp/Novo/Consulta/Tela.asp?OP=E>>. Acesso em 19 jun. 2019.

[44] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ac/.html>>. Acesso em 23 jun. de 2019.

[45] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Divisão geográfica: Acre. 2017**. Disponível em: <ftp://geoftp.ibge.gov.br/organizacao_do_territorio/divisao_regional/divisao_regional_do_brasil/divisao_regional_do_brasil_em_regioes_geograficas_2017/mapas/12_regioes_geograficas_acre.pdf>. Acesso em 23 jun. de 2019.